

Vorstellung der internen Klimaschutzkampagne: Best Practices & Lessons Learned

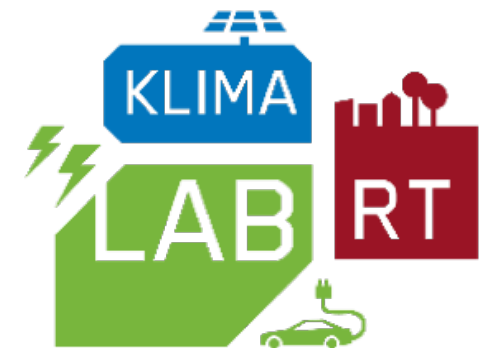
3. Dezember 2025, 9:45 – 12:00 Uhr

Team des Realexperiments E „Klimaneutral Handeln im Betrieb“

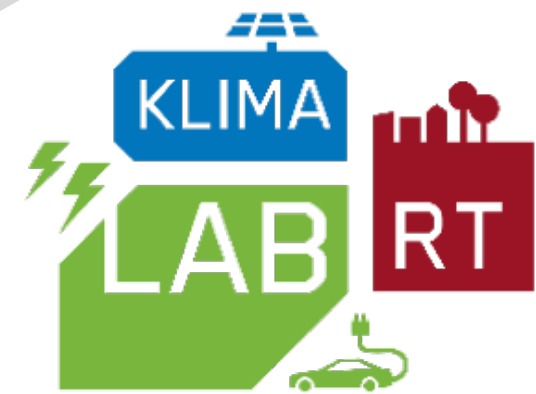
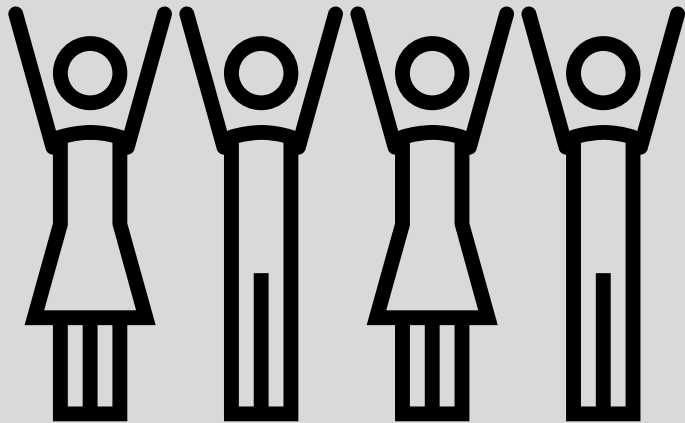
Yannick Arcelin, Stadtentwässerung Reutlingen

Louisa Bahl, Hochschule Reutlingen

Melanie Sinn, Task-Force Klima & Umwelt, Stadtverwaltung Reutlingen



Mit wem Sie es zu tun haben



Agenda

Begrüßung & Vorstellung

Rückblick: Erste Förderphase

Interne Klimaschutzkampagne

Biobreak

FAQ & Diskussion

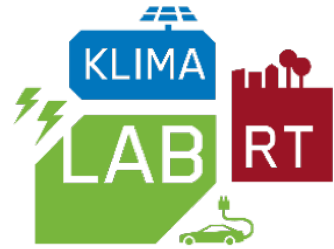
Ausblick: Wie kann es weitergehen?

Ende

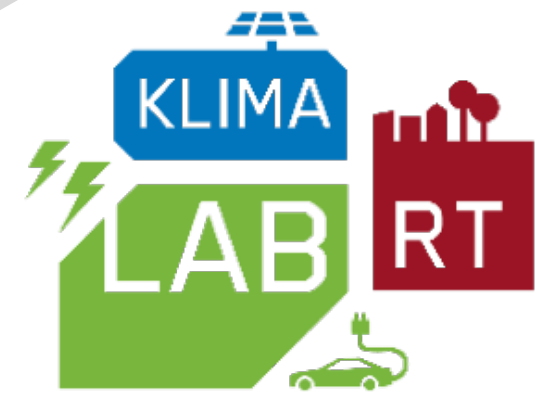
Technik-Hinweise

Erwartungen

Fehlerkultur

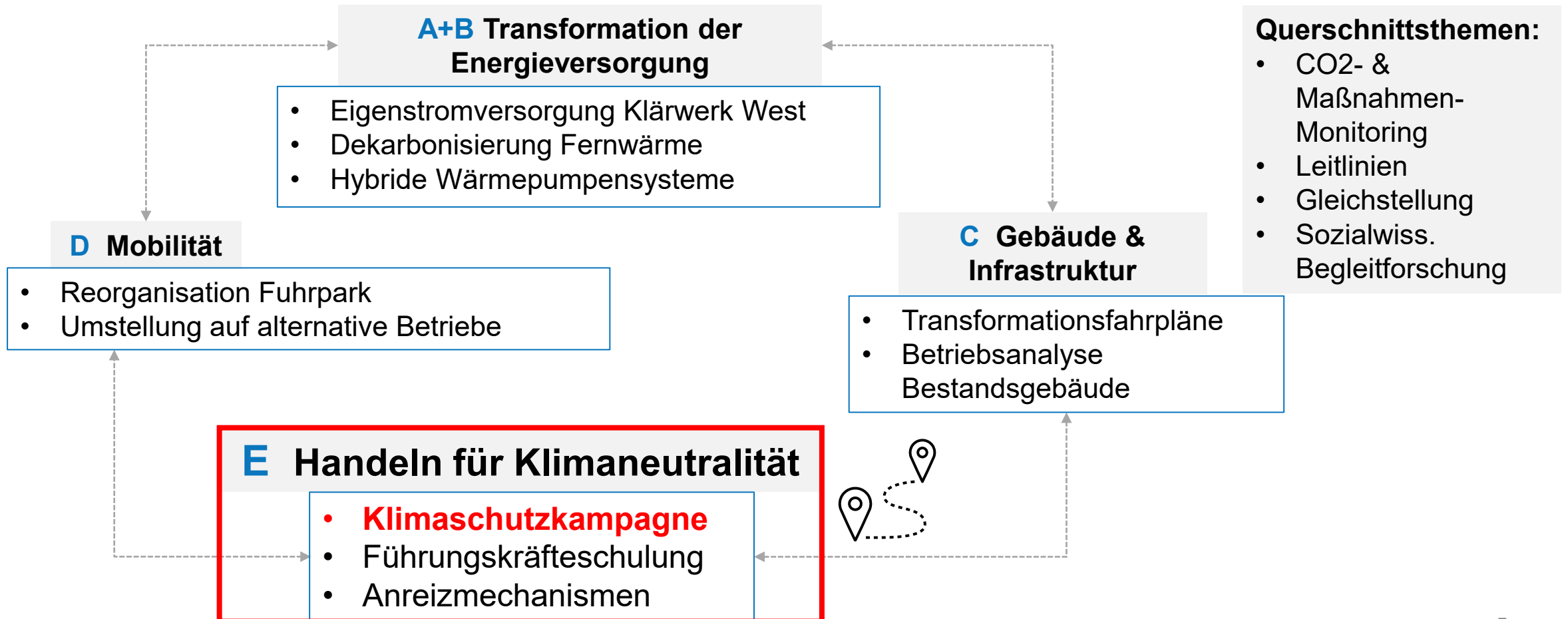


Einordnung

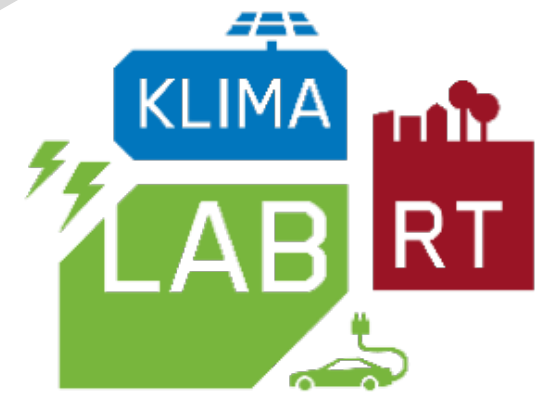
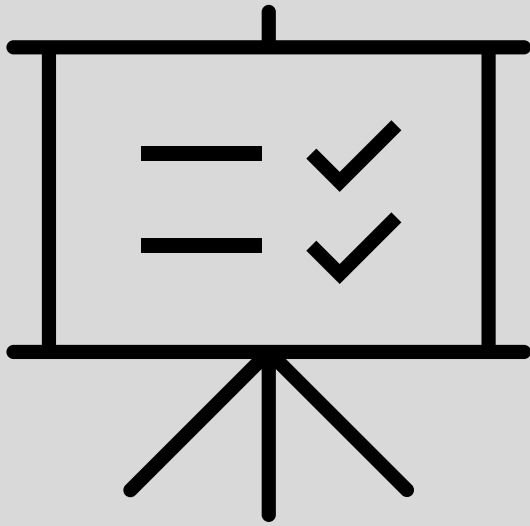


Überblick: Reallabor "Klima-RT-LAB" Phase II bis 30.06.26

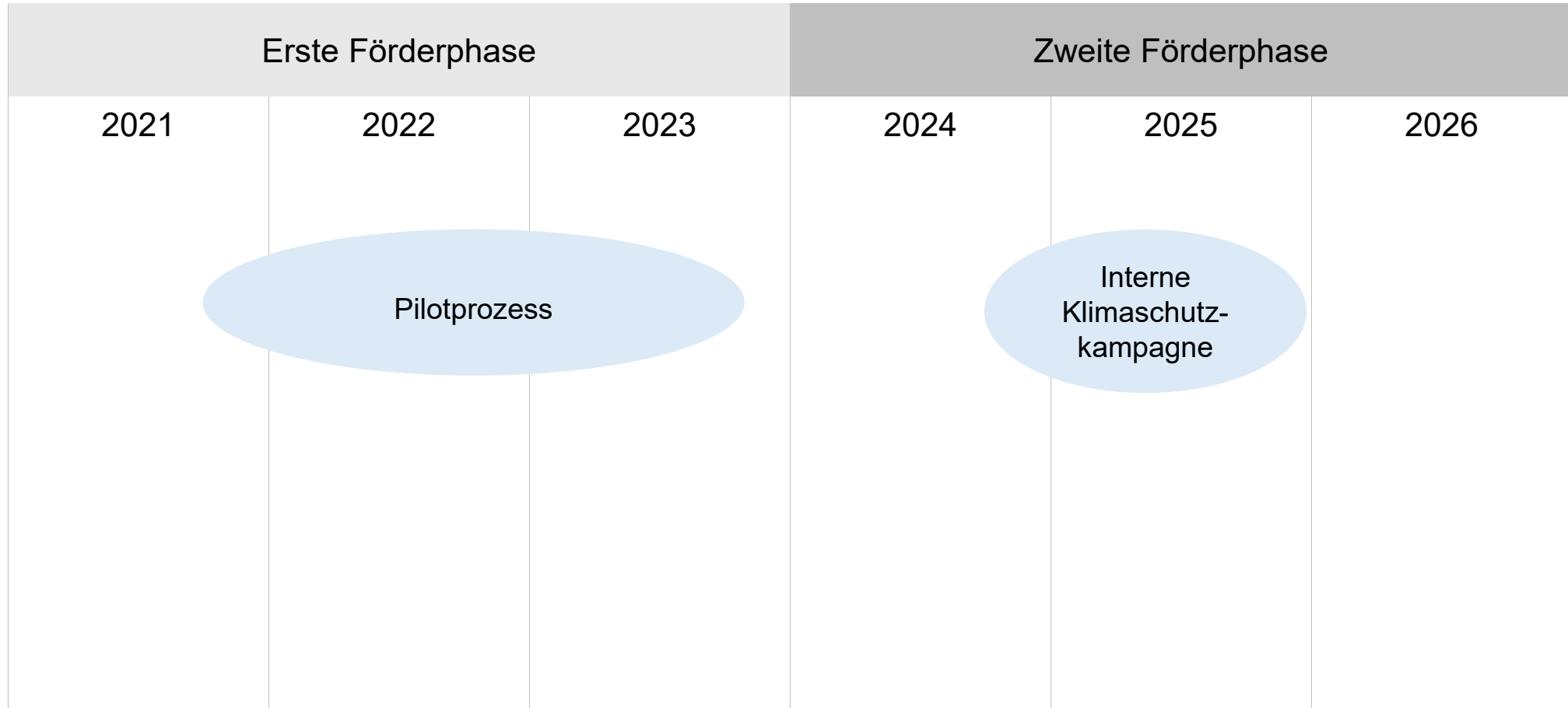
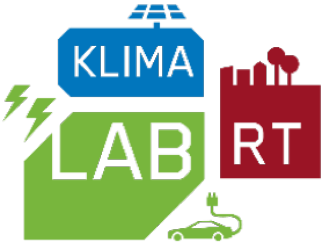
Wie wird Klimaneutralität im Konzern Stadt RT zur Selbstverständlichkeit?
 Was kann man auf andere Kommunen übertragen?



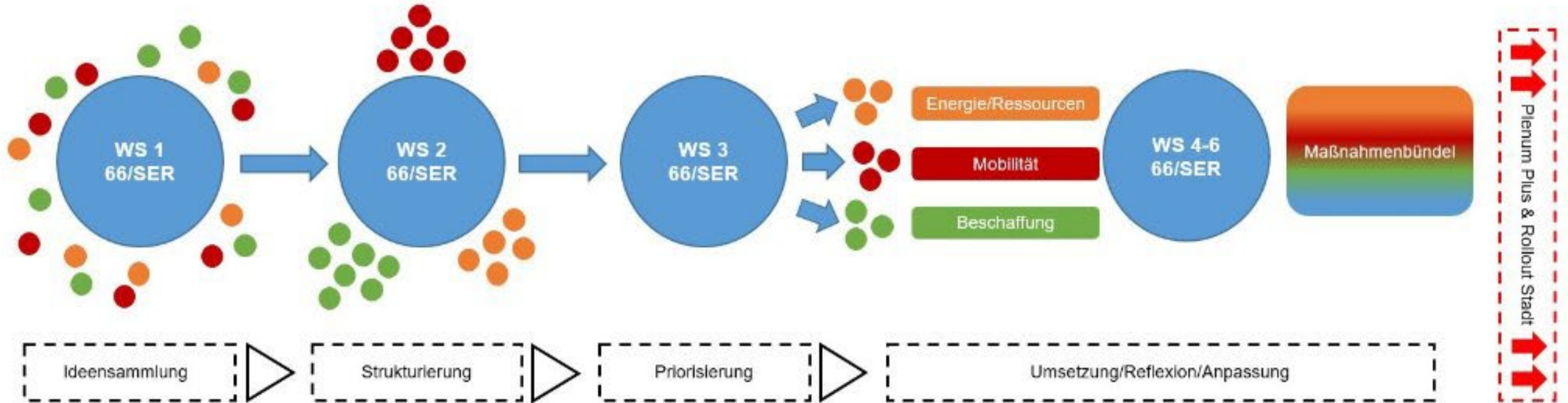
Rückblick: Förderphase 1



Zeitstrahl beide Förderphasen

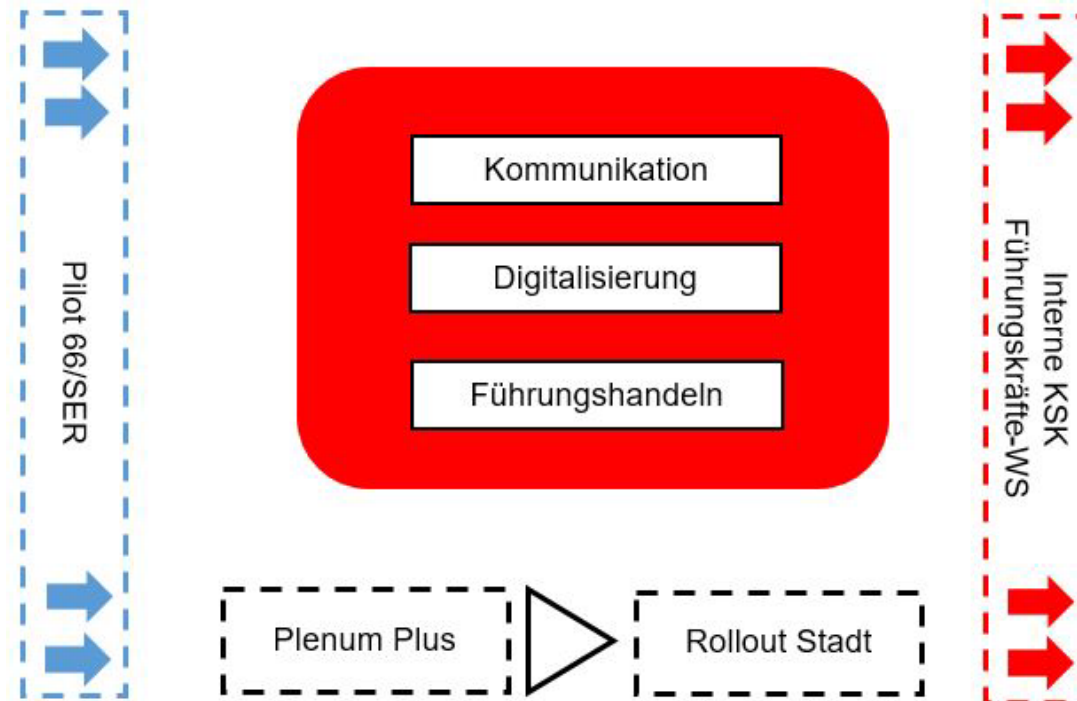


Rückblick Erste Förderphase: Design Pilotprozess

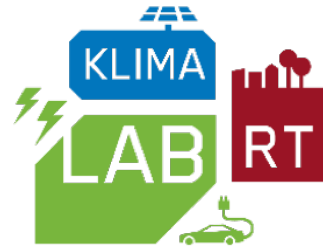


Rückblick Erste Förderphase: Plenum Plus und Rollout

- **Design des Pilotprozesses (PlenumPlus/Rollout --> Interne KSK & Führungskräfte):**
 - **Meilenstein Plenum Plus:** Präsentation der Maßnahmenideen für eine breite städtische Öffentlichkeit, Feedback und anschließende Umsetzungsschritte.
- Finaler **Fokus auf 3 Themenfelder** für den Rollout im Konzern: *Führungshandeln, Digitalisierung, Kommunikation*



Auswahl von Maßnahmen im Pilotprozess



Maßnahme	Umsetzung	Ergebnis	Übertragbarkeit Stadt
Papierspar-Aktion	Erfolgt	Sensibilisierung → -4% Verbrauch, Prozessumstellung angestoßen	Ja: Digitalisierung von Prozessschritten, Sensibilisierung
Energiesparmonat November	Erfolgt	geringe Einsparung von Energie, Positive RM zu Maßnahmen	Ja: Energiemanagement für mehr Transparenz, versch. Maßnahmen
Werbung für Mobilitätsangebote	Erfolgt	MA per Mail informiert	Ja: Kommunikationsstruktur für Bewerbung/ Infos Klimathemen
Interviewreihe „Nachhaltig an die Arbeit“	Erfolgt	Interviews sind geführt und werden aktuell intern veröffentlicht (Element: Storytelling)	Ja: Direkt auf Ebene der Stadt übertragbar
CO ₂ -Fußabdruck von Produkten	Teilweise erfolgt	Teilweise Rückmeldung der Firmen. → Nachfrage am Markt schaffen	Ja: als großer Verbraucher auf dem Markt kann so „grüne“ Nachfrage geschaffen werden

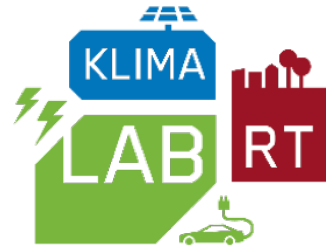
Rückblick erste Förderphase: Pilotphase SER & 66

Material	Ressourcen	Impact
<ul style="list-style-type: none"> • Informationen über: <ul style="list-style-type: none"> ○ Plakate ○ Regelmäßige Mails ○ Umfragen • Energiesparhelfer für die MA 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzeitaufwand 18 Monate • Hoher Personalaufwand (Teilnehmer*innenkreis ca. 20 Personen) • Hoher Organisationsaufwand (Planung, Umsetzung und Nachbearbeitung zahlreicher Workshops; regelmäßige Treffen der Projektleitungen,...) • Hoher Zeitaufwand für die Auswertung der Energieverbräuche • Einholung von externer "Beratung" (Klimaschutzagentur) 	<ul style="list-style-type: none"> • Energie- und Ressourceneinsparungen • Sensibilisierung der MA • Aufnahme von Themen in das interne Fortbildungsprogramm • Gelerntes als Grundlage für den Rollout und die interne Klimaschutzkampagne • Transparente Gestaltung der Energie- und Papierverbräuche

Rückblick erste Förderphase: Impressionen aus dem Piloten



Rückblick erste Förderphase: Auswahl der Arbeitsmaterialien aus dem Piloten

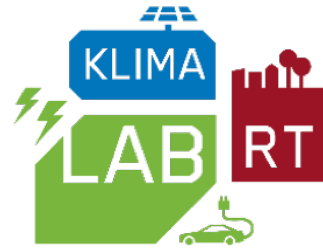


Wir haben es uns ganz schön
bequem gemacht



Wie viele deiner Ausdrucke
sind tatsächlich nötig?

Rückblick erste Förderphase: Auswahl der Arbeitsmaterialien aus dem Piloten



**Gemeinsam
Energiesparen für
den Klimaschutz!**

Spare Strom mit dem Computer!
Programme, Dokumente und Tabs schließen, die gerade nicht verwendet werden
Ab 15 Minuten Abwesenheit Computer abschalten

Heizung runter bei Feierabend !
Bei Feierabend runter drehen



1 °C hat einen großen Effekt!
Das Senken der Raumtemperatur um 1 °C hat ein Einsparpotenzial von 6 %

Stromfresser abschalten!
Temperatur im Kühlschrank anpassen!
7-8 °C sind ausreichend
Nicht mehr Wasser als nötig im Wasserkocher erhitzen
Kleingeräte (z.B. Handyladekabel) nur bei Benutzung einstecken

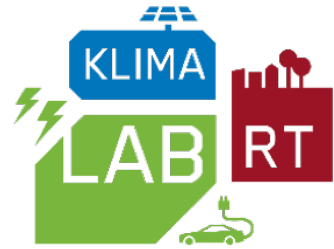
Achte auf die Beleuchtung!
Beim Verlassen von Räumen Licht aus
Zimmerbeleuchtung dem Tageslicht anpassen

Achtung beim Lüften!
Stoßlüften statt Kippen!
Während des Lüftens Heizkörper zudrehen

Sei Mobil!
Bei kurzen Dienstfahrten die Dienstpedelecs nutzen
Treppe gehen, statt Aufzug nehmen

 **Reutlingen**

Stadentwässerung
Reutlingen

Rückblick erste Förderphase: Auswahl der Arbeitsmaterialien aus dem Piloten



Rückblick Förderphase 1: Wirkungsmessung

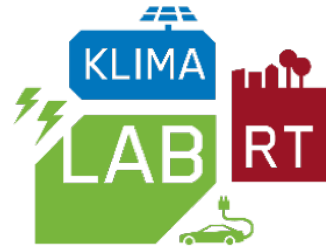
Methodik

- Erfassung der Papierverbräuche über die Drucker
- Wöchentliches Ablesen der Stromzähler im Gebäude
- Umfrage für die MA zur Bewertung der Maßnahmen (Papiersparen und Energiesparmonat)
- Erfassung der Anzahl der TN bei des Sicherheitsfahrtrainings der Dienstpedelecs

Ergebnisse

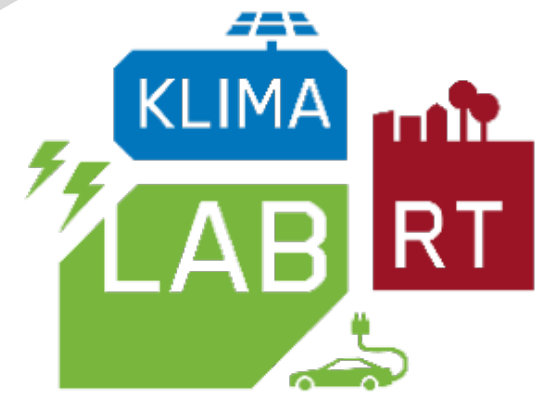
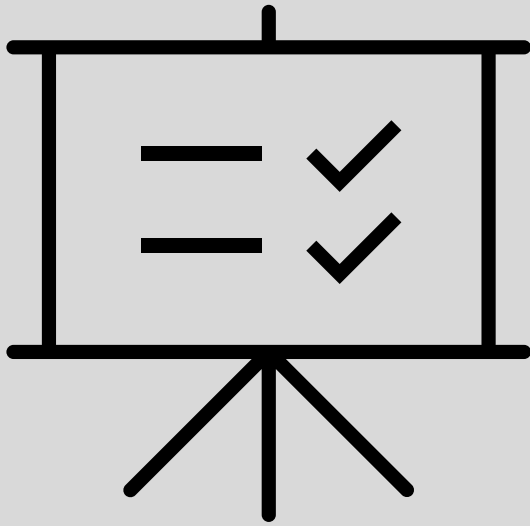
- Auswertung der Papierverbräuche und Stromverbräuche (Vgl. Aktionszeitraum mit zurückliegenden Verbrauchszeiträumen)
 - Papierverbrauch um rund 4 % gesunken
 - Energieverbrauch um rund 12 % gesunken

Fazit erste Förderphase

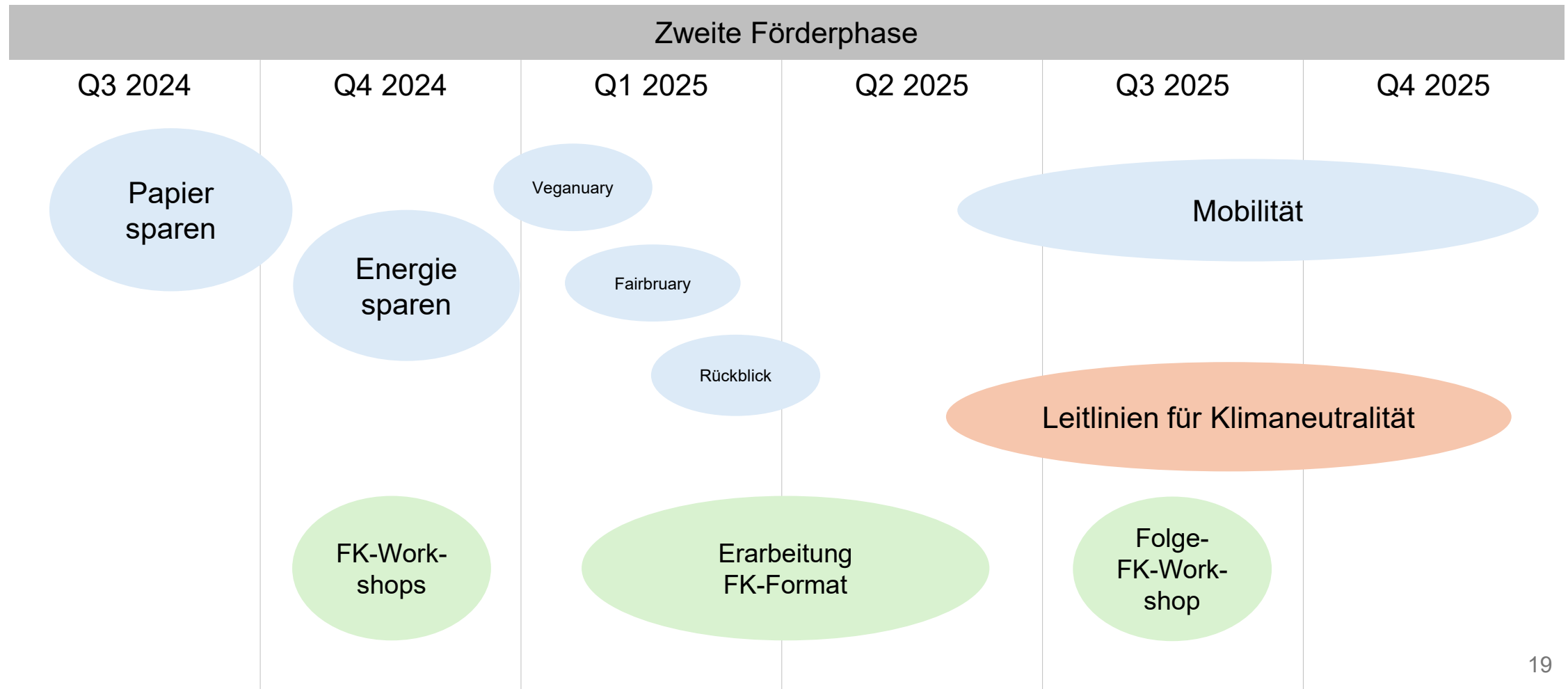


Best Practices	Lessons Learned
<ul style="list-style-type: none">• Bereitstellung von Informationen (barrierearm)• Einbindung der MA bei Maßnahmenfindung und -auswertung• Transparente Ergebnisvorstellung im Rahmen eines "Informationstages" --> Papier- und Energiesparen	<ul style="list-style-type: none">• Vergleichszeitraum für die Auswertung der Stromverbräuche sehr schwierig zu finden• Urlaubszeiten der MA<ul style="list-style-type: none">○ Jahreszeitliche Schwankungen der Stromverbräuche• Hoher Zeitaufwand zur Erfassung der Stromverbräuche inkl. der Auswertung

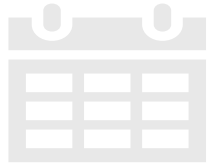
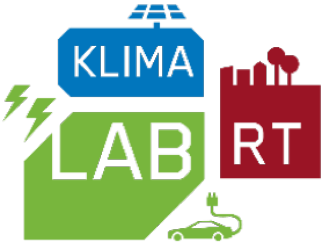
Überblick: Interne Klimaschutzkampagne



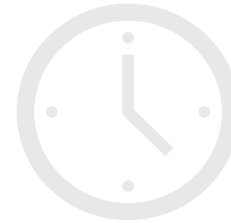
Zeitstrahl zweite Förderphase



Unsere Arbeitsstruktur



Digitaler Jour fixe
alle 2 Wochen



Für jeweils ca. 1 Stunde, in intensiver
Vorbereitung auf Kampagneninhalte
waren zusätzliche Termine notwendig

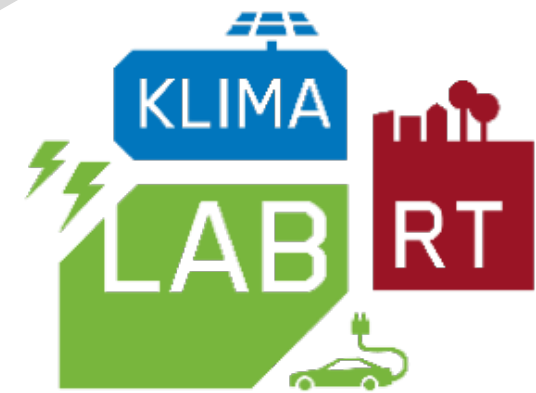
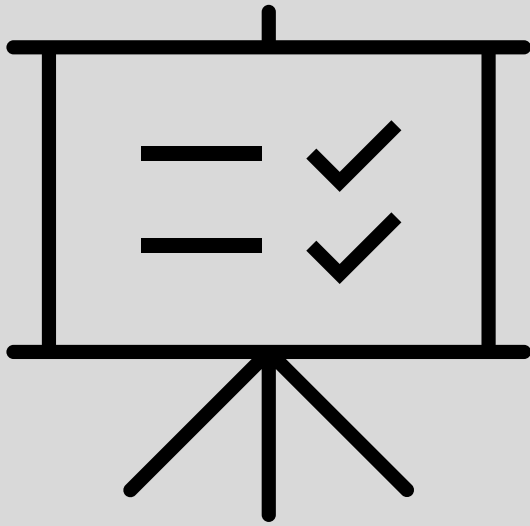


- Intranet der Stadtverwaltung,
SER & TBR
- "Mail an Alle"
- Mitarbeitenden-Zeitschrift
"Rathaus Intern"
- Point of Use, z. B. Drucker



- 3 Mitarbeitende
- Bei Bedarf & je nach Thema:
Mitarbeit/Beratung durch andere
Kolleg:innen, Azubis und HiWis

Modul 1: Papiersparen



Papiersparen		
Material	Ressourcen	Impact
<ul style="list-style-type: none"> • Über 60 Plakate mit Papierspar-Sprüchen an allen Druckern und Multifunktionsgeräten im Rathaus, dessen Außenstellen, in der SER & TBR • Regelmäßige Intranet-Beiträge & Teaser • 4 "Mails an alle"/ alle 2 Wochen 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzeitaufwand: 05/24 - 11/24; Umsetzung 8 Wochen: 09/24-11/24 • Einbezug von vielen Akteur:innen, um die Aktion zu bewerben, z. B. grundsätzliche Beteiligungsanfrage zu Beginn aufwändig • Kaum Materialkosten durch Stadtinternen Druck der Plakate • großer Zeitaufwand durch intensive Vorbereitung, Wechseln der Plakate & engmaschige Bespielung 	<ul style="list-style-type: none"> • Einsparung von 3,3% = 21.269 Seiten Papier durch Vergleich von Papierverbrauchszahlen von 2023 & 2024 • Limitierte Aussagekraft der Ergebnisse, da Störfaktoren und Betrachtungszeiträume unterschiedlich

Materialien: Papiersparplakate



Reutlingen

KLIMA LAB RT

Nett hier.

Aber haben Sie schon mal
Papier sparen probiert?

Weitere Infos finden Sie im Intra-
net auf der Seite Klimaschutz
oder über den QR-Code:



TBR
SWR
STADTHALLE REUTLINGEN
GWG Reutlinger
RAH



Materialien: Papiersparmails



Pilotprojekt SER_Papiersparen.pdf
.pdf-Datei

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Woche fünf unserer Papierspar-Aktion der internen Klimaschutzkampagne bricht an.

Zuallererst möchten wir uns bei Ihnen für Ihre bisherigen Rückmeldungen bedanken. Egal ob persönlich auf dem Flur, per Mail, telefonisch oder im Intranet – jegliches Feedback nehmen wir ernst und in unsere Reflektionsrunde auf.

Um ein Beispiel zu nennen, weil uns dieses Feedback von mehreren Seiten erreicht hat: Ja, wir sind uns der Ironie bewusst, dass wir beim Thema „Papiersparen“ Plakate ausdrucken. Darüber haben wir im Team beraten und uns dafür entschieden, alle Kanäle bestmöglich nutzen und testen zu wollen. Wir haben uns sogar für dickeres Papier entschieden, damit die Plakate beim Umhängen nicht kaputtgehen und wiederverwendet werden können.

Apropos: Ist Ihnen vielleicht schon ein neues Plakat aufgefallen? Letzte Woche haben wir die Plakate im Rathaus und Hamburg-Mannheimer-Gebäude getauscht.

Dabei haben wir auch die „alten“ QR-Codes mit neuen überklebt, weil uns da ein kleiner Fehler unterlaufen ist. Falls Sie sich also gewundert haben, warum der QR-Code zuvor nicht funktioniert hat:

Jetzt einfach mal einscannen und überraschen lassen, wo Sie landen :-)

Und wenn wir schon bei den Plakaten sind: Wissen Sie noch, welche Abbildungen als Vergleichsgröße dem Papierverbrauch der Stadtverwaltung zugeordnet sind?

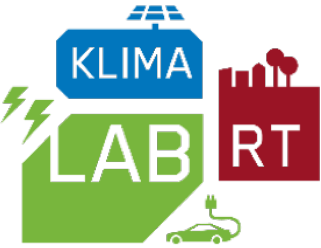
A) Marienkirche B) Stadthalle C) eine Mutschel D) Buckelwal E) Elefant

Wie im Betreff schon angekündigt, wollen wir heute auch einmal zu den Anfängen der Kampagne zurückschauen: Wir laden Sie ein, im Anhang oder [Intranet](#) nachzulesen, wie das Pilotprojekt „Papiersparen“ in 2021/ 2022 aussah.

Unser Kollege Yannick Arcelin von der SER, Stabsstelle Energie & Klima, berichtet. Schauen Sie gerne mal rein!

Freundliche Grüße

das Realexperiment E „Klimaneutral Handeln im Betrieb“



Wirkungsmessung: Methodik & Ergebnisse

Methodik

- technische Messung: Zentrale Papierverbrauchsdaten der Druckstationen
- Intranet-Umfrage mit vier Fragen

Ergebnisse

- 21.269 Blätter Papier eingespart im Vergleich zum selben Zeitraum von 8 Wochen in 2023 = **3,3%**
- 18x "mehr auf den Papierverbrauch geachtet", 29x unverändert
- Hinweise für die Weiterarbeit:
 - Intranet-Beiträge, Plakate und "Mails für alle" sind genutzte & als hilfreich empfundene Kanäle
 - QR-Codes nur für wichtige Weiterleitungen (zu viele irritieren)
 - Mitmachaktion wurde nicht genutzt, aber als hilfreich zum Papiersparen eingeschätzt
- Begrenzungen der Aussagekraft durch Einflussfaktoren wie Home Office, Urlaub und Ferienzeiten

Wirkungsmessung: Fragebogen & Intranet-Beitrag

Frage 1: Wie haben Sie das Thema Papiersparen der internen Klimaschutzkampagne auf den folgenden Kanälen wahrgenommen?

	Sehr stark	stark	wenig	Gar nicht
Papierspar-Mails				
Intranet-Beiträge				
Papierspar-Plakate				

Frage 2: Welche der bereitgestellten Kampagneninhalte zum Papiersparen bewerten Sie als hilfreich

	Sehr stark	stark	wenig	Gar nicht
Papierspar-Mails				
Intranet-Beiträge des Klimaschutzkanals				
Einladung zur Partizipation (z.B. Papierverbrauch schätzen)				
Papierspar-Plakate				
QR-Code auf Plakaten				

Frage 3: Wie schätzen Sie die Wirkung der internen Klimaschutzkampagne zum Thema Papiersparen auf Ihr alltägliches Verhalten ein?

Ich habe mehr auf meinen Papierverbrauch geachtet.
Ich habe meinen Papierverbrauch nicht verändert.
Ich habe weniger auf meinen Papierverbrauch geachtet.

Frage 4: Für eine Fortsetzung der internen Klimaschutzkampagne ist uns Ihr Feedback wichtig: Möchten Sie uns noch etwas mitteilen? Welche Reaktionen hat die interne Klimaschutzkampagne in Ihnen ausgelöst? Hat Ihnen etwas gefehlt oder war etwas zu viel?

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir möchten uns ganz herzlich für Ihr Engagement und Ihre Bereitschaft, aktiv zur Reduzierung des Papierverbrauchs beizutragen, bedanken.

Nach 8 Wochen möchten wir nun eine erste Bilanz ziehen. Dank Ihrer Unterstützung konnten wir in diesen Wochen unseren

Papierverbrauch um 3,3 % bzw. konkret 21.269 Seiten senken*.

Um bei den tierischen Vergleichen zu bleiben: dies entspricht in etwa dem Gewicht eines weiblichen Gorillas (etwa 100 kg).

Doch lassen Sie uns nicht auf unserem gesparten Papierberg ausruhen, sondern gemeinsam auch weiterhin auf unseren Papierverbrauch achten.



* im Vergleich zum selben Zeitraum 2023.



Wir möchten mit der nachfolgenden Aktion zum Energie Sparen weiterhin gemeinsam an einem umweltfreundlichen Arbeitsplatz arbeiten und Ideen entwickeln, um den ökologischen Fußabdruck der Stadtverwaltung zu verringern.

Nochmals vielen Dank für Ihre Teilnahme und Ihren Einsatz! Wir freuen uns auf zukünftige Projekte und darauf, gemeinsam noch mehr zu erreichen.

Ihr Team vom Realexperiment E „Klimaneutral Handeln im Betrieb“

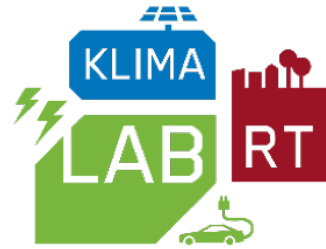
Wir wollen die Papier-Spar-Aktion auch inhaltlich analysieren und freuen uns daher auf Ihr Feedback unter:

[Umfrage zur Papier-Spar-Aktion](#)

Ideenspeicher: Papiersparen

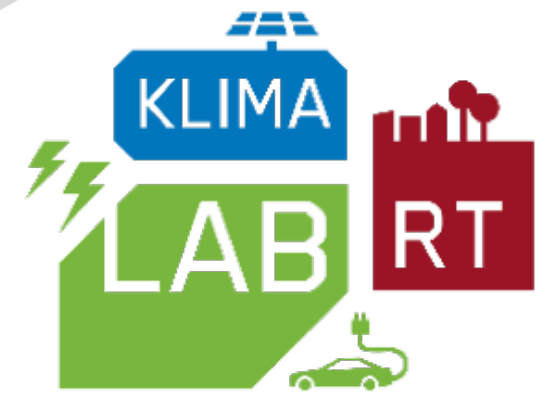
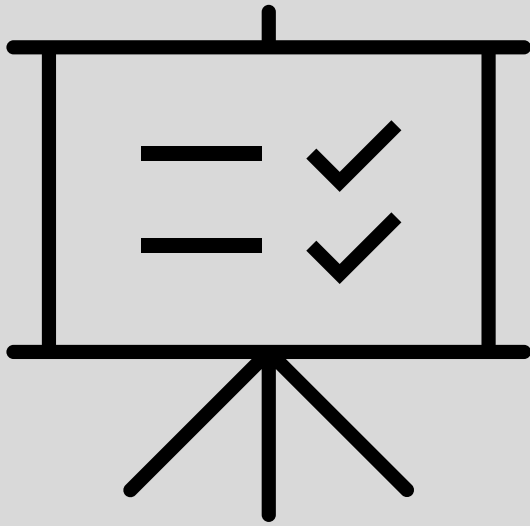
Idee	Warum verworfen
Bildschirmschoner mit Papierspar-Messages bespielen	laut IT nicht möglich; Nutzer:innen können die zentrale Einstellung individuell pausieren
Papier-Quiz in "Mails für alle": jeweils neue Frage & "alte" Lösung der letzten Frage	Mails nicht zu überladen; Mitmach-Quote nicht einschätzbar
Papiersparen auch auf andere Papier-Produkte ausweiten : Papierhandtücher an Waschbecken, Hauspost-Mappen möglichst lange wiederverwenden, analoge Abonnements auf digitale umstellen, digitale Onboarding-Mappe, ...	Papierhandtücher im Rathaus nicht vorhanden; Hauspost-Mappen werden schon möglichst lang benutzt; Abonnements sind individuell zu kündigen; Wirkungskreis begrenzt

Fazit



Best Practices	Lessons Learned
<ul style="list-style-type: none">• Erfolgreiche Kanäle identifiziert: Intranet, Plakate am “Point of Use” & Mails sind geeignete Kanäle• Mix aus digitalen & analogen Formaten erhöht den Wirkungskreis• Doppelte Wirkungsmessung aus technischen Verbrauchsdaten & Umfragen geben gute Einblicke & Feedback zur Weiterentwicklung, v. a. die Freifeld-Antworten	<ul style="list-style-type: none">• Mitmachangebote (z. B. Call of Action) werden nicht genutzt; Aufwand lohnt sich kaum; wurden eingestellt• QR-Codes: nur für wichtige Weiterleitungen (z. B. zu Umfragen & Quiz); weitere Info-Angebote werden nicht genutzt; ein zentraler QR-Code reicht & irritiert weniger• Begrenzte Aussagekraft der Ergebnisse, da Einflussfaktoren (v. a. bzgl. Anwesenheit) schwer einschätzbar; Aufwand der Wirkungsmessung für „überschaubaren“ Impact verhältnismäßig aufwändig• Mehr Zeit für Abstimmungsschleifen & Personalengpässe einplanen

Modul 2: Energiesparen



Energiesparen		
Material	Ressourcen	Impact
<ul style="list-style-type: none"> • Adventsquiz zum Thema Energiesparen im Intranet mit Wochen-Gewinner:innen, Gewinn: 10 € Gutschein für den Weltladen (Verknüpfung zu Fairtrade geschaffen) • Aufsteller im Rathaus, die zur Teilnahme am Energiesparen und am Quiz animieren sollten 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzeitaufwand: 11/24- 12/24 • Hoher personeller und zeitlicher Ressourcenaufwand, der nur durch die Hilfe eines Azubis leistbar war, da die technischen Gegebenheiten im Intranet sehr aufwendig waren 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Beteiligung am Energiespar-Quiz (über 80 Personen) • Einspar-Potenzial konnte leider nicht gemessen werden, da die Datenerfassung zu kompliziert gewesen wäre

Materialien: Adventsquiz-Plakat & Intranet-Beitrag

Machen Sie mit!

Energiesparen in den Verwaltungsgebäuden.

Weitere Infos finden Sie im Intranet auf der Seite **Klimaschutz**.



1°C hat einen großen Effekt
Das Senken der Raumtemperatur um 1°C hat ein Einsparpotenzial von 6 %.



Richtig lüften
Stoßlüften statt Kippen und Heizkörper während des Lüftens zudrehen.



Sinnvoll beleuchten
Licht beim Verlassen von Räumen ausschalten und Zimmerbeleuchtung dem Tageslicht anpassen.

ADVENTSQUIZ

Miträtseln & tolle Preise gewinnen!
Teilnehmen können Sie im Intranet auf der Seite Klimaschutz oder über den QR-Code.

Woche 1 - Frage 3

Lösung zu Frage 2 vom 3. Dezember

1 Kilowattstunde (kWh) Wärme entspricht...

1: 120g Steinkohle.
2: 10 Liter Wasser aufkochen.

GESCHLOSSEN **ANONYM** **BIS ZU 3 ANTWORTEN**

1 Kilowattstunde (kWh) Strom entspricht...

Mehrfachauswahl möglich

1 Stunde föhnen mit einem 1000-Watt-Föhn.

200 Stunden fernsehen mit einem LED-TV, 107cm.

70 Tassen Kaffee mit einer Kaffeemaschine.

3 Minuten duschen (Durchlauferhitzer).

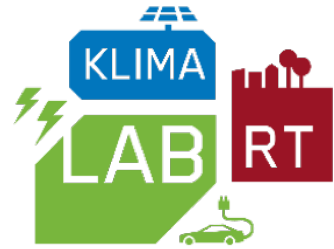
5 Maschinen Wäsche.

90 Stimmen

Ideenspeicher: Energiesparen

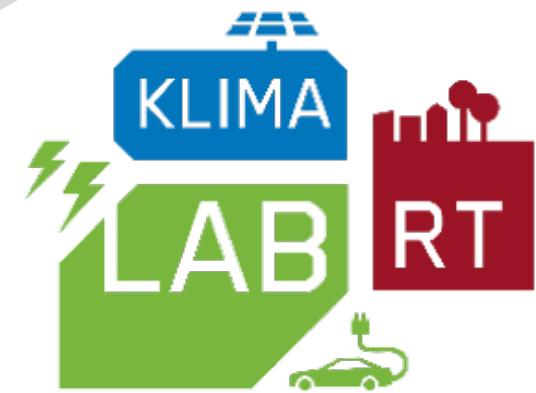
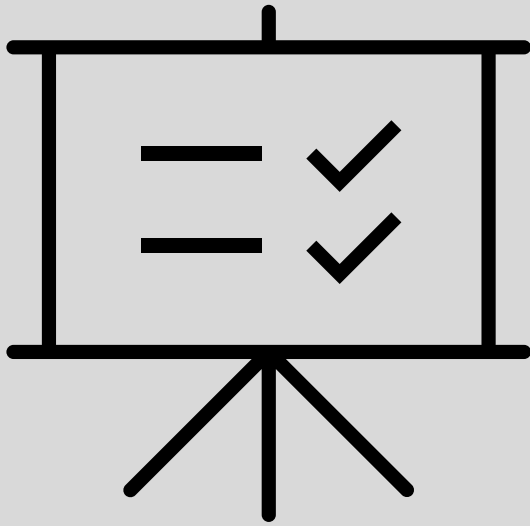
Idee	Warum verworfen
Bunte Energiespar-Kleber auf Lichtschaltern und Heizungen	Zu hoher Aufwand (Konzeption, Gestaltung, Druck, Verteilung) und Fokus auf Energiespar-Quiz
Energie-Agent:innen (Bsp. aus Pilot) = 1 Person pro Stockwerk achtet z.B. aufs Licht ausmachen	Aufgrund der räumlichen Verteilung im Rathaus nicht gut umsetzbar – im Piloten im Gebäude der SER war das gut machbar. Geht auch zu sehr in Richtung "Klima-Polizei", was zu sehr negativ behaftet sein könnte.
Beschaffung und Anbringung von Steckerleisten mit einem Stromknopf	Laut der IT zu teuer und zu hoher Aufwand, die Steckerleisten in jedem Büro anzubringen für minimale Einsparungen

Fazit



Best Practices	Lessons Learned
<ul style="list-style-type: none">• Gamification wirkt: Gewinnspiele oder Quiz sind ansprechend und motivieren auch Personen, die sonst nicht aktiv an der Klimaschutzkampagne teilgenommen haben• Auch kleine Gewinne erhöhen die Teilnehmendenzahl	<ul style="list-style-type: none">• Technische Voraussetzungen (in unserem Fall Möglichkeiten des Intranets) vorab gründlich prüfen, um Zeitaufwand besser einschätzen zu können

Modul 3: Veganuary, Fairbruary & Rückblick



Veganuary, Fairbruary, Rückblick		
Material	Ressourcen	Impact
<p><u>Veganuary:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Intranet-Beiträge und eigene Seite mit weiterführenden Infos (vorher schon angelegt) • "Mail an Alle" mit Hinweisen auf das Angebot <p><u>Fairbruary:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ein Intranet-Beitrag • Fairtrade-Frühstück mit Azubis <p><u>Rückblick:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mail an Alle • Intranet-Beitrag 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzeitaufwand: 01-04/25 • Personelle Neu-Besetzung der Fairtrade-Stelle im Februar inkl. Einarbeitung führte zu zeitlichem Verzug 	<ul style="list-style-type: none"> • Schwer einzuschätzen, keine Wirkungsmessung erfolgt, eher gering • Teilnahme am Veganuary: zwischen 300-400 Personen

Materialien: Veganuary im Intranet





Veganuary archiviert

Austausch über klimafreundliche Ernährung im Rahmen des Veganuary 2024


 Mitglied

 Inhalt bearbeiten

Veganuary + ...

-  Herzlich willkommen!
-  Veganuary 2025
-  Klimafreundliche Mittagspause
-  Aktuelles

Erfahrungsaustausch + ...

-  Erfahrungsaustausch
-  Rezeptsammlung

+ Gruppe erstellen


Liebe Kolleginnen und Kollegen, herzlich willkommen!

Die Reutlinger Stadtverwaltung & Friends sind bereits zum 3. Mal beim Veganuary dabei!

Im Monat Januar holen sich Menschen weltweit Tipps für eine klimafreundlichere Ernährung. So auch in Reutlingen: insgesamt 345 Menschen haben bisher über den Reutlinger Link teilgenommen. Je mehr Menschen (auch immer wieder) teilnehmen, desto mehr spricht sich das Thema herum.

Schauen Sie sich gerne hier im Arbeitsraum um. Wir würden uns freuen, Sie bei der Klimafreundlichen Mittagspause zu treffen. Weitere Informationen hierzu können Sie dem entsprechenden Reiter entnehmen.

Ihr
Bildungsbüro und die Task Force Klima und Umwelt



Materialien: Intranet-Beiträge vom Veganuary zum Fairbruary

Von Veganuary zu Fairbruary



Klimaschutz

3. Februar 2025, 08:00



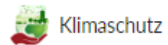
Im Januar stand die pflanzliche Ernährung im Fokus - der Februar steht unter dem Zeichen des Fairen Handelns. Rückblick auf den Veganuary und Ausblick auf den Fairbruary. [Weiterlesen](#)

#Klimaschutz #Klimaschutzkampagne #Fairtrade

Gefällt mir Teilen

5

Veganuary 2025 - Reutlinger Stadtverwaltung & Friends machen mit



Klimaschutz

13. Januar 2025, 12:02



Im Januar holen sich Menschen weltweit Tipps für eine klimafreundlichere Ernährung - Anmeldung jederzeit noch möglich [Weiterlesen](#)

#Klimaschutz #veganuary

Herz Teilen

2

Materialien: Fairbruary im Intranet



Seiten Arbeitsräume Events

Meine Startseite Schnell zur Hand Notfälle

Fairbruary 2025
Faires Handeln im Februar

Städtisches Recht Formulare Stellenangebote

Materialien: Rückblick im Intranet

Die interne Klimaschutzkampagne – ein Rückblick

Das Ziel der internen Klimaschutzkampagne ist es, auf verschiedenen Kanälen Inhalte zu Klimaschutz/-neutralität und verwandter Themen zu testen und diese für eine Weiterentwicklung der Kampagne auszuwerten. Neben der Stadtverwaltung beteiligen sich auch die Eigenbetriebe Stadtentwässerung (SER) und Technische Betriebsdienste (TBR) seit Beginn im September 2024 mit dem ersten Modul Papiersparen.

Über 21.000 Seiten Papier eingespart!

Sechs unterschiedliche Plakate mit QR-Codes wurden in den Rathaus-Standorten, SER und TBR aufgehängt. Mehrere, wöchentliche Intranet-Beiträge und die Abschlussumfrage im Klimaschutzkanal ergänzten das Angebot an Inhalten. Innerhalb des achtwöchigen Aktionszeitraumes zeigten die Papierverbrauchszahlen 2024 einen Rückgang von 21.269 Seiten, was einer Einsparung von 3,3% gegenüber dem Vergleichszeitraum 2023 entspricht.

Die Ergebnisse der Intranet-Umfrage und persönliche Rückmeldungen bestätigen, dass sowohl die Kanäle Plakat, Mail und Intranet wahrgenommen als auch die darauf angebotenen Inhalte als hilfreich zum Papiersparen bewertet wurden. Die Wirkung auf den eigenen Papierverbrauch beurteilten die meisten Umfrage-Teilnehmenden als gleichbleibend bis positiv. Das Feedback zeigt auch, dass das Vortreiben der strukturellen Digitalisierung und die alltägliche Arbeitsweise von den Beschäftigten als essenzielle Hebel zum Papiersparen bewertet werden.

Adventsquiz zum Thema Energiesparen kommt an!

Das zweite Modul Energiesparen wurde von November bis kurz vor Weihnachten 2024 mit Aufstellern, Plakaten und einem dreiwöchigen Adventsquiz bespielt. Das Adventsquiz mit einer täglichen Frage zum Energiesparen wurde sehr gut angenommen und von vielen Teilnehmenden täglich beantwortet. Aus allen richtigen Antworten wurden jede Woche zwei Wochen-Sieger:innen ausgelost und mit 10€-Gutscheinen des Weltladens belohnt.

Abonent:innen

Seit Start der internen Klimaschutzkampagne ist unser Intranet-Kanal auf aktuell über 110 Abonent:innen gestiegen 🥳 – danke für so viel Interesse!

„Stadtverwaltung & Friends“ beteiligt sich mit 424 Teilnehmenden am Veganuary

Bereits zum dritten Mal nahmen die „Stadtverwaltung & Friends“ am **Veganuary** (= veganer Januar) teil. Inhalte lieferte die gleichnamige Organisation Veganuary, in dem sie für einen Monat tägliche Infomails verschickt und bspw. ein Promi-Kochbuch anbietet. Anlässlich dessen fand die klimafreundliche Mittagspause im Veganuary 2025 zweimal im Café Vis-à-Vis in der Reutlinger Stadtmitte statt.

Ausblick

Aktuell wird das fünfte Modul Mobilität vorbereitet. Mittelfristig soll die interne Klimaschutzkampagne auch als strategisches Klima-Kommunikations-Instrument weiterentwickelt werden. Dazu hat das Klima-



Fairbruary als FairTrade-Monat im Februar 2025

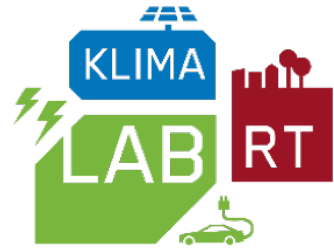
Im Februar lädt die Dachorganisation Fairtrade Deutschland dazu ein, einen Monat lang bewusst fair zu konsumieren. Anlässlich dazu informierten mehrere Beiträge im Klimaschutzkanal zur fairTrade Town Reutlingen.



Ideenspeicher: Fairbruary

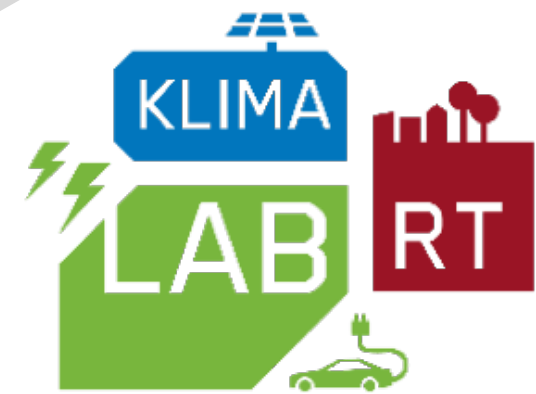
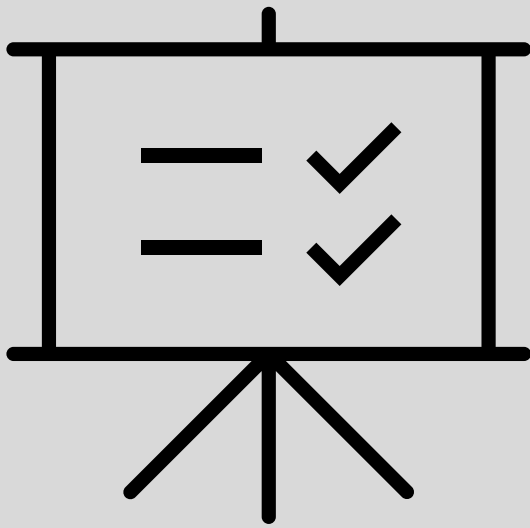
Idee	Warum verworfen
<p>„Fairtrade-Kaffeepause“ in den Büros</p>	<p>Aufgrund organisatorischer und zeitlicher Hürden war es leider nicht umsetzbar</p>
<p>„Guided Shopping Hour“ im Weltladen oder einem anderen fairen/regionalen Einkaufsladen: Angebot für MA zu bestimmter Zeit dort einkaufen zu gehen & dabei eine Art „Führung“ durch den Laden zu bekommen, bei dem Fairtrade-Hintergründe erklärt werden</p>	
<p>Fairtrade-Poster-Wettbewerb: Azubis entwerfen ein designtes Poster zu einem Thema (Fairtrade, Lebensmittelverschwendung, Regionales...), bestes Poster wird im Rathaus o.ä. ausgestellt und der/die Gewinner:in bekommt einen Preis</p>	

Fazit



Best Practices	Lessons Learned
<ul style="list-style-type: none">• Für solche "Pausenzeiten" kann auch mal ein Rückblick/ Zusammenfassung bisheriger Inhalte genutzt werden	<ul style="list-style-type: none">• Gut durchdachte und intensiv aufbereitete Kampagneninhalte haben eine größere Wirkung und die Ergebnisse einer Auswertung bringen uns weiter• Lieber ab und an kleine Pausen einlegen, um Inhalte umfangreicher aufzubereiten, denn diese werden von anderen oftmals gar nicht wahrgenommen, da ja niemand den ursprünglichen Kampagnenplan kennt

Modul 4: Mobilität



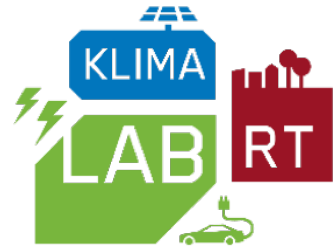
Mobilität im Arbeitsalltag & Büro

Material	Ressourcen	Impact
<p><u>Physisch an Treppe & Aufzug:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Örtlicher Fokus: Rathaus • Treppenkleber in 3 Treppenhäuser über bis zu 8 Stockwerke: Landschaftsbilder, motivierende Sprüche, aktuelle Veranstaltungen • Aufzugkleber an allen Aufzugtüren • 1 Poster in jedem Aufzug <p><u>Digital:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 Intranet-Beiträge: Factsheet Mobilität & erklärender Beitrag zur Konzeptionierung • 4 Mobilitäts-Interviews • 1 Teaser 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzeitaufwand: 04-11/25, größter Teil davon: Treppen-/Aufzugkleber von 04-08/25 • Design & Druck durch externen, lokalen Dienstleister • Kosten gesenkt durch eigene Konzeption & finale Anbringung der Kleber, ABER Aufwand sehr viel größer als erwartet, v. a. Anbringung mit bis zu 5 Personen 	<ul style="list-style-type: none"> • Buntere Treppenhäuser • 6% nur noch Treppe • 7% auch privat mehr Treppe • 14% nutzen öfter die Treppe als den Aufzug, ABER auch 14% nutzen öfter den Aufzug als die Treppe • 27% ändern ihr Verhalten nicht

Verwendete Materialien: Treppenkleber



Verwendete Materialien: Aufzugkleber



Intranet: Factsheet Mobilität

- Übersicht aller verfügbaren Mobilitätsinformationen aus Stadtverwaltung und Eigenbetrieben
- Hinweise auf kommende Veranstaltungen
- Verlinkungen zum direkt anklicken

Factsheet klimaneutrale Mobilität

Informationen zu Pedelecs, Fahrgemeinschaften, Arbeitgeber-Zuschüssen und (E-)Mobilität in der Stadtverwaltung Reutlingen und ihrer Eigenbetriebe SER und TBR

In der internen Klimaschutzkampagne erfinden wir nicht für jede Aktion das Rad neu, sondern teilen auch bereits bestehende Informationen und Aktionen. Zum Auftakt unseres letzten Moduls „Mobilität“ unter dem Motto „Steig um!“ möchten wir Sie auf folgendes aufmerksam machen:

Wussten Sie schon, ...

wo Sie sich im Intranet über **Fahrgemeinschaften** austauschen können?

- <https://reutlingen.covocloud.com/workspaces/carship/apps/content/willkommen>

dass Sie nach zehn Dienstfahrten mit dem Rad einen persönlichen **Fahrradhelm** zur Verfügung bekommen?

- <https://reutlingen.covocloud.com/pages/mobilitaetsmanagement/apps/wiki/fahrrad/list/view/8c493c3c-72e6-4b7f-9e5d-7622ef7cb779?currentLanguage=NONE>

dass Sie mit dem **Jobticket** nur die Hälfte des Deutschlandtickets bezahlen und die andere Hälfte Ihr Arbeitgeber übernimmt?

- <https://reutlingen.covocloud.com/pages/dd48d1ef-6b78-4c19-b662-09bcd3450989/apps/wiki/66799975-fbbe-43fc-9fe9-66b111828995/list/view/19ebc591-125c-4346-b62a-0d4bff5867d1>

dass Sie ein **BusinessBike** beantragen können? Hiermit können Sie sich Ihr persönliches Wunschfahrrad über 36 Monate leasen und richtig Geld sparen!

- <https://reutlingen.covocloud.com/pages/mobilitaetsmanagement/apps/wiki/fahrrad/list/view/0f7c3e1f-0057-4a5c-afb0-fe1bd0efb0bd?currentLanguage=NONE>

dass Sie am **Standort der TBR Ihr E-Bike laden** können? Oben am TBR-Parkplatz gibt es diverse Anschlüsse am Chargercube, allerdings sind die Stationen schnell belegt. Dafür gibt es zusätzlich unten auf dem Betriebsgelände bei den Radstellplätzen 10 Doppelsteckdosen, an dem Sie ihr E-Bike mit Ihrem mitgebrachten, eigenen Ladegerät aufladen können!

wie Sie **Zuschüsse** für die Fahrradmitnahme im **ÖPNV** erhalten?

- <https://reutlingen.covocloud.com/pages/mobilitaetsmanagement/apps/wiki/fahrrad/list/view/53e3addb-3f0e-4897-a711-5b51d323514a?currentLanguage=NONE>

wo Sie in Reutlingen Ihr **E-Auto aufladen** und parken können?

- Elektrofahrzeuge parken: <https://www.reutlingen.de/de/Leben/Tourismus-Einkaufen/Parken/Elektrofahrzeuge-parken>
- Stromtankstellen in Reutlingen: <https://www.reutlingen.de/stromtankstellen>

dass es am Reutlingen Bahnhof **zwei Bike-and-Ride Boxen** für ihren (elektrifizierten) Drahtesel gibt?

- <https://www.reutlingen.de/Fahrradboxen>

dass die Verkehrswacht Reutlingen am 3.7.25 ein **E-Bike und Pedelec-Sicherheitstraining** anbietet?

Intranet: Beitrag & Teaser

Ihr bisheriges Feedback

Die aktuell angespannte **Haushaltslage** war uns als Projektteam in der Vorbereitung natürlich bewusst und wurde mehrfach diskutiert. Da die Aktion viel Vorlauf benötigt hat und wir die gesamte Konzeption der Beklebung selbst übernommen haben, war bereits sehr viel Arbeitszeit hineingeflossen, um die Aktion bei mit der Zeit verschärfter Haushaltslage abzubrechen. Die Aktion wurde aus einem dafür vorgesehenen Budgettopf der Task-Force Klima und Umwelt finanziert. Um weitere Kosten einzusparen, haben wir die Beklebung mit dem Projektteam selbst übernommen.

Auf die Frage, warum wir keine **Zahlen** mit eingebaut haben, z. B. wie viel Strom für jede nicht getätigte Aufzugfahrt eingespart wird, müssen wir leider auf die Komplexität dieser Berechnungen hinweisen. Auch wir wollten Ihnen gerne diese Daten nennen, da sie auch uns interessieren! Aber erstens wollten wir die zuständigen KollegInnen nicht damit beschäftigen.

Seit Beginn der Aktion haben uns schon viele Rückmeldungen erreicht. Herzlichen Dank für die positiven Rückmeldung und ebenso für Ihre kritischen Anmerkungen, die wir alle in unsere Evaluation mit aufnehmen werden!

Bitte um weiteres Feedback

Um die Aktion auswerten zu können, hängen in den Treppenhäusern und Aufzügen ab sofort **Evaluationsplakate** mit farbigen Stiften für ein kurzes Stimmungsbild aus.

Über den untenstehenden Link gibt es eine digitale und anonyme Möglichkeit, um uns **weitere**, **schriftliches Feedback** zukommen zu lassen.

Wir freuen uns über Ihre **Mitwirkung**, denn nur mit Ihrem konstruktiven Feedback können wir unsere Kommunikationsmittel weiterentwickeln und auf Ihre Bedürfnisse anpassen.

Als die ersten Kleber angebracht waren, haben uns KollegInnen auf das Thema **Inklusion** angesprochen. Das hatten wir zwar bedacht, aber erst in den vierten und fünften Stockwerken an den Aufzugstüren angebracht. Daher haben wir in Rücksprache mit den zuständigen KollegInnen nachgearbeitet – vielleicht ist Ihnen der „wenn möglich“ Aufkleber aufgefallen oder die nochmals getauschten Aufkleber an den Aufzügen. Im Sinne einer offenen, positiven Fehlerkultur wollen wir auch damit transparent umgehen.

Sehr gefreut haben uns die Rückmeldungen, dass Sie diese Sensibilisierung **sinnvoll und wichtig** finden; dass Sie ohnehin nur Treppen laufen oder tatsächlich umgestiegen sind, weil die Treppenhäuser nun bunter und ansprechender aussehen.

Reallabor & Fehlerkultur

Wir wollen an dieser Stelle noch einmal darauf hinweisen, dass wir die interne Klimaschutzkampagne im Rahmen eines sogenannten Reallabors durchführen. Damit ist auch eine gewisse Art des Ausprobierens und Testens verschiedener Formate verbunden. So haben wir z. B. schon Plakate am s. g. Point of Action (den Multifunktionsgeräten) angebracht (Papiersparplakate) oder ein digitales Quiz zum Energiesparen durchgeführt



Materialien: "Mobi-Interviews"

Mit dem Rad in die Arbeit für das gute Gefühl!

Max Mustermann (55), stv. Betriebsleiter

Strecke: Ort A bis Test-Namen-Straße (4,1 km einfach)
 Zeit: 10-13 Minuten
 Seit: 2019 zwischen März-Oktober

Bevor Max Mustermann morgens um ca. 8 Uhr losfährt, prüft er erstmal das Wetter. Bei guten Bedingungen schwingt er sich im Sommerhalbjahr auf sein Pedelec und macht sich auf den Weg zu seiner 4,1 km langen Strecke in die Arbeit. „In ungefähr 10-13 min bin ich da, mit dem Auto brauche ich oft 20 min“, sagt er.

Das Fahrradfahren gibt ihm ein gutes Gefühl und ist gleichzeitig Bewegung, zudem spart es Energie. Auch im Urlaub ist er oft mit Fahrrad unterwegs, erzählt er. Er entscheidet sich ganz bewusst dafür mit dem Fahrrad zu fahren und dokumentiert seine Pedelec Fahrten auch in seinem Kalender.

Immer wieder bemerkt Max, dass Autofahrer beim Vorbeifahren keinen Abstand halten: „Sogar bei markierten Schutzstreifen wird der geforderte Abstand von 1,5 Metern oft einfach ignoriert.“ Einmal musste er sogar während der Fahrt an der Scheibe eines vorbeifahrenden Autofahrers klopfen, um ihn auf den fehlenden Abstand aufmerksam zu machen. Dafür freut er sich umso mehr über Autofahrer, die ausreichend Abstand halten.



Mit dem (Bio-) Bike entspannt zur Arbeit: Max Mustermann von Abteilung Y

Klimaschutz 20. Oktober 2025, 08:30



Das Mobilitätsinterview: Wie kommen Sie zur Arbeit und zu beruflichen Terminen? Welche Transportmittel nutzen Sie gerne, welche aus Überzeugung? Im Rahmen der internen Klimaschutzkampagne haben wir bei den Kolleg:innen nachgefragt. Hier gibts in einer Mini-Serie die Antworten.



Max Mustermann, Sachgebietsleiter Energie und Gebäude

Strecke: von Ort A zum Betrieb in der Teststraße (8,4 km einfach) und für Dienstreisen zum Rathaus (2,5 km einfach)

Zeit: ca. 25 min

Seit: Anfang 2025 täglich

"Für mich ist der Weg mit dem Fahrrad viel entspannter, als der Berufsverkehr. In der Zeit kann ich abschalten und mich Gedanklich auf die Arbeit, bzw. den Feierabend einstellen. Das Fahrrad benutze ich in der Regel auch für Dienstreisen. Es gibt beim Betrieb und beim Rathaus perfekte Abstellmöglichkeiten und

Wirkungsmessung

Methodik: 7 Umfrageplakate in 3 Treppenhäusern & 4 Aufzügen im Rathaus Reutlingen; je Zielgruppe unterschiedliche Farbe; ausführliches Feedback über QR-Code möglich; Erhebungszeitraum: 3 Wochen

Ergebnisse

- Frage 1: Treppen/Aufzugkleber werden am meisten wahrgenommen, Intranet-Beitrag/Video schneidet am schlechtesten ab (Zugriff durch Zugehörigkeit begrenzt)
- Frage 2: 27% keine Veränderung; 14% < Treppe, > Aufzug; 14% > Treppe, < Aufzug (hebt sich auf); 7% auch privat > Treppe; 6% nur noch Treppe, kein Aufzug; 4% auf Aufzug angewiesen
- Frage 3: Landschaftsbilder und motivierende Sprüche motivieren am meisten zum Umstieg auf die Treppe, Klimaschutz-Informationen liegen sogar noch hinter Gesundheitsinformationen
- QR-Code-Rückmeldungen (15): überwiegend positive Aufnahme v. a. der Treppenkleber mit Landschaftsbild, Text teilweise irritierend
- Unterschiedliche Ergebnisse je nach Standort und zwischen Aufzug & Treppe
- Größte Abstimmungsgruppe sind Mitarbeitende mit Büro im Rathaus
- Begrenzungsfaktoren der Aussagekraft: Mehrfachabstimmungen & damit Beeinflussung des Durchschnittsergebnis (v. a. in die negative Richtung bei Frage 3), Sommerpause

Treppe statt Aufzug: Ihre Meinung ist uns wichtig!

Bitte notieren Sie nichte außer dem Häkchen aufs Plakat.

Um was geht's? Die Aktion „Treppe statt Aufzug“ umfasst Treppen- und Aufzugkleber im Rathaus und findet im Rahmen der internen Klimaschutzkampagne des Realabors Klima-RT-LAB statt. Mehr dazu finden Mitarbeitende der Stadt im Intranet über die Seite „Klimaschutz“.

Jetzt interessiert uns Ihre Meinung dazu – bitte nehmen Sie sich kurz Zeit für unsere Umfrage!

So machen Sie mit: Nehmen Sie sich den passenden Farbstift und markieren Ihre Meinung mit einem Häkchen in der untenstehenden Tabelle!

✓ Rot: Mitarbeitende mit Büro im Rathaus ✓ Grün: Mitarbeitende ohne Büro im Rathaus ✓ Blau: Bürgerinnen und Bürger

	Frage 1: Über welche Maßnahme haben Sie die Aktion wahrgenommen?		Frage 2: Wie schätzen Sie die Wirkung der Aktion auf Ihre alltägliche Nutzung von Treppe und Aufzug ein?	
	Ja	Nein	Ich bin nur noch Treppen steigen und nicht mehr Aufzug gefahren.	Ich bin insgesamt mehr Treppen steigen und weniger Aufzug gefahren.
Treppenkleber				
Kleber auf den Aufzügen				
Plakate in den Aufzügen				
Intranet-Beitrag & Video				

Frage 3: Welche der Inhalte bewerten Sie als motivierend, um öfter die Treppe zu nutzen?

Inhalt	Sehr stark	Stark	Wenig	Gar nicht
Landschaftsbilder				
Gesundheits-Informationen				
Motivierende Sprüche				
Klimaschutz-Informationen				
Aufzug freigeben für Mitmenschen, die auf den Aufzug angewiesen sind				

Sie haben ausführliches Verbesserungsvorschläge, Kritik oder sonstige Anmerkungen? Lassen Sie es uns über nebenstehenden QR-Code wissen.

Ich habe schon immer die Treppe genutzt. Ich h. die Benutzung.

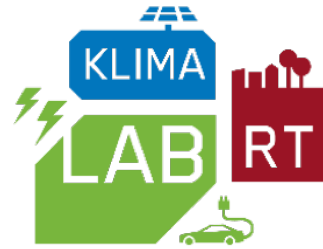
Herzlichen Dank für Ihr Feedback!
Ihr Team des Realabors Klima-RT-LAB

Ideenspeicher: Mobilität - Seite 1



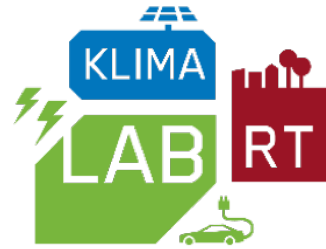
Idee	Warum verworfen
<p>Kompakt-Karte: digital, Karte von RT mit Icons, die P+R-Parkplätze/wichtige ÖPNV-Haltestellen/Radstrecken etc. kennzeichnen und ggf. mit Extrainfos, kann digital – Intranet? – zur Verfügung gestellt werden, zentralisierte Übersicht</p>	<p>Bereits vorhanden in der GIS-Karte: ÖPNV & Radverkehr, Reparatur-Hubs, Buslinien & Haltestellen; Nachteil: große Karte</p>
<p>„Mobilitätstour“: Vorstellung & individuelles Ausprobieren von nachhaltigen Mobilitätslösungen (Carsharing, Pedelecs etc.)</p>	<p>Wird bei Ansprechpartnerin kaum nachgefragt; keine Kapazität mehr</p>
<p>Mobiland-Spiel ausleihen & einen Spielslot anbieten</p>	<p>Einschätzung, dass sich MA dafür keine Zeit nehmen möchten</p>
<p>Weg-/Zeit-Karte im digitalen Stadtplan: Info-Karte mit Message: "Viele Stadtwege sind zu Fuß oder mit (E-)Bike schneller als mit dem Auto oder dem Bus!"</p>	<p>Umsetzung mit unseren Kapazitäten/Bereichen nicht möglich</p>
<p>"Mobi-Quiz": ca. 25 Fragen bereits vorbereitet (Mischung aus allgemeinen & RT-spezifischen Mobilitäts-Fragen)</p>	<p>Keine Kapazität; Treppen-/Aufzugkleber haben länger gedauert; Mehrwert fraglich (Gamification, Wissenszuwachs vorhanden; aber keine direkten Einsparungen); Teilweise Verwendung in KlimaBewegt-Slam</p>

Ideenspeicher: Mobilität - Seite 2



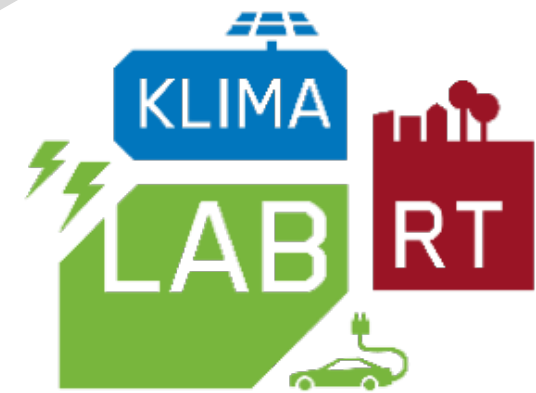
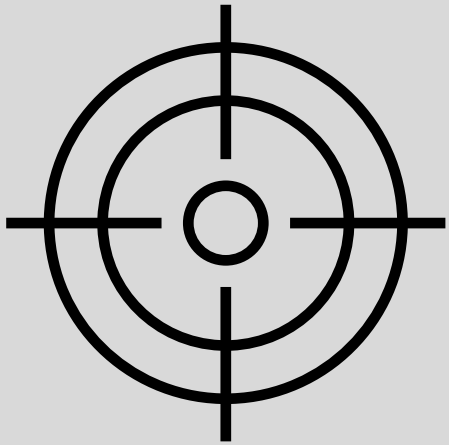
Idee	Warum verworfen
Einsparzahlen (x kg CO ₂) pro Aufzugfahrt	Zu ungenau, angreifbar und ggf. falsch; Berechnung sehr komplex (abhängig von Länge der Aufzugfahrt, Personenanzahl, Baujahr/Energieverbrauch des Aufzugs, Leerlauf im Verbrauch) & die Stadt hat Ökostrom; d.h. Einsparung gering
Zusätzliche Treppenkleber auf den Trittstufen (von oben nach unten sichtbar)	Zu teuer, zu bunt, zu viele Kleber auf einmal; unterschiedliche Messages notwendig
Schritt-Challenge	Kapazitäten zu begrenzt für weitere Mitmachformate
Mitmachaktion mit der Mitfahrbörse	

Fazit



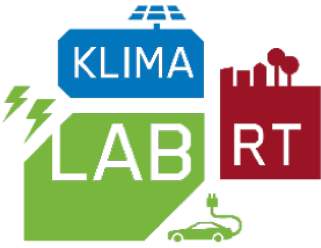
Best Practices	Lessons Learned
<ul style="list-style-type: none">• Synergiepotenziale mit anderen Themen heben, z. B. (individuelle) Gesundheit, den Aufzug freigeben für darauf Angewiesene• Treppenhäuser & Aufzüge sind hochfrequentierte Orte, die sich für analoge Maßnahmen gut eignen → Transfererfolg: Treppenkleber für Impfangebot• Spuren der Klimaschutzkampagne sichtbar erhalten: Aufkleber dürfen bis mind. zur Rathaussanierung hängen bleiben (auch Papiersparplakate hängen noch)• Wirkungsmessung direkt am Ort der Maßnahme erzielt hohe Beteiligung• Factsheet als einfaches Nachschlagewerk → Transfererfolg: Vorbild für weitere Factsheets im Rahmen der Klimaschutz-Leitlinien	<ul style="list-style-type: none">• Umfrageplakate sind leichtes Ziel für Ergebnismanipulation, z. B. Mehrfachabstimmungen nicht nachvollziehbar• Zeitpunkt der Umsetzung über die Sommerpause ungünstig; besser wählen• Klimaschutz-Informationen motivieren am wenigsten zur Verhaltensänderung → Klima-Kommunikation sollte (wo möglich) in Verbindung mit anderen Themen gestaltet werden• Bessere Vernetzung notwendig: bereits ausgearbeitetes Konzept in anderer Abteilung vorhanden

Gesamt-Fazit

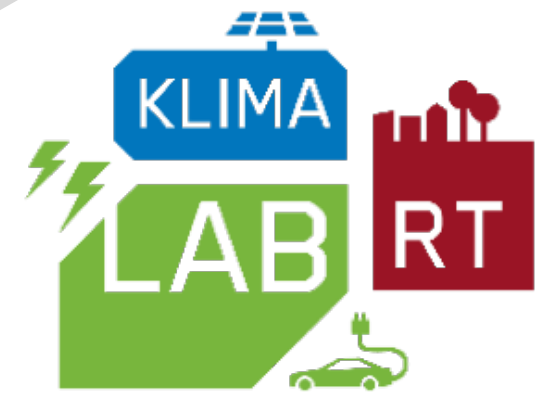
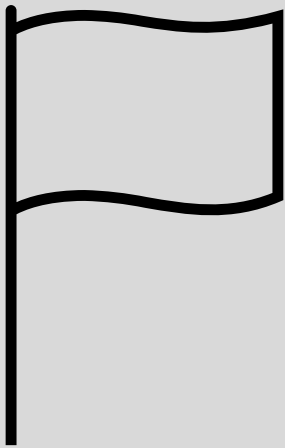


Gesamt-Fazit

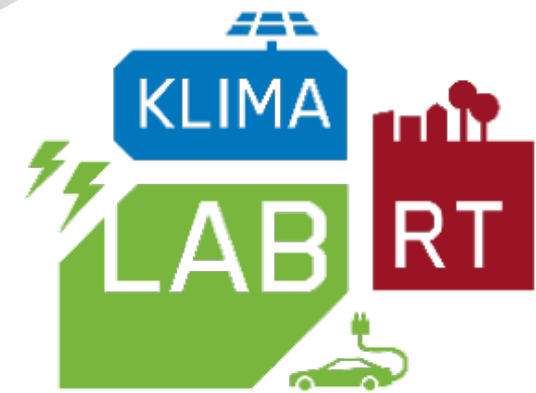
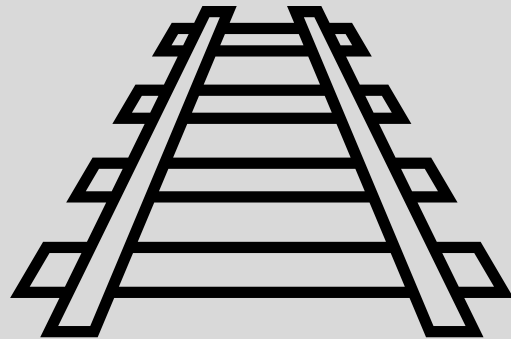
- **Passgenaue Klima-Kommunikation:** Kampagne muss auf die spezifische Situation der Kommune zugeschnitten werden, die an die bisherigen Erfahrungen und Strukturen vor Ort angepasst ist. Der Instrumentenkasten kann als Inspiration dienen.
- **Ressourcen:** Der Aufwand für die Erarbeitung einer Stadtkonzern-spezifischen Kampagne sollte nicht unterschätzt werden, oftmals braucht es mehr Zeit, Geld und Abstimmung, bis Inhalte veröffentlicht werden können.
- **Kampagnenplan:** Sinnvoll als anfängliche Übersicht, am besten möglichst realistisch erstellen, genug Pufferzeiten einplanen und flexibel an Bedarfe anpassen
- Klima-Kommunikation muss im **Arbeitsalltag “erlebbar”** sein; Mix aus digitaler und analoger Sensibilisierung, auf möglichst vielen Kanälen, mit abwechslungsreichen Formaten
- **Wirkungsmessung** oft sehr aufwändig für gefühlt oft kleinen/überschaubaren Impact, aber unabdingbar, um die wirklich erfolgreichen Formate zu identifizieren



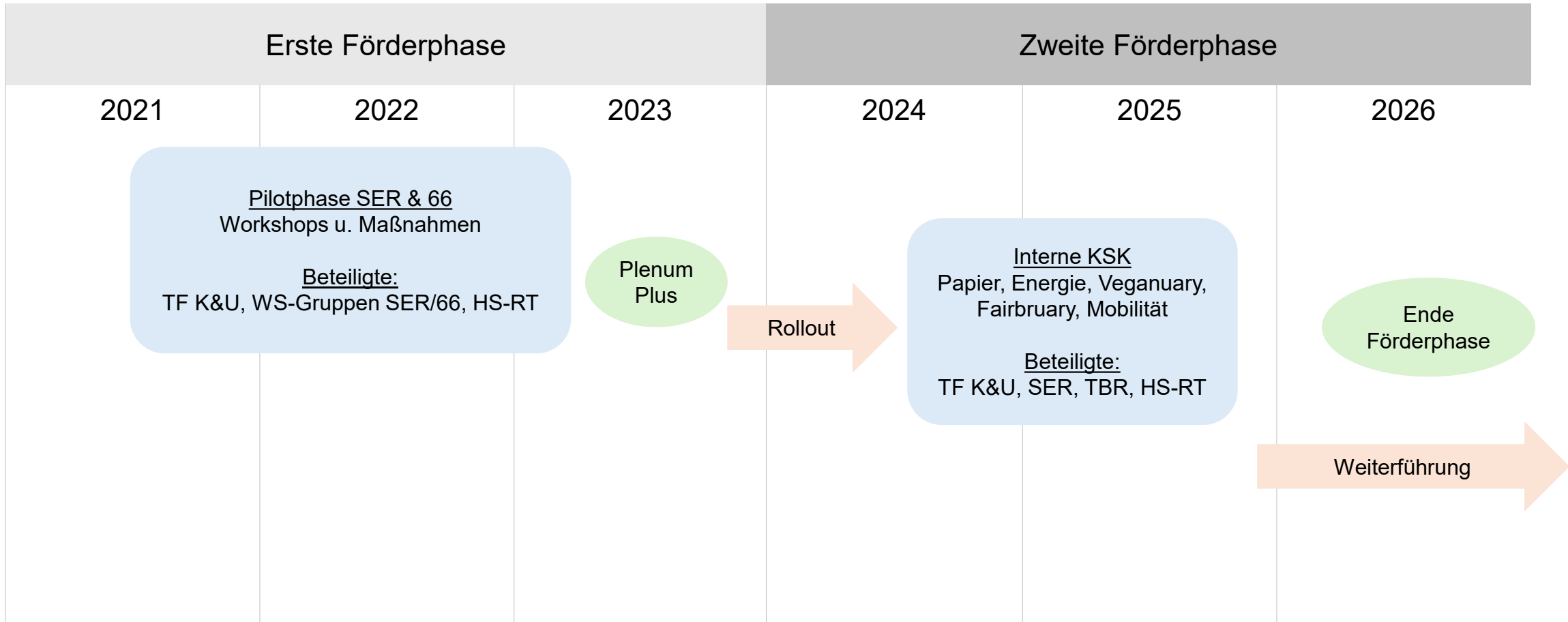
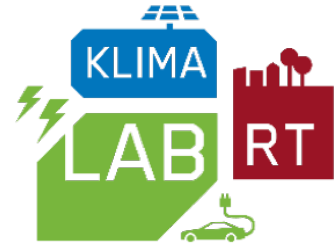
Offizielles Ende der internen Klimaschutzkampagne im Rahmen des Reallabors Klima-RT-LAB!



Ausblick: Wie kann es weitergehen?



Ausblick: Wo kommen wir her? Wie kann es weiter gehen?



Klima RT-Lab wird gefördert von



**Baden-Württemberg
Ministerium für Wissenschaft,
Forschung und Kunst**

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!



Hochschule Reutlingen
Reutlingen University



KEA-BW
DIE LANDESENERGIEAGENTUR



DIALOGIK



GWG Reutlingen
Wohnungsgesellschaft mbH



RAH
Reutlinger
Altenhilfe

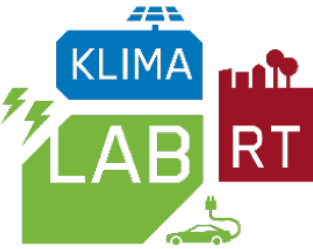


TBR
Technische Betriebsdienste Reutlingen



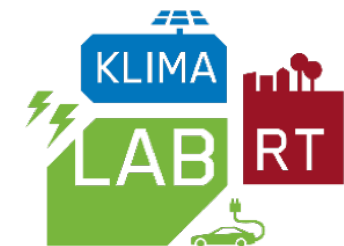
SER
Stadtentwässerung
Reutlingen
Ein Eigenbetrieb der Stadt Reutlingen

Sonstige Ideen



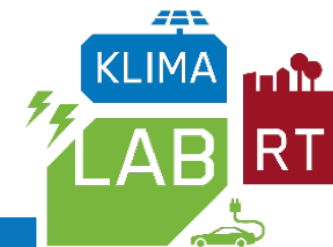
Idee	Warum verworfen
Aufenthaltsräume bespielen: z. B. mit wechselnder "Klima-Frage" der Woche auf einem Whiteboard/Stellwand; Mitarbeitende können per Strichliste abstimmen	Zu aufwändig, wahrscheinlich niedriger Output, aber möglicherweise hoher Sensibilisierungseffekt
"Klima-Lunch" : Mitarbeitende bringen ihr eigenes Mittagessen mit; rotierend eigene Klima-Ideen einbringen oder Vorstellung durch interne Expert:innen	Stattdessen klimafreundliche Mittagspause; Art Praxiskarussell + zu hoher Aufwand in der Vorbereitung
"Klima-Stammtisch" : regelmäßiger Treffpunkt für Mitarbeitende und/oder Führungskräfte, um sich über Aktuelles auszutauschen	Im FK-Format aufgegriffen bzw. klimafreundliche Mittagspause
Kooperationsmodul z. B. mit dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb, Lifthof Reutlingen oder Landratsamt Reutlingen	Fokus des Klima-RT-LABs bezieht sich auf die Stadt Reutlingen intern
Reste-Rezepte-Aufruf : MA laden ihr bestes „Reste-Rezept“ (typisches Resteessen, Smoothie-Rezept mit schon braunen Bananen, etc.) ins Intranet. Ergebnis: Kollektion aus Reste-Rezepten für Stadtverwaltung & Eigenbetriebe	Wurde in einem anderen Kontext bereits versucht und hat nicht funktioniert; oftmals zu hohe Arbeitsbelastung um Rezepte zu teilen, nicht für Arbeitsumgebung geeignet

Maßnahmenübersicht Pilotprozess: 1. Energie und Ressourcen



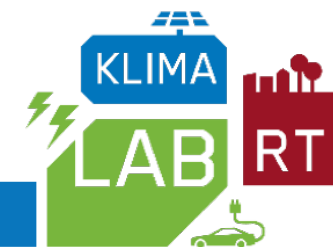
Maßnahme	Umsetzung	Ergebnis	Übertragbarkeit Stadt
Papierspar-Aktion	Erfolgt	Sensibilisierung → -10% Verbrauch, Prozessumstellung angestoßen	Ja: Digitalisierung von Prozessschritten, Sensibilisierung
Energiesparmonat November	Erfolgt	Kaum Einsparung von Energie, Positive RM zu Maßnahmen	Ja: Energiemanagement für mehr Transparenz, versch. Maßnahmen
Energieberatung auf Kläranlagen	(Bisher) nicht erfolgt	Netzwerkaufbau über DWA – Maßnahmenlisten mit Potentialen	Nein: Keine Vergleichbarkeit gegeben – SER-Thema
Videobotschaft des OB für Pilot-MA	Erfolgt	Wahrnehmung: Wertschätzung und Priorisierung	Ja: Storytelling als Element der Mitarbeitermotivation
Info-Mails mit Energiespartipps	Erfolgt	Über Klimaschutzmanager etabliert – soll fortgesetzt werden + Challenge	Ja: direkte Übertragbarkeit möglich inkl. Klima-Challenge

5. Realexperiment E: Ergebnisse Pilotprozess Maßnahmenübersicht: Energie und Ressourcen



Maßnahme	Umsetzung	Ergebnis	Übertragbarkeit Stadt
Werbung für Mobilitätsangebote	Erfolgt	MA per Mail informiert	Ja: Kommunikationsstruktur für Bewerbung/ Infos Klimathemen
Fahrtraining „Fit mit dem Pedelec“	Erfolgt	In Kooperation mit Verkehrswacht Esslingen durchgeführt – breites Interesse bei Piloten vorhanden	Ja: Aufnahme ins städtische Schulungsprogramm
Sharing für E-Scooter	(Bisher) nicht erfolgt	Option für Kurzstrecken analysiert	Ja: Als Bestandteil neuer Mobilitätskonzepte?
Interviewreihe „Nachhaltig an die Arbeit“	Erfolgt	Interviews sind geführt und werden aktuell intern veröffentlicht (Element: Storytelling)	Ja: Direkt auf Ebene der Stadt übertragbar
P&R – Stellplätze: Ausbau und Werbung	Teilweise erfolgt	Ausbau nur auf städtische Ebene möglich – Bewerbung erfolgt	Ja: Ausbau auf Grundlage stadtweiter Nutzer-Evaluierung

5. Realexperiment E: Ergebnisse Pilotprozess Maßnahmenübersicht: Beschaffung



Maßnahme	Umsetzung	Ergebnis	Übertragbarkeit Stadt
Beschaffung Energiesparhelfer	Erfolgt	30 Stück beschafft im Rahmen des Energiesparmonats getestet Fortsetzung ggf. Ausweitung auf alle MA	Ja: Sensibilisierung der MA; Stromeinsparungen Aber: mit Investitionskosten verbunden
Müllvermeidung/ Mülltrennung	Teilweise erfolgt	Beschaffung fehlender Tonnen mit GMR, Anbringen von Piktogrammen an die Mülleimer; Fortsetzung: Rebowl/Recup	Ja: Sensibilisierung der MA
CO ₂ -Fußabdruck von Produkten	Teilweise erfolgt	Teilweise Rückmeldung der Firmen. → Nachfrage am Markt schaffen	Ja: als großer Verbraucher auf dem Markt kann so „grüne“ Nachfrage geschaffen werden
Beschaffung Papier	Nicht erfolgt	Recherche erfolgt: Bereits hohe Nachhaltigkeitsstandards vorhanden	Thema in Hauptamt und IKO in Bearbeitung
Sammlung und Entsorgung von Druckerpatronen	Erfolgt	Zentrale Sammelstelle bei SER/66 etabliert. Der Benefit bei der Rückgabe der Patronen wird einem guten Zweck zugewendet	Ja: Stadtweit umsetzbar