

Vorlage Nr. 2026/0372

Verantwortlich: **Dez. 2**
Dienststelle: **AfSta**

Ergebnisse zur Bürgerumfrage 2025 – Nutzung städtischer Informationskanäle

Gremien	Termin	TOP	Ö / N	Zuständigkeit
Haupt- und Finanzausschuss	09.06.2026	14	N	Vorberatung
Gemeinderat	23.06.2026	15	Ö	Entscheidung

Kurzfassung

Der Gemeinderat nimmt die Ergebnisse der Bürgerumfrage 2025 zum Thema „Kommunikation“ zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, die gewonnenen Erkenntnisse bei den weiteren Planungen der Fachämter zu berücksichtigen.

Finanzielle Auswirkungen	Ja <input type="checkbox"/> Nein <input checked="" type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/> Investition <input type="checkbox"/> Konsumtive Maßnahme	Gesamtkosten: Jährliche/r Budgetbedarf/Folgekosten:	Gesamteinzahlung: Jährlicher Ertrag:
Finanzierung <input type="checkbox"/> bereits vollständig budgetiert <input type="checkbox"/> teilweise budgetiert <input type="checkbox"/> nicht budgetiert	Gegenfinanzierung durch <input type="checkbox"/> Mehrerträge/-einzahlung <input type="checkbox"/> Wegfall bestehender Aufgaben <input type="checkbox"/> Umschichtung innerhalb des Dezernates	Die Gegenfinanzierung ist im Erläuterungsteil dargestellt.

CO₂-Relevanz: Auswirkung auf den Klimaschutz Bei Ja: Begründung Optimierung (im Text ergänzende Erläuterungen)	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/> positiv <input type="checkbox"/> negativ <input type="checkbox"/>	geringfügig <input type="checkbox"/> erheblich <input type="checkbox"/>
IQ-relevant	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/>	Korridor Thema:
Abstimmung mit städtischen Gesellschaften	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/>	abgestimmt mit

Erläuterungen

Die Stadt Karlsruhe, Amt für Stadtentwicklung, führt jährlich unter der Bevölkerung ab 16 Jahren eine repräsentative Bürgerumfrage zu relevanten Themen der Stadtentwicklung durch. Im Fokus der Bürgerumfrage 2025 standen die Themen Klima und Grün in der Stadt sowie Kommunikation. Die Ergebnisse zu „Klima und Grün in der Stadt“ wurden bereits im März 2026 im Gemeinderat behandelt (Vorlage Nr.: 2026/0094). Die nun veröffentlichten Ergebnisse aus dem Themenbereich Kommunikation fließen bei der Neuausrichtung der städtischen Kommunikationsstrategie des Presse- und Informationsamts ein. Außerdem geben die Ergebnisse verschiedenen Stellen mit Öffentlichkeitsarbeit Datengrundlagen zur Hand, um die Bevölkerung zielgruppenspezifisch zu erreichen.

Neben dem Interesse an der Arbeit von Gemeinderat und Stadtverwaltung wurde nach der Nutzung der offiziellen städtischen Informationskanäle gefragt. Vertiefend wurde innerhalb der jeweiligen Nutzergruppen nach dem Stellenwert der gedruckten Variante der Stadtzeitung sowie nach den Nutzungsgewohnheiten und Zufriedenheiten mit der städtischen Internetseite Karlsruhe.de gefragt.

Im offiziellen Erhebungszeitraum vom 5. Juli 2025 bis zum 10. August 2025 haben insgesamt 6.827 Karlsruherinnen und Karlsruher teilgenommen. Bei in Summe 23.435 zur Umfrage eingeladenen Personen ergibt sich daraus eine Rücklaufquote von 29,1 %.

Ergebnisse

Das Interesse der Karlsruherinnen und Karlsruhern an der Arbeit von Gemeinderat und Stadtverwaltung ist auf einem konstanten Niveau: 37,5 % geben an, sich dafür zu interessieren, was Gemeinderat und Stadtverwaltung machen, 42,2 % antworten mit teils-teils. Zusammengenommen ein Fünftel der Befragten interessiert sich wenig (15,8 %) oder gar nicht (4,5 %). Seit 1992 ist das kommunalpolitische Interesse auf etwa gleichbleibendem Niveau, wobei gerade für die jüngsten Befragtengruppen ein wieder zunehmendes Interesse im Zeitverlauf verzeichnet werden kann. Insgesamt lässt sich beobachten, dass kommunalpolitische Themen häufiger von Interesse sind, je älter die Befragten sind.

Unter den offiziellen Informationskanälen der Stadt werden am häufigsten die Stadtzeitung und Karlsruhe.de von der Bevölkerung genutzt. Jeweils über 60 Prozent geben an, sich mittels dieser Medien über lokale Themen zu informieren. Mindestens wöchentlich nutzen 37,0 % die Stadtzeitung und 25,9 % Karlsruhe.de. Dabei lassen sich teils große Altersunterschiede im Mediennutzungsverhalten beobachten: Während in der jüngsten Altersgruppe der 16- bis unter 25-Jährigen nur 11,4 % mindestens wöchentlich die Stadtzeitung lesen, steigt dieser Anteil sukzessive auf 75,2 % in der Altersgruppe ab 75 Jahren an. Ein umgekehrter Alterseffekt zeigt sich bei der Nutzung von Social Media – vor allem auf Instagram. In den Altersgruppen der 16- bis unter 25-Jährigen sowie der 25- bis unter 35-Jährigen ist der Instagram-Auftritt der Stadt der anteilmäßig am stärksten genutzte Informationskanal (Anteil mindestens wöchentlicher Nutzerinnen und Nutzer: 35,6 % beziehungsweise 29,6 %). Über sämtliche Altersgruppen hinweg kann nur die städtische Webseite Karlsruhe.de eine Reichweite von über einem Fünftel mindestens wöchentlicher Nutzung verzeichnen.

Über 90 Prozent der Befragten nutzen mindestens einen der offiziellen städtischen Informationskanäle. Lediglich rund 8 Prozent der Befragten geben an, alle städtischen Informationsangebote „nie“ zu nutzen. In mindestens wöchentlichem Rhythmus nutzen rund zwei Drittel (64,4 %) der Karlsruherinnen und Karlsruher einen oder mehrere städtische Angebote zur Information über lokale Themen. Die meisten Informationsangebote werden eher ergänzend zu weiteren städtischen Informationsquellen genutzt, um sich über das Geschehen in der Fächerstadt zu informieren. Gerade unter den Leserinnen und Leser der gedruckten Stadtzeitung ist jedoch der Anteil

der exklusiven Leserschaft beachtlich: nahezu 50 Prozent (48,6 %) der mindestens wöchentlich die StadtZeitung-Lesenden nutzen keine anderen offiziellen Informationsangebote in wöchentlichem Rhythmus. Unter denjenigen, die sich mindestens wöchentlich über den Instagram Auftritt der Stadt Karlsruhe informieren, nutzt mit nahezu 30 Prozent (29,8 %) ebenfalls ein relativ hoher Anteil keine weiteren Informationsangebote der Stadt.

Unabhängig von der Frequenz lesen rund 60 Prozent (60,7 %) der Bevölkerung die gedruckte Version der StadtZeitung. Von diesen Leserinnen und Lesern signalisieren wiederum rund zwei Drittel (69,3 %), dass sie auf die gedruckte Version der StadtZeitung zu Gunsten einer digitalen Version verzichten würden. Allerdings sollte bei der Beurteilung des Stellenwerts der gedruckten Ausgabe der „Push-Faktor“ – die Informationen kommen unangefordert bei den Leserinnen und Lesern an und animieren so, sich mit kommunalpolitischen Themen auseinanderzusetzen – berücksichtigt werden. Zu diesem liegen keine quantifizierbaren Angaben vor.

Tieferegehende Analysen zur Nutzung des Informationsangebots auf Karlsruhe.de zeigen, dass bei den Nutzerinnen und Nutzern in den häufigsten Fällen ein konkretes Anliegen der Anlass für den Besuch von Karlsruhe.de ist. Karlsruhe.de wird unabhängig von der Frequenz von nahezu 70 Prozent der Bevölkerung (68,9 %) genutzt. Dabei stehen Veranstaltungen, Kultur und Nachtleben (57,9 %), Verkehr und Mobilität (43,7 %), Freizeit und Erholung (43,2 %) sowie Politik und Verwaltung (39,5 %) im Mittelpunkt des Interesses.

Beschluss:

Antrag an den Gemeinderat – nach Vorberatung im Haupt- und Finanzausschuss

Der Gemeinderat nimmt die Ergebnisse der Bürgerumfrage 2025 zum Thema „Kommunikation“ zur Kenntnis und beauftragt die Verwaltung, die gewonnenen Erkenntnisse bei den weiteren Planungen der Fachämter zu berücksichtigen.