

BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735
BESCHLUSS-NR. 2026-182
IDG-STATUS öffentlich

SIGNATUR **00** **Führung**
00.05 **Stadtparlament (Legislative)**
00.05.08 **Parlamentarische Vorstösse**

BETRIFFT **Interpellation Dominik Mühlebach, SP, Tamara Kuhn, SVP, und Mitunterzeichnende, betreffend städtische Kommunikation gegenüber jungen Menschen; Beantwortung des Vorstosses; Verabschiedung der Antwort zu Händen des Stadtparlamentes**

VORSTOSS

Dominik Mühlebach, SP, Mitglied des Stadtparlamentes und Tamara Kuhn, SVP, Mitglied des Stadtparlamentes, und Mitunterzeichnende, reichen mit Schreiben vom 19. April 2026 nachfolgende Interpellation bei der Geschäftsleitung des Stadtparlamentes (STAPA-Geschäft-Nr. 2026/136) ein:

AUSGANGSLAGE

Gegenwärtig nutzt die Stadt Illnau-Effretikon verschiedene Kommunikationskanäle wie die Website, den E-Newsletter, Social Media, Printmedien (Broschüren, Plakate, Flyer), öffentliche Veranstaltungen sowie den persönlichen Austausch. Im Bereich Social Media ist die Stadt auf X (ehem. Twitter), Facebook, LinkedIn und YouTube präsent. Der offizielle Instagram-Account der Stadt Illnau-Effretikon besteht zwar seit dem Jahr 2022. Allerdings wurde dieser nie aktiv bewirtschaftet. Über einen TikTok-Account verfügt die Stadt nicht. Folglich werden vorwiegend Kommunikationskanäle genutzt, die junge Menschen nur eingeschränkt erreichen.

Den Interpellant*innen ist es ein Anliegen, dass alle Generationen Zugang zu städtischen Informationen haben. Denn eine funktionierende Demokratie ist auf gut informierte Bürger*innen angewiesen. Gerade in Zeiten von Desinformationskampagnen ist es besonders wichtig, dass die Bevölkerung auf eine sachliche und politisch neutrale Berichterstattung der Stadt zurückgreifen kann. Auf diese Weise bleiben die Illnau-Effretiker*innen verlässlich über das Gemeindegeschehen informiert. Das stärkt die Partizipation und den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Zudem wird dadurch auch die Sichtbarkeit von Menschen, lokalen Unternehmen, Vereinen und Veranstaltungen erhöht.

Nach Ansicht der Interpellant*innen besteht dringender Handlungsbedarf, die städtische Kommunikation stärker auf junge Menschen auszurichten. Zahlreiche vergleichbare Gemeinden im Zürcher Oberland wie Fehraltorf, Pfäffikon ZH, Wetzikon, Uster, Dübendorf, Rüti, Bubikon und Wolfhausen sowie Dürnten erreichen die Bevölkerung auf Instagram. Einzelne Gemeinden im Kanton Zürich setzen sogar auf eine TikTok-Präsenz oder erarbeiten dafür gerade neue Konzepte. Exemplarisch zeigt der Vergleich mit anderen Gemeinden, dass die städtische Kommunikation den Mediennutzungsgewohnheiten junger Menschen derzeit nicht ausreichend Rechnung trägt. Deshalb sind ressourcenschonende Lösungen gefragt.



BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735

BESCHLUSS-NR. 2026-182

Selbst die Kommunikationsleitlinien der Stadt Illnau-Effretikon vom 1. Mai 2025 anerkennen einen Optimierungsbedarf. Demgemäss werden junge Menschen mit spezifischen Themen via digitale Plattformen angesprochen, insbesondere Social Media. Dazu werden nach Möglichkeit auch animierte Formate und Videos erstellt.¹ Sodann hatte der Stadtrat die zusätzliche Bespielung eines Instagram-Accounts vor knapp einem Jahr angekündigt.² Deshalb würden es die Vorstossurhebenden und Mitunterzeichnenden begrüssen, wenn der Stadtrat seinen eigenen Vorgaben in absehbarer Zeit nachkommen würde.

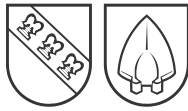
Vor diesem Hintergrund bitten wir den Stadtrat um die schriftliche Beantwortung folgender Fragen:

1. Wie beurteilt der Stadtrat zum aktuellen Zeitpunkt die städtische Kommunikation gegenüber jungen Menschen? Welche Kommunikationskanäle nutzt die Stadt bereits heute, um diese Zielgruppe zu erreichen? Besteht aus Sicht des Stadtrats auch (weiterhin) Handlungsbedarf?
2. Aus welchen Gründen verfügt die Stadt Illnau-Effretikon seit dem Jahr 2022 über einen offiziellen Instagram-Account, der seither inaktiv ist?
3. Welche konkreten Schritte hat der Stadtrat seit der Ankündigung zur zusätzlichen Bewirtschaftung eines Instagram-Accounts unternommen? Bis wann ist mit einer vollständigen Umsetzung gemäss den eigenen Kommunikationsleitlinien zu rechnen?
4. Warum verzichtet der Stadtrat auf eine Präsenz auf TikTok? Wie hoch wären der personelle und finanzielle Mehraufwand eines solchen Kommunikationskanals? Könnte dieser Mehraufwand durch eine Verknüpfung von Inhalten zwischen Instagram und TikTok vermieden oder zumindest stark reduziert werden?
5. Welche weiteren Kommunikationskanäle sieht der Stadtrat vor, um städtische Informationen jungen Menschen zugänglich zu machen?
6. Mit welchen Mitteln gedenkt der Stadtrat, den Dialog zwischen der Stadt und jungen Menschen in Zukunft voranzutreiben?
7. Mit welchen konkreten Massnahmen stellt der Stadtrat sicher, dass städtische Informationen adressatengerecht aufbereitet und an den Nutzungsbedürfnissen junger Menschen ausgerichtet werden?
8. Pflegt die Stadt einen Austausch mit vergleichbaren Gemeinden in Bezug auf die städtische Kommunikation (gegenüber jungen Menschen)? Wenn nicht, würde die Stadt künftig einen solchen Austausch in Betracht ziehen?

Herzlichen Dank für die Beantwortung der Fragen.

¹ Kommunikationsleitlinien, Stadt Illnau-Effretikon, S. 14.

² Vgl. Beschluss-Nr. 2025-68, S. 8.



BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735

BESCHLUSS-NR. 2026-182

URHEBER: Dominik Mühlebach, SP, Mitglied des Stadtparlamentes und Tamara Kuhn, SVP, Mitglied des Stadtparlamentes

MITUNTERZEICHNENDE: Leonie Antweiler, SP, Mitglied des Stadtparlamentes
Silja Benker, Grüne, Mitglied des Stadtparlamentes
Kajsa Bornhauser, GLP, Mitglied des Stadtparlamentes
Melanie Haas, Mitte, Mitglied des Stadtparlamentes
Luc Jacquat, SVP, Mitglied des Stadtparlamentes
Lukas Morf, FDP, Mitglied des Stadtparlamentes

EINGANG GESCHÄFTSLEITUNG: 20.04.2026

FRIST: 20.08.2026

DER STADTRAT ILLNAU-EFFRETIKON

ANTWORTET WIE FOLGT:

ZUR FRAGE 1:

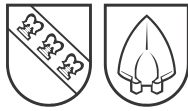
Wie beurteilt der Stadtrat zum aktuellen Zeitpunkt die städtische Kommunikation gegenüber jungen Menschen? Welche Kommunikationskanäle nutzt die Stadt bereits heute, um diese Zielgruppe zu erreichen? Besteht aus Sicht des Stadtrats auch (weiterhin) Handlungsbedarf?

Im Allgemeinen beurteilt der Stadtrat die städtische Kommunikation im Abgleich mit Gemeinden und Städten ähnlicher Grösse und Struktur als gut.

Die über sämtliche Themenbereiche verbreitete Kommunikation richtet sich gegenwärtig allerdings eher an einem Publikum durchschnittlichen Alters aus, bei welchem spezifisch die Gruppe «Junge Menschen» nicht zentral im Fokus steht. Diesbezüglich erschliesst sich aus Sicht des Stadtrates Erweiterungs- bzw. Optimierungspotenzial, auch junge Menschen vor allem über die digitalen Plattformen zu erreichen.

Der Stadtrat hat sich diesen Auftrag selbst mit den per 1. Mai 2025 in Kraft gesetzten Kommunikationsleitlinien auferlegt. Deren Umsetzung befindet sich im rollenden Prozess. Handlungsbedarf verortet der Stadtrat in der verstärkten Nutzung der Plattformen «Instagram» und «LinkedIn». Eine Präsenz auf «TikTok» erachtet der Stadtrat aktuell und unter den gegebenen Umständen als nicht angezeigt (siehe dazu auch Ausführungen zur Frage 4).

Im Themenfeld der Jugendarbeit kommuniziert vor allem der Bereich Soziokultur über spezifische Angebote und Themen, die mehrheitlich Jugendliche bzw. Teenager betreffen.



BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735

BESCHLUSS-NR. 2026-182

ZUR FRAGE 2:

Aus welchen Gründen verfügt die Stadt Illnau-Effretikon seit dem Jahr 2022 über einen offiziellen Instagram-Account, der seither inaktiv ist?

Die Stadt richtete den Account damals zur Sicherung der «Domain» bzw. des Profilnamens ein; im Wissen und der Absicht, dass jener Kanal dereinst ebenso für die städtische Kommunikation eingesetzt werden sollte. Zum Betrieb fehlten in den Vorjahren allerdings personelle Ressourcen bzw. die als Grundlage dienenden mittlerweile nun in Kraft gesetzten Kommunikationsleitlinien (KOM-LTL; IE 100.03.01.01).

Aufgrund veränderter technischer Gegebenheiten (neue IT-Infrastruktur, neue Zugriffsgeräte und veränderte IP-Adressen) liess sich der Zugriff auf den zunächst nicht mehr verwendeten und inaktiven Account mit allen verfügbaren Massnahmen nicht wiederherstellen, so dass unglücklicherweise nichts anderes übrigblieb, als ein neues Konto zu eröffnen. Der Stadtrat bedauert dies.

ZUR FRAGE 3:

Welche konkreten Schritte hat der Stadtrat seit der Ankündigung zur zusätzlichen Bewirtschaftung eines Instagram-Accounts unternommen? Bis wann ist mit einer vollständigen Umsetzung gemäss den eigenen Kommunikationsleitlinien zu rechnen?

Zum Instagram-Account:

Die Aktivitäten auf dem «Instagram»-Account wurden diesen Sommer aufgenommen und sollen in den nächsten Monaten laufend ausgebaut werden. Eine Reorganisation der Abteilung Präsidiales soll dafür die notwendigen Ressourcen schaffen bzw. bereitstellen.

Zur Umsetzung der Kommunikationsleitlinien:

Grundsätzlich umfasst der Themenbereich der Kommunikation eine fortwährende Auseinandersetzung mit Weiterentwicklungen, Erreichbarkeit der Zielgruppen, Qualität der Inhalte, Monitoring, etc.

Die Leitlinien werden also nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt «x» umgesetzt sein, sondern regelmässig auf ihre Umsetzung und Weiterentwicklung evaluiert.

Mit Ausnahme der verstärkten Nutzung neuer Plattformen (und damit verbunden die Kommunikation mit der jüngeren Bevölkerung) erachtet der Stadtrat die Kommunikationsleitlinien im Grundsatz als eingehalten. Davon auszuklammern sind Massnahmen, die aus Kostengründen noch nicht weiter vertieft wurden; beispielsweise die digitalen Einrichtungen (Displays/LED-Wände) zur niederschweligen Kommunikation an den wichtigen Verkehrsachsen, Plätzen etc.

ZUR FRAGE 4:

Warum verzichtet der Stadtrat auf eine Präsenz auf TikTok? Wie hoch wären der personelle und finanzielle Mehraufwand eines solchen Kommunikationskanals? Könnte dieser Mehraufwand durch eine Verknüpfung von Inhalten zwischen Instagram und TikTok vermieden oder zumindest stark reduziert werden?

Der Stadtrat schliesst eine Präsenz auf besagter Plattform nach Stand der Erkenntnisse tatsächlich aus; er will sie nicht als offiziellen Kommunikationskanal einsetzen. Ausschlaggebend dabei ist primär nicht die Frage, ob sich über «TikTok» hohe Reichweiten, insbesondere bei Jugendlichen, erzielen lassen, sondern ob die Nutzung der Plattform mit der besonderen Verantwortung einer öffentlichen Institution, wie es die Stadt Illnau-Effretikon ist, vereinbar ist.



BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735

BESCHLUSS-NR. 2026-182

Die Sendung «Kassensturz» des Schweizer Radio und Fernsehens SRF zeigte im Juni 2026 in einem Beitrag³ auf, wie stark «TikTok» darauf ausgelegt ist, Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange auf der Plattform zu halten. Die beigezogene Neurowissenschaftlerin beschrieb dabei einen Mechanismus, bei dem laufend neue Reize das Belohnungssystem aktivieren. Besonders Kinder und Jugendliche seien dafür anfällig. Bereits eine frühere «Kassensturz»-Recherche verwies auf rund 300'000 Kinder und Jugendliche in der Schweiz mit problematischer Social-Media-Nutzung.

Aus Sicht des Stadtrates sollte eine öffentliche Verwaltung ein solches Geschäfts- und Nutzungsmodell nicht zusätzlich legitimieren. Die Bevölkerung sollte nicht aktiv auf eine Plattform geführt werden, deren Mechanismen gleichzeitig Gegenstand von Präventionsbemühungen sind. Dem Stadtrat ist bewusst, dass auch andere Plattformen mit ihren Algorithmen gewisses Suchtpotenzial aufweisen und generieren können, TikTok steht aber bezüglich der fragwürdigen Programmierung besonders im Fokus bei der Schädigung der psychischen Gesundheit von Jugendlichen.

Besonders problematisch scheint dabei das Ergebnis des durch den «Kassensturz» aufgegriffenen Experimentes: Für ein Profil einer 13-jährigen Person wurden trotz aktivierter Schutzmechanismen innerhalb kurzer Zeit Inhalte zu Drogen und Waffen angezeigt. Bei einer Suche nach «Islam» führte der Algorithmus nach wenigen Scroll-Bewegungen bis zu dschihadistischen Inhalten. TikTok gibt gleichzeitig an, innerhalb von nur drei Monaten mehr als 200 Millionen Videos wegen Regelverstössen entfernt zu haben.

Für eine Stadt, die selbst Aufgaben in den Bereichen Jugend, Bildung, Prävention und gesellschaftliche Integration wahrnimmt, entsteht damit ein schwer auflösbarer Widerspruch: Einerseits soll sie Jugendliche vor problematischen digitalen Einflüssen schützen, andererseits würde sie mit einem eigenen TikTok-Auftritt genau diese Zielgruppe zur Nutzung der Plattform animieren.

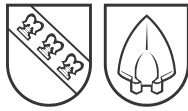
Für eine Behörde gelten andere Massstäbe als für Unternehmen, Influencer oder Medien. Ein offizieller TikTok-Kanal vermittelt nicht bloss Informationen, sondern verleiht der Plattform indirekt institutionelle Legitimität, getreu dem Gedanken: «Wenn die Stadt dort präsent ist, kann die Plattform so problematisch nicht sein.»

Gerade angesichts der dokumentierten Risiken scheint diese Signalwirkung umso kritischer. Die Frage lautet deshalb nicht nur: «Erreicht die Stadt auf TikTok eine spezifische Zielgruppe umso effektiver?», sondern ebenso: «Soll die Stadt als öffentliche Institution dazu beitragen, dass die Zielgruppen TikTok nutzen?»

Hinzu gesellen sich grundsätzliche Datenschutz- und Sicherheitsfragen. SRF hat bereits früher aufgezeigt, welche weitreichenden technischen Möglichkeiten TikTok über seinen In-App-Browser besitzt. International bestehen zudem seit Jahren Bedenken hinsichtlich Datenschutz, Manipulation und möglicher Einflussnahme; TikTok weist entsprechende Vorwürfe zurück und hat unter anderem mit «Project Clover» zusätzliche Schutzmassnahmen für europäische Nutzerdaten angekündigt.

Behördliche Information darf nicht davon abhängig sein, dass Einwohnerinnen und Einwohner eine kommerzielle Plattform nutzen, deren Geschäftsmodell auf Profilbildung, algorithmischer Personalisierung und maximaler Nutzungsdauer beruht.

³ Schweizer Radio und Fernsehen SRF, «Kassensturz», Sendung vom 9. Juni 2026, Beitrag: [«Toxische Inhalte fluten Tiktok»](#).



BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735

BESCHLUSS-NR. 2026-182

Die mögliche zusätzliche Reichweite von TikTok wiegt die institutionellen Risiken nicht auf. Die Stadt Illnau-Effretikon würde mit einem eigenen Auftritt nicht nur einen weiteren Kommunikationskanal eröffnen, sondern gleichzeitig eine Plattform legitimieren und fördern, deren Suchtmechanismen, mangelhafter Jugendschutz und Datenschutzrisiken öffentlich dokumentiert sind.

In dieselbe Fragestellung einzureihen ist im Übrigen die weitere Nutzung von «X». Die Stadt trat dem vormaligen Kanal, damals noch «twitter» bereits im April 2011 bei. Beim umstrittenen Eignerwechsel entschied sie sich, einstweilen auf der Plattform zu bleiben und die Entwicklung der Situation zu beobachten. Wenn sich die Ausgangslage zwar ähnlich, aber doch bezüglich Verbreitungsart und Zielgruppen als verschieden erweist, so hat sich der Stadtrat einstweilen mit Erlass der Kommunikationsleitlinien dafür entschieden, «X» weiterhin zu nutzen. Die Nutzung generiert keinen Mehraufwand.

Fazit:

Der Stadtrat stellt einen Widerspruch zwischen Präventionsauftrag und Kommunikationsstrategie fest und vermag ihn nicht aufzulösen. Eine öffentliche Institution kann seiner Meinung nach schwer glaubwürdig Medienkompetenz und Jugendschutz fördern und gleichzeitig Jugendliche über eigene Inhalte dazu bringen, mehr Zeit auf TikTok zu verbringen. Der Stadtrat setzt hier einen höheren Massstab an als kommerzielle Kommunikationsakteure. Der Verzicht zur Nutzung von TikTok ist seines Erachtens nicht Ausdruck mangelnder digitaler Offenheit, sondern einer bewussten Wahrnehmung seiner öffentlichen Verantwortung.

Bei der Verbreitung von Videomaterial über «Tik Tok» und Instagram könnten wohl Synergien genutzt werden, wenn die Plattformen - ungleich zwischen «Facebook» und «Instagram» - auch nicht direkt miteinander verbunden sind. Da der Stadtrat die Nutzung von «Tik Tok» ausschliesst, geht er nicht weiter auf hypothetische Ressourcenschätzungen ein.

ZUR FRAGE 5:

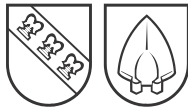
Welche weiteren Kommunikationskanäle sieht der Stadtrat vor, um städtische Informationen jungen Menschen zugänglich zu machen?

Der Stadtrat setzt nebst den bestehenden Medien und Kanälen auf die verstärkte Nutzung von Instagram und LinkedIn, vgl. dazu auch die Ausführungen zu Frage 6.

ZUR FRAGE 6:

Mit welchen Mitteln gedenkt der Stadtrat, den Dialog zwischen der Stadt und jungen Menschen in Zukunft voranzutreiben?

Der Stadtrat anerkennt, dass bei der Kommunikation mit jungen Menschen Aufholbedarf besteht. Er will diese Zielgruppe künftig verstärkt und zielgruppengerechter ansprechen. Dabei soll insbesondere «Instagram» stärker genutzt werden. Gleichzeitig ist dem Stadtrat wichtig, Jugendkommunikation nicht isoliert zu betrachten: Behördenkommunikation richtet sich grundsätzlich an die Gesamtbevölkerung. Die Wahl der Kommunikationskanäle muss deshalb unterschiedlichen Zielgruppen und Nutzungsgewohnheiten Rechnung tragen.



BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735

BESCHLUSS-NR. 2026-182

In diesem Zusammenhang sind die Ergebnisse der 2026 publizierten «Gemeindestudie Social Media»⁴ von Gromann Partner aufschlussreich. Die Vollerhebung sämtlicher 2'121 Schweizer Städte und Gemeinden untersucht deren Nutzung von «Facebook», «Instagram», «LinkedIn», «YouTube» und «TikTok». Der Anteil der Gemeinden mit mindestens einem Social-Media-Auftritt ist von knapp 30 % im Jahr 2024 über rund 36 % im Jahr 2025 auf 49,8 % im Jahr 2026 gestiegen. Social Media entwickelt sich damit zunehmend zu einem regulären Bestandteil der Behördenkommunikation, was die Stadt Illnau-Effretikon bereits mit früher Nutzung einzelner Plattformen erkannt hatte.

Die Stadt nutzte bislang «Facebook» und «X» als primäre Social-Media-Plattformen, «LinkedIn» für Wirtschafts- und Employer-Branding-Themen sowie «YouTube» zur Distribution videobasierter Inhalte. Gerade für kommunale Informationen – etwa zu Veranstaltungen, Abstimmungen, Dienstleistungen, politischen Beschlüssen oder kurzfristigen Hinweisen – stellt die bestehende und etablierte Facebook-Community einen relevanten Distributionskanal dar. Die nationale Gemeindestudie bestätigt denn auch, dass Facebook innerhalb des Kanalmixes weiterhin der am stärksten verbreitete Social-Media-Kanal der Schweizer Gemeinden ist.

Entscheidend ist aus Sicht des Stadtrates deshalb nicht, ob eine Plattform als «jung» oder «alt» gilt, sondern welche Bevölkerungs- und Zielgruppen damit tatsächlich erreicht werden können. «Instagram» eignet sich stärker für visuelle Kommunikation und tendenziell jüngere Zielgruppen, während «Facebook» Zugang zu einer anderen Alters- und Nutzerstruktur sowie zu einer bereits etablierten Community bietet. Die beiden Plattformen erfüllen damit unterschiedliche Funktionen und können sich sinnvoll ergänzen. Der Stadtrat beabsichtigt deshalb, Instagram künftig verstärkt in die städtische Kommunikation einzubeziehen.

Aus der zunehmenden Bedeutung sozialer Medien folgt hingegen nicht, dass eine Stadtverwaltung auf jeder neu oder verstärkt genutzten Plattform präsent sein muss. Bei der Wahl zusätzlicher Kanäle sind neben der tatsächlichen Reichweite in der eigenen Bevölkerung insbesondere Zielgruppen, personelle und finanzielle Ressourcen, Datenschutz, Reputationsrisiken sowie die grundsätzliche Eignung einer Plattform für die Behördenkommunikation zu berücksichtigen. Dass derzeit lediglich rund 2 % der Schweizer Gemeinden TikTok nutzen, während Facebook weiterhin an erster Stelle steht, verdeutlicht, dass eine zeitgemässe Social-Media-Präsenz nicht mit einer Präsenz auf TikTok gleichgesetzt werden kann.

Social Media bildet dabei nur einen Teil des Dialogs zwischen der Stadt und jungen Menschen. Der Stadtrat beobachtet die Weiter- und Neuentwicklung von Instrumenten, Plattformen und Beteiligungsformen und wird im Rahmen der Evaluation der Kommunikationsleitlinien prüfen, mit welchen digitalen und analogen Gefässen junge Menschen künftig besser erreicht bzw. verstärkt in den Austausch mit der Stadt einbezogen werden können.

ZUR FRAGE 7:

Mit welchen konkreten Massnahmen stellt der Stadtrat sicher, dass städtische Informationen adressatengerecht aufbereitet und an den Nutzungsbedürfnissen junger Menschen ausgerichtet werden?

Siehe dazu die Antworten zu Fragen 5 und 6.

⁴ Gromann Partner; «Die Schweizer Gemeinden auf Social Media», Nationale Studie 2026, beziehbar unter <https://gromann.ch/publikationen/gemeindestudie-2026/>



BESCHLUSS

VOM 20. AUGUST 2026

GESCH.-NR. 2026-0735

BESCHLUSS-NR. 2026-182

ZUR FRAGE 8:

Pflegt die Stadt einen Austausch mit vergleichbaren Gemeinden in Bezug auf die städtische Kommunikation (gegenüber jungen Menschen)? Wenn nicht, würde die Stadt künftig einen solchen Austausch in Betracht ziehen?

Nein. Die Stadt pflegt keinen spezifischen Austausch bzw. nutzt kein institutionalisiertes Gefäss in diesem Kontext. Sie verfolgt aber die «Landschaft» unter vergleichbaren Gemeinden und Städten in Bezug auf die Kommunikation im Allgemeinen, auf einzelne Kommunikationsmassnahmen und die eingesetzten Kanäle und Mittel; so wie sie dies im Übrigen auch bei privatwirtschaftlichen Unternehmen und auch mit Blick auf allgemeine Neuerungen oder Entwicklungen tut.

Die Stadt erachtet einen institutionalisierten Austausch in diesem Bereich als wenig effektiv. Denkbar (und auch schon erfolgt) sind allerdings bilaterale situationsbedingte- bzw. fallweise Kontaktaufnahme (beispielsweise Erfahrungsaustausch zu einem spezifischen Tool oder einer Kampagne, etc.).

DER STADTRAT ILLNAU-EFFRETIKON

AUF ANTRAG DES RESSORTS PRÄSIDIALES

BESCHLIESST:

1. Die vorstehende Antwort wird zu Händen des Stadtparlamentes verabschiedet.
2. Als zuständiger Referent für allfällige Auskünfte wird Stadtpräsident Marco Nuzzi bezeichnet.
3. Mitteilung durch Protokollauszug an:
 - a. Abteilung Präsidiales, Parlamentsdienst (zur Weiterleitung an das Stadtparlament)
 - b. Abteilung Präsidiales

Stadtrat Illnau-Effretikon

Marco Nuzzi
Stadtpräsident

Marco Steiner
Stadtschreiber-Stv.

Versandt am: 24.08.2026