Stadt Illnau-Effretikon

PRÄSIDIALES

100.03.01.01
KOM-LTL

KOMMUNIKATIONSLEITLINIEN

ERLASSEN DURCH / AM
Stadtrat; 3. April 2025, SRB-Nr. 2025-67

INKRAFTSETZUNG PER
1. Mai 2025

FASSUNG VOM
3. April 2025

VERSION
V 1.0

Energiestadt
european energy award

Stadthaus
Märtplatz 29
Postfach
8307 Effretikon

Telefon 052 354 24 11
praesidiales@ilef.ch
www.ilef.ch
facebook.com/stadtilef

IMPRESSUM

Stadt Illnau-Effretikon
Präsidiales
Märtplatz 29
Postfach
8307 Effretikon

Telefon 052 354 24 11
praesidiales@ilef.ch
www.ilef.ch
facebook.com/stadtilef

INHALTSVERZEICHNIS

	KAPITEL / ABSCHNITT	SEITE
1	**GRUNDLAGEN**	**4**
1.1	Geltungsbereiche	4
1.2	Gesetzliche und sprachliche Grundlagen	4
2	**STADT-IDENTITÄT**	**5**
2.1	Identitätsmerkmale und Leitsätze	5
2.2	Corporate Design	5
2.3	Corporate Wording	5
3	**ZIELE DER KOMMUNIKATION**	**6**
4	**KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE**	**7**
4.1	Grundsätze der Kommunikation	8
4.2	Dialoggruppen und spezifische Ziele	9
4.3	Botschaften	5
4.4	Kommunikationskanäle	10
4.5	Kanäle für alle Dialoggruppen intern und extern	10
4.6	Kanäle für die interne Kommunikation	12
4.7	Kanäle für spezifische Dialoggruppen extern	13
5	**MASSNAHMENPLANUNG**	**15**
6	**ORGANISATION UND KOMPETENZEN**	**15**
7	**KOMMUNIKATION IN AUSSERORDENTLICHNE LAGEN**	**16**
8	**SCHULUNG UND ENTWICKLUNG**	**16**
9	**ERFOLGSKONTROLLE**	**16**

1
GRUNDLAGEN

Die Stadt Illnau-Effretikon ist am Rande des Zürcher Oberlandes zwischen den Agglomerationszentren von Zürich und Winterthur eingebettet, verkehrstechnisch gut erschlossen und naturnah gelegen. Geografisch besteht die Stadt aus dem urbanen Effretikon, den Dörfern Bisikon, Illnau, Kyburg und Ottikon sowie den Weilern Agasul, Bietenholz, Billikon, Brünggen, Ettenhusen, First, Horben, Kemleten, Luckhausen, Mesikon, Mülau, und Oberkempttal.

1.1
GELTUNGSBEREICH

Die Kommunikationsleitlinien gelten für die Kommunikationstätigkeit von Stadtrat, Behörden und Kommissionen sowie Mitarbeitenden der Stadtverwaltung. Sie beziehen sich aufgrund der Gewaltenteilung nicht auf das Stadtparlament und dessen Organen. Der Stadtrat und die Stadtverwaltung können jedoch Kommunikationsaufgaben im Auftrag des Stadtparlaments ausführen.

1.2
GESETZLICHE UND SPRACHLICHE GRUNDLAGEN

Folgende Dokumente bilden die Grundlagen der Kommunikationsleitlinien:

- Verfassung des Kantons Zürich
- Gemeindegesetz des Kantons Zürich
- Gesetz über die Information und den Datenschutz
- Verordnung über die Information und den Datenschutz
- Gemeindeordnung der Stadt Illnau-Effretikon
- Reglement über die elektronische Veröffentlichung von Stadtratsbeschlüssen
- Personalverordnung der Stadt Illnau-Effretikon
- Leitfaden zur deutschen Rechtschreibung der Bundeskanzlei
- Leitfaden zum geschlechtergerechten Formulieren der Bundeskanzlei
- Leitlinien «Künstliche Intelligenz» für den Bund

2
STADT-IDENTITÄT

Die Identität der Stadt Illnau-Effretikon entsteht durch die Menschen, die hier leben und wirken. Sie variiert je nach Perspektive und verändert sich mit der Zeit. Die folgenden Identitätsmerkmale und Leitsätze beschreiben die Besonderheiten der Stadt Illnau-Effretikon.

2.1
IDENTITÄTSMERKMALE UND LEITSÄTZE

vernetzt

Die zentrale Lage und die gute Infrastruktur machen Illnau-Effretikon zu einem attraktiven Standort für Wohnen, Arbeiten, Bildung und Freizeit.

naturnah

Die abwechslungsreiche Landschaft lädt zu Erholung und Aufenthalt in der Natur ein.

vielfältig

Die Vielfalt an Menschen, Lebenswelten, Ortsteilen, Vereinen, Freizeit- sowie Sportangeboten und Kultur bietet Abwechslung.

offen

Durch kontinuierliche Entwicklung bleibt Illnau-Effretikon attraktiv für jung bis alt.

verbindend

Gemeinschaftssinn und integrative Projekte fördern den gesellschaftlichen Zusammenhalt.

2.2
CORPORATE DESIGN

Das Design der Stadt prägt die Identität visuell. Ein einheitliches Erscheinungsbild unterstreicht die Professionalität der Stadtverwaltung. Designrichtlinien legen die Verwendung von Logo, Farben, Schriften und Gestaltungselementen fest. Die Gestaltung von gedruckten und digitalen Kommunikationsmitteln mit der Stadt als Absenderin ist vorgängig mit der Abteilung Präsidiales zu klären.

2.3
CORPORATE WORDING

Ein Corporate Wording regelt die Bezeichnungen und Sprache der Stadt Illnau-Effretikon. Das Corporate Wording ist Bestandteil der Gestaltungsrichtlinien.

3
ZIELE DER KOMMUNIKATION

Die Kommunikation der Stadt verfolgt folgende Ziele:

Vertrauen gewinnen und erhalten

Der Stadtrat und die Stadtverwaltung werden als kompetent, offen und integer eingeschätzt. Sie kommunizieren transparent und ehrlich.

Freie Meinungsbildung ermöglichen

Die Dialoggruppen können die Entscheide und das Handeln von Stadtrat und Stadtverwaltung verstehen und nachvollziehen. Sie verfügen über das nötige Wissen, um sich eine eigene Meinung zu bilden.

Dialog und Mitwirkung fördern

Es sind Kommunikationsangebote vorhanden, die einen offenen, transparenten und zeitnahen Dialog sowie einen unkomplizierten Zugang ermöglichen. Die Dialoggruppen nutzen das Angebot und wirken an der Gestaltung der Stadt mit.

Lösungsorientiert kommunizieren

Im Vordergrund der Botschaften stehen Lösungen, nicht Probleme. Die städtischen Angebote, die bei der Lösung unterschiedlichster Fragestellungen unterstützen, sind den Dialoggruppen bekannt.

Identität und Image stärken

Die Art und Weise der Kommunikation hat Einfluss auf die Stadt-Identität. Die Kommunikation und der Auftritt tragen zu einer positiven Wahrnehmung der Stadt bei.

4
KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

4.1
GRUNDSÄTZE DER KOMMUNIKATION

- Aktiv, aktuell, offen, transparent, wahrheitsgetreu und professionell zu kommunizieren ist unser Standard.
- Wir verwenden eine verständliche, geschlechtergerechte Sprache und Kanäle, die auf die Dialoggruppen abgestimmt und möglichst barrierefrei sind.
- Deutsch ist die Amtssprache; bei Bedarf setzen wir auch Englisch oder andere Sprachen ein.
- Wir koordinieren unsere Kommunikation sorgfältig mit den jeweiligen Interessen- und Anspruchsgruppen.

- Intern kommunizieren wir vor extern, Betroffene und Beteiligte informieren wir zuerst.
- Wir halten das Amtsgeheimnis sowie den Informations- und Datenschutz strikt ein und schützen die Persönlichkeit aller Beteiligten.
- Wir nutzen künstliche Intelligenz als Hilfsmittel für unsere Arbeit und deklarieren dies.
- Respektvolles, tolerantes und achtsames Kommunizieren sowie der Dialog mit allen ist uns wichtig.
- Das Gemeinschaftsgefühl stärken wir durch gemeinsame Werte und Massnahmen.

4.2
DIALOGGRUPPEN UND SPEZIFISCHE ZIELE

INTERN

DIALOGGRUPPEN	SPEZIFISCHE KOMMUNIKATIONSZIELE ERGÄNZEND ZU DEN ALLGEMEINEN ZIELEN UNTER KAPITEL 3
STADTVERWALTUNG Mitarbeitende Arbeitsplatz mit/ohne Computer	– sind transparent und aktuell über relevante Themen informiert – verstehen Entscheide von Stadtrat und Führungskräften – erfahren Wertschätzung und sind motiviert, sich einzubringen und mitzuwirken – entwickeln ein Gemeinschaftsgefühl – sind sich bewusst, dass sie mit ihrem Verhalten die Identität und das Image der Stadt mitprägen
Mitglieder der Verwaltungsleitung	– erfahren von Themen, von welchen sie betroffen sind, vor den Mitarbeitenden – vermitteln ihren Teams konsistente Botschaften – informieren den Stadtrat sachlich, stufengerecht und zeitnah
STADTRÄTINNEN UND STADTRÄTE	– sind über Entwicklungen und Entscheide informiert – fördern mit kompetenter und transparenter Kommunikation das Vertrauen – erreichen die Dialoggruppen mit den zentralen Botschaften – kommunizieren vorbildlich
BEHÖRDEN, KOMMISSIONEN UND AUSSCHÜSSE	– pflegen den Austausch mit den Dialoggruppen – informieren die Medien und das Stadtparlament in Absprache mit dem Stadtrat

EXTERN

DIALOGGRUPPEN	SPEZIFISCHE KOMMUNIKATIONSZIELE ERGÄNZEND ZU DEN ALLGEMEINEN ZIELEN UNTER KAPITEL 3
POLITISCHE PARTNERINNEN UND PARTNER Stadtparlament (inkl. Kommissionen) Ortsparteien Baubehörde, Sozialbehörde und Schulpflege Kirchenpflegen Zweckverbände Gemeinden Kantone Bund	– fühlen sich gut und zeitnah informiert – verfügen über einen unkomplizierten Zugang zu Stadtrat und Stadtverwaltung – kennen und verstehen deren Entscheide – schätzen den Dialog und die Zusammenarbeit
BEVÖLKERUNG Einwohnerinnen und Einwohner Menschen, die in der Stadt arbeiten Stimmberechtigte Menschen mit unterschiedlichen sprachlichen und kulturellen Hintergründen	– kennen und verstehen die Entscheide des Stadtrats und der Stadtverwaltung – kennen die Anlaufstellen der Stadtverwaltung und nutzen Dialogangebote – fühlen sich mit dem Wohnort verbunden – nehmen aktiv am politischen Leben teil und engagieren sich in der Gemeinde – fühlen sich willkommen und integriert

DIALOGGRUPPEN	SPEZIFISCHE KOMMUNIKATIONSZIELE ERGÄNZEND ZU DEN ALLGEMEINEN ZIELEN UNTER KAPITEL 3
MEDIEN lokale und regionale überregionale und nationale print/digital	– berichten über die relevanten Themen der Stadt – sind offen für die Anliegen der Stadt und nutzen deren Dialogangebote
WIRTSCHAFT Unternehmen Verbände	– kennen und verstehen die Entscheide des Stadtrats und der Stadtverwaltung – fühlen sich ernst genommen mit ihren Anliegen – kennen die Anlaufstellen der Stadt und nutzen Dialogangebote – sind überzeugt, am passenden Ort angesiedelt zu sein
ORGANISATIONEN Vereine und Interessenverbände Kultur, Sport, Freizeit, Natur, Mobilität etc.	– kennen und verstehen die Entscheide des Stadtrats und der Stadtverwaltung – fühlen sich ernst genommen mit ihren Anliegen – kennen die Angebote und Anlaufstellen der Stadt und nutzen Dialogangebote – erhalten Anerkennung für ihr Engagement
NEUZUZIEHENDE Private Unternehmen/Verbände	– kennen die Vorteile der Stadt – kennen und nutzen die Anlaufstellen
BESUCHERINNEN UND BESUCHER deutschsprachig fremdsprachig	– kennen und nutzen die vielfältigen Freizeitangebote und die schöne Landschaft für Erholung, Ausflüge und Sport
LIEFERANTINNEN/LIEFERANTEN	– schätzen die Stadt als vertrauenswürdige Kundin

4.3
BOTSCHAFTEN

Es gilt der Grundsatz: Einmal ist keinmal. Strategisch wichtige Themen werden wiederkehrend kommuniziert; in Form von sachlichen Botschaften und fortlaufenden Berichten. Für Projekte und einzelne Dialoggruppen werden themenspezifische Botschaften bei Bedarf formuliert.

INTERN

Die Stadtverwaltung ist eine offene, lösungsorientierte, effiziente Dienstleisterin mit hohem Qualitätsanspruch und werteorientierter Führungskultur. Die Stadt ist eine attraktive Arbeitgeberin.

EXTERN

Die Stadt Illnau-Effretikon verbindet Stadt, Land und ihre Menschen, ist verkehrstechnisch gut erschlossen und liegt mitten in der Natur: ein vielfältiger Standort für Wohnen, Arbeiten, Bildung, Freizeit und Kultur.

WIRTSCHAFT

Die Stadt Illnau-Effretikon ist zentral zwischen Winterthur und Zürich gelegen und verfügt über eine ideale Verkehrsanbindung auf Schiene, Strasse und in der Luft. Ringsum bilden Hochschulen und Berufsschulen Fachkräfte aus. Die Stadtverwaltung engagiert sich für die Anliegen einer vielfältigen Wirtschaft.

4.4
KOMMUNIKATIONSKANÄLE

Je nach Zielen, Dialoggruppen und Thema sind geeignete Kanäle zu definieren. Eine integrierte Kommunikation, das heisst die gleichzeitige Nutzung verschiedener Kanäle ist anzustreben, um nachhaltig Wirkung zu erzielen.

4.5
KANÄLE FÜR ALLE DIALOGGRUPPEN INTERN UND EXTERN

EIGENE KANÄLE

Eigene Kanäle werden intensiv für die Kommunikation genutzt. Sie werden entsprechend den Bedürfnissen der Dialoggruppen und der Ziele eingesetzt. Für einzelne Dialoggruppen eignen sich Printmedien nach wie vor, für andere Dialoggruppen haben digitale Medien Vorrang.

WEBSITE

Die Website www.ilef.ch ist der wichtigste Kanal für alle Neuigkeiten, Informationen, Dokumente und Kontakte. Sie dient zudem als Plattform für digitale Dienstleistungen der Stadtverwaltung. Zentrale Botschaften sind schnell auffindbar. Öffentlich klassierte Beschlussdokumente des Stadtrates und der Behörden werden ebenfalls auf der Webseite publiziert. Die Geschäftsunterlagen des Parlamentes sind online verfügbar; die Parlamentssitzungen können als Live-Stream oder Replay mitverfolgt werden.

Die Stadträtinnen und Stadträte publizieren regelmässig persönliche Leitartikel auf der Website.

E-NEWSLETTER

Die Abteilung Präsidiales informiert die Abonnentinnen und Abonnenten des Newsletters kostenlos und regelmässig über das Politgeschehen und weitere Neuigkeiten aus der Stadt.

SOCIAL MEDIA

Ökonomisch sinnvoll ist die Wahl weniger, aktuell von den Dialoggruppen häufig genutzter Plattformen. Es sollen mindestens wöchentlich Kurzbeiträge zu aktuellen Themen aufgeschaltet werden. Diese Beiträge werden mit guten, wenn möglich animierten Bildern und Videos aufgemacht. Links auf die Website dienen der Vertiefung. Wichtig ist, den Dialog auf Social Media täglich zu pflegen und aktiv eine Community aufzubauen. Bei sensiblen Themen muss wegen der Gefahr von lawinenartig auftretender Kritik besonders vorsichtig agiert werden.

PRINTMEDIEN WIE BROSCHÜREN, PLAKATE, FLYER

Drucksachen eignen sich nach wie vor für komplexe Themen, aber auch um Aufmerksamkeit zu gewinnen, zum Beispiel mit Kampagnen oder Sendungen in die Briefkästen der Zielpersonen.

VERANSTALTUNGEN

Öffentliche oder auf eine Dialoggruppe massgeschneiderte Veranstaltungen werden gezielt für komplexe Themen mit Diskussionsbedarf eingesetzt und bieten Gelegenheit zur Mitwirkung.

PERSÖNLICHE KONTAKTE

Für den persönlichen Austausch bieten das Stadtpräsidium, das Schulpräsidium und bei Bedarf auch andere Mitglieder des Stadtrates Sprechstunden für die Bevölkerung an. Termine bei Stadtrat oder Mitarbeitenden können für die Besprechung von Anliegen individuell vereinbart werden. Eine wichtige Auskunftsstelle für die Bevölkerung ist das Stadtbüro. Der Austausch findet überdies via schriftliche Kontakte statt.

JOURNALISTISCHE KANÄLE / MEDIEN

Als journalistische Kanäle gelten Printmedien, digitale Plattformen, Radio und Fernsehen. Für die Medienarbeit gilt der Grundsatz der Gleichbehandlung: Alle Medien werden gleichzeitig informiert. Bei Recherchen durch ein Medium wird Exklusivität gewährt, sofern die Bedeutung der Sache und der Grundsatz der Gleichbehandlung dem nicht entgegenstehen. Veröffentlichen Medien falsche Tatsachen, die schwerwiegend sind, greift die Stadt korrigierend ein. Folgende Mittel werden eingesetzt:

MEDIENMITTEILUNGEN

Für journalistische Kanäle erstellt und verschickt die Stadt Medienmitteilungen über ihren Verteiler an Medien und weitere Dialoggruppen, die besonders von der Thematik betroffen sind. Nebst journalistisch und sachlich verfassten Texten werden Bilder in guter Qualität zur Verfügung gestellt. Die Medienmitteilungen und daraus abgeleitete Formate wie News oder Posts publiziert die Stadt auf allen Kanälen gleichzeitig. Die Medienschaffenden erhalten nach Möglichkeit ein Zeitfenster und Kontakte für Rückfragen, um den Dialog zu fördern.

MEDIENKONFERENZEN UND -GESPRÄCHE

Für komplexe Themen mit Dialogbedarf führt das zuständige Mitglied des Stadtrates Medienkonferenzen durch. Jede Medienkonferenz wird durch eine Medienmitteilung begleitet. Für den informellen Austausch und die Kontaktpflege können auch Mediengespräche stattfinden.

INTERVIEWS

Bei Anfrage durch Medienschaffende können Interviews mit den zuständigen Personen organisiert werden. Will die Stadt ein Thema aktiv bewirtschaften, kann sie den Medien selbst Interviews zu aktuellen Themen anbieten.

BEZAHLTE KANÄLE

Bezahlte Kanäle werden sparsam eingesetzt. Sie werden nur dann genutzt, wenn es die gesetzlichen Vorgaben bedingen oder die gewünschten Dialoggruppen nicht über die eigenen Kanäle und die kostenlose Berichterstattung via Medien erreicht werden können. Bezahlte Kanäle sind zum Beispiel:

AMTLICHE PUBLIKATIONEN

Die amtlichen Publikationen veröffentlicht die Stadt bis Ende September 2025 in der gratis Wochenzeitung «Regio» (R1) Ab dem 1. Oktober 2025 gilt die städtische Webseite als amtliches Publikationsorgan.

PUBLIREPORTAGEN

Wenn die Medien relevante Themen nicht im redaktionellen Teil publizieren wollen, besteht die Möglichkeit, eine bezahlte Publireportage im «Regio» zu platzieren (Stadtseiten).

INSERATE

Mit Inseraten kann auf Veranstaltungen, Kampagnen und andere Themen aufmerksam gemacht werden.

WERBUNG AUF SOCIAL MEDIA UND ANDEREN DIGITALEN NETZWERKEN

Bezahlte Werbung auf diesen Kanälen steht für die Stadt nicht im Vordergrund.

BEZAHLTE EINTRÄGE AUF SUCHMASCHINEN

Die Website wird laufend optimiert, damit sie bei der Suche im Internet weit oben auf der Liste der Suchergebnisse erscheint. Bezahlte Werbung auf Suchmaschinen steht für die Stadt nicht im Vordergrund.

4.6
KANÄLE FÜR DIE INTERNE KOMMUNIKATION

Regelmässige mündliche und schriftliche Informationen sowie Raum für den mündlichen Austausch bilden die Basis der internen Kommunikation. Mitarbeitende ohne Arbeitsplatz am Computer werden soweit möglich auch mündlich oder via Printmedien über wichtige Themen informiert.
Folgende Mittel stehen zur Verfügung:

ALLE INTERNEN DIALOGGRUPPEN

INTRANET «ILEFNET»

ILEFNET berichtet vorwiegend über interne Aktivitäten der Stadt und der Abteilungen, über Personalnachrichten, Veranstaltungen oder wichtige Termine. ILEFNET stellt gleichzeitig konsolidierte Informationen zur Organisation der Stadtverwaltung, übergeordneten Themen und zu Personalprozessen bereit.

INFOWÄNDE

Infowände präsentieren zentrale Informationen für Mitarbeitende, die nicht am Computer arbeiten.

MÜNDLICHE INFORMATION

Regelmässige Informationsveranstaltungen, Verwaltungsleitungssitzungen, Abteilungssitzungen, Teamsitzungen und Workshops dienen der Information und dem persönlichen Austausch.

PERSONALANLÄSSE

Jahresabschlussfeiern, Lehr-/Ausbildungsabschlussfeiern, Jubiläumsfeiern, Abteilungsausflüge, Begrüssungsrunden und Verabschiedungsapéros von Mitarbeitenden stärken das Wir-Gefühl und die persönliche Kontaktpflege.

INFORMELLE BEGEGNUNG

Im Alltag werden Möglichkeiten für den persönlichen, informellen Austausch geschaffen, zum Beispiel während Pausen, über Mittag oder am Feierabend.

ARBEITGEBERIN-MARKE

ILEF

Zur Personalbindung, Steigerung der Arbeitgeberinnen-Attraktivität und Personalrekrutierung (auch externe Kommunikation) werden auf allen Plattformen Themen kommuniziert, die Identität schaffen.

ABTEILUNGSLEITENDE

Die zuständigen Ressortvorstehenden oder die Stadtschreiberin respektive der Stadtschreiber informieren die Abteilungsleitenden aus erster Hand, bei sensiblen Themen stets vor den übrigen Mitarbeitenden. Die Abteilungsleitenden ihrerseits informieren ihre Vorgesetzten zeitnah über wichtige aktuelle Geschäfte. Dies kann mündlich oder schriftlich erfolgen.

BEHÖRDEN, KOMMISSIONEN UND AUSSCHÜSSE

Die Behörden, Kommissionen und Ausschüsse (mit Ausnahme der vorberatenden Kommissionen des Stadtparlamentes, der Schulpflege und der Sozialbehörde) informieren den Stadtrat über die Geschäfte ihres Aufgabenbereichs durch Zustellung der Sitzungsprotokolle.

STADTRÄTINNEN UND STADTRÄTE

Die Mitglieder des Stadtrates informieren sich gegenseitig und aktuell, mündlich und/oder schriftlich über die bedeutenden laufenden Geschäfte in ihrem Ressort. Der Stadtrat versteht sich als Kollegialbehörde, deren Mitglieder die Entscheide des Kollegiums vertreten. Sie wahren das Sitzungsgeheimnis.

4.7
KANÄLE FÜR SPEZIFISCHE DIALOGGRUPPEN EXTERN

POLITISCHE PARTNER

STADTPARLAMENT

Das Stadtparlament als wichtigster politischer Partner erhält seitens des Stadtrates die notwendigen Unterlagen und Informationen gemäss den Festlegungen der Gemeindeordnung und der Geschäftsordnung des Stadtparlamentes. Der Stadtrat pflegt zudem die persönlichen Kontakte zu den Mitgliedern des Stadtparlaments sowie der Kommissionen. Er gibt Auskunft bei Anfragen. Fachliche Auskünfte an Mitglieder des Stadtparlamentes können nach Rücksprache mit dem zuständigen Mitglied des Stadtrates, von der Stadtschreiberin respektive vom Stadtschreiber oder den zuständigen Abteilungsleitenden erteilt werden.

An den Parlamentssitzungen nehmen nach Möglichkeit alle Mitglieder des Stadtrates sowie die Stadtschreiberin oder der Stadtschreiber teil. Der oder die zuständige Ressortvorstehende nimmt bei Bedarf zu den Geschäften Stellung.

KIRCHENPFLEGEN

Einmal pro Amtsdauer oder bei Bedarf findet ein Gedankenaustausch zwischen dem Stadtrat und der Evangelisch-reformierten bzw. Römisch-katholischen Kirchenpflege statt.

GEMEINDEN

Der Stadtrat lädt jährlich oder bei Bedarf die Exekutive einer Nachbargemeinde zu einem Treffen ein. Ziel der Kontakte bildet das Besprechen von gemeinsamen Themen und die Förderung des Informationsaustauschs.

KANTONE UND BUND

Der Stadtrat pflegt persönliche Kontakte mit Netzwerkpartnern von Kantonen und Bund, um die Interessen der Stadt zu vertreten.

SENIORINNEN UND SENIOREN

Zwei Mal pro Jahr werden die Veranstaltungsprogramme der Altersorganisationen und Informationen der Fachstelle Alter per Post allen Einwohnerinnen und Einwohnern ab dem 65. Altersjahr verschickt. Alle zwei Jahre werden Seniorinnen und Senioren vor ihrem 70. Altersjahr zu einer Informationsveranstaltung eingeladen.

Jeweils ein Mitglied des Stadtrats besucht die Einwohnerinnen und Einwohner zu ihrem 80. sowie ab dem 95. Geburtstag.

JUNGE MENSCHEN

Junge Menschen werden mit spezifischen Themen via digitale Plattformen angesprochen, insbesondere Social Media. Dazu werden nach Möglichkeit auch animierte Formate und Videos erstellt.

NEUZUZÜGERINNEN UND NEUZUZÜGER

Für die neu zugezogenen Personen wird jährlich ein Anlass organisiert, zu dem alle in der entsprechenden Zeitperiode Zugezogenen, neu eingetretene Mitarbeitende der Stadtverwaltung sowie die Mitglieder des Stadtparlamentes und des Stadtrates eingeladen werden. An diesem Anlass wird die Stadt näher vorgestellt.

NEUBÜRGERINNEN UND NEUBÜRGER

Für neu eingebürgerte Personen wird ein Apéro ausgerichtet, an welchem Mitglieder des Stadtrates teilnehmen.

WIRTSCHAFT

Der Stadtrat pflegt persönliche Kontakte zu ansässigen Unternehmen und solchen, die sich ansiedeln wollen. Für den Austausch besucht eine Delegation des Stadtrats zusammen mit der Wirtschaftsförderin respektive dem Wirtschaftsförderer jährlich eine Anzahl Unternehmen. Zusätzlich lädt die Stadt mindestens einmal jährlich zu einem Wirtschaftsanlass ein. Auch mit Organisationen des Wirtschaftsnetzwerks tauscht sich der Stadtrat regelmässig aus. Neu angesiedelte grössere Unternehmen werden mit einem Präsent willkommen geheissen.

ORGANISATIONEN

Die Veranstaltungen von Organisationen in den Bereichen Kultur, Sport, Freizeit, Natur etc. publiziert die Stadt auf ihrer Website, im Newsletter und auf weiteren dazu geeigneten digitalen Kanälen. Plakatstellen der Stadt stehen kostenlos für den Aushang von Vereinsplakaten zur Verfügung. Als Würdigung des Engagements besuchen Mitglieder des Stadtrats ausgewählte Veranstaltungen und halten auf Einladung Ansprachen.

5
MASSNAHMENPLANUNG

Die Planung umfasst die regelmässigen und speziellen Kommunikationsmassnahmen der Stadt und der Abteilungen. Sie wird jährlich erarbeitet. Für Projekte werden separate Massnahmenkonzepte erstellt. Sie können mehrere Jahre umfassen. Die Massnahmenplanung beinhaltet auch die Kosten- und Ressourcenplanung. Vorhersehbare Kommunikationsprojekte sind frühzeitig zu planen. Das Budget für die Kommunikation wird im Rahmen des regulären Budgetierungsprozesses festgelegt.

6
ORGANISATION UND KOMPETENZEN

«Kommunikation» ist Bestandteil aller Traktandenlisten, um Themen mit Kommunikationsbedarf zu identifizieren und entsprechende Botschaften und Massnahmen zu entwickeln.

DER STADTRAT –

insbesondere der Stadtpräsident oder die Stadtpräsidentin – repräsentiert die Stadt in der Öffentlichkeit. Er bzw. sie informiert das Stadtparlament, betroffene Anspruchsgruppen, die Mitarbeitenden und die Bevölkerung über Beschlüsse und Geschäfte des Stadtrates und gibt zu politischen Themen Auskunft. Der Stadtrat erlässt die Kommunikationsleitlinien der Stadt. Er ist zudem für die Strategie und Schwerpunkte der Kommunikation verantwortlich.

DIE STADTSCHREIBERIN ODER DER STADTSCHREIBER
BZW. DESSEN STELLVERTRETUNG

ist für die Erarbeitung, die Einhaltung und Erfolgskontrolle der Kommunikationsleitlinien, der Massnahmenplanung und des Corporate Designs verantwortlich. Sie oder er gibt Auskunft zu nicht politischen Themen. Bei Bedarf wird sie oder er durch das Stadtpräsidium, den Stadtrat, die Verwaltungsleitung, autorisierte Fachpersonen oder die Abteilung Präsidiales unterstützt.

DIE ABTEILUNG PRÄSIDIALES

ist für die Umsetzung der Kommunikationsmassnahmen wie das Redigieren, Verfassen und Publizieren von Medienmitteilungen, Text- und Grafikerzeugnissen der Verwaltung, die Organisation von Medienkonferenzen, die Bewirtschaftung der Website, des Intranets sowie die Betreuung der Social Media-Kanäle zuständig (inkl. Kommentar- und Direct-Message-Bearbeitung). Sie bearbeitet zudem weitere ihr zugewiesene Aufgaben. Die Abteilung Präsidiales bringt ihr Fachwissen im Bereich Kommunikation aktiv ein. Ihr kommt hinsichtlich der städtischen Kommunikationsaktivitäten eine zentrale Koordinationsfunktion zu. Sie stellt Hilfsmittel zur Verfügung und verantwortet die operative Umsetzung der Kommunikationsaktivitäten und des Corporate Designs.

DAS STADTBÜRO

ist die Anlaufstelle für die Fragen und Anliegen der Bevölkerung. Es gibt Auskunft zu allgemeinen Themen und Angeboten der Stadt.

DIE ABTEILUNGS- UND (STAB-)BEREICHSLEITUNGEN

sind für die Kommunikation innerhalb ihrer Abteilung und Zuständigkeitsbereiche sowie für den Informationsfluss zum Stadtrat verantwortlich.

DIE GRUPPE KOMMUNIKATION

besteht aus einer delegierten Person pro Abteilung und trifft sich unter Leitung der Abteilung Präsidiales mehrmals pro Jahr zur Besprechung aktueller Themen und Anlässe.

DIE MITARBEITENDEN

unterstützen die Abteilung Präsidiales bei der Aufarbeitung von Themen.

7
KOMMUNIKATION IN AUSSERORDENTLICHEN LAGEN

Diese Organisation und Kompetenzen gelten grundsätzlich auch bei grösseren Ereignissen, Krisen- oder Notfallsituationen. Das Ressort Präsidiales ist die Drehscheibe für alle Aktivitäten. Es ist sicherzustellen, dass Informationen koordiniert, überprüft, aktiv, zeitgerecht und effektiv an die jeweils zu definierenden Dialoggruppen gelangen und ein Kontakt für Rückfragen und Gespräche bestimmt ist.

8
ERFOLGSKONTROLLE

Die Stadtschreiberin oder der Stadtschreiber überprüft mit geeigneten Mitteln und bei Bedarf auch mit externer Unterstützung, ob die Kommunikationsziele erreicht werden und was verbessert werden kann. Dazu werden Rückmeldungen von den Dialoggruppen eingeholt sowie die Nutzung der Website und der Social-Media-Plattformen qualitativ und quantitativ beurteilt.

9
SCHULUNG UND ENTWICKLUNG

Um die Kommunikationsaufgaben kompetent wahrnehmen zu können, bilden sich die Mitglieder des Stadtrates und der Verwaltungsleitung sowie die mit Kommunikationsaufgaben betrauten Personen nach Bedarf weiter. Die Mitarbeitenden werden regelmässig zu Themen wie Social Media, KI oder interkulturelle Kommunikation geschult, um die Kommunikation mit allen Dialoggruppen angemessen und respektvoll zu gestalten.

Die Kommunikationsleitlinien treten gemäss Beschluss des Stadtrates vom 3. April 2025 am 1. Mai 2025 in Kraft (SRB-Nr. 2024-67).