

Anfrage zur Social-Media-Kommunikation der Stadt Luzern

Einwohnerrätin Claudia Hermann (Die Mitte) und Mitunterzeichnende haben am 16. Juli 2025 eine schriftliche Anfrage über die Nutzung Sozialer Medien seitens der Gemeindeverwaltung Ebikon eingereicht. In der Anfrage wird der Social-Media-Auftritt der Stadt Luzern positiv hervorgehoben. Besonders erwähnt wird, dass viele Inhalte der Stadt Luzern in Zusammenarbeit mit Lernenden entstehen. Dies wird als niederschwellig und kostengünstig bezeichnet.

Zur Klärung offener Fragen hat die Gemeindeverwaltung Ebikon bei der Stadt Luzern ergänzende Informationen eingeholt. Die nachfolgenden Fragen und Antworten geben einen kurzen Einblick in die Organisation, die Ressourcen und die Zielsetzungen der Social-Media-Aktivitäten der Stadt Luzern.

Kanäle:

Welche Social-Media-Plattformen nutzt die Stadt Luzern aktiv (z.B. Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn)?

Facebook, Instagram und LinkedIn

Organisation und Ressourcen:

Wie ist die Social-Media-Arbeit intern organisiert?

Eine Mitarbeiterin bei der Stelle für Kommunikation mit einem Pensum von 50% koordiniert die Inhalte für Social Media in Zusammenarbeit mit den Projektleitenden Kommunikation und den Verantwortlichen der Dienstabteilungen. Ein Planungstool steht dafür zur Verfügung.

Wie viele Mitarbeitende sind direkt mit der Social-Media-Kommunikation beauftragt?

Eine Person mit einem Pensum von 50%

Welche weiteren Personen sind indirekt in die Social-Media-Kommunikation eingebunden (z.B. zusätzliche Mitarbeitende des Kommunikationsteams, Mitarbeitende anderer Abteilungen, Lernende)?

Projektleiter*innen Kommunikation und Mitarbeitende (Lernende bis jetzt nicht)

Werden externe Agenturen oder Dienstleister beigezogen?

In der Regel nicht, aber z. B. bei Grossevents, bei Kommunikations-Kampagnen oder einer anspruchsvollen Videoproduktion werden externe Agenturen beigezogen.

Welche Aufgaben übernehmen Lernende konkret bei der Erstellung von Inhalten?

Keine. Einzig die aktuelle Hochschulpraktikantin übernimmt gelegentlich solche Aufgaben.

Wie gross ist der wöchentliche Aufwand für Social Media in Stunden und Stellenprozenten (direkt und indirekt zusammengenommen)?

50 Stellenprozent direkt → der Rest ist nicht bezifferbar, da Social Media einer von mehreren Kommunikationskanälen ist, in denen die Inhalt abgefüllt werden.

Ziele:

Welche Ziele verfolgt die Stadt Luzern mit ihrer Social-Media-Kommunikation?

Die Stadt Luzern nutzt die sozialen Netzwerke, um über Neuigkeiten und Projekte zu informieren und die Verwaltungsarbeit transparenter zu machen. Mit dem Einsatz von sozialen Medien fördert die Stadt zudem den Dialog mit den Bürger*innen und nutzt die Digitalisierung in der Verwaltung, um in Krisensituationen wichtige Informationen schnell verbreiten zu können.

Gibt es eine übergeordnete Social-Media-Strategie oder befindet sich eine solche in Erarbeitung?

Eine sehr einfache Strategie besteht. Eine ausführliche ist in Bearbeitung.