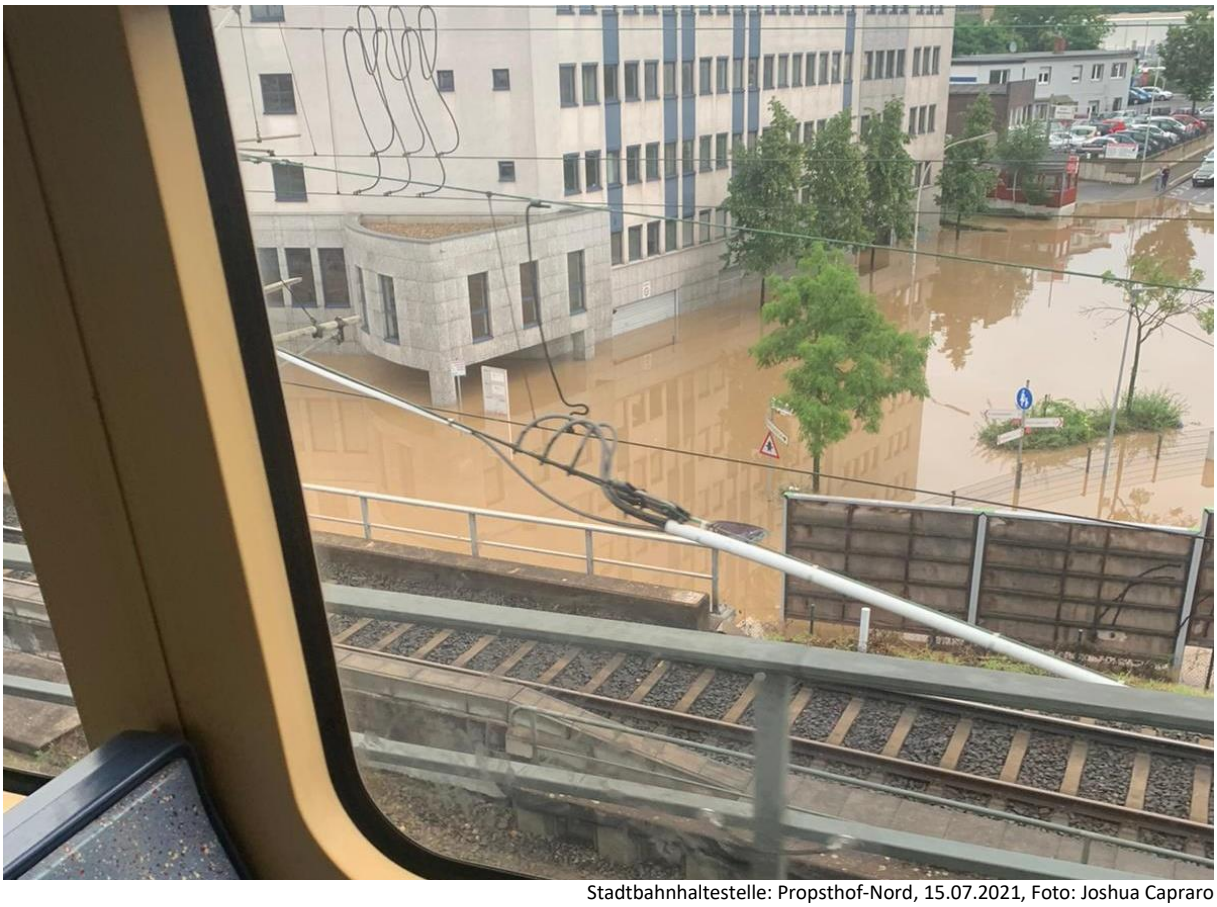
Projekt „Nachhaltigkeits-Hub“

Rahmenbedingungen

Die Auswirkungen des Klimawandels werden weltweit, aber seit der Flutkatastrophe im Sommer in besonderer Weise auch in unserer Region, immer sicht- und spürbarer.



Stadtbahnhaltestelle: Propsthof-Nord, 15.07.2021, Foto: Joshua Capraro

Im Juli 2019 hat der Rat der Stadt Bonn den Klimanotstand ausgerufen; bis 2030 will die Stadt die CO^2-Emissionen in Bonn um mindestens 40 Prozent senken, bis 2035 will sie klimaneutral werden. Mit der Bedrohung der Lebensräume für Menschen, Tiere und Pflanzen sind Politik und Verwaltung gefordert, stärker als in der Vergangenheit regulierend, aber auch nachhaltigkeitsfördernd einzugreifen. Daher wird sich die Wirtschaft mit steigenden gesetzlichen Anforderungen im Bereich des Umwelt- und Klimaschutzes konfrontiert sehen, das Thema Nachhaltigkeit rückt insgesamt seit Jahren für die Unternehmen zunehmend in den Fokus. Eine grüne Transformation ist zum Bestandteil von Unternehmensstrategien geworden und geht einher mit einer Fülle von betrieblichen, betriebswirtschaftlichen und organisatorischen Herausforderungen. Damit bekommt die Unterstützung von Unternehmen bei diesen Prozessen zwangsläufig auch einen stetig zunehmenden Stellenwert in der Arbeit der Wirtschaftsförderung.

Die Zielsetzung des Bonner „Nachhaltigkeits-Hub“ unter der Projektsteuerung der Bonner Wirtschaftsförderung ist es, Neugründungen und Start-Ups, aber auch bestehende Unternehmen bei der Umsetzung von nachhaltigen Geschäftsmodellen und Produkten zu inspirieren, unterstützen und begleiten.
Dabei sollen Synergiemöglichkeiten mit anderen Institutionen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Hochschulen sowie weiteren Nachhaltigkeitsinitiativen in der Stadt, wie zum Beispiel dem Mitwirkungsverfahren „Bonn4Future“ angestoßen und gefördert werden.

Auch wenn in Bonn bereits eine stetig zunehmende Zahl von Start-Ups und Unternehmen mit nachhaltigen Geschäftsmodellen, Produkten und Dienstleistungen erfolgreich sind, fehlt es an Außenwirkung, Bündelung sowie Vernetzung.
Der Nachhaltigkeits-Hub wird an dieser Stelle neue Impulse an die Wirtschaft und aus der Wirtschaft liefern und ist lokales wie überregionales Sprachrohr für eine nachhaltige Wirtschaft.

Die nachfolgende Projekt-, Aufgaben- und Leistungsbeschreibung soll die Grundlage für den Projektstart sowie die Beauftragung von notwendigen externen Beratungs- und Agenturleistungen sein.

Ausgangsbasis

Der Rat der Stadt Bonn hat im Juni 2021 folgenden Beschluss im Rahmen der Haushaltsplanung für die Jahre 2021/2022 gefasst:

- Die Stadt Bonn richtet einen Nachhaltigkeits-Hub ein und stellt dafür einen Betrag von 250.000 Euro als Anschubfinanzierung bereit.
- Dabei sollen die Möglichkeiten einer privatrechtlichen und öffentlichen Konstruktion für den Hub mitbedacht und abgewogen werden.
- In diese Abwägung sollen Akteure aus der Bonner Gründungsszene und anderen relevanten Akteuren einbezogen werden.

Die Stadtverwaltung hat damit den politischen Auftrag erhalten, das Projekt auszugestalten und mit Partnern umzusetzen. Die Projektsteuerung ist im Amt für Wirtschaftsförderung angesiedelt. Die Projektlaufzeit ist zunächst auf zwei Jahre angelegt.
Das Amt für Wirtschaftsförderung, die Leitstelle Klimaschutz, das Amt für Internationales und globale Nachhaltigkeit sowie das Referat Stadtförderung haben sich darauf verständigt, dass eine Fokussierung des „Nachhaltigkeits-Hub“ auf bestehende Unternehmen, Start-Ups, institutionelle Partner und Multiplikatoren am ehesten geeignet ist, die Zielsetzungen des Nachhaltigkeits-Hubs zu erfüllen.

Aus der engagierten Mitarbeit der Teilnehmer*innen an der durch das Amt für Wirtschaftsförderung organisierten Kickoff-Veranstaltung sowie einem anschließenden Workshop sind die nachfolgend dargestellten 6 Handlungsfelder herausgearbeitet und inhaltlich konkretisiert worden:

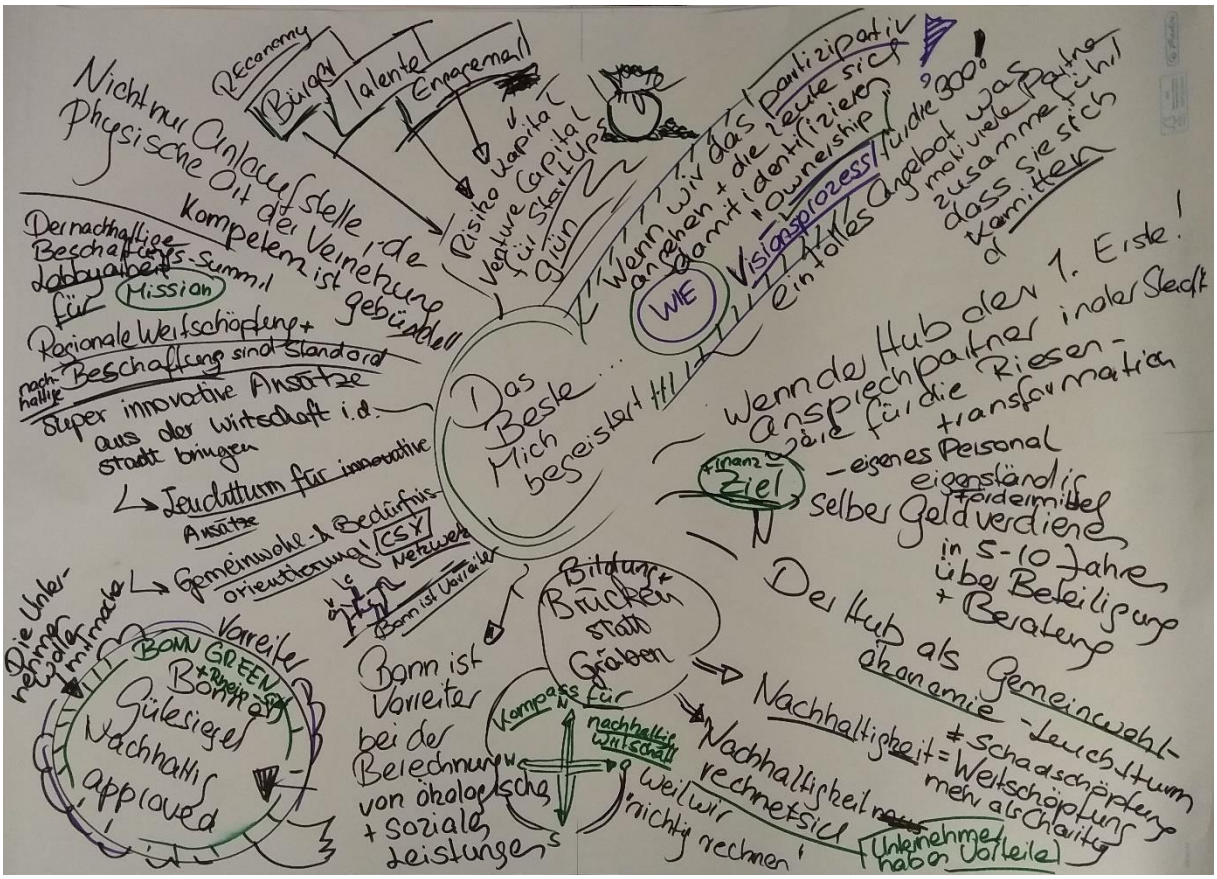
Die Auflistung der bisher beteiligten Akteure/Einrichtungen befindet sich im Anhang.

Handlungsfelder

Die Schwerpunktsetzungen und Inhalte in den zuvor definierten Handlungsfeldern des Nachhaltigkeits-Hubs spiegeln die Ergebnisse der Arbeit und Diskussion der Vertreter*innen der teilnehmenden Organisationen an den Thementischen des Workshops am 16.11.2021 wider. Es bestand der Konsens, dass dieses Grundgerüst die Basis für die inhaltliche Arbeit des Nachhaltigkeits-Hub sein wird. Die erforderlichen Aufgaben- und Arbeitsschritte sind im Text durch Unterstreichung hervorgehoben.

1. Vision, Mission und Ziele

Die Erwartungshaltung an den Nachhaltigkeits-Hub ist bei allen Teilnehmenden der beiden vorgenannten Veranstaltungen bewusst hoch angesetzt. Nur durch die Formulierung ambitionierter Ziele sind nach vorherrschender Überzeugung spür- und messbare Ergebnisse zu erzielen, die Bonn, speziell auch den Wirtschaftsstandort, auf dem Weg in die Klimaneutralität und bei der Erreichung der Nachhaltigkeitsziele voranbringen.



Die nachfolgenden Ziele und „Blitzlichter“ wurden am gleichnamigen Thementisch des Workshops dokumentiert:

- Der Hub ist nicht nur Anlaufstelle, er ist der physische Ort der Vernetzung, wo Fachkompetenz gebündelt ist. Er wird der erste Anlaufpunkt für die Transformation, akquiriert Fördermittel, verdient mittelfristig eigenes Geld mit eigenem Personal.
- Alle beteiligten Partner sollen sich mit dem Hub identifizieren.
- Der Hub animiert Unternehmen aus allen Branchen in allen Größenordnungen zum „Mitmachen“.
- Der Hub bringt Bedarfe und Lösungen zusammen und schafft regionale Wertschöpfungsketten.
- Regionale Wertschöpfung und nachhaltige Beschaffung werden zu Standards.
- Der Hub macht Leuchtturmprojekte und Erfolgsgeschichten sichtbar.
- Der Hub wird zum Baustein der Gemeinwohlökonomie.
- Der Hub ist Leuchtturm für innovative Ansätze und bringt diese aus der Wirtschaft in die Stadt.
- Bonn wird Vorreiter bei der Berechnung von ökologischen und sozialen Leistungen.
- Der Hub wird Vorreiter bei der Entwicklung eines Bonner Gütesiegels für Nachhaltigkeit.

<u>Diese Zielsetzungen müssen in der Kommunikationsstrategie aufgegriffen und in prägnante und griffige Kernbotschaften verpackt werden.</u>

2. Vernetzung von Akteuren und Multiplikatoren

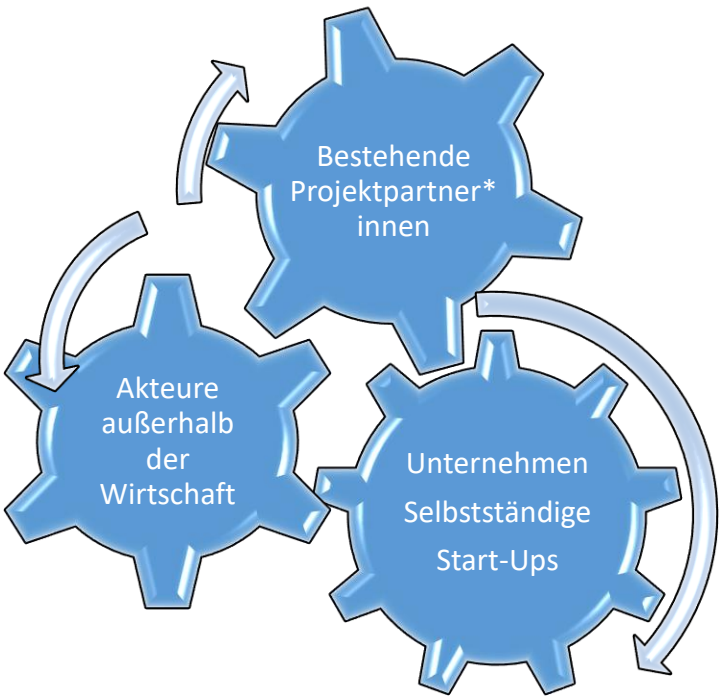
Am Thementisch Vernetzung waren sowohl Vertreter*innen der Verwaltung, als auch der Hochschullandschaft anwesend. Große Einigkeit bestand darin, nur bedarfsorientiere Vernetzung zu betreiben und dabei auf bestehende Formate der anwesenden Akteure der Projektpartner*innen zurückzugreifen. Folgende Parameter wurden dabei gesetzt:

- Die Struktur für die Vernetzung soll vom Amt für Wirtschaftsförderung vorgegeben werden.
- In einem ersten Schritt ist eine Übersicht der Veranstaltungen mit thematischem Bezug zum Nachhaltigkeits-Hub zusammenzustellen, die im direkten Einflussbereich der Vertreter*innen der Projektpartner liegen.
- Der Kalender „Bonn im Wandel“ (voraussichtlicher Launch im Januar 2022) soll für Veranstaltungsankündigungen genutzt werden.

Ein erforderlicher erster Arbeitsschritt war die Definition und Festlegung der Zielgruppe „Wirtschaft“. Unabhängig von der Ausrichtung der Angebote auf angehende und bestehende Unternehmen und Selbstständige gehören Hochschulen, Kultur- und Bildungseinrichtungen ebenfalls zur Zielgruppe, da auch hier die Notwendigkeit und das Bestreben besteht, nachhaltiger zu werden.

Zielgruppendefinition

Die Notwendigkeit zur Vernetzung unter dem Dach des Nachhaltigkeits-Hubs wird für folgende drei Zielgruppen festgelegt:



Vernetzung von Unternehmen und Selbstständigen untereinander

Um die Angebote des Nachhaltigkeits-Hubs bestmöglich an den Wünschen und Bedarfen dieser Zielgruppe auszurichten, wird in einem ersten Schritt eine Dialogveranstaltung organisiert, bei der die Erwartungshaltung der Unternehmerschaft zum Thema Nachhaltigkeit im Mittelpunkt stehen wird. Im Vorfeld werden „Vorreiterbetriebe“ identifiziert und dafür gewonnen, von ihren Erfahrungen im geschützten Rahmen der Dialogveranstaltung zu berichten.
Anschließen soll sich ein Aktionstag zur „Nachhaltigen Wirtschaft“, der als offenes Forum für den Austausch der Zielgruppe angelegt wird.

Vernetzung mit und von Akteuren außerhalb der Wirtschaft

Ein Schwerpunkt der Arbeit des Nachhaltigkeits-Hubs soll auf der Vernetzung von Wissenschaftseinrichtungen und Hochschulen mit der Wirtschaft liegen. Hochschulen suchen häufig Case Studies für Studierende und Doktoranden. Der Einsatz von Case Studies eignet sich dabei besonders für Unternehmen und Geschäftsmodelle, die erklärungsbedürftige Produkte anbieten, wie zum Beispiel Software oder komplexe technische Lösungen. Die Aufgabe des Hubs wird darin bestehen, bedarfsorientiertes Matching von Unternehmen und Start Ups mit Hochschulen und Wissenschaftseinrichtungen zu betreiben, um beiden Zielgruppen das Zusammenfinden zu erleichtern. Hier gilt es, neue Wege und Formate zu finden, um sich dieser Aufgabe zu stellen.
Die Universität Bonn hat sich bereit erklärt, sich über studentische Lehrprojekte, ein Engagement von Expert*innen aus Unternehmen für Gastvorträge sowie Synergien, die sich aus Einrichtungen wie dem Transfer Center enacom und der Bonner Allianz für Nachhaltigkeitsforschung ergeben, in den Hub einzubringen.

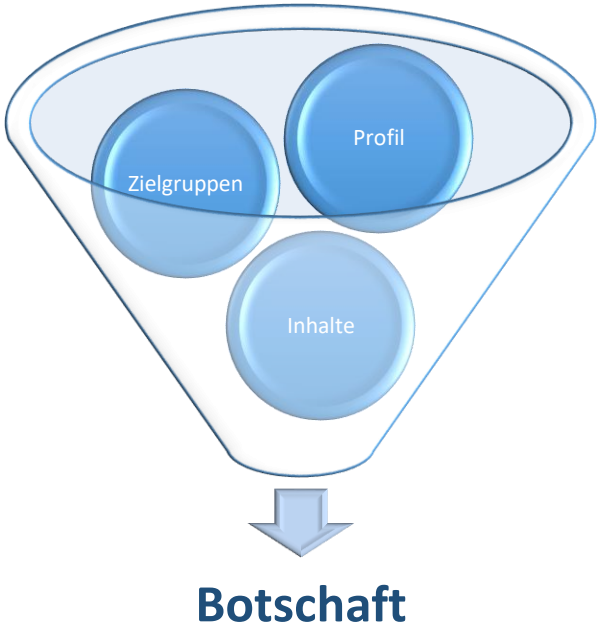
Gute Geschäftsideen für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen kommen aber nicht nur aus der Wirtschaft oder der Wissenschafts- und Hochschullandschaft. Verbraucher*innen setzen sich im Regelfall selbst mit der Funktionalität, dem Nutzen und zunehmend mit dem Faktor Nachhaltigkeit von Waren und Dienstleistungen auseinander. Daher wird der Hub im Interesse der Förderung nachhaltiger Innovationen ebenfalls die aufgeschlossene Bürgerschaft an die Unternehmen und Hochschulen heranführen. Auch hierfür müssen geeignete Formate zur Vernetzung entwickelt werden.

Vernetzung der bestehenden und künftigen weiteren Projektpartner*innen

Für den Nachhaltigkeits-Hub wird vorläufig keine eigene Rechtsform angedacht, sondern er ist als Projektinitiative zunächst auf die Umsetzung seiner Ziele fokussiert. Daher gibt es keinen rechtlich vorgeschriebenen Aufsichtsrat oder ein Kuratorium, das Ziele festlegt und die Aufgabenerfüllung überwacht. Dennoch müssen die Partner*innen zwecks inhaltlicher Abstimmung die Möglichkeit erhalten, sich in regelmäßigen, noch zu definierenden

Abständen, zu treffen und auszutauschen. Hierfür ist ein Projektbeirat zu installieren, in dem grundlegende Fragen zur Arbeitsweise, den Aufgabenschwerpunkten und zur Finanzierung besprochen und abgestimmt werden können.
Aufgrund der Fülle der Themeninhalte werden zudem Arbeitsgruppen gebildet, in denen die unterschiedlichen Handlungsfelder aufgrund der Expertise ihrer Mitglieder bearbeitet werden können.

3. Kommunikationsstrategie



Profil schärfen und Namen definieren

Der erste Schritt der Kommunikationsstrategie wird sein, das Profil des Hubs zu schärfen und einen Namen zu definieren, der sich von den zahlreichen Initiativen rund um das Thema Nachhaltigkeit abgrenzt. Zudem gilt es, das Alleinstellungsmerkmal des Hubs herauszuarbeiten und in den Mittelpunkt der Strategie zu stellen. Für den Namen gab es am Thementisch des Workshops zwei Vorschläge, die nur beispielhaft genannt und nicht weiter diskutiert wurden:

- „Wirtschaftlicher Nachhaltigkeits-Hub“
- „Nachhaltigkeits-Hub Wirtschaft“

Zielgruppen festlegen

Die Zielgruppen der Angebote des Nachhaltigkeits-Hubs sind bereits unter Handlungsfeld 2 beschrieben worden. Der nächste Schritt besteht darin festzulegen, mit welchen Kommunikationsmaßnahmen und Kanälen diese Zielgruppen unmittelbar und effektiv erreicht werden können. Die Kommunikationsstrategie ist damit maßgeblich dafür verantwortlich, dass die Angebote auch bekannt werden.

Inhaltliche Ausrichtung

Für die Zielgruppen muss klar ersichtlich sein, worin die Leistungen und die Angebote des Nachhaltigkeits-Hubs liegen. Deren Kommunikation erfolgt über eine Microsite unter bonn.de mit einer eigenständigen URL. Weitere Kanäle, insbesondere in den sozialen Medien, müssen im weiteren Verlauf des Projekts festgelegt werden.

Für die Ausgestaltung des Internetauftritts werden zwei Aspekte als zentral angesehen:

- Koordinierung von Beratungsangeboten (erste Anlaufstelle), Mittlerfunktion: Nur kürzere Inhalte auf der Plattform zu den einzelnen Angeboten, stattdessen vorzugsweise mit weiterführenden Links arbeiten. So wird der Arbeitsaufwand geringgehalten und über die Links kommen die Nutzer*innen immer auf die Seite mit den aktuellsten Informationen.
- Zentrales Informationsmanagement im Hub: Für die Projektpartner*innen sollen Informationsmaterialen (z.B. Textbausteine, Designs) zur Verfügung gestellt werden, um einerseits den Arbeitsaufwand für diese gering zu halten und andererseits ein einheitliches Bild nach außen zu schaffen.

Weitere Inhalte

Unabhängig von der Frage, welche Kanäle der Hub zur Kommunikation nutzt, sollen zwei inhaltliche Aspekte berücksichtigt werden:

- Hidden Champions sichtbar machen
- Best Practice zeigen

Ob die Notwendigkeit besteht, bei der Kommunikationsstrategie eine zielgruppenspezifische Sprache zu verwenden, bleibt zu entscheiden.

4.Beratungs- und Informationsangebote für Start-Ups und Bestandsunternehmen

Ein weiteres Herzstück des Nachhaltigkeits-Hub liegt in der Verfügbarkeit von persönlichen Ansprechpartner*innen und Informationsangeboten für die Zielgruppen, die in allen Fragen zur nachhaltigen Wirtschaft beratend unterstützen und zur Seite stehen. Bereits jetzt besteht von öffentlicher oder institutioneller Seite ein reichhaltiges Beratungsangebot, aus dem für die Aufgaben des Nachhaltigkeits-Hubs vor allem folgende Themenfelder von hohem Interesse sind:

- Klimaneutralität
- Ressourcenschonung
- Nachhaltige Produktion
- Gebäudeeffizienz und -begrünung
- Erneuerbare Energien
- Mobilität

- Fachkräftegewinnung und Ausbildung
- Regionale Wertschöpfungsketten
- Corporate Social Responsibility (CSR)

Eine Bestandsaufnahme, welche konkreten Angebote von welchen Einrichtungen vorgehalten werden, stellt einen ersten notwendigen Schritt dar, um zu ermitteln, welche Bereiche nicht neu entwickelt, sondern vielmehr gebündelt werden müssen, um Doppelungen zu verhindern und Transparenz zu schaffen.
In einem zweiten Schritt müssen diese Anbieter angesprochen, in den Austausch gebracht und als Kooperationspartner des Hubs gewonnen werden.
Die Bündelung und Vermarktung der bestehenden Angebote über die vom Hub angebotenen Kanäle schafft zusätzliche Aufmerksamkeit und damit einen Mehrwert für die Partner, vermeidet Redundanzen und unnötige finanzielle wie personelle Aufwendungen auf Seiten des Nachhaltigkeits-Hubs.
In einem dritten Schritt sollen Lücken oder Defizite im Beratungs- und Informationsangebot identifiziert und durch neu zu schaffende Angebote ergänzt werden.

5. Veranstaltungsangebote

Neben der Bündelung bestehender und auch neu zu schaffender Informations-, Beratungs-, Finanzierungs- und Fördermittelangebote ergänzen themenspezifische Veranstaltungen das Angebotsportfolio des Hubs.

Fotoquelle: Wirtschaftsförderung Bonn

Zielgruppen für Veranstaltungen sind:

- Bestehende Unternehmen, die im Bereich „Nachhaltigkeit“ aktiv sind oder aktiv werden möchten
- Gründungsinteressierte und Start-Ups
- Studierende
- Vertreter*innen aus der Wissenschaft
- je nach Veranstaltungsformat weitere Zielgruppen wie Teilnehmende aus NGOs, Behörden und Verwaltung.

Mögliche Formate:

- Workshops zu speziellen Themen, auch mit Beratungsbedarf oder zum intensiven fachlichen Austausch
- Stammtisch – als regelmäßige Austauschplattform, digital oder vor Ort
- Seminare – insbesondere für Start-Ups und Studierende
- Vorträge oder auch Dialogformate wie Podiumsdiskussionen, Fish Bowl, World Café – vorzugsweise als regelmäßige Reihen oder auch zu bestimmten Schwerpunktthemen oder Anlässen
- Markt der Möglichkeiten – Vorstellung von Ideen, konkreten Ideen oder auch Umsetzungen

Die Angebote können in Präsenz oder auch digital stattfinden. In Abhängigkeit von der Entwicklung der pandemischen Lage ist es aber erstrebenswert, auch in Unternehmen oder an Veranstaltungsorten, die für inhaltliche Kompetenz oder die Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten stehen, den Austausch vor Ort zu fördern.

Zu prüfen und entscheiden ist, ob „Anreizsysteme“, die Veranstaltungsformate ergänzen. Ganz konkret könnte die Auslobung eines Wettbewerbs, verbunden mit einer Auszeichnung oder einem Preisgeld bestimmte Zielgruppen dazu anzuregen, Nachhaltigkeitsprojekte zu konzipieren.

Zusammenfassend müssen die Veranstaltungsformate dazu geeignet sein und dazu beitragen, dass die Wirtschaft, Wissenschaft, Expert*innen, aber auch die Stadtgesellschaft unter dem Dach des Nachhaltigkeits-Hubs zusammenfinden und in einen themenspezifischen und/oder regelmäßigen Austausch kommen.

Die Vorstellung von „Best Practice“-Beispielen vor Publikum, aber auch von Geschäftsmodellen, Produkten und Dienstleistungen, die nicht funktioniert haben (sog. „Fuck up Nights“) sind bewährte Veranstaltungsformate in der Wirtschaft und Start-Up-Szene, die speziell auch im Kontext der Nachhaltigkeit spannend inszeniert und ausgerichtet werden können.

Ebenfalls sollen Projektkooperationen mit Forschungseinrichtungen, beispielhaft in Form von gemeinsamen Projekten oder Studien durch digitale Veranstaltungsformate und Workshops, in das Veranstaltungsprogramm aufgenommen werden.

6. Fördermöglichkeiten, Finanzierung und Fundraising

Grundsätzlich gilt es, zwei verschiedene Aspekte in diesem Themenstrang zu berücksichtigen. Einerseits geht es um die Finanzierung der Aufgaben des Hub selbst, andererseits sollen finanzielle Anreize für die angehenden und bestehenden Unternehmen zur Umsetzung nachhaltiger Geschäftsbereiche und –modelle geschaffen werden.

Förderung und Etablierung des Hubs

Neben der Anschubfinanzierung durch den städtischen Haushalt ist es erforderlich, gezielt Landes-, Bundes- und EU-Fördermitteln zu akquirieren, um die Finanzierung der Aufgaben inhaltlich und für einen perspektivisch längeren Zeitraum zu sichern. Dabei ist es erfahrungsgemäß erforderlich, mutige Visionen unter Beteiligung breiter Akteursgruppen zu entwickeln, um erfolgreich Fördermittel einzuwerben.
Bereits in der Anschubphase ist zu klären, ob Projektpartner*innen bereit sind, zusätzliche Beiträge in finanzieller oder personeller Form zu leisten. Nicht zuletzt sind die mitwirkenden Projektpartner*innen der Schlüssel für die langfristige Realisierung und den Erfolg des Hubs.

Förderung und Finanzierung für Unternehmen

Bei der Förderung und Finanzierung von nachhaltigen Geschäftsmodellen und –prozessen soll der Nachhaltigkeits-Hub für Unternehmen folgende Rollen haben:

- Wegweiser zu Förderprogrammen
- Nachhaltigkeitshub als Geldgeber
- Kapital für nachhaltige Geschäftsideen
- Förderung von Green-IT für die Wirtschaft erschließen
- Aufbau einer Crowd-Funding-Plattform

Neben der Zielgruppe der Unternehmen und Selbstständigen sollen auch Initiativen und Banken als Projektpartner*innen gewonnen werden.

Nächste Schritte

Das Grundgerüst für die inhaltliche Ausrichtung der Aufgaben und Angebote des Nachhaltigkeits-Hubs steht. Nächste Schritte:

- Das Konzept wird den beteiligten Institutionen, Initiativen, Einrichtungen und Dienststellen der Stadtverwaltung mit der Bitte um kurzfristige Zustimmung übersandt.
- Das abgestimmte Konzept wird der Politik in Form einer Mitteilungsvorlage vorgestellt.
- Parallel wird aus der vorliegenden Projektbeschreibung ein Leistungsverzeichnis erstellt, das die Grundlage für die Markterkundung, Angebotseinziehung und Beauftragung von einem oder mehrerer geeigneter externer Dienstleister ist.

Anhang

Folgende Institutionen, Initiativen, Einrichtungen und Dienststellen der Stadtverwaltung sind in die Start-Phase eingebunden, eine Beteiligung weiterer Partner*innen steht offen und ist selbstverständlich erwünscht:

- Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft
- Bonn4Future
- Bonner Allianz für Nachhaltigkeitsforschung
- Bundesstadt Bonn - Dezernat der Oberbürgermeisterin
- Bundesstadt Bonn - Amt für Internationales und globale Nachhaltigkeit
- Bundesstadt Bonn - Amt für Umwelt und Stadtgrün
- Bundesstadt Bonn - Amt für Wirtschaftsförderung
- Bundesstadt Bonn - Referat für Stadtförderung und strategische Projekte
- Bundesstadt Bonn - Stadtplanungsamt
- Deutsche Post DHL Group
- Deutsche Telekom AG
- Digital Hub Region Bonn AG
- Handwerkskammer zu Köln
- Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
- IHK Bonn/Rhein-Sieg
- IUBH Internationale Hochschule Bad Honnef Bonn
- Kreishandwerkerschaft Bonn Rhein-Sieg
- Sustainable at Work
- UN SDG Action Campaign
- UNEP/CMS Sekretariat des Übereinkommens zur Erhaltung der wandernden wildlebenden Tierarten
- Universität Bonn
- Wirtschaftsförderung Rhein-Sieg-Kreis