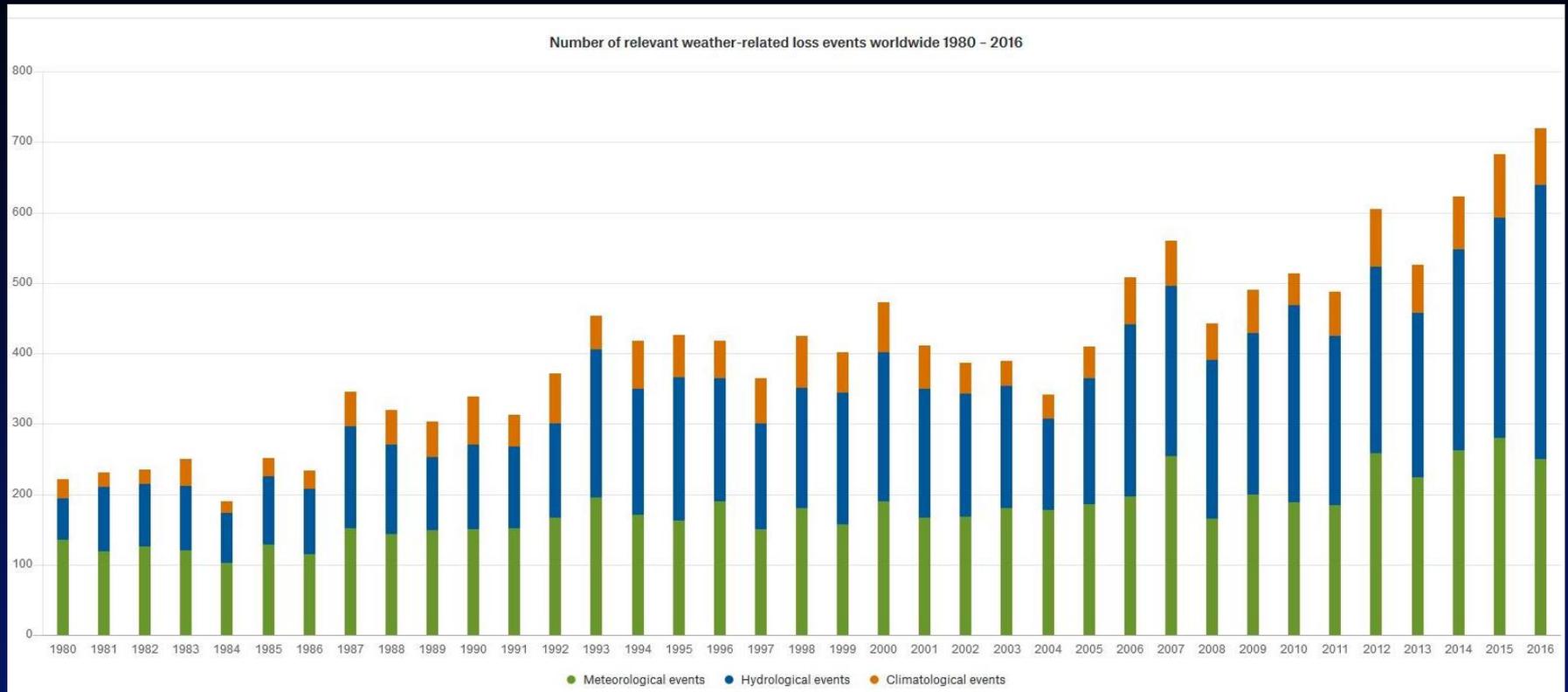


Effizienz durch regionale Kooperation

DER KREIS ALS GESELLSCHAFTER EINER KLIMASCHUTZAGENTUR



Anzahl globaler Wetterkatastrophen



1980
200

- Stürme
- Fluten
- Dürren

2016
710

Klimaschutz

Handeln kostet



2017

ca. 160.000 EUR

Klimaschutzmaßnahmen

Nichthandeln
aber auch



2018

ca. 10 Mio. EUR

Dürrenothilfe



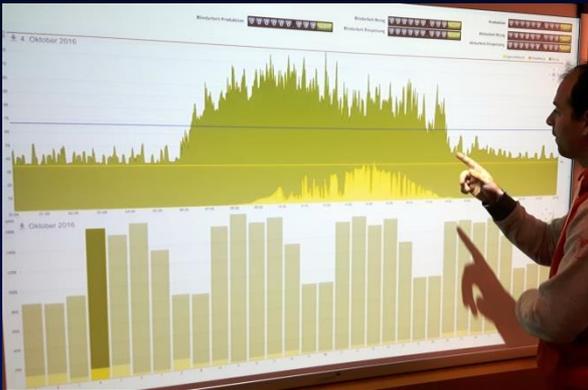
Klimaschutz ist

Modern



Kreativ





Innovativ

Klimaschutz ist

kommunikativ

MokWi

Reden ist Silber. Machen ist Gold.

Dein Projekt für Deine Region
mokwi.de





Eine Initiative der
Landeshauptstadt Kiel,
des Kreis Rendsburg-Eckernförde
und der Stadt Pinneberg.



Lösungsansatz im Kreis Rendsburg-Eckernförde

Machbarkeitsstudie
Zukunft des Klimaschutz
Verwaltung oder Klimaschutzagentur?



Der Prozess läuft seit Oktober 2016

**November 2016 – erster Beschluss des UBA zur
Entwicklung einer Machbarkeitsstudie**

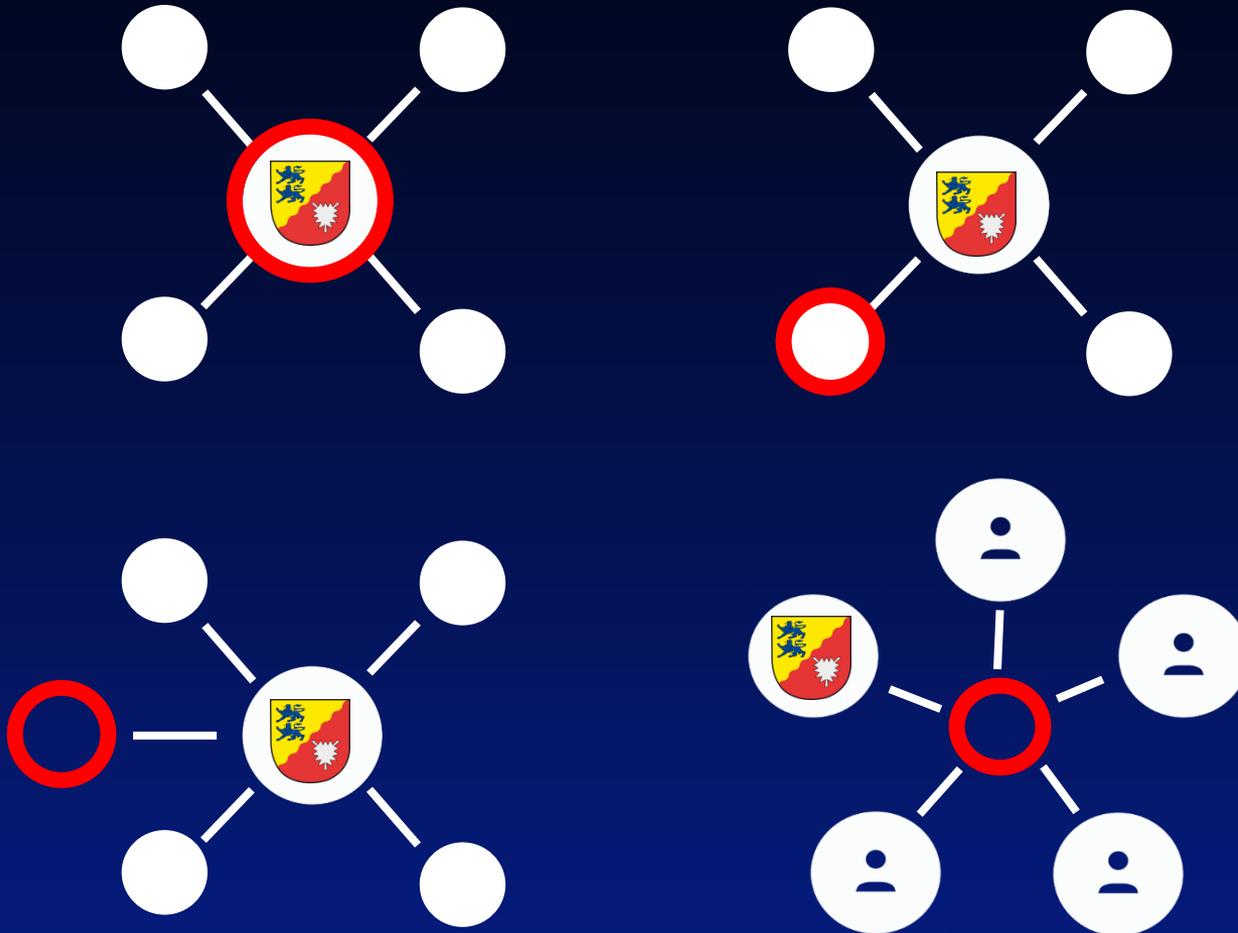
**Juli 2017 – Fördermittel der AktivRegionen und der EKSH
eingeworben**

**März 2018 – Abschluss der Machbarkeitsstudie und
Vorstellung im UBA**

**April 2018 – zweiter Beschluss des UBA zum weiteren
Vorgehen**

**September 2018 – Einladung nach Berlin zur Vorstellung der
Studie im Rahmen der Konferenz ‚Landkreise
in Führung‘**

Die Zukunft des Klimaschutz im Kreis

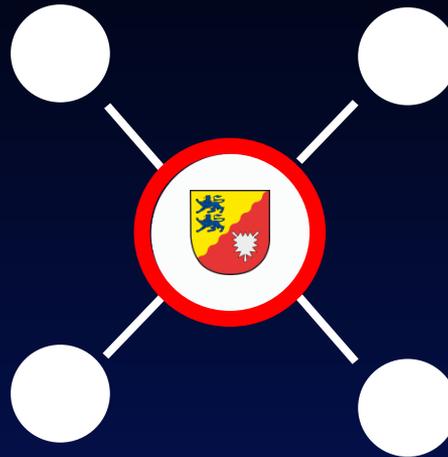


Klimaschutz in der Kreisverwaltung

Vorteile

Keine Änderungen

Geringe Overhead-Kosten



Nachteile

Kommunen sind nach §1 GO originär für den Klimaschutz zuständig

Kommunen müssen sich um eigenen Klimaschutz bemühen

Keine Effizienzsteigerung

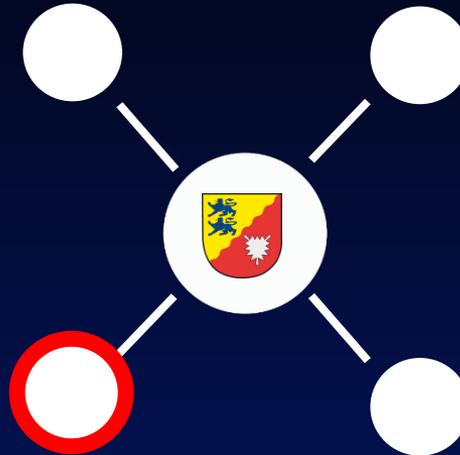
Klimaschutz in einer Kreistochter

Vorteile

Nutzen bestehender
Strukturen

Flexiblere
Arbeitsweisen

Geringere
Overhead-Kosten



Nachteile

Satzungszweck ist
vorgegeben

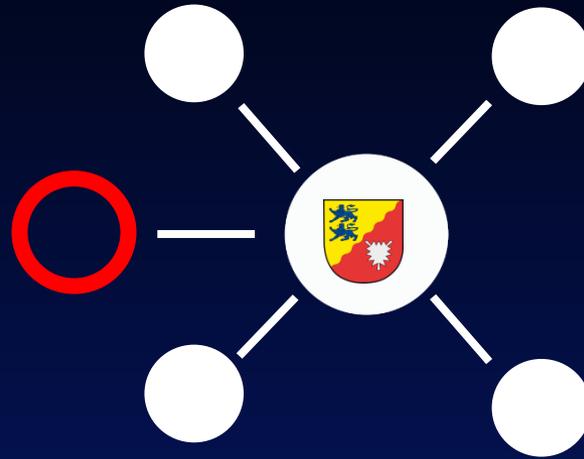
Kommunen sind nicht
Gesellschafter, daher
Dienstleistung Ust-
pflichtig

Klimaschutz in einer neuen Kreistochter

Vorteile

Flexiblere
Arbeitsweisen

Eigener
Satzungszweck



Nachteile

Kommunen sind nicht
Gesellschafter, daher
Dienstleistung Ust-
pflichtig

Hohe (Overhead)-
Kosten

Klimaschutz in einer gemeinsamen Agentur

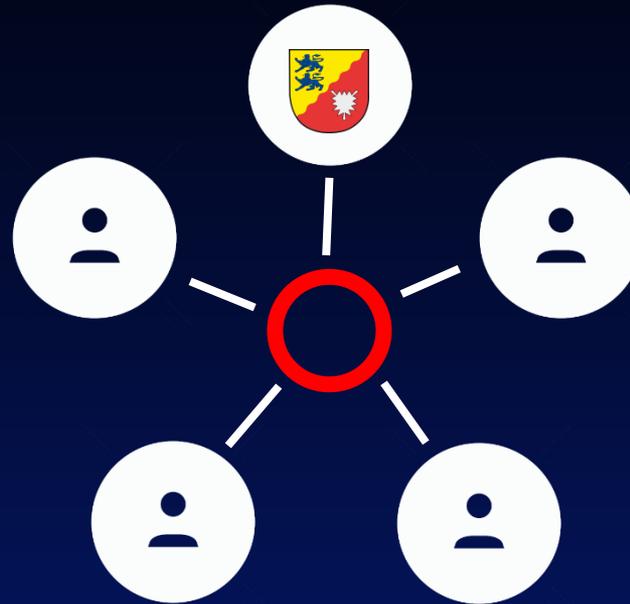
Vorteile

Flexiblere
Arbeitsweisen

Eigener
Satzungszweck

Kommunen können leichter zum
Klimaschutz bewegt werden

Kommunen sind Gesellschafter,
daher keine Ust-Pflicht



Nachteile

Hohe Overheadkosten
- Verteilen sich auf die
Gesellschafter

„Kommunaler Klimaschutz scheitert nicht am Know-How,

*kommunaler Klimaschutz scheitert nur bedingt an
den finanziellen Mitteln,*

*kommunaler Klimaschutz scheitert an den personellen
Ressourcen, diese Aufgabe zu bewältigen!“*



Kommunen und Kreis als Partner in einer regionalen Klimaschutzagentur



gGmbH mit 100 % kommunalen
Anteilen als beste Strategie



Was bedeutet das für
die Kommunen und
was für den Kreis?

Angebote der
Klimaschutzagentur

Bisherige Aufgaben des Klimaschutzmanagements

1. Weiterentwicklung der Klimaschutzstrategie für den Kreis
2. Entwicklung einer Klimaanpassungsstrategie für den Kreis
3. Identifizierung, Planung und Umsetzung von innovativen Klimaschutzprojekten
4. Beratung der Kommunen zur Entwicklung einer eigenen Klimaschutzstrategie
5. Ausbau des Klimaschutznetzwerks im Kreis

Werden ohne Abstriche weiter umgesetzt!



Nutzung eines Logos für die Außendarstellung

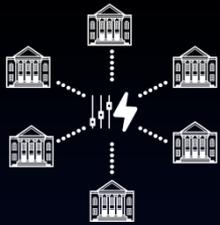
Bürgerplattform mokwi.de der KielRegion zur Förderung von bürgerschaftlichem Engagement



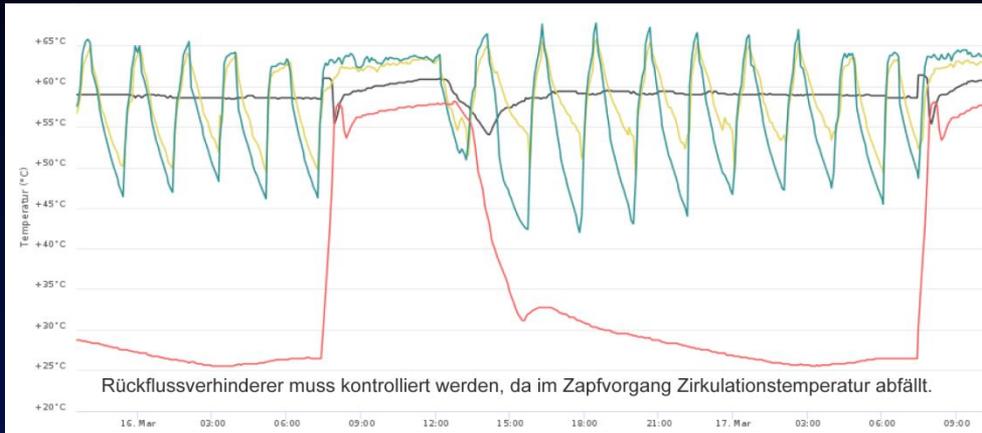
Entwicklung von Innovationsprojekten

Verbundförderanträge

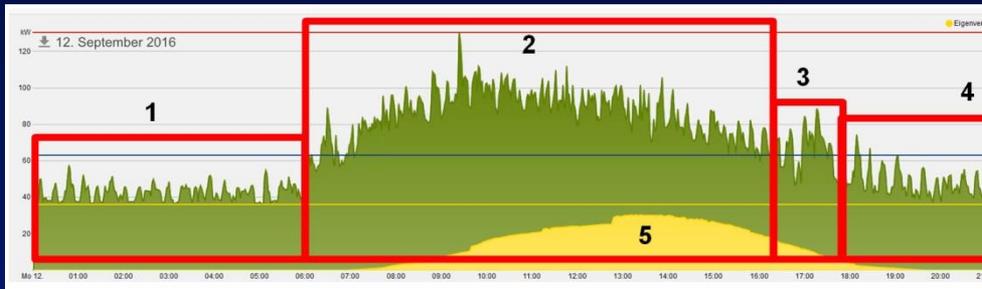




Energiecontrolling für 6 Liegenschaften in Rendsburg



Wärme

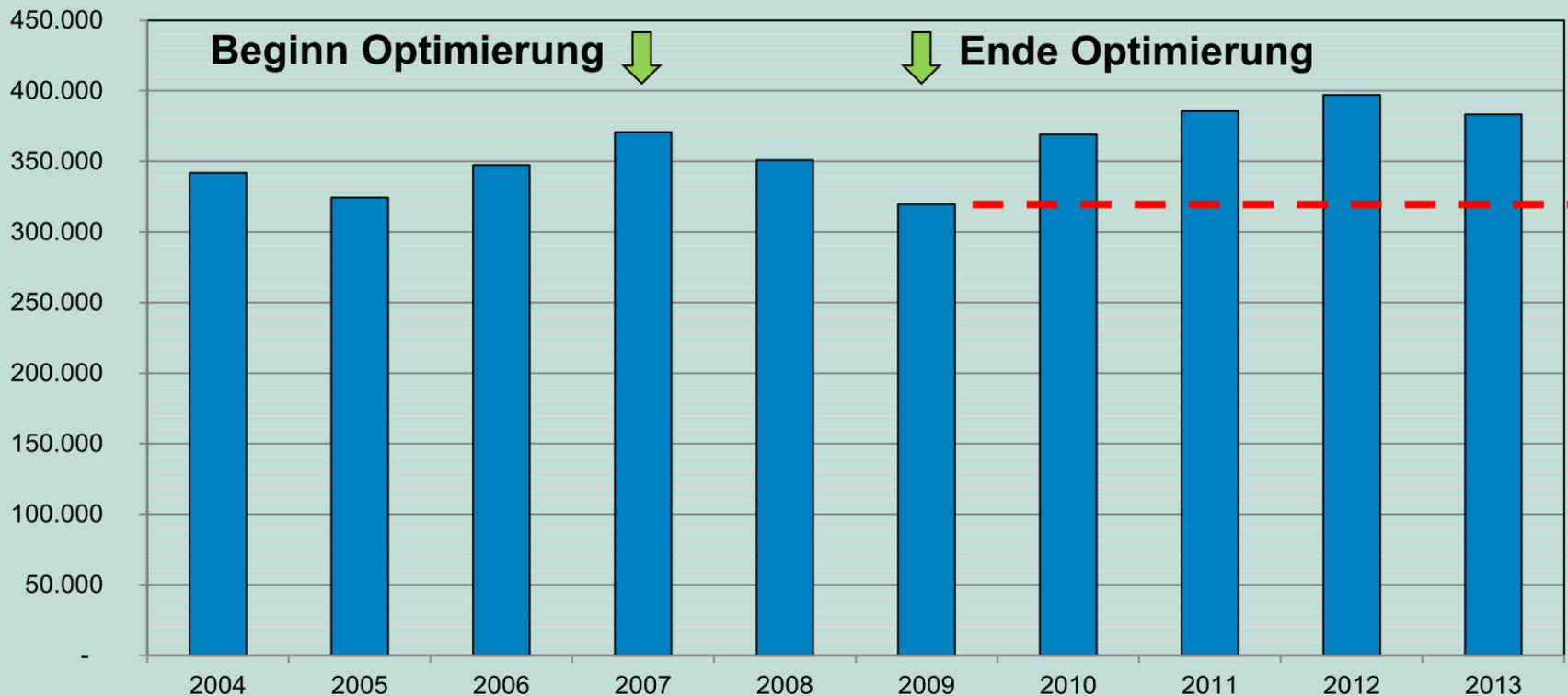


Strom

„Einsparungen von 10 - 20% der Energiekosten sind durch ein permanentes Energiecontrolling möglich“

– Dr. Glaser, Landesrechnungshof

Wärmeverbrauchsentwicklung einer Regelschule



Einsparungen 2007 – 2009: ca. 70 MWh \triangleq 4.900 €

Mehrverbrauch 2010 – 2013: ca. 250 MWh \triangleq 17.500 €

Quelle: Kom.EMS - Kommunales Energiemanagement mit System
Eine gemeinsame Entwicklung der Landesenergieagenturen
Baden-Württembergs, Sachsen-Anhalts, Sachsens und Thüringens

Energetische Quartierssanierungen



85% Förderung
der Konzeptionierung
(Eigenanteil muss
Kommune tragen)

Aufgaben der Agentur:

Beantragung der Fördermittel

Ausschreibung

Begleitung der Konzeptionierung



facebook

KICKSTARTER



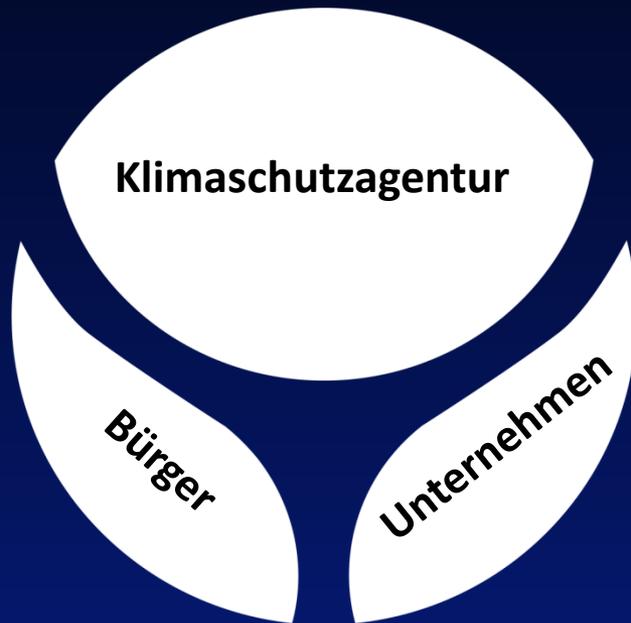
Öffentlichkeitsarbeit





Förderverein für den Klimaschutz

Aus der Region für die Zukunft



Parallele Einrichtung zur Agentur um weitere Finanzquelle bereit zu stellen

Bürger und Unternehmen zahlen in einen Klimaschutzfonds ein

Gründungsunternehmen legen mit jeweils 5.000 - 10.000 EUR den Grundstein

Erste Unternehmen stehen bereit

Finanzierung der Klimaschutzagentur

Jährlicher Gesellschafteranteil der Kommunen



2 Euro pro Einwohner*innen und Jahr

**Kommunen mit weniger als 500 Einwohner
pauschal 1.000 EUR pro Jahr**



Beispiel Kronshagen:

11.782 Einwohner entsprechen 23.564 EUR pro Jahr

Die 6 größten Liegenschaften in Ihrem Amt haben Energiekosten
von ca. 200.000 € pro Jahr

20.000 bis 40.000 EUR Einsparung pro Jahr

Kreisanteil an den laufenden Kosten

3 Varianten:

1. 0,44 Euro pro Jahr und Einwohner (110.000 Euro)

Dieses entspricht etwa dem Haushaltsansatz 2018, damit die Gründung und das Engagement des Kreises möglichst haushaltsneutral erfolgen kann.



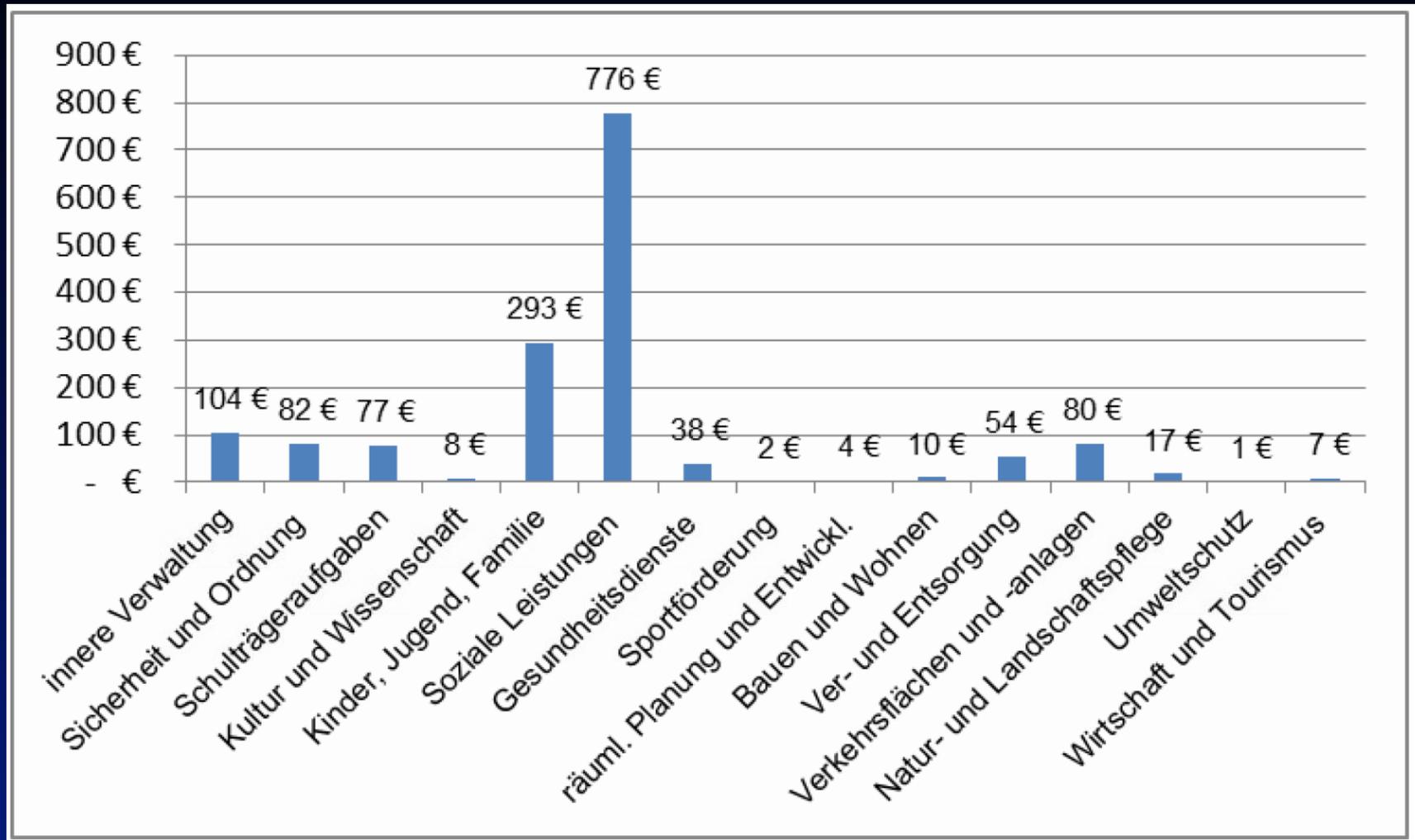
2. Ein Euro pro Jahr und Einwohner (272.351 Euro)

Damit würde der Kreis die Hälfte des Beitrags der Kommunen leisten und so seiner Ergänzungsfunktion nachkommen. Sperrminorität!

3. Zwei Euro pro Jahr und Einwohner (544.702 Euro)

Damit würde der Kreis den selben Beitrag wie die Kommunen leisten. Absolute Mehrheit!

Kreis-Aufwendungen nach Produktbereichen je Einwohner



Durchschnitt aller Kreise S-H / Quelle: Bericht Benchmarking 2018

Mögliche Entwicklung der Angestelltenzahl

Kreis € /Einwohner	Kommunen	2019	2020	2021
0,44	60.000	1 / 1,5 / 0,5	1 / 3,5 / 0,5	1 / 5,5 / 0,5
1	60.000	1 / 3 / 1	1 / 5 / 1	1 / 7 / 1
2	60.000	1 / 5 / 1	1 / 7 / 1,5	1 / 9 / 1,5

**GeschäftsführerIn /
KlimaschutzmanagerIn /
Assistenz**

Wie geht es jetzt weiter?

UBA - Beschluss vom 10.04.2018

Der Ausschuss nimmt die Studie zur Kenntnis und beschließt die Verwaltung zu beauftragen die Voraussetzungen der Gründung einer Klimaschutz GmbH gemäß den Ziffern 1 und 2 zu prüfen

1. Stehen Kommunen mit mindestens 60.000 Einwohner (in Summe) zur Gründung bereit?

2. Welche Fördermittel können den Gründungsaufwand reduzieren?

Stehen Kommunen mit mindestens 60.000 Einwohner (in Summe) zur Gründung bereit?

Kommune / Amt (Einwohner)	Datum	Vorstellung
Kronshagen (11.782)	26.06.2018 30.08.2018	Bürgermeister Umweltausschuss
Gettorf (7.435)	23.07.2018 12.11.2018	Bürgermeister Umweltausschuss
Altenholz (9.937)	04.09.2018	Umweltausschuss
Schlei – Ostsee (18.818)	04.09.2018	Informationsveranstaltung für alle Gemeindevertreter
Eckernförde (21.971)	20.09.2018	Umweltausschuss
Eiderkanal (12.862)	24.09.2018	Amtsausschuss
Hanerau-Hademarschen (3.028)	27.09.2018	Informationsveranstaltung
Bordesholm (14.301)	29.10.2018	Informationsveranstaltung für alle Gemeindevertreter
Achterwehr (11.383)	01.11.2018	Informationsveranstaltung für alle Gemeindevertreter
Flintbek (8.107)	01.11.2018	Umweltausschuss
Rendsburg (28.055)	08.11.2018	Senat
Hüttener Berge (14.537)	05.12.2018	Informationsveranstaltung

Welche Fördermittel können den Gründungsaufwand reduzieren?



Klimaschutz-Sondertitel des MELUND

AktivRegionen (ELER Förderung)

Regionalbudget der KielRegion

**Interkommunale Zusammenarbeit
des Innenministeriums**

Europäischer Sozialfonds

Absichtserklärung

Es wird beabsichtigt:

- **Gesellschafter der zu gründenden Klimaschutzagentur zu werden**
- **Einen jährlichen Gesellschafteranteil von XXX EUR zu leisten**
- **Eine(n) zentralen AnsprechpartnerIn in der Kreisverwaltung der Klimaschutzagentur zu benennen**

Voraussetzungen sind:

- **Das Mitspracherecht wird, wie im GmbH- Gesetz (§47 GmbHG) vorgeschrieben, äquivalent zum Gesellschafteranteil verteilt**
- **Die Beteiligung von Kommunen an der Klimaschutzagentur mit zusammen mindestens 60.000 EinwohnerInnen**
- **Ein/e zentraler AnsprechpartnerIn für die Kreisverwaltung in der Klimaschutzagentur**
- **Das nachhaltige Engagement des Kreises durch Öffentlichkeitsarbeit nach außen zu tragen**

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit



SWOT – Analyse einer Klimaschutzagentur

Stärken

- Ermöglichung von Klimaschutzaktivitäten in kleinen Kommunen
- Realisierung von Skaleneffekten
- Koordination mit kreisübergreifenden Projekten wird erleichtert (z. B. im Bereich Mobilität)
- Ermöglichung der Bearbeitung weiterer Aufgabenfelder
- Klares Mandat der beteiligten Kommunen ermöglicht übergreifende Projekte

Schwächen

- Abhängigkeit der Finanzierung von vielen Stakeholdern
- Notwendige Aktivitäten Vor-Ort sind teilweise nicht durch Agentur leistbar.
- Aktivitäten der Agentur müssen teilweise durch Aktivitäten Vor-Ort (z. B. Sanierungsmanager) ergänzt werden

S

W

Chancen

- Höhere Sichtbarkeit durch Etablierung eigener Marke
- stärkere Identifikation der Öffentlichkeit mit gebündelten Aktivitäten
- Für viele Kommunen gibt es keine sinnvolle Alternative zur Zusammenarbeit in einer gemeinsamen Agentur
- Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität durch relevante Teamgröße
- Höhere Chance der Beteiligung privater Akteure (insbesondere über einen Förderverein)
- Bisherige Aktivitäten auf Kreisebene sind positives Beispiel und dienen somit der Gewinnung von Gesellschaftern

O

T

Risiken

- Mögliche geringe Beteiligung der kreisangehörigen Kommunen könnte Realisierung der möglichen positiven Effekte verhindern
- Hoher Koordinationsaufwand zwischen den Gesellschaftern durch verfehlte Ausgestaltung
- Mögliche Vorbehalte gegenüber einer Übertragung der Aufgaben im Bereich Klimaschutzmanagement auf eine gemeinsame Organisation

Stärken

- Ermöglichung von Klimaschutzaktivitäten in kleinen Kommunen
- Realisierung von Skaleneffekten
- Koordination mit kreisübergreifenden Projekten wird erleichtert (z. B. im Bereich Mobilität)
- Ermöglichung der Bearbeitung weiterer Aufgabenfelder
- Klares Mandat der beteiligten Kommunen ermöglicht übergreifende Projekte

S

Schwächen

- **Abhängigkeit der Finanzierung von vielen Stakeholdern**
- **Notwendige Aktivitäten Vor-Ort sind teilweise nicht durch Agentur leistbar.**
- **Aktivitäten der Agentur müssen teilweise durch Aktivitäten Vor-Ort (z. B. Sanierungsmanager) ergänzt werden**

W

Chancen

O

- **Höhere Sichtbarkeit durch Etablierung eigener Marke**
- **stärkere Identifikation der Öffentlichkeit mit gebündelten Aktivitäten**
- **Für viele Kommunen gibt es keine sinnvolle Alternative zur Zusammenarbeit in einer gemeinsamen Agentur**
- **Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität durch relevante Teamgröße**
- **Höhere Chance der Beteiligung privater Akteure (insbesondere über einen Förderverein)**
- **Bisherige Aktivitäten auf Kreisebene sind positives Beispiel und dienen somit der Gewinnung von Gesellschaftern**

T

Risiken

- Mögliche geringe Beteiligung der kreisangehörigen Kommunen könnte Realisierung der möglichen positiven Effekte verhindern
- Hoher Koordinationsaufwand zwischen den Gesellschaftern durch verfehlte Ausgestaltung
- Mögliche Vorbehalte gegenüber einer Übertragung der Aufgaben im Bereich Klimaschutzmanagement auf eine gemeinsame Organisation