

Stuttgart, 22.06.2023

## Klima-Kommunikation

### Mitteilungsvorlage zum Haushaltsplan 2024/2025

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Ausschuss für Klima und Umwelt	Einbringung	öffentlich	07.07.2023

#### Bericht

Mit GRDrs 397/2022 beschloss der Gemeinderat am 27. Juli 2022 auf Basis der Studie „Net-zero Stuttgart“ (Klima-Fahrplan) die Klimaneutralität 2035 und beauftragte die Verwaltung mit der Umsetzung. Um das Ziel zu erreichen, müssen nach dem Klima-Fahrplan 13 Kern-Maßnahmenpakete, 4 Zusatz-Maßnahmen und flankierende Kern-Voraussetzungen umgesetzt werden, die sektorenübergreifend für den Erfolg ausschlaggebend sind. Ein wesentlicher Teil der Umsetzungsstrategie sind die beiden Kern-Voraussetzungen „Kommunikation der Klimaziele und -maßnahmen in die Bevölkerung“ und „Einbindung von Stadtgesellschaft und Unternehmen“. Die hier dargestellten Maßnahmen zahlen insbesondere auf diese Kern-Voraussetzungen ein. Die hier aufgeführten Personalstellen und Budgets sind daher ebenfalls in der Mantelvorlage GRDrs. 637/2023 „Klimaschutz-Programm“ enthalten.

#### Kommunale Klima-Kommunikation bei der Landeshauptstadt Stuttgart

Mit dem Aktionsprogramm Klimaschutz (GRDrs 975/2019) wurde die Konzeption, Planung und Umsetzung einer Kommunikationskampagne zum Klimaschutz beschlossen. Seitdem konnte eine reichweitenstarke Klima-Kommunikation für die Landeshauptstadt Stuttgart aufgebaut werden. Im Rahmen der projekt- und themenorientierten Klima-Kommunikation sorgten passgenaue Vernetzungs- und Aktivierungsmaßnahmen für eine zielgruppenorientierte Ansprache.

Durch das Klimaziel 2035 und der damit einhergehenden Maßnahmen vervielfachen sich Kommunikationsinhalte und -anlässe im Bereich Klimaschutz. Durch die Bearbeitung neuer Themenfelder durch die Verwaltung (z. B. klimafreundliche Ernährung oder Kreislaufwirtschaft, siehe Stellenschaffungen im Doppel-Haushalt 2022/2023), entstehen vielfältige Inhalte für die Klima-Kommunikation der LHS. Die Aufgaben der im Aktionsprogramm Klimaschutz (GRDrs 975/2019) geschaffenen Stelle (KW-Vermerk 01/2025) wur-

den zur Umsetzung der Kern-Voraussetzungen im Klima-Fahrplan über die reine Konzeption und Durchführung einer Klima-Kampagne hinaus erweitert und beinhaltet unter anderem:

- Strategie, Konzeption und Evaluation von Maßnahmen und Projekten im Bereich Klima-Kommunikation, -Partizipation, -Netzwerk und -Aktivierung
- Aufzeigen von zielgruppenspezifischen Möglichkeiten zum konkreten Handeln für die Stuttgarter Bürgerschaft, verbunden mit einem motivierenden Mehrwert (Informieren, Sensibilisieren, Mobilisieren).
- Vernetzung von lokalen Akteuren und Multiplikatoren, Bürgerinnen und Bürgern, Unternehmen und Vereinen zum Thema Klimaschutz- und Klimaanpassung sowie Konzipierung und Umsetzung von Partnerprojekten.
- Kommunikation des Klimaziels 2035 und der Maßnahmen des Klimafahrplans in die Stadtgesellschaft mit der Vision einer lebenswerten Zukunftsstadt.
- Konzipierung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen für Klimathemen der LHS (Stuttgarter Klima-Innovationsfonds, Ernährung, Kreislaufwirtschaft, Partizipation im Bereich Klimaschutz- und Klimaanpassung, Fördermittel etc.). Diese Themen laufen über das Jahr 2024 hinaus und es bedarf einer entsprechenden Kommunikation.
- Sichtbarkeit für die kommunale Klimaschutzarbeit durch Kommunikation zu Klimaschutz-Projekten und -Maßnahmen der LHS.
- Konzipierung und Umsetzung von Beteiligungsformaten für die Stuttgarter Bürgerschaft und damit einhergehend die Steigerung des Selbstwirksamkeitsempfindens der Bürgerschaft.

### **Stuttgarter Klima-Kampagne #jetztklimachen**

Die mit dem Marketing For Future Award ausgezeichnete Kampagne konnte zwischen März 2021 und Februar 2022 circa 80 Millionen Sichtkontakte im öffentlichen Raum und eine organische Reichweite von 2,7 Millionen Sichtkontakten auf Social Media verzeichnen. Gemeinsam mit zahlreichen thematischen Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft, Verwaltung, Kultur, Sport, Zivilgesellschaft, Handel und Gastronomie ruft die Kampagne alle Bürgerinnen und Bürger zum Mitmachen auf. Sie setzt auf den Community-Gedanken und bezieht die Stadtgesellschaft aktiv mit ein. So entstehen Impulse und Vorbilder, die zum Mitmachen anregen.

Die Kampagnenwebsite <https://jetztklimachen.de> bietet Informationen zu klimarelevanten Themenbereichen, wie beispielsweise Mobilität, Wohnen, Ernährung und Klimaanpassung und beinhaltet interaktive Elemente.

### **Zielgruppenspezifische Kommunikationsmaßnahmen und Vernetzung**

Neben der Stuttgarter Klimaschutz-Kampagne #jetztklimachen existieren mittlerweile weitere zielgruppenspezifische Klima-Kommunikationsmaßnahmen, wie beispielsweise die Newsletter „Gebäudemodernisierung“ (11.500 Abonnenten), „Mobil in Stuttgart“ (9.500 Abonnenten) und „Klima konkret“ (1.000 Abonnenten), verschiedene Veranstaltungsformate (u. a. Innovators Wednesday, Plant Based Economy, Circular Forward in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung der Stadt Stuttgart) sowie Social Media Kommunikation, die beispielsweise über LinkedIn mit ca. 5 Fach-Beiträgen pro Woche über 1.000.000 Impressionen pro Jahr erreicht.

Die Bündelung der Klima-Kommunikation mit der Kommunikation zum Stuttgarter Klima-Innovationsfonds hebt Synergien und beschert anschauliche lösungsorientierte Inhalte.

Eine Kommunikation nah an der Zielgruppe mit erkennbarem Mehrwert ermöglichen zu dem beispielsweise Projekte im Bereich Kreislaufwirtschaft und klimafreundliche Ernährung.

### **Weiterentwicklung bestehender sowie Schaffung neuer Formate**

Die ausgezeichnete und etablierte Klima-Kampagne #jetztklimachen soll in den Jahren 2024 und 2025 fortgeführt werden – nicht als abstrakte Image-Kampagne, sondern konkret, zielgruppen- und projektorientiert sowie mit Nähe zur praktischen Umsetzung von Klimaschutz-Maßnahmen. Des Weiteren sollen zielgruppenspezifische Kommunikations- und Aktivierungsmaßnahmen, wie z. B. die Newsletter, fortgeführt, weiterentwickelt und dabei neue Themen aufgegriffen werden (z. B. Intensivierung der Social-Media-Aktivitäten für konkretes klimafreundliches Handeln). Die Potenziale der kommunalen Wirkungskraft können anhand der oben genannten neu hinzugekommenen Inhalte (z. B. Kreislaufwirtschaft, klimafreundliche Ernährung) sowie durch neu geschaffene Kommunikationsformate voll ausgeschöpft werden.

Darüber hinaus sollen durch die Konzeption, Koordinierung und Umsetzung von Vernetzungsprojekten mit verschiedenen Akteuren innerhalb und außerhalb der Verwaltung (u. a. mit der Bürgerschaft, Unternehmen, Kirchen, Vereinen, Verbänden und Initiativen, Industrie und Gewerbe, Handel und Dienstleistungen, der Bildungs-, Wissenschafts- und Forschungslandschaft, der Kulturszene) Synergien gehoben sowie Sichtbarkeit und Akzeptanz geschaffen werden.

Um die Qualität der Kommunikations-Maßnahmen zu sichern und zu optimieren, bedarf es zudem eines kontinuierlichen Monitorings und einer regelmäßigen Evaluation.

Um die Weiterführung und den Ausbau der reichweitenstarken Klima-Kommunikation der LHS zu gewährleisten, sind für die Jahre 2024 und 2025 Sachmittel i. H. v. 300 TEUR pro Jahr vorgesehen, die insbesondere für Vernetzungsmaßnahmen innerhalb und außerhalb der Stadtverwaltung, für die Durchführung von Kampagnen im analogen und digitalen Bereich sowie für den Ausbau der Social Media-Aktivitäten eingesetzt werden sollen.

Für die Weiterentwicklung, Umsetzung und Evaluation der vielfältigen Kommunikations-Maßnahmen ist der Wegfall eines KW-Vermerks ab 01/2025 sowie eine neue Personalstelle erforderlich, die insbesondere die komplexen fachlichen Klimathemen in die Handlungsbereiche Content-Management, Social Media und Monitoring überführt sowie die Konzipierung und Umsetzung von komplexen und anspruchsvollen Klima-Kommunikationsprojekten und -Maßnahmen mit internen und externen Partnerschaften verantworten soll. Die neue Personalstelle stellt einen Ersatz für auslaufende Ermächtigungen dar (EFRE-Förderprojekt „Umsetzungsoffensive“ und Bürgerrat Klima).

## Finanzielle Auswirkungen

### Ergebnishaushalt (zusätzliche Aufwendungen und Erträge):

Maßnahme/Kontengr.	2024 TEUR	2025 TEUR	2026 TEUR	2027 TEUR	2028 TEUR	2029 ff. TEUR
Klima-Kommunikation – THH 810 – Bürgermeister- amt, Amtsbereich 8107015	300	300	300	300	300	
<b>Finanzbedarf</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	

### Stellenbedarf (Mehrungen und Minderungen):

Beschreibung, Zweck, Aufgabenbereich	Anzahl Stellen zum Stellenplan		
	2024	2025	später
Teamleitung Klima-Kommunikation – BMA Die Stelle wurde über das Aktionsprogramm „Weltklima in Not – Stuttgart handelt“ (GRDrs. 975/2019) geschaffen und ist bislang mit einem kw-Vermerk 01/2025 versehen.		1,0 EG 13 (Wegfall kw-Ver- merk)	
Kommunikation klimarelevanter Themen – BMA Die neu zu schaffende Stelle ersetzt eine auslaufende Ermächti- gung.	1,0 EG 13		
Summe	1,0	1,0	

### Folgekosten (aus oben dargestellten Maßnahmen und evtl. Stellenschaffungen):

Kostengruppe	2024 TEUR	2025 TEUR	2026 TEUR	2027 TEUR	2028 TEUR	2029 ff. TEUR
Laufende Erlöse						
Personalkosten	89,2	178,4	178,4	178,4	178,4	
Sachkosten						
Abschreibungen						
Kalkulatorische Verzinsung						
<b>Summe Folgekosten</b>	<b>89,2</b>	<b>178,4</b>	<b>178,4</b>	<b>178,4</b>	<b>178,4</b>	

### **Mitzeichnung der beteiligten Stellen:**

Die Referate AKR und WFB haben Kenntnis genommen. Haushalts- und stellenrelevante Beschlüsse können erst im Rahmen der Haushaltsplanberatungen erfolgen.

### **Vorliegende Anfragen/Anträge:**

-

**Erledigte Anfragen/Anträge:**

-

Dr. Frank Nopper

Anlagen

-

<Anlagen>