

Stefanie Walter

Akzeptanzkommunikation in der Energie- und Rohstoffwirtschaft

Chancen und Grenzen für kleine
und mittlere Unternehmen zur
Verbesserung des Akzeptanzniveaus
am Beispiel des Freistaats Sachsen

OPEN ACCESS



Springer VS

Akzeptanzkommunikation in der Energie- und Rohstoffwirtschaft

Stefanie Walter

Akzeptanzkommunikation in der Energie- und Rohstoffwirtschaft

Chancen und Grenzen für kleine
und mittlere Unternehmen zur
Verbesserung des Akzeptanzniveaus
am Beispiel des Freistaats Sachsen

Stefanie Walter
Geowissenschaften, Geotechnik und Bergbau
Technische Universität Bergakademie Freiberg
Freiberg, Deutschland

Diese Veröffentlichung basiert auf der im Jahr 2021 verteidigten Dissertation von Dr.-Ing. Stefanie Walter an der Fakultät Geowissenschaften, Geotechnik und Bergbau der Technischen Universität Bergakademie Freiberg.



ISBN 978-3-658-40797-1 ISBN 978-3-658-40798-8 (eBook)
<http://doi.org/10.1007/978-3-658-40798-8>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en) 2023. Dieses Buch ist eine Open-Access-Publikation. **Open Access** Dieses Buch wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden. Die in diesem Buch enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen. Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten. Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Stefanie Probst
Springer VS ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.
Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Danksagung

Mein Dank gilt denjenigen Personen, die mich während der Anfertigung meiner Promotion begleitet und unterstützt haben. Schon Agricola stellte fest, dass „derjenige, welchem gewisse Geschäfte und Lehren des Bergbaues gefallen, ... über jede Sache erfahrene Bergleute um Rat frage“ (Agricola, 1557/2015, S. 2). Dass diese Worte bis heute gültig sind, durfte ich in den letzten Jahren selbst erfahren. Folglich gilt mein Dank meinem Doktorvater, der dem Institut für Bergbau und Spezialtiefbau vorsteht, Herrn Professor Dr. Carsten Drebenstedt, unter dessen Leitung ich meine Forschung durchführen durfte.

Der Gegenstand dieser Arbeit ist jedoch kein reines Bergbauthema, sondern ein interdisziplinäres mit dem Schwerpunkt Kommunikationswissenschaften. Daher danke ich gleichermaßen seiner Magnifizenz Herrn Professor Dr. Ludwig Hilmer, Rektor der Hochschule Mittweida.

Zudem gilt mein Dank der Europäischen Union, dem Freistaat Sachsen und der MIBRAG Neue Energie GmbH, die meine kooperative Promotion an der Technischen Universität Bergakademie Freiberg und der Hochschule Mittweida über drei Jahre aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds, des Freistaats und des Unternehmens gefördert haben. Insbesondere danke ich dem Geschäftsführer der MIBRAG Neue Energie GmbH, Herrn Dipl.-Ing. Ulrich Single und seinem Vorgänger Herrn Andreas Günther, sowie ihrer Direktorin für Kommunikation und Unternehmensorganisation, Frau Dipl.-Übers. Sybille Weidner, und Herrn Dr.-Ing. Peter Jolas, dem Leiter Umweltschutz und Geotechnik. Ebenso unterstützte mich die Technische Universität Bergakademie Freiberg durch ein Stipendium zur Förderung des Abschlusses von Promotionen, das die Finalisierung meiner Forschung unter den erschwerenden Bedingungen der Corona-Pandemie unterstützte.

Diese Veröffentlichung wäre ohne EURECA-PRO (The European University on Responsible Consumption and Production) nicht möglich gewesen. Danke für die Unterstützung! Weiterhin danke ich Herrn Dr.-Ing. Manfred Goedecke, ehemaliger Geschäftsführer Industrie/Außenwirtschaft der Industrie- und Handelskammer Chemnitz, für seine Kontaktvermittlung zu den Unternehmen der sächsischen Energie- und Rohstoffwirtschaft, meinen Gesprächspartner:innen und Gutachern für die mir zur Verfügung gestellte Zeit und Expertise sowie allen Kolleg:innen an der Fakultät Geowissenschaften, Geotechnik und Bergbau, des Instituts für Bergbau und Spezialtiefbau der Technischen Universität Bergakademie Freiberg sowie der Hochschule Mittweida.

Allen Doktorand:innen und Nachwuchswissenschaftler:innen wünsche ich auf ihrem Weg viel Kraft, Durchhaltevermögen und Erfolg.

Referat

Die Forschung untersucht die Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber Energie- und Rohstoffvorhaben sowie die Eignung von Kommunikationsmaßnahmen zur Verbesserung des Akzeptanzniveaus. Die Bürger:innen werden erstmals repräsentativ zu ihrer (In-)Akzeptanz gegenüber Anlagearten befragt. Dabei wird nachgewiesen, dass die Akzeptanz bei lokalen Projekten immer geringer ist als soziopolitisch. Bei den erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen ist die Akzeptanz gegenüber Wasserkraft- und Solaranlagen am höchsten, gegenüber Biomasseanlagen am geringsten. Fossile Energieumwandlungsanlagen sind weniger akzeptiert und Tage- und Untertagebaue werden am schlechtesten bewertet. Eine vergleichende Befragung der Unternehmensvertreter:innen des Energie- und Rohstoffsektors ergibt eine Dissonanz der von ihnen angenommenen zur erfassten (In-)Akzeptanz der Bevölkerung: Das Akzeptanzniveau ist unabhängig von der Art des Vorhabens geringer, als es die Unternehmensvertreter:innen annehmen.

Die Erkenntnisse werden genutzt, um eine Webapplikation zu entwickeln, die es insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen ermöglicht, zur Akzeptanzsteigerung geeignete Kommunikationsmaßnahmen auszuwählen. Auf Basis der Media Richness Theory werden Beteiligungsmaßnahmen dafür als bestgeeignet eingestuft. Neben den Maßnahmen können Unternehmensvertreter:innen mit der Applikation zudem die Ergebnisse der Meinungsforschung einsehen.

Lesehinweis

Der Charakter dieser Forschung ist interdisziplinär und verbindet ingenieurwissenschaftlichen Bergbau mit sozial- und geisteswissenschaftlicher Kommunikationswissenschaft. So wie der Zweck strategischer Kommunikation ist, Integration zu befördern (Zerfaß, 2014), versucht diese Arbeit einen solchen Beitrag zwischen Ingenieur- und Kommunikationswissenschaften zu leisten. Folglich integriert sie verschiedenartige wissenschaftliche Stile und versucht beiden Prägungen des akademischen Diskurses und ihren Spezifika in Sprache und Arbeitsweisen gerecht zu werden.

Der Umfang dieser Arbeit mag für geisteswissenschaftlich geprägte Leser:innen knapp erscheinen, während er für Ingenieur:innen ausführlich anmutet. Ihre kommunikationswissenschaftliche Vorprägung kombinierte die Autorin mit einer weitestgehend verlustfreien Kompression der Textlänge und einer Konzentration auf das Wesentlichste.

Der soeben verwendete Doppelpunkt als Mittel der gendersensiblen Schreibung ist in den Geisteswissenschaften verbreiteter als in den sprachlich oft klassischer geprägten Ingenieurwissenschaften. Es wird in dieser Arbeit bei personenbezogenen Wörtern verwendet, um die Arbeit geschlechterneutral und geschlechtergerecht anzufertigen.¹

¹ Von diesem Vorgehen ausgenommen sind direkte Zitate sowie die verwendeten Fragebögen, deren Formulierung sich an der Alltagssprache der Befragten orientiert.

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangslage: Energie- und Rohstoffwirtschaft im Spannungsfeld von gesellschaftlicher Notwendigkeit und bürgerschaftlichem Protest	1
2 Problemstellung: Lücken interdisziplinärer Forschung und ihre Folgen für die Energie- und Rohstoffbranche	7
2.1 Akzeptanz als (mit-)bestimmender Faktor für unternehmerisches Handeln	8
2.2 Stand des wissenschaftlichen Diskurses	12
2.2.1 Akzeptanzforschung	12
2.2.2 Kommunikationswissenschaft	26
2.2.3 Akzeptanzkommunikation	35
2.3 Kritische Reflexion	38
3 Zielstellung und Lösungsansatz: Kommunikative Chancen für Energie- und Rohstoffakzeptanz in Sachsen	43
3.1 Ziel- und forschungsleitende Fragestellungen	43
3.2 Akzeptanzdefinition und -ermittlung sowie Bewertung von Kommunikationsmaßnahmen	48
3.3 Methodisches Vorgehen	53
4 Ergebnisse: Analyse der (In-)Akzeptanz und Ableitungen zur kommunikativen Steigerung	61
4.1 (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber Projekten des Energie- und Rohstoffsektors	61
4.1.1 Soziopolitische und lokale (In-)Akzeptanz	62
4.1.2 Interesse und Wissen	89

4.1.3	Präferierte Lokalisation des Rohstoffabbaus	101
4.1.4	Befürchtungen gegenüber Energieumwandlung	104
4.1.5	Weitere akzeptanzbeeinflussende Faktoren	105
4.2	Untersuchung der sächsischen Energie- und Rohstoffbranche	111
4.2.1	Charakteristik der Unternehmen	111
4.2.2	Erfahrung mit (In-)Akzeptanz	113
4.2.3	Stakeholder:innen- und Kommunikationsmanagement	120
4.3	Kommunikation als Mittel zur Akzeptanzsteigerung im Energie- und Rohstoffsektor	122
4.3.1	Kommunikator- und Stakeholder:innen	122
4.3.2	Bewertung potenziell akzeptanzsteigernder Maßnahmen	126
4.3.3	Einsatz akzeptanzsteigernder Maßnahmen	128
4.4	Webapplikation <i>Akzeptanz-O-Meter</i>	161
4.5	Ableitungen zur Steigerung der soziopolitischen Akzeptanz	169
5	Diskussion der Ergebnisse: Projektakzeptanz bedingt integrierende Kommunikation	179
5.1	Zusammenfassung	179
5.2	Kritische Reflexion und Forschungsdesiderata	195
	Literaturverzeichnis	201

Zur Autorin

Stefanie Walter studierte Medienmanagement, Information and Communication Sciences mit der Vertiefung Public Affairs/Political Campaigning sowie Nachhaltigkeit in gesamtwirtschaftlichen Kreisläufen an der Hochschule Mittweida. Sie war langjährige Beauftragte für Transfer und Regionalmarketing, EU-Projektmanagerin, ist selbstständige Kommunikations-/Projekt-/Eventmanagerin und arbeitet als Assistant Professor für integrierte europäische Nachhaltigkeitskommunikation an der Hochschule Mittweida.

Kontakt: walter@hs-mittweida.de

Abkürzungsverzeichnis

3D/5D	drei-/fünfdimensional
acatech	Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V.
AEE	Agentur für Erneuerbare Energien e. V.
AR	Augmented Reality
BGR	Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V.
BWE	Bundesverband WindEnergie e. V.
C.A.R.M.E.N	Centrales Agrar-Rohstoff Marketing- und Energie-Netzwerk e. V.
CSR	Corporate Social Responsibility
DERA	Deutsche Rohstoffagentur
DPRG	Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V.
FA Wind	Fachagentur zur Förderung eines natur- und umweltverträglichen Ausbaus der Windenergie an Land e. V.
FAQ	Frequently Asked Questions
FK	Forschungskomplex
iit	Institut für Innovation und Technik
KMU	kleine und mittlere Unternehmen
MIBRAG	Mitteldeutsche Braunkohlengesellschaft mbH
NABU	Naturschutzbund Deutschland e. V.
NIABY	Not in Anyone's Backyard
NIMBY	Not in My Backyard
PEO	Paid, Earned, Owned
RDB	Ring Deutscher Bergingenieure e. V.

TUBAF	Technische Universität Bergakademie Freiberg
VDI	Verein Deutscher Ingenieure e. V.
VR	Virtual Reality
VRB	Vereinigung Rohstoffe und Bergbau e. V.

Symbolverzeichnis

Δ_a	Differenz von lokaler und soziopolitischer (In-)Akzeptanzausprägung
Δ_A	Differenz von lokaler und soziopolitischer (In-)Akzeptanzstufe
Δ_{LA}	Differenz der lokalen (In-)Akzeptanzstufen
Δ_{SA}	Differenz der soziopolitischen (In-)Akzeptanzstufen
A	Anzahl der Nennungen
A_{ijk}	wertende Komponente
B_{ijk}	beschreibende Komponente
e	Fehlerspanne
E_{ij}	Gesamteinstellung
i	Person
j	Objekt
k	Merkmal
n	Anzahl der Merkmalsausprägungen
N	Stichprobengröße
N_G	Grundgesamtheit
N_{max}	Anzahl der maximal Befragten
N_{min}	Anzahl der mindestens Befragten
\bar{X}	Mittelwert
\bar{X}_{AV}	(In-)Akzeptanzveränderung Mittelwert von eins für <i>stark verschlechtern</i> , zwei für <i>leicht verschlechtern</i> , drei für <i>nicht verändern</i> , vier für <i>leicht verbessern</i> bis fünf für <i>stark verbessern</i>
\bar{X}_I	Interesse Mittelwert von eins für <i>sehr hoch</i> , zwei für <i>hoch</i> , drei für <i>gering</i> , vier für <i>sehr gering</i> bis fünf für <i>nicht vorhanden</i>

\bar{X}_{Ig}	Informationsgrad Mittelwert von eins für <i>sehr gut</i> , zwei für <i>gut</i> , drei für <i>eher schlecht</i> bis vier für <i>schlecht</i>
\bar{X}_{Iv}	Informationsverhalten Mittelwert von eins für <i>täglich</i> , zwei für <i>mehrmals in der Woche</i> , drei für <i>mehrmals im Monat</i> , vier für <i>seltener</i> bis fünf für <i>gar nicht</i>
\bar{X}_{LA}	Lokale (In-)Akzeptanzstufe Mittelwert von eins für <i>Aktive Gegnerschaft</i> , zwei für <i>Ablehnung</i> , drei für <i>Zwiespalt</i> , vier für <i>Gleichgültigkeit</i> , fünf für <i>Duldung</i> , sechs für <i>Konditionale Akzeptanz</i> , sieben für <i>Zustimmung</i> bis acht für <i>Engagement</i>
\bar{X}_{la}	Lokale (In-)Akzeptanzausprägung Mittelwert von eins für <i>Inakzeptanz</i> , zwei für <i>Gleichgültigkeit</i> bis drei für <i>Akzeptanz</i>
\bar{X}_{Lok}	Präferenz zur Lokalisation des Rohstoffabbaus Mittelwert von eins für <i>Nur im eigenen Land abbauen</i> , zwei für <i>Überwiegend im eigenen Land abbauen</i> , drei für <i>Überwiegend importieren</i> bis vier für <i>Nur importieren</i>
\bar{X}_{SA}	Soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe Mittelwert von eins für <i>Aktive Gegnerschaft</i> , zwei für <i>Ablehnung</i> , drei für <i>Zwiespalt</i> , vier für <i>Gleichgültigkeit</i> , fünf für <i>Duldung</i> , sechs für <i>Konditionale Akzeptanz</i> , sieben für <i>Zustimmung</i> bis acht für <i>Engagement</i>
\bar{X}_{sa}	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung Mittelwert von eins für <i>Inakzeptanz</i> , zwei für <i>Gleichgültigkeit</i> bis drei für <i>Akzeptanz</i>
z	Z-Wert
σ	Standardabweichung
$\sigma_{\bar{x}}$	Standardfehler
Σ	Summe

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2.1	Dimensionen des Akzeptanzbegriffs	15
Abbildung 2.2	Akzeptanztriade	16
Abbildung 2.3	Betrachtungsebenen der Akzeptanz inkl. beispielhaften Akzeptanzsubjekten und -objekten aus dem Energie-/Rohstoffkontext	18
Abbildung 2.4	Zustimmung zu Anlagearten in der eigenen Nachbarschaft, ohne und mit Vorerfahrung	23
Abbildung 2.5	Technology Acceptance Model	24
Abbildung 2.6	Technologieakzeptanzmodell	25
Abbildung 2.7	Verlauf der lokalen Akzeptanz	27
Abbildung 2.8	Prozess des aktualisierenden Stakeholder:innenmanagements	30
Abbildung 2.9	Bereiche der Unternehmenskommunikation	32
Abbildung 2.10	Kurzfristige und langfristige Kommunikationsziele ...	35
Abbildung 3.1	Media Richness Theory	53
Abbildung 4.1	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Anlagearten	65
Abbildung 4.2	Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Anlagearten	75
Abbildung 4.3	Soziopolitische \bar{X}_{SA} (normal) und lokale \bar{X}_{LA} (fett) (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Kohlekraftwerk nach Befragungsgebieten	77

Abbildung 4.4	Soziopolitische \bar{X}_{SA} (normal) und lokale \bar{X}_{LA} (fett) (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Windkraftanlage nach Befragungsgebieten	78
Abbildung 4.5	Soziopolitische \bar{X}_{SA} (normal) und lokale \bar{X}_{LA} (fett) (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Tagebau nach Befragungsgebieten	79
Abbildung 4.6	a) Soziopolitische und b) lokale (In-) Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien	84
Abbildung 4.7	Informationsgrade gegenüber Anlagearten	96
Abbildung 4.8	Übersicht über Stakeholder:innengruppen	124
Abbildung 4.9	Facebook Post des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr bezüglich der hohen Akzeptanz des <i>Windparks Schlalach</i> aufgrund von finanzieller Beteiligung	144
Abbildung 4.10	Beteiligungsparadoxon	153
Abbildung 4.11	Korrelation von öffentlicher Wahrnehmung und Kosten a) ohne und b) mit Bürger:innenbeteiligung im Projektverlauf	154
Abbildung 4.12	Darstellung des verzahnten Projekt- und Kommunikationsmanagements	159
Abbildung 4.13	Startseite der Webapplikation	161
Abbildung 4.14	Userinterface der Webapplikation, Teil 1	162
Abbildung 4.15	Userinterface der Webapplikation, Teil 2	163
Abbildung 4.16	Webapplikationsseite	165
Abbildung 4.17	Darstellung des Akzeptanzvorhersagewerts in Webapplikation	166
Abbildung 4.18	Darstellung potenziell akzeptanzsteigernder Instrumente mit Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen in Webapplikation	166
Abbildung 4.19	Entsorgung von Rotorblättern von Windkraftanlagen durch Vergraben in den USA	171
Abbildung 5.1	Lokale \bar{X}_{LA} und soziopolitische \bar{X}_{SA} (In-) Akzeptanzstufen gegenüber Anlagearten	180
Abbildung 5.2	Lokale \bar{X}_{La} und soziopolitische \bar{X}_{sa} (In-) Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien	182

Abbildung 5.3	Spannweite der Informationsgrade \bar{X}_{Ig} gegenüber Kategorien	183
Abbildung 5.4	Von Bevölkerung angegebene lokale und von Unternehmer:innen vermutete (In-) Akzeptanzstufen \bar{X}_{LA}	185
Abbildung 5.5	Bedeutung der Kommunikationsarbeit innerhalb der Projektphasen	187

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2.1	Mögliche Folgen fehlender Akzeptanz gegenüber der Energie- und Rohstoffbranche nach Kontexten	11
Tabelle 3.1	Forschungsleitende Fragestellungen in FK 1	45
Tabelle 3.2	Forschungsleitende Fragestellungen in FK 2	46
Tabelle 3.3	Forschungsleitende Fragestellungen in FK 3	47
Tabelle 3.4	Forschungsleitende Fragestellungen in FK 4	47
Tabelle 3.5	Akzeptanz-Inakzeptanz-Skala	49
Tabelle 3.6	Antwortmöglichkeiten, entsprechende (In-) Akzeptanzstufen und -ausprägungen samt -werten	51
Tabelle 3.7	Auf Auswahl von Anlagearten bezogene Argumente	55
Tabelle 3.8	Methodenset (FK 1–4)	58
Tabelle 4.1	Soziopolitische (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Anlagearten	63
Tabelle 4.2	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien	65
Tabelle 4.3	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber fossiler Energieumwandlung nach Gruppen ...	66
Tabelle 4.4	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung nach Gruppen	69
Tabelle 4.5	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Rohstoffabbau nach Gruppen	72
Tabelle 4.6	Lokale (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Anlagearten	74
Tabelle 4.7	Abweichungen der lokalen von den soziopolitischen (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Anlagearten	76

Tabelle 4.8	Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien	80
Tabelle 4.9	Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber fossiler Energieumwandlung nach Gruppen	80
Tabelle 4.10	Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung nach Gruppen	83
Tabelle 4.11	Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Rohstoffabbau nach Gruppen	84
Tabelle 4.12	Abweichungen der lokalen von den soziopolitischen (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien	85
Tabelle 4.13	Charakteristiken der Widerstandstypen bei lokalen erneuerbaren Energieumwandlungsprojekten	87
Tabelle 4.14	Einfluss von Erfahrung auf lokale (In-) Akzeptanzstufen gegenüber Kohlekraftwerk, Tagebau und Windkraftanlage	88
Tabelle 4.15	Interesse und reduziertes Interesse an Energieversorgung	89
Tabelle 4.16	Reduziertes Interesse sowie Interesse \bar{X}_I an ähnlichen Themen	90
Tabelle 4.17	Reduziertes Interesse sowie Interesse \bar{X}_I an Energieversorgung nach Gruppen	91
Tabelle 4.18	Informationsverhalten und reduziertes Informationsverhalten	92
Tabelle 4.19	Reduziertes Informationsverhalten sowie Informationsverhalten \bar{X}_{Iv} nach Gruppen	93
Tabelle 4.20	Nutzung von Informationsquellen	94
Tabelle 4.21	Informationsquellen nach Gruppen	95
Tabelle 4.22	Informationsgrade nach Kategorien	97
Tabelle 4.23	Informationsgrade gegenüber fossiler Energieumwandlung nach Gruppen	98
Tabelle 4.24	Informationsgrade gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung nach Gruppen	99
Tabelle 4.25	Informationsgrade gegenüber Rohstoffabbau nach Gruppen	100
Tabelle 4.26	Lokalisation, wo Rohstoffe abgebaut werden sollten	101
Tabelle 4.27	Argumente für Rohstoffabbau in Deutschland	102
Tabelle 4.28	Argumente für Rohstoffimport	103
Tabelle 4.29	Argumente gegen fossile Energieumwandlung	104
Tabelle 4.30	Argumente gegen erneuerbare Energieumwandlung	105

Tabelle 4.31	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Kohlekraftwerk nach Argumenten	106
Tabelle 4.32	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Windkraftanlage nach Argumenten	108
Tabelle 4.33	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Tagebau nach Argumenten	110
Tabelle 4.34	Verteilung der in Sachsen tätigen Unternehmen nach Kategorien	112
Tabelle 4.35	Phasen, in denen Ablehnung am häufigsten auftritt	116
Tabelle 4.36	Von Unternehmer:innen vermutete (In-) Akzeptanzstufen der Anwohner:innen nach Kategorien	118
Tabelle 4.37	(In-)Akzeptanzstufen, von Unternehmensvertreter:innen vermutet und von Bevölkerung angegeben nach Kategorien	119
Tabelle 4.38	Liste potenziell akzeptanzsteigernder Paid-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory	128
Tabelle 4.39	Liste potenziell akzeptanzsteigernder Earned-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory	129
Tabelle 4.40	Liste potenziell akzeptanzsteigernder Owned-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 1	131
Tabelle 4.41	Liste potenziell akzeptanzsteigernder Owned-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 2	132
Tabelle 4.42	Auswahl befragter Unternehmen und deren Projekte	167
Tabelle 5.1	Potenziell akzeptanzsteigernde Maßnahmen inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory	190
Tabelle 5.2	Veränderung der Akzeptanz durch ausführliche Information nach ausgewählten Anlagearten	192
Tabelle 5.3	Bewertungen der Kategorien durch Unternehmensrepräsentant:innen	194

Formelverzeichnis

Formel 2.1	Berechnung der Gesamteinstellung E_{ij}	25
Formel 3.1	Berechnung der Stichprobengröße N	54
Formel 4.1	Differenz der lokalen (\bar{X}_{la}) und soziopolitischen (\bar{X}_{sa}) (In-)Akzeptanzausprägungen Δ_a	75
Formel 4.2	Differenz der lokalen (\bar{X}_{LA}) und soziopolitischen (\bar{X}_{SA}) (In-)Akzeptanzstufen Δ_A	76
Formel 4.3	Differenz der soziopolitischen (In-)Akzeptanzstufen Δ_{SA}	118
Formel 4.4	Differenz der lokalen (In-)Akzeptanzstufen Δ_{LA}	118



Ausgangslage: Energie- und Rohstoffwirtschaft im Spannungsfeld von gesellschaftlicher Notwendigkeit und bürgerschaftlichem Protest

1

„KIES IST MIES“ (NEIN zum Sand- und Kiesabbau in Königshain, Claußnitz & Altmittweida, 2020b), „REST IN KIES“ (ebd.) und „Bei uns ist KEIN KIES zu holen!“ (NEIN zum Sand- und Kiesabbau in Königshain, Claußnitz & Altmittweida, 2020a) – diese Slogans sind auf Plakaten und Schildern in und um Altmittweida zu lesen: Bürger:innen engagieren sich gegen den seit 20 Jahren in Planung befindlichen Sand- und Kiesabbau vor Ort (Christoph, 2020). Teile der mittelsächsischen Bevölkerung positionieren sich gegen den Rohstoffabbau, gegen fossile Energieumwandlung oder den Bau erneuerbarer Energieumwandlungsanlagen in ihrem Umfeld (ebd.; Apitz, 2016; Hubricht, 2018; MittweidaForFuture, 2019; Leißner, 2020; Junge, 2021; Bürgerinitiative Gegenwind Wiederau, o. D.). Auf regionaler Ebene ist **bürgerschaftlicher Widerstand eher Normalfall denn Ausnahme** (Rugenstein, 2017). Der Landkreis Mittelsachsen ist nur ein Beispiel; Proteste gegen Energie- und Rohstoffvorhaben können im Freistaat Sachsen (Kreutzfeldt, 2018; Becker, 2019; MDR & kb, 2020; SZ & dpa, 2020), anderen deutschen Bundesländern (Meier, 2019; tz, 2019; Amann, 2020; Balint, 2020; Roisch, 2021) und im Ausland (Angerer et al., 2016; Landsforeningen Naboer til Kæmpevindmøller, 2017; Faget, 2019; Boddenberg, 2020; Kiefer et al., 2020; Domradio, 2021; Seliger, 2021; Bastian et al., 2021) nachgewiesen werden.

Bei dem Protest gegen den Tagebau in Mittelsachsen ist zudem „Sand & Kies – das braucht kein Schwein“ (NEIN zum Sand- und Kiesabbau in Königshain, Claußnitz & Altmittweida, 2020c) zu lesen. Dies weist darauf hin, dass den Protestierenden und damit Teilen der Bevölkerung die Notwendigkeit der Nutzung dieser mineralischen Rohstoffe nicht oder nicht hinreichend bewusst ist. Dabei sind Rohstoffe ebenso wie Boden, Wasser und Energie für das menschliche Überleben existenziell (Neugebauer, 2017; Bundesministerium für Bildung und Forschung – BMBF, 2018).

Die Zunahme der Weltbevölkerung und die Bestrebungen der internationalen Gemeinschaft, das allgemeine Wohlstandsniveau zu steigern, bedingen einen **erhöhten Ressourcen-, Energie- sowie Rohstoffbedarf** (Flach et al., 2005; Kalkoffen, 2011; Gandenberger et al., 2012; Neugebauer, 2017; Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe – BGR, 2020b; BP, 2020; von Hartlieb, 2020; International Energy Agency, 2020). Als eine der führenden Industrie- und Exportnationen sowie Produktions- und Technologiestandorte zählt Deutschland zu den größten Energie- und Rohstoffkonsumenten der Welt (Weyer, 2018; BGR, 2020b). Hierzulande hängt die industrielle Wertschöpfung, auf der der gesellschaftliche Wohlstand basiert, von einer sicheren Versorgung mit Energie und Rohstoffen ab (Steeg, 2003; Hegele & Knappek, 2014; Goedecke et al., 2017; Vereinigung Rohstoffe und Bergbau e. V. – VRB, 2017; BMBF, 2018; Weyer, 2018; BGR, o. D.-a). Dabei sind Industrie, Politik und Wissenschaft bemüht, Rohstoffe effizienter zu gewinnen und sie – wie auch Energie – nachhaltig(er) zu nutzen (CDU et al., o. D.). Diese Bemühungen sind zu unterstützen; allein durch Recycling, Einsparungen sowie Effizienzsteigerung kann jedoch weder der aktuelle noch der zukünftige Rohstoffbedarf gedeckt werden (Wellmer et al., 2017; Weyer, 2018):

- Die Möglichkeiten des Recyclings sind technisch und durch die dafür aufgewendete Energie wirtschaftlich begrenzt (Weyer, 2018). In Computern und Mobiltelefonen befinden sich bis zu 60 chemische Elemente (Informationszentrum Mobilfunk, o. D.), deren Trennung hohen Aufwand erfordert.
- Selbst wenn eine vollständige Rohstoffrückgewinnung durch Recycling möglich wäre, würde dies den zukünftigen Bedarf nicht decken können, da dieser steigt. Metallische Rohstoffe sind zudem über die teils Jahrzehnte umfassende Produktlebenszeit gebunden und können erst anschließend wiederverwendet werden (Angerer et al., 2016).
- Der Bedarf an Hochtechnologierohstoffen steigt u. a. durch die zunehmende Materialvielfalt in der Halbleiterindustrie (Theis, 2007; Steinbach et al., 2011; Zepf et al., 2014; Ring Deutscher Bergingenieure e. V. – RDB, 2018).
- Zahlreiche mineralische Rohstoffe sind unentbehrlich für Zukunfts- und Schlüsseltechniken, Hightech-Produkte sowie Informations- und Kommunikationstechnik (Steinbach et al., 2011; Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V. – acatech, 2017; Deutsche Rohstoffagentur – DERA & BGR, 2017; VRB, 2017).
- Selbst wenn die Energieversorgung ausschließlich durch erneuerbare Quellen realisiert wäre, bedürfte es dazu mineralischer Rohstoffe: Für den Bau der erneuerbaren Energiewandlungsanlagen, die Energiespeicherung und den

transport werden Metalle wie Seltene Erden, Indium, Germanium und Platingruppenelemente, aber auch Eisen, Kupfer und Baurohstoffe in steigender Menge benötigt (Öhrlund, 2012; Reller, 2012; Angerer et al., 2016; acatech, 2017; acatech et al., 2017; Wedig, 2019; PVS Solarstrom, 2020).

Folglich ist **Energieversorgungssicherheit eng mit Rohstoffsicherheit verbunden** (acatech et al., 2017). Bedarfslücken existieren, entstehen und müssen ausgeglichen werden (Wellmer et al., 2017; Weyer, 2018). Es gilt bis heute, was Agricola bereits im Jahr 1557 für die damalige Zeit feststellte: dass „**Bergbau sehr vonnöten [ist]**“ (Agricola, 1557/2015, S. XVII, Hervorhebung nicht im Original).

Unter hohen Umweltschutz- und Sicherheitsstandards werden in Deutschland u. a. Steine und Erden, Salze sowie Energierohstoffe gewonnen (RDB, 2018; BGR, 2020b); bspw. wurden in Sachsen im Jahr 2020 ca. 35 Mio. Tonnen Kies, Kaolin, Ton und Quarzsand produziert (MDR, 2020). Für Indium und Germanium existieren hierzulande ebenso Potenziale wie für Lithium und Nickel (ebd.; acatech et al., 2017; Drebenstedt, 2020). Bei vielen Rohstoffen ist Deutschland jedoch von Importen abhängig: Metallische Rohstoffe werden in hohem Maße aus dem Ausland bezogen (Wedig, 2019; BGR, 2020b), der Energiebedarf wird zu über 70 % aus importierten Rohstoffen gedeckt (BGR, 2020b) und bei Mineralöl für Mobilität und den Wärmemarkt existiert eine fast vollständige Importabhängigkeit (ebd.; Wedig, 2019). Jährlich werden für die Einfuhr von Rohstoffen 174,6 Mrd. € aufgewandt und die Importmenge steigt (ebd.). Deutschland ist von diesen Importen abhängig, wobei einzelne rohstoffreiche Länder eine ausgeprägte Marktmacht besitzen und eine zunehmend geringere Zahl von Akteur:innen immer größere Rohstoffmengen kontrolliert (DERA & BGR, 2017; Wedig, 2019); dies birgt vielfältige Risiken.¹

Soll hierzulande ein Energie- oder Rohstoffvorhaben realisiert werden, müssen zunächst technische und ökonomische Voraussetzungen erfüllt sein. Die Gesellschaft sollte bspw. den Rohstoffabbau aber zumindest tolerieren (Angerer et al., 2016). In der Öffentlichkeit schwindet jedoch die erforderliche Akzeptanz für die bergbauliche Rohstoffgewinnung und der Protest der Bürger:innen scheint zuzunehmen (Bleicher & David, 2015; acatech et al., 2017; Aschenbrand et al., 2017; Weyer, 2018; RohstoffWissen!, 2019b). Mittlerweile gibt es eine Vielzahl an Beispielen für Widerstand gegen Abbauprojekte: Seit dem Jahr 2012 wird

¹ Dazu zählen u. a. starke Preisschwankungen, kurzfristige Preissprünge, Lieferengpässe, Wettbewerbsverzerrungen sowie Handelskonflikte (Angerer et al., 2016; DERA & BGR, 2017; Steinbach & Brandenburg, 2017).

über die Blockade des *Hambacher Forsts* durch Umweltaktivist:innen berichtet (Wyputta, 2012); es formierten sich Initiativen wie *Ende Gelände* (Ende Gelände, o. D.), die sich für die Beendigung des Abbaus von Kohle in der Lausitz ausspricht, 3.500 Aktivist:innen beteiligten sich im Jahr 2016 an der Blockade des Braunkohletagebaus *Welzow-Süd* (Bosse, 2017) und anno 2021 ist von Greenpeace-Protesten gegen den Manganabbau im Pazifik sowie Waldbesetzungen zu lesen (Kannenberg, 2021; INDUSTRIEMAGAZIN, 2021; BILD, 2021; Richter, 2021).

Die Sicherstellung der Versorgung mit mineralischen und nicht-energetischen Rohstoffen erfährt in der allgemeinen öffentlichen Diskussion unterdessen weniger Aufmerksamkeit als jene der Energierohstoffe (Rolle, 2011; Gandenberger et al., 2012). Wie Deutschland sich gegenwärtig und zukünftig mit Energie versorgt, wird von Gesellschaft und Politik dauerhaft besprochen (Matschullat et al., 2011; Böttcher, 2012; Briese & Westhäuser, 2013), so ist z. B. die Nutzung fossiler Energieträger seit Jahren „ein heiß diskutiertes Thema“ (Verein Deutscher Ingenieure e. V. – VDI, 2017, S. 386). Dies zeigte u. a. die Auseinandersetzung um den Stein- und Braunkohleausstieg mit seinen regionalen Folgen. Wie stark sich Diskussionen um die Energieversorgung auswirken können, wurde bei der Atomenergie offensichtlich (Renn, o. D.): Der Widerstand von Teilen der Bevölkerung war vehement und teilweise protestierten bis zu 250.000 Personen (sto et al., 2011). Dies zeigt, dass bei der Energieversorgung nicht mehr allein die technische Machbarkeit im Vordergrund steht (Renn, 1987), sondern **gesellschaftliche Ablehnung dazu führen kann, dass eine Technik aufgegeben wird** (Cremer et al., 2008).

Mit dem Atomausstieg strebt Deutschland politisch die Energiewende an. Diese Zielstellung und die erneuerbare Energiebranche genießen hohes Ansehen und gesellschaftliche Akzeptanz (Setton et al., 2017; YouGov, 2020, zit. nach Agentur für Erneuerbare Energien e. V. – AEE, 2021). Dies gilt aber nur, bis ein Solarpark, eine Windkraftanlage o. ä. vor Ort gebaut werden soll (Jobert et al., 2007; Althaus, 2012; Renn, 2015b; Ab Egg & Poser, 2015; Fuchs et al., 2016). Teils massive regionale Konflikte sind „nahezu allgegenwärtig“ (Mautz, 2012, S. 160) und scheinen zuzunehmen (Hirschl et al., 2004; Bellmann & Himpel, 2006; acatech, 2011; Maly, 2014; Messinger-Zimmer & Zilles, 2016; Bürgerinitiative Rettet den Odenwald, 2017; Zentrum für Sonnenenergie- und Wasserstoff-Forschung Baden-Württemberg, 2017). Gegen Windkraftanlagen werden Ortsgruppen oder Bürger:inneninitiativen gegründet, deren Zahl deutschlandweit 1.100 übersteigt (windwahn, o. D.). Bürgerschaftlicher Protest kann die Ausführung der Projekte verzögern oder verhindern, weshalb die Akzeptanz

der Bevölkerung die mögliche Zahl der Windkraftanlagen in hohem Maße mitbestimmt (Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie, 2011; Aiwanger, 2019) – für andere Anlagevorhaben gilt dies ebenfalls.

Die Akzeptanz der Bevölkerung ist damit ein ebenso wichtiger Faktor für die betriebs- und letztlich volkswirtschaftliche Entwicklung wie der Zugang zu Energie und Rohstoffen selbst. Betroffen davon ist auch der Freistaat Sachsen, dessen Regierung aus den Landesverbänden von CDU, Bündnis 90/Die Grünen und SPD im aktuellen Koalitionsvertrag den Klimaschutz als Staatsziel ausgegeben hat, wobei durch den „Umbau des Energiesystems ..., die Versorgungssicherheit ... erhalten bleiben und er ... sozial verträglich sein [soll]“ (CDU et al., o. D., S. 37). Der Verzicht auf die Kohleverstromung führt dabei u. a. zu einem vorgegebenen „Ausbauziel für erneuerbare Energien, ein[em] Beteiligungs- und Akzeptanzmanagement für Bürgerinnen und Bürger“ (ebd., S. 38). Akzeptanz zu managen – oder zu verbessern, um die postulierten Ziele zu erreichen – ohne den Status Quo im Detail zu kennen, ist ein gewagtes Unterfangen, das letztlich neben der Versorgungssicherheit ebenso den Fortbestand der sächsischen Energie- und Rohstoffbranche gefährden könnte. Detaillierte Untersuchungen der Akzeptanz sächsischer Bürger:innen existieren jedoch nicht. Deshalb verfolgt diese Arbeit das Ziel, **Akzeptanz im Freistaat Sachsen zu untersuchen sowie kommunikative Maßnahmen zu bestimmen, die zur Erreichung der Transformation des Energiesystems durch eine gesteigerte Akzeptanz in der Bevölkerung ebenso beitragen können wie zu einer gesicherten heimischen Rohstoffversorgung.**

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.





Problemstellung: Lücken interdisziplinärer Forschung und ihre Folgen für die Energie- und Rohstoffbranche

2

Die Bedeutung von Akzeptanz nimmt bei der Realisierung von Projekten zu – seien sie wirtschaftlicher, politischer oder gesellschaftlicher Art (Hitschfeld & Lachmann, 2013). Sachargumente von Politiker- und Industrievertrere:innen werden oft nicht mehr akzeptiert, Aussagen von Expert:innen zum Teil infrage gestellt und Vorhabensträger:innen, Parlamente, Genehmigungsbehörden und selbst Gerichte erfahren öffentlich Kritik (Széll, 1992; Brettschneider, 2012, 2013, 2016). Davon sind nicht nur einzelne Branchen betroffen, sondern es handelt sich um einen **gesellschaftlichen Wandel**, in dem Akzeptanz ein Teil des gesellschaftlichen Wertekanons ist (Bentele et al., 2015). Ein Laisser-faire in Wirtschaft und Industrie ist insofern nicht gegeben, dass die Bürger:innen per se kritischer sind, größeres Interesse an Diskussionen und Entscheidungen sowie in Teilen stärkeres Engagement zeigen und ihre Meinungen öffentlich äußern (Bentele, 2016). Dieses Spannungsfeld wird folgend in Bezug auf Industrie-/Infrastrukturprojekte näher erläutert. Anschließend wird der Forschungsstand zur Akzeptanz der Energie- und Rohstoffbranche wiedergegeben sowie die Wirkung strategischer Unternehmenskommunikation auf sie erörtert und kritisch reflektiert.

2.1 Akzeptanz als (mit-)bestimmender Faktor für unternehmerisches Handeln

Unternehmen¹ gelten als „quasi-öffentliche Institution[en]“ (Ulrich, 1977, o. S.), deren Einbindung in die Gesellschaft vielschichtig ist (Zerfaß, 2016), sodass ihr Handeln permanent „die Interessen ihrer Umwelt [berührt]“ (Vonier, 2013, S. 2). Die kritische Betrachtung der unternehmerischen Aktivitäten durch verschiedene Teilöffentlichkeiten führt zu einem verstärkten **Rechtfertigungszwang gegenüber der Gesellschaft** (Palazzo & Scherer, 2006; Verčič et al., 2012), der durch steigende Erwartungen der Bürgerschaft weiter zunimmt (Terium, 2012). Für Unternehmen, wie für alle Organisationen, ist gesellschaftliche Legitimität eine existenzielle Notwendigkeit: „ohne eine ‚licence to operate‘ wird ihnen Vertrauen und Reputation entzogen und damit die Grundlage ihrer Existenz“ (Sandhu, 2014, S. 1162). Der neue, weiche Standortfaktor Akzeptanz wird dabei bedeutender: Unternehmen sind „auf ein Mindestmaß an Akzeptanz aus ihrem Umfeld angewiesen“ (Zöllner, 2005, S. 182), er bildet immer häufiger die Voraussetzung für erfolgreiches unternehmerisches Handeln und ist folglich beinahe obligatorisch (Zöllner, 2004, 2005). Besonders die Social Licence to Operate als „Streben nach sozialer Akzeptanz“ (Haedrich, 1982, S. 67–68, Hervorhebung aus dem Original entfernt) gewinnt für deutsche Unternehmen zunehmend an Bedeutung.

Einfluss der Öffentlichkeit auf die Industrie

Bei wirtschaftlich und technisch sinnvollen Industrieprojekten hängt eine erfolgreiche Projektrealisierung nicht zuletzt von der Bevölkerung ab, die zu akzeptieren bereit sein muss, dass sich ihre physische Umwelt verändert (Renn, 1986b). Selbst wenn Projekte von der Bevölkerung als notwendig angesehen werden, wehren sich betroffene Bewohner:innen gegen die Umsetzung (Würtenberger, 1993; Frey, 1997). Eine zustimmende Haltung ist selten: Es gibt derzeit **kaum technische oder bauliche Großvorhaben, die widerspruchsfrei realisiert werden können** (Vassiliadis, 2014); **begleitender Bürger:innenprotest scheint die Regel zu sein und zuzunehmen** (Hennecke & Kronenberg, 2014; Wilk, 2016). Dies zeigt sich, wenn bspw. eine Müllverbrennungsanlage, Abfalldponie, Chemieanlage, ein Flughafen, gentechnisches Versuchsfeld, eine Erstaufnahmeeinrichtung für Geflüchtete oder ein Gefängnis errichtet werden soll (Renn, 1986b; Würtenberger, 1993; Frey, 1997; Trattnigg & Schneider, 2011). Hinzu

¹ Als Unternehmen werden zweck-, ziel-, gewinnorientierte, marktgerichtete, marktabhängige, wirtschaftlich-finanzielle, rechtliche, strukturierte, komplexe, produzierende, soziale Systeme verstanden (Janisch, 1993; Zerfaß, 2010).

kommt, dass Akzeptanz gegenüber Großtechnik gesamtgesellschaftlich häufig nicht gegeben ist (Renn & Zwick, 1997). Das kann dazu führen, dass der lokale Protest durch Gruppen verstärkt wird, die keinen lokalen Bezug aufweisen. Die Proteste gegen Vorhaben sind zwar nicht auf eine bestimmte Branche beschränkt, insbesondere bei Infrastrukturprojekten lassen sich diese wegen des Eingriffs in das gewohnte Landschaftsbild aber besonders häufig beobachten (Vonier, 2013; Muschick, 2015; Nagel, 2016).

Der Erfolg der Industrie ist von der Öffentlichkeit abhängig, die durch Mittel innerhalb, aber auch außerhalb des Marktes Einfluss nimmt (Ehrenfeld & Nash, 1998). Fehlende Akzeptanz und damit Konflikte können sich in bürgerschaftlichem Protest und Widerstand in Form einer Mobilisierung der lokalen oder regionalen Öffentlichkeit, juristischen Auseinandersetzungen und sogar Gewalt äußern (Würtenberger, 1993; Zoellner et al., 2011; Rugenstein, 2017). Als unmittelbare Folge kann dies die Reduktion der geplanten Anlagen bedeuten, ihre Realisierung erschweren, über Jahre und Jahrzehnte verzögern, durch die aufschubbedingten Zusatzkosten verteuern oder sogar vollständig verhindern (Würtenberger, 1993; Frey, 1997; Spiegel, 1998; Schlegel & Bausch, 2007; Hauff et al., 2011; Zoellner et al., 2011; Vonier, 2013; Schönauer, 2013; Brettschneider, 2013, 2014, 2016; VDI, 2015; Rugenstein, 2017; Süptitz & Schlereth, 2017). **Die Generierung gesellschaftlicher und lokaler Akzeptanz bestimmt deshalb das unternehmerische Handeln** mit. Um ihre Tätigkeit zu ermöglichen, müssen Unternehmen innerhalb verschiedenster Interessensgruppen vermehrt um die Generierung von Akzeptanz bemüht sein, ihr Handeln extern legitimieren und sich der kritischen Diskussion stellen (Palazzo, 2000; Zerfaß, 2016). Geschieht dies nicht und die Akzeptanzgenese misslingt, ist dies ein unternehmerischer Risikofaktor (Lücke, 1995).

Zu erwartender Protest ist in die unternehmerische Kosten-Nutzen-Abwägung zu inkludieren und ein Standort im Zweifelsfall zugunsten eines anderen aufzugeben (Rugenstein, 2017). Unternehmen aus dem Energie- und Rohstoffsektor können dies jedoch nur eingeschränkt, weil ihre Tätigkeit in der Regel standortgebunden ist: Betriebsstätten zur Rohstoffgewinnung und Energieumwandlung sind an die Existenz von Lagerstätten oder etwa ein ausreichendes Windpotenzial gebunden sowie durch Schutzgebiete begrenzt (Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. – BDI, 2010). Legitimation zu erreichen, gilt folglich als „eine der größten Herausforderungen für die Rohstoffgewinnung der Zukunft“ (Wellmer et al., 2017, S. 235) und bedingt einer Steigerung der Akzeptanz, um drohenden Protest zu begrenzen. Dies stellt vor allem kleine und mittlere

Unternehmen (KMU²) aufgrund ihrer beschränkten personellen und finanziellen Ressourcen (Kraus et al., 2016) vor Herausforderungen.

Potenzielle Folgen von Inakzeptanz gegenüber der Energie- und Rohstoffwirtschaft
Die Folgen von Inakzeptanz (Tabelle 2.1) können dabei über solche hinausgehen, die nur einzelne Unternehmen betreffen und bspw. zur Schwächung des Wirtschaftsstandorts, unsicherer Versorgung mit Energie und Rohstoffen oder steigenden Preisen für Industrie und Privathaushalte führen (Eiselt, 2012; Brettschneider, 2013, 2014, 2016). Dies gilt insbesondere, wenn die Inakzeptanz nicht nur auf lokaler, sondern gesellschaftlicher Ebene gegeben ist und damit Einfluss auf die politischen Rahmenbedingungen in Form stärkerer Regulierung bestimmter Wirtschaftsbereiche nimmt.

² Wegen der Heterogenität innerhalb der KMU besteht kein Konsens bezüglich einer allgemeingültigen, einheitlichen Definition (Wolter & Hauser, 2001; Ziekow, 2008; Haller, 2015). Es haben sich aber Standards entwickelt (Ziekow, 2008), die die Zuordnung ermöglichen: Als Merkmale gelten eine Mitarbeiter:innenzahl < 500 Personen (Institut für Mittelstandsforschung Bonn, 2016), ein durchschnittlicher Jahresumsatz < 50 Mio. € (ebd.; Statistisches Bundesamt, 2019b), eine eingeschränkte Ressourcenausstattung/limitierte Ressourcenbasis sowie die Tendenz zum persönlichen Kontakt zu den Anspruchsgruppen (Kraus et al., 2016). Untergliedern lassen sich KMU in Kleinst- (≤ 9 Mitarbeiter:innen, ≤ 2 Mio. € Umsatz/Jahr), Klein- (≤ 49 Mitarbeiter:innen, ≤ 10 Mio. € Umsatz/Jahr) und mittlere (≤ 499 Mitarbeiter:innen, ≤ 50 Mio. € Umsatz/Jahr) Unternehmen (Institut für Mittelstandsforschung Bonn, 2016). Andere Untergliederung z. B. nach Europarecht sind ebenfalls möglich (Europäische Kommission, 2017).

Tabelle 2.1 Mögliche Folgen fehlender Akzeptanz gegenüber der Energie- und Rohstoffbranche nach Kontexten. In Anlehnung an Würtenberger (1993), Zöllner (2004, 2005), Eiselt (2012), Brettschneider (2013, 2014, 2016) sowie Institut für Innovation und Technik – iit (2015)

Kontext	Mögliche Folgen fehlender Akzeptanz gegenüber der Energie- und Rohstoffbranche
Wirtschaftliches Umfeld	<ul style="list-style-type: none"> – Finanzielle Einbußen bis hin zur Gefährdung des unternehmerischen Erfolgs – Schlechte Presse, negatives Image, Marketingprobleme – Negativer Einfluss auf Beziehungen zu Kund:innen, Partner:innen, Investor:innen, Mitarbeiter:innen und Öffentlichkeit – Absatzrückgang, Boykott, sinkende Marktchancen – Mitarbeiter:innen: verschlechterte Stimmung, geringere Motivation, Rückgang der Produktivität, Abschreckung potenzieller Mitarbeiter:innen – Beeinträchtigung des Shareholder:innen-Value – Sinkender Aktienkurs – Widerstand bei Genehmigungsverfahren – Gefährdung der Ausführung weiterer Projekte
Politisches Umfeld	<ul style="list-style-type: none"> – Schärfere gesetzliche Regulierungen – Geringere finanzielle Förderungen – Verbote
Gesellschaftliches Umfeld	<ul style="list-style-type: none"> – Schwächung des Wirtschaftsstandorts – Nachlassende wirtschaftliche Stabilität – Verlangsamtes Wirtschaftswachstum – Störung der Innovationsfähigkeit – Verminderte Konkurrenz-/Wettbewerbsfähigkeit – Rückgang von Arbeitsplätzen – Unsichere Energie-/Rohstoffversorgung – Steigende Endverbraucher:innenpreise durch höhere Importkosten – Negative ökologische Folgen

Um die potenziellen Folgen von Inakzeptanz zu vermeiden und weil Akzeptanz Standortfaktor und somit Voraussetzung erfolgreichen unternehmerischen Handelns ist, sollten Unternehmen danach streben, Akzeptanz in ihrem Sinne zu beeinflussen.

2.2 Stand des wissenschaftlichen Diskurses

Die Akzeptanzforschung untersucht Akzeptanz sowie ihre Gründe (Endruweit, 1986; Kromrey, 1988; Kollmann, 1998; Hüsing et al., 2002; Quiring, 2006; Schäfer & Keppler, 2013). Sie offeriert jedoch keine konkreten Mittel, um Inakzeptanz zu mindern. Die gezielte Beeinflussung öffentlicher Meinungen ist dagegen einer der Bestandteile der angewandten Kommunikationswissenschaften (Jarren & Röttger, 2004; Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Bei der in dieser Arbeit verfolgten Untersuchung von Akzeptanz gegenüber Energie- und Rohstoffprojekten in Verbindung mit ihrer Steigerung durch Kommunikationsmaßnahmen handelt es sich daher um eine vielschichtige und mehrdimensionale Thematik, die eine **inter- und transdisziplinäre Sicht- und Herangehensweise** erfordert. Sie tangiert die Disziplinen Umweltbewusstseins-, Bewegungs-/Protest-, Partizipations- und Beteiligungsforschung; Kern der Arbeit sind aber Akzeptanzforschung und Kommunikationswissenschaft sowie ihre Verbindung in Form der Akzeptanzkommunikation. Der Forschungsstand dieser drei Schwerpunkte wird nachfolgend erörtert.

2.2.1 Akzeptanzforschung

Der Beginn der Akzeptanzforschung in Deutschland wird auf Ende der 1960er Jahre datiert (Kollmann, 1998; Cremer et al., 2008). Aufgrund des Technisierungsschubs, der zu einer schnelleren Durchdringung nahezu jedes Lebensbereiches mit neuen Geräten führte, standen zunächst die Einführung von neuen Informationstechniken im Arbeitsalltag im Vordergrund (Davis, 1989; Lucke, 1995; Cremer et al., 2008; Olbrecht, 2010). Die Akzeptanzforschung wandte sich etwa zehn Jahre später vermehrt gesellschaftlichen Themen zu (Olbrecht, 2010). Wesentlicher Impuls war die Impression feindlicher, mindestens skeptischer Einstellungsmuster betreffs Technik und Wissenschaft im Allgemeinen und einzelner Anwendungen wie der Atomenergie im Besonderen (Renn, 1986a; Petermann & Scherz, 2005). Die Akzeptanzforschung ist u. a. Teil der Sozial-, Sprach-, Wirtschafts-, Rechts-, Religionswissenschaften sowie der Philosophie, Psycho- und Politologie (Lucke, 1995; Olbrecht, 2010). Akzeptanz ist folglich eine **interdisziplinär** behandelte Thematik, wobei die Forschungsrichtungen den Begriff in ihrem jeweiligen Kontext unterschiedlich definieren (Lucke, 1995; Bovet & Lienhoop, 2017). Dabei unterscheidet sich das Begriffsverständnis teils erheblich und reicht vom Kauf in der Marketinglehre und dem Befolgen eines

Gesetzes in der Rechtssoziologie bis hin zu aktivem Unterstützen eines Sachverhalts (Würtenberger, 1996; Bentele et al., 2015; Bovet & Lienhoop, 2017). Folglich muss von einer heterogenen Verwendung gesprochen werden (Wohlfahrt, 2004). Der Begriff selbst ist als unscharf zu beschreiben und es existiert **keine einheitliche oder allgemeingültige Definition** (Olbrecht, 2010; Schweizer-Ries et al., 2010b; acatech, 2011; Strohmaier, 2012; Schäfer & Keppler, 2013; Hillebrand & Erdmann, 2015; Halwachs et al., 2017; Bovet & Lienhoop, 2017).

Ziele der Akzeptanzforschung

Die Akzeptanzforschung gewinnt an Bedeutung und Brisanz, weil die Akzeptanz wirtschaftlicher, politischer oder gesellschaftlicher Projekte selbst an Bedeutung gewinnt (Ullrich, 2008). Dabei werden mit der Akzeptanzforschung zwei grundlegende Zielstellungen verfolgt:

1. Zu analysieren, welche Faktoren, Mechanismen und Gründe fördern oder erschweren, dass Akzeptanz entsteht oder nicht (Endruweit, 1986; Kromrey, 1988; Kollmann, 1998; Hüsing et al., 2002; Quiring, 2006; Schäfer & Keppler, 2013). Ziel ist, das **Verständnis des Phänomens Akzeptanz zu verbessern** (Schäfer & Keppler, 2013). Dabei wird der Wahrnehmungs- und Bewertungsprozess auf individueller Ebene und innerhalb sozialer Gruppen näher betrachtet, sodass zu größtmöglicher Akzeptanz für bspw. Technik und technische Innovationen bei Einführung und Etablierung beigetragen werden kann (Renn, 1986a, 1986b; Kromrey, 1988; Kollmann, 1998; Hüsing et al., 2002; Quiring, 2006; Schäfer & Keppler, 2013).
2. Zuverlässige Aussagen darüber zu treffen, wie wahrscheinlich eine positive, billigende oder ablehnende Reaktion gegenüber Technik ist, um die angestrebte Erhöhung der Akzeptanz zu ermöglichen (Endruweit, 1986; Grunwald, 2005; Schäfer & Keppler, 2013). Ziel ist, **zukünftiges Verhalten** auf Basis des analysierten gegenwärtigen Verhaltens oder aktueller Einstellungen **zu prognostizieren** (Endruweit, 1986). Dies basiert auf der Erkenntnis, dass „zum Gelingen eines Projektes ein frühzeitiges Auseinandersetzen mit der gesellschaftlichen Akzeptanz ... maßgeblich ist“ (Süptitz & Schlereth, 2017, S. 407).

Begriffsabgrenzung

Akzeptanz beschreibt verkürzt, ob etwas akzeptiert wird, wovon die **Akzeptabilität** abzugrenzen ist (Ott, 2002; acatech, 2011; Pietzner, 2015). Letzteres meint, dass etwas akzeptiert werden sollte, weil es „Anerkennung aufgrund guter

Gründe verdient“ (Ott, 2002, S. 75). Dabei basiert die grundsätzliche Bejahung des Objekts auf gesellschaftlich anerkannten Werten und Normen und ergibt sich aus dem Objekt selbst (Sauer et al., 2005; Schäfer & Keppler, 2013). Der Abgrenzung entsprechend ergeben sich für das Spannungsfeld aus Akzeptanz und Akzeptabilität vier mögliche Konsequenzen (Ott, 2002):

1. Ein Objekt erfährt keine Akzeptanz, da es inakzeptabel ist.
2. Ein Objekt erfährt keine Akzeptanz, obwohl es akzeptabel ist.
3. Ein Objekt erfährt Akzeptanz, obwohl es inakzeptabel ist.
4. Ein Objekt erfährt Akzeptanz, weil es akzeptabel ist.

Die Wissenschaftler:innen in der **Diffusions- und Adaptionforschung** untersuchen den Zeitverlauf der Annahme und Verbreitung neuer Produkte oder Ideen in einem sozialen System (Rogers, 1962/2003; Berndt, 2005; Quiring, 2006). Die Akzeptanzforschung hingegen untersucht die Gründe für das Annehmen oder Ablehnen der Neuerung, nachdem sie bereits eingeführt ist (Quiring, 2006); dies kann „auch noch nicht am Markt verfügbare Angebote erfassen“ (Schlohmann, 2012, S. 125).

Akzeptanz wird teils synonym zum Begriff **Einstellung** genutzt (Schönauer, 2017). Darunter wird „a psychological tendency that is expressed by evaluating a particular entity with some degree of favor or disfavor“ (Eagly & Chaiken, 1993, S. 1) verstanden, die nicht direkt beobachtbar ist (Schönauer, 2017). Demzufolge wird Akzeptanz mit einer positiven Einstellung gegenüber einem Einstellungs- oder Akzeptanzobjekt verbunden, Nicht- bzw. Inakzeptanz mit einer negativen (ebd.).

Dimensionen des Akzeptanzbegriffs

Die Definition von Akzeptanz als bloße Einstellung birgt die Schwäche, dass sie keiner Betroffenheit bedingt: Positive, negative oder neutrale Einstellungen und Meinungen können sämtliche Personen haben, obwohl sie weder betroffen sind, noch sich betroffen fühlen (Ullrich, 2008). Zwar ist **Einstellung als Bewertung** des Akzeptanzobjekts die zentrale Dimension der Akzeptanz und wird in den meisten Definitionen berücksichtigt (Schäfer & Keppler, 2013), Autor:innen wie Lucke (1995) erweitern diese Dimension jedoch, indem sie neben der Einstellung die **Handlungsbereitschaft** inkludieren. Handlungsbereitschaft meint, dass beobachtbares Handeln „erfolgen kann, aber nicht muss“ (Schäfer & Keppler, 2013, S. 12, Hervorhebung aus dem Original entfernt).

Akzeptanz kann sich bei Inklusion der Handlungsbereitschaft sowohl durch aktives Handeln als auch durch passive Haltung manifestieren (Lucke, 1995).

Dabei herrscht Uneinigkeit, inwiefern aktives Handeln die Akzeptanz ausdrückt: Lucke (1995) setzt bei Technik eine „natürliche“ Nutzung voraus; Schweizer-Ries et al. (2010b) inkludieren das Handeln nicht, sondern lediglich eine positive Einstellung zum Objekt, die eine Handlung möglich macht.

Durch Kombination der Dimensionen Bewertung und Handlungsbereitschaft entstehen letztlich vier Ausprägungen des Akzeptanzbegriffs: Befürwortung, Unterstützung/Engagement, Ablehnung und Widerstand (Abbildung 2.1). Die beiden letztgenannten können unter Inakzeptanz zusammengefasst werden.

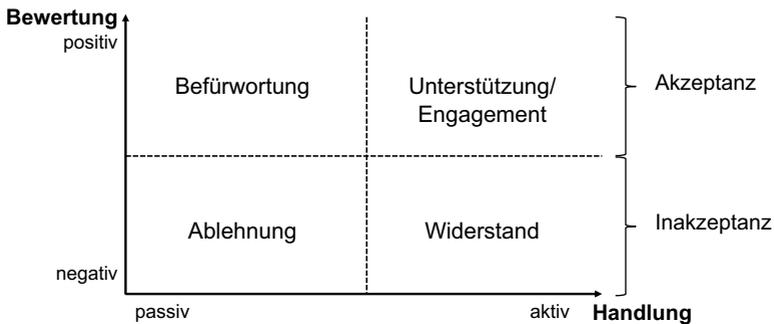


Abbildung 2.1 Dimensionen des Akzeptanzbegriffs. In Anlehnung an Zoellner et al. (2009, S. 32)

Diesem Ansatz folgend ist das Ausbleiben von Protest und Widerstand trotzdem kein zuverlässiger Indikator von Akzeptanz (Schäfer & Keppler, 2013). Stattdessen kann es genauso bedeuten, dass Inakzeptanz in Form ablehnender Haltungen gegeben ist, sich aber nicht oder noch nicht in Handlungen manifestiert hat (ebd.). Lucke (1995) definiert Akzeptanz folglich als die „Chance, für bestimmte Meinungen, Maßnahmen, Vorschläge und Entscheidungen bei einer identifizierbaren Personengruppe ausdrückliche oder stillschweigende Zustimmung zu finden“ (S. 104). Im Umkehrschluss wird unter Inakzeptanz „die Wahrscheinlichkeit, mit Meinungen, Maßnahmen etc. bei einer identifizierbaren Personengruppe auf ausdrückliche oder stillschweigende Ablehnung zu stoßen“ (ebd., S. 105) verstanden.

Hauptelemente der Akzeptanz

In diversen Akzeptanzdefinitionen finden sich die Begriffe Akzeptanzsubjekt, -objekt sowie -kontext (Hüsing et al., 2002; Sauer et al., 2005; Schweizer-Ries

et al., 2010b), die als Hauptelemente bezeichnet werden (Abbildung 2.2). Stoll (1999) ergänzt die Akzeptanzchance, verstanden als Ausprägung der Akzeptanzentscheidung, die ihr zufolge als Ergebnis des Beziehungsgeflechts im Mittelpunkt steht.

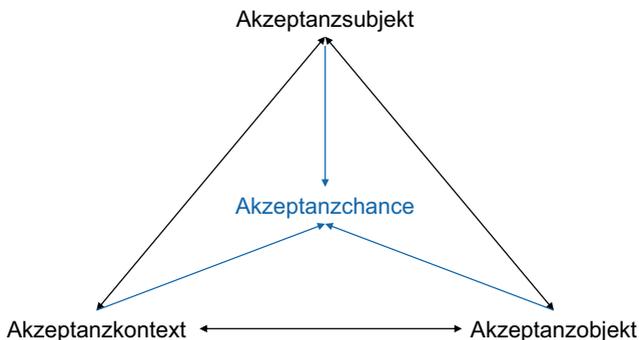


Abbildung 2.2 Akzeptanztriade. In Anlehnung an Lucke (1995, S. 89) sowie Stoll (1999, S. 44)

Bei verschiedenen Modellen wird die Perspektive des **Akzeptanzsubjekts** eingenommen, da sowohl -objekt als auch -kontext nur aufgrund der Wahrnehmung des Subjekts Relevanz erfahren (Lucke, 1995; Schäfer & Keppler, 2013; Halwachs et al., 2017). Akzeptanzsubjekte können sowohl Individuen, Gruppen als auch die gesamte Gesellschaft sein (Lucke, 1995; Schäfer & Keppler, 2013).

Das **Akzeptanzobjekt** fungiert als themen- bzw. gegenstandsbezogener Bezugspunkt und wird abhängig vom -subjekt im jeweiligen -kontext bewertet (Lucke, 1995). Der Begriff Objekt wird dabei in einem weiten Sinne verstanden, gemeint ist ein materieller oder immaterieller Gegenstand wie bspw. Planungen, Entscheidungen, Personen, Institutionen, Meinungen, Werte, Einstellungen, Gesetze oder Regierungen (ebd.; Schäfer & Keppler, 2013; Bentele et al., 2015).

Akzeptanzobjekt und -subjekt sind in den **Akzeptanzkontext**, ihr Umfeld, eingebunden (Lucke, 1995; Schäfer & Keppler, 2013). Er umfasst die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und damit alle Gegebenheiten, die auf den Prozess einwirken oder für ihn relevant sind, aber weder Subjekt noch Objekt sind (Hüsing et al., 2002; Schäfer & Keppler, 2013). Der Kontext variiert abhängig von sozialem und kulturellem Bezugsrahmen (Schäfer & Keppler, 2013).

Betrachtungsebenen der Akzeptanz

Bei der Auseinandersetzung mit Akzeptanz ist neben der Bestimmung der Hauptelemente die jeweilige Betrachtungsebene zu identifizieren bzw. einzugrenzen. Wüstenhagen et al. (2007) klassifizieren die **soziopolitische Akzeptanz** als die allgemeinste Form. Sie kann als generelle Einstellung bezeichnet werden, da sie die übergeordnete Ebene der gesellschaftlichen Akzeptanz abbildet. Dabei bezieht sie sich auf die allgemeine Öffentlichkeit und ihre Schlüsselakteur:innen, darunter jene in Medien und Politik. Diese Betrachtungsebene kann als raumunabhängig klassifiziert werden und betrifft die thematischen Inhalte, nicht jedoch deren Umsetzung im konkreten Raum (ebd.; Kost, 2013). Dagegen hat die **lokale Akzeptanz** (auch lokal-öffentliche, community, regionale oder projektbezogene Akzeptanz) einen konkreten Raumbezug (ebd.). Ihr Ausmaß ist auf lokaler Ebene für die Verwirklichung von Projekten maßgeblich, weil die Gemeinschaft vor Ort erheblichen Einfluss ausüben kann (Wüstenhagen et al., 2007; Kress & Landwehr, 2012; Vonier, 2013). Dabei nehmen die Interessen von Anwohner:innen, lokalen Behörden und kommunalen Entscheidungsträger:innen die bestimmende Rolle ein (Wüstenhagen et al., 2007). Als dritte Ebene ist die **Marktakzeptanz** zu nennen, also die mögliche Investition in Produkte (ebd.; Kost, 2013). Von Bedeutung sind dabei die Konsument:innen, (Zuliefer-)Unternehmen, Investor:innen, Geldinstitute und Stromnetzbetreiber. Sie tritt nicht nur raumunabhängig, sondern auch lokal auf (ebd.).

Die Grenzen der Ebenen können fließend sein und sich zum Teil überschneiden, etwa bei den handelnden Akteur:innen (Halwachs et al., 2017). Abbildung 2.3 gibt eine Übersicht über die Betrachtungsebenen bezogen auf den Energie- und Rohstoffkontext, in welcher beispielhaft Subjekte und Objekte inkludiert sind.

Allgemeine und technikbezogene Akzeptanzfaktoren

Den Prozess der Akzeptanzgenerierung beeinflussen verschiedene Faktoren: die **Akzeptanzfaktoren**. Sie **ermöglichen bzw. fördern oder hemmen bzw. verhindern** die Entstehung von Akzeptanz (Schäfer & Keppler, 2013). Zwar geht die Akzeptanz vom Subjekt aus, die Einflussfaktoren können sich aber ebenso auf Objekt oder Kontext beziehen, womit sie wiederum auf das Akzeptanzsubjekt wirken (Seiler, 2014).

Bei den Subjekten sind als allgemeine Einflussfaktoren soziodemografische Aspekte wie Alter, Geschlecht, Bildungsgrad, Ausbildung, Beruf und soziale Klasse zu nennen (Prager, 2002; Hildebrand, 2011; Schäfer & Keppler, 2013; Zaunbrecher et al., 2014; iit, 2015). Persönliche Einstellungen, Normen, Werte, Wertvorstellungen und Emotionen zählen ebenso dazu (Prager, 2002; Schäfer &

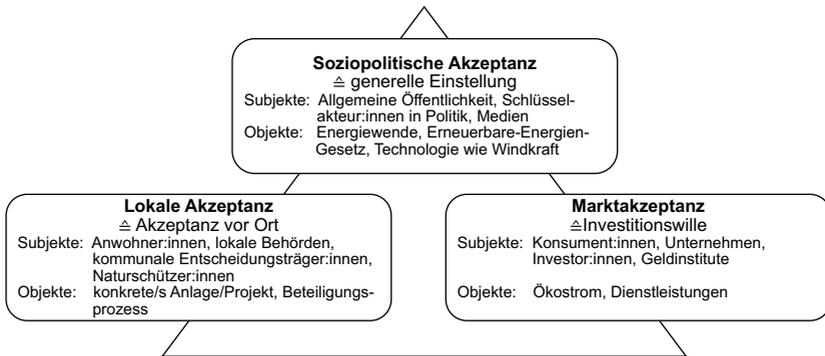


Abbildung 2.3 Betrachtungsebenen der Akzeptanz inkl. beispielhaften Akzeptanzsubjekten und -objekten aus dem Energie-/Rohstoffkontext. In Anlehnung an Wüstenhagen et al. (2007, S. 2684) sowie Wunderlich (2012, S. 5)

Keppler, 2013; Halwachs et al., 2017). Bezogen auf die Akzeptanz gegenüber einer Anlage vor Ort sind das objektive und subjektive Wissen, der wahrgenommene soziale Druck, das Umweltbewusstsein, die Vorerfahrungen mit der Technik und den durchführenden Unternehmen, das Vertrauen in die Akteur:innen sowie die Ortsverbundenheit als Einflussfaktoren zu nennen (Hildebrand, 2011; Kress & Landwehr, 2012; Huijts et al., 2012; Schäfer & Keppler, 2013; Krug, 2018).

Beim Akzeptanzobjekt setzen die Einflussfaktoren an dessen Eigenschaften an (Schäfer & Keppler, 2013). Darunter sind u. a. individuelle, gesellschaftliche, soziale sowie ökologische Kosten und Nutzen, Risiken, ästhetische Aspekte und Akzeptabilität (ebd.; Hildebrand, 2011). Bei technischen Anlagen beeinflussen bspw. Gerüche, akustische Emissionen, ökologische und ästhetische Auswirkungen auf Landschafts- und Ortsbild sowie die Wirkung auf die regionale Wertschöpfung die Akzeptanz der Bevölkerung (Hildebrand, 2011; Kress & Landwehr, 2012; Halwachs et al., 2017; Krug, 2018). Abhängig vom Subjekt können dieselben Eigenschaften unterschiedlichste Reaktionen auslösen, weil für die Akzeptanz relevant ist, wie das Subjekt die Eigenschaften wahrnimmt und bewertet (Schäfer & Keppler, 2013).

Prägen die Faktoren dagegen den Kontext, in dem die Akzeptanzgenese geschieht, und haben sie keinen direkten Bezug zu Akzeptanzsubjekt oder -objekt, sondern beeinflussen die Bewertung des Objekts durch das Subjekt von außen, sind sie kontextabhängige Einflussfaktoren (Schäfer & Keppler, 2013). Dazu zählen

bspw. politisches Klima, Wirtschaftslage, Preisentwicklung, regionale Besonderheiten sowie Beteiligungskultur (ebd.; Prager, 2002). In Verbindung mit der Implementierung von technischen Anlagen sind standort- und regionsspezifische Faktoren (z. B. Topografie, geografische Merkmale, bisherige Nutzung, Eigentumsverhältnisse, regionale Mentalität), Gerechtigkeit, Transparenz im Entscheidungsprozess, Informationspolitik, Projektmanagement (bspw. lokale Verankerung des Unternehmens, Art und Weise der Informationsvermittlung), Partizipations-/Beteiligungsmöglichkeiten, politischer und gesetzlicher Rahmen (z. B. Förderprogramme, Landesstrategie) sowie Medienberichterstattung einflussnehmend (Renn & Zwick, 1997; Prager, 2002; Hildebrand, 2011; Halwachs et al., 2017).

Technik- und Industrieakzeptanz mit Fokus auf den Energie- und Rohstoffsektor

Die Wissenschaft ist sich heute einig, „dass Technikentwicklung ohne Akzeptanz in der Bevölkerung kaum erfolgreich sein könne“ (Petermann & Scherz, 2005, S. 46). Folglich widmet sich bspw. die von Bund und Ländern geförderte *acatech* mit dem *Arbeitskreis Technik und Gesellschaft* der Technikakzeptanz (*acatech*, 2021). Hochschulen wie die Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen (o. D.) betrachten Technikakzeptanz als eigenes Forschungsfeld und die Technische Universität Bergakademie Freiberg (TUBAF) strebt die Gründung eines *Instituts für Industrieakzeptanz* an.³ Dabei ist Technikakzeptanz inkonsistent (Schäfer & Keppler, 2013) und umfasst „verschiedene Forschungsstränge, die sich mit ... unterschiedlichen Aspekten“ (ebd., S. 7) befassen: Beispiele sind die individuelle Nutzer:innenakzeptanz, aber auch die gesellschaftliche Akzeptanz gegenüber neuartiger oder risikobehafteter Technik. Daraus resultierend wurden in den 1980er und 1990er Jahren erste Verbindungen zwischen der Untersuchung gesellschaftlicher Akzeptanz und dem erneuerbaren Energiesektor entwickelt (Wüstenhagen et al., 2007; Klagge, 2013). Dieses Forschungsfeld auszubauen, versäumten Energiekonzerne, Behörden und Wissenschaft zunächst, da sie „davon überzeugt waren, dass die Implementierung von Erneuerbaren Energien nicht problematisch sei, weil die ersten Umfragen zur öffentlichen Meinung stets positive Ergebnisse geliefert hatten“ (Strohmaier, 2012, S. 5). Konträr dazu zeigte sich, dass diese Zustimmung abstrakter Natur war und sie nicht vorausgesetzt werden kann, wenn konkrete Projekte geplant werden (Wüstenhagen et al., 2007).

³ Die Institutsgründung scheiterte bislang an der fehlenden Akzeptanz der Hochschulleitung bzw. der sie beratenden Organe (C. Drebenstedt, persönliche Kommunikation, 26. November 2020).

Die politische Agenda zur Nutzung von erneuerbaren Energieträgern und der Ausbau selbiger hat die sozialwissenschaftlichen Veröffentlichungen zu energie-politischen Konflikten und Technikakzeptanz weiter befördert (Schäfer & Keppler, 2013; Becker et al., 2016). Es existieren zahlreiche sozialwissenschaftliche Studien in Form von Vor-Ort-Umfragen und Case Studies zur Energiewende (Neukirch, 2014), wobei die Windkraft stärker thematisiert wird als andere Techniken (Devine-Wright, 2007; Jenssen, 2010). Durch diese Fokussierung existiert eine **Vielzahl an Forschungsarbeiten zu Akzeptanz bei erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen**, die den Umfang der Probleme bei Planungsvorhaben ebenso wie einzelne relevante Einflussfaktoren und Muster aufzeigen (Strohmaier, 2012).

In einer Literaturliste über relevante Studien zur gesellschaftlichen Akzeptanz im Energie- und Rohstoffsektor zeigt sich, dass die Wissenschaft diese gegenüber dem **Rohstoffabbau kaum betrachtet** (Aschenbrand et al., 2017; Günther, 2020). Es existieren lediglich Veröffentlichungen zur Akzeptanz der Anlagen, welche Strom aus Energierohstoffen umwandeln⁴, obwohl die Folgen von Aversionen der Bevölkerung gegenüber der Rohstoffgewinnung von Wissenschaft und Industrie vermehrt notiert werden, sodass auf Branchenkonferenzen die öffentliche Wahrnehmung stärker thematisiert wird und sich Initiativen der Thematik annehmen (RohstoffWissen!, 2019a; TUBAF, o. D.-a, o. D.-b; BGR, o. D.-b).

Neben „fehlende[r] gesellschaftliche[r] Anerkennung der Leistungen der Industrie in Gänze“ (iit, 2015, S. 3) wird der deutschen Bevölkerung oftmals eine technik- und industrie-feindliche Einstellung attestiert (acatech, 2011; Bohsem, 2014; Schönauer, 2017). Diverse Untersuchungen **widerlegen eine generelle Industrie- oder Technikfeindlichkeit** jedoch (Renn, 1986a; Hennen, 1997, 2002; Kirstler, 2005; acatech, 2011; Schönauer, 2013, 2017; iit, 2015; Nippa, 2015). Sie stellen konträr fest, dass der Anteil der Skeptiker:innen deutlich geringer ist als der der Befürworter:innen (Schönauer, 2017). Technik und technischer Fortschritt werden von der Bevölkerung positiv bewertet (Hennen, 2002). Lediglich eine Minderheit von deutlich weniger als 10 % wird als negativ zu Technik eingestellt identifiziert (ebd.); generelle Technikfeindlichkeit in Form einer konsistenten Einstellung ist damit Ausnahme und keinesfalls Regel (ebd.). **Technikkritik erfolgt vielmehr bereichsspezifisch**: Die Bevölkerung differenziert zwischen den verschiedenen Technikarten, ihrem Anwendungsfeld und -ziel (Hennen, 1997, 2002). Da fehlende Technikakzeptanz nicht in einer weitverbreiteten Technikfeindlichkeit begründet ist, muss es andere Gründe für die Erfahrungen der Industrie

⁴ Eine Ausnahme bildet die Studie von Nippa et al. (2013).

mit Inakzeptanz geben. Hennen (1994) sieht die „gestiegenen Ansprüche ... der Bürger an Kontrolle und eine sozialverträgliche Gestaltung“ (S. IV) und das iit (2015) sowie Vassiliadis (2014) die Tertiarisierung als Gründe an, die zu einer „gesellschaftlichen Entfremdung von der Industrie“ (iit, 2015, S. 4) und der Wahrnehmung von „Eingriffe[n] in die eigene Lebenswelt als fremdbestimmte Bedrohung der eigenen Werte und Autonomie“ (ebd.) führen.

Insgesamt besteht eine deutlich **skeptische Einstellung gegenüber externer Technik** (acatech, 2011; Schönauer, 2017). Dabei handelt es sich um Technik, die von der Bevölkerung nicht individuell genutzt wird und auf deren Nutzung sie keinen direkten Einfluss hat (Renn & Zwick, 1997). Renn (2005) spricht in diesem Zusammenhang von „Technik als Nachbar“ (S. 31) und grenzt sie von Produkt- und Alltags- sowie Arbeitstechnik ab. Beispiele für externe Technik sind Chemie-, Kraft- und Stahlwerke (ebd.; Schönauer, 2017). Neben der ambivalenten Einstellung gegenüber Technik und ihren Folgen variiert auch die Einstellung gegenüber den verschiedenen Industriebranchen (Renn, 1986a; Hennen, 2002; Schönauer, 2017). Um ihre Einstellung gegenüber 21 Branchen gebeten, stufen Befragte die Energieversorgung auf Rang acht und den Bergbau negativer, vor der Tabakindustrie auf dem vorletzten Platz ein (Schönauer, 2017).

Unabhängig von der Frage nach den Ursachen für die Ambivalenz der Einstellungen gegenüber Technik lässt sich für Energie- und Rohstoffvorhaben feststellen, dass die fehlende Akzeptanz bspw. gegenüber der Kohleverstromung kein neues Problem ist (Tschernjadjev, 2018). Kritische Stimmen bezüglich der Energieumwandlung aus Steinkohle gibt es bereits zu Beginn der 1980er Jahre (Bechmann et al., 1985). Während die Demonstrierenden anfangs unzureichend und nicht entschwefelte Kraftwerke thematisieren (ebd.), erweitert sich der Widerstand in den folgenden Jahrzehnten und verhindert in den Jahren 2007–2012 den Bau von 17 Kohlekraftwerken (Setton, 2012). Pälchen und Lapp (2018) führt dies zur Aussage, man dürfe „das Wort ‚Kohle‘ nur noch mit schlechtem Gewissen und hinter vorgehaltener Hand aussprechen“ (S. 87), sofern man der vorherrschenden öffentlichen Meinung folge. Studien bestätigen, dass die deutsche Bevölkerung den Kohleausstieg (Andor et al., 2015; Setton et al., 2017; Frondel & Sommer, 2018) und die Energiewende bzw. die Energieumwandlung aus erneuerbaren Quellen tendenziell befürwortet (YouGov, 2020, zit. nach AEE, 2021), wobei die öffentliche Akzeptanz gegenüber der Energieumwandlung mittels erneuerbaren Quellen sich mittelfristig gesamtgesellschaftlich abschwächen könnte (Gabriel & Meyer, 2012).

Bei näherer Betrachtung wird offenkundig, dass bezüglich erneuerbarer Energie, wie bei Technikakzeptanz allgemein, zwischen den verschiedenen Techniken differenziert werden muss. Studien zeigen, dass z. B. Solaranlagen auf Dächern

positiver als Freiflächen-Solaranlagen (Halwachs et al., 2017), Solaranlagen insgesamt besser als Biomasse- (Frondel & Sommer, 2018) aber schlechter als Windkraftanlagen (Kress & Landwehr, 2012) bewertet werden. Offshore-Windanlagen werden positiver als Windkraftanlagen an Land (Sonnberger & Ruddat, 2016; Setton et al., 2017; Frondel & Sommer, 2018) und Wasserkraftschlechter als Windkraftanlagen (Jenssen, 2010) bewertet. Die Ergebnisse sind jedoch zum Teil widersprüchlich: In der Befragung von Halwachs et al. (2017) werden Wasserkraft- nach den Solaranlagen auf Dächern am besten bewertet, also besser als Windkraftanlagen, und Setton et al. (2017) stellten fest, dass der Ausbau von Solaranlagen von mehr Personen befürwortet wird als der von Windenergieanlagen. Besonders die Untersuchung der projektbezogenen Akzeptanz gegenüber Windkraftanlagen unterstreicht die Bedeutung jedes Hauptelements der Akzeptanztriade: Während die Windenergie an Land gesamtgesellschaftlich von einem breiten Konsens befürwortet wird, ist die lokale Akzeptanz bei Windkraftanlagen niedriger (Kress & Landwehr, 2012); je nach Fragestellung unterscheiden sich die Zustimmungswerte und reichen von projektbezogenen 44,2 % bis 98,0 % ohne Projektbezug (Jenssen, 2010; Frondel & Sommer, 2018).

Der Faktor Erfahrung kann Unterschiede in regional abweichender Akzeptanz erklären. Unabhängig ob Windkraftanlage, Gas- oder Kohlekraftwerk bewerten die Befragten, die bereits mit einer entsprechenden Anlage in der eigenen Nachbarschaft vertraut sind, diese tendenziell häufiger als *eher gut* oder *sehr gut* (Abbildung 2.4).

Bezüglich des Rohstoffabbaus existieren keine vergleichbaren Studien. Betrachtet wird in der Regel lediglich die Akzeptanz gegenüber dem Bau von Anlagen zur fossilen Energieumwandlung. Nippa (2015) thematisiert als einer der wenigen den Energieträger Kohle. Seine Befragung ergibt, dass 8 % der Befragten Kohle *sehr negativ*, 40 % *eher negativ*, 10 % *neutral*, 37 % *eher positiv* und 4 % *sehr positiv* gegenüberstehen; 1 % machen keine Angabe. Bezüglich des Bergbaus sprechen Vertreter:innen aus Wissenschaft und Praxis von einem all-gemeingültigen Negativimage (Greenpeace e. V., 2013; Moody, 2015; Angerer et al., 2016), einer schwindenden Akzeptanz (Weyer, 2018) und Widerständen, die eine Vielzahl der Vorhaben blockieren und es erschweren, neue Lagerstätten zu erschließen (Weyer, 2018); insbesondere die Umsetzung von Tagebauprojekten sei kritisch (Angerer et al., 2016).

Der Faktor Erfahrung in Form der industriekulturellen Prägung durch mehrere Kohlereviere und die jahrhundertelange Bergbautradition (AEE, o. D.-i; MDR, 2020) wirkt möglicherweise auch in **Sachsen** auf die Akzeptanz: 36,9 % der sächsischen Bevölkerung lehnen Kohle ab, das ist der geringste Wert aller deutschen Länder (Andor et al., 2015). Der Freistaat Sachsen ist zudem das Bundesland mit

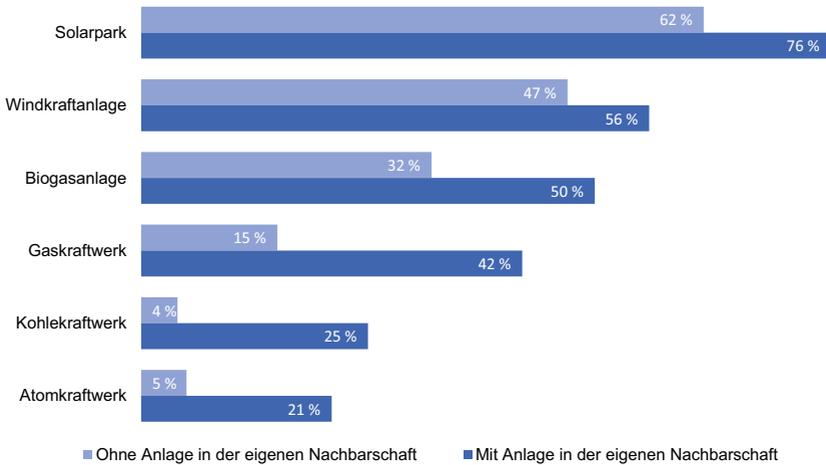


Abbildung 2.4 Zustimmung zu Anlagearten in der eigenen Nachbarschaft, ohne und mit Vorerfahrung. In Anlehnung an YouGov (2020, zit. nach AEE, 2021)

den meisten Befürworter:innen des Energieträgers, 35,9 % der Bewohner:innen befürworten diese Art der Energieumwandlung (ebd.). Im Gegensatz zur positiveren Einstellung gegenüber Kohle weist die sächsische Bevölkerung gegenüber **erneuerbarer Energie und der Energiewende geringere Zustimmungswerte** als die der übrigen Bundesländer auf: 86,0 % befürworten die Energiewende, während es deutschlandweit 92,0 % sind (KfW Research, 2018, zit. nach AEE, 2019). Folglich ist auch die gesellschaftliche Akzeptanz gegenüber dem Ausbau der erneuerbaren Energien in Sachsen mit 71,0 % um 10 Prozentpunkte geringer als im Bundesdurchschnitt (forsa, 2010, zit. nach AEE, o. D.-c). Ähnlich denken die Einwohner:innen Sachsens über einzelne erneuerbare Energieumwandlungsarten: 73,6 % befürworten Windkraft, bundesweit der geringste Wert; ablehnend stehen ihr 13,0 % gegenüber, bundesweit der höchste Wert (Andor et al., 2015).

Bezüglich der Akzeptanz konkreter Projekte in der eigenen Nachbarschaft unterscheiden sich die Einstellungen der Bewohner:innen der verschiedenen Bundesländer ebenfalls: Die Akzeptanz gegenüber Kohlekraftwerken liegt im bundesdeutschen Durchschnitt bei 8 %, die der sächsischen Bevölkerung liegt bei 13 % (TNS, 2012, zit. nach AEE, o. D.-h). Wie bei der allgemeinen Technikakzeptanz ist die sächsische Bevölkerung auch beim Einsatz von erneuerbarer Energietechnik in ihrer Nachbarschaft kritischer als der bundesdeutsche Durchschnitt: 62 % akzeptieren sie, nur in Brandenburg ist der Wert um einen

Prozentpunkt geringer (TNS, 2012, zit. nach AEE, o. D.-d). Windkraftanlagen in ihrer Nähe beurteilt die sächsische Bevölkerung zu 51 % positiv, bundesweit liegt der Wert bei 61 % (TNS, 2012, zit. nach AEE, o. D.-g). Solarparks und Biomasseanlagen beurteilt die sächsische Bevölkerung ebenfalls kritischer (TNS, 2012, zit. nach AEE, o. D.-f; TNS, 2012, zit. nach AEE, o. D.-e).

Möglichkeiten der Akzeptanzbestimmung

Um Akzeptanz zu bestimmen, existieren generell drei Vorgehensweisen: Entweder wird versucht, sie durch theoretische Modelle (**Akzeptanzmodelle**) vorherzusagen, wobei rationales Verhalten von Individuen angenommen wird (Rienstra et al., 1999). Andererseits werden **empirische Studien mit Fragebögen** oder drittens **Ex-post-Studien** genutzt (ebd.).

Zwar existiert kein einheitliches methodisches Konzept, um Technikakzeptanz zu messen (Cremer et al., 2008), bei den Akzeptanzmodellen zur Technikakzeptanz dominiert (Legris et al., 2003; Schepers & Wetzels, 2007) aber das in Abbildung 2.5 dargestellte Technology Acceptance Model nach Davis (1985) bzw. Davis et al. (1989).

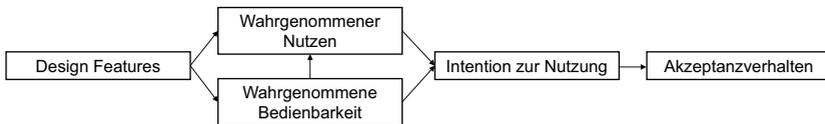


Abbildung 2.5 Technology Acceptance Model. In Anlehnung an Davis (1985, S. 24) sowie Davis et al. (1989, S. 985)

Das Modell erlaubt eine Berechnung von wahrgenommenem Nutzen, wahrgenommener Bedienbarkeit, Intention zur Nutzung und letztlich Akzeptanzverhalten (Davis et al., 1989). Es zielt, erkennbar am Ausgangspunkt Design Features, jedoch auf einzelne technische Produkte, die von Nutzer:innen selbst angewendet werden. Dabei beurteilen die Personen, inwieweit die Technik ihre Leistung verbessert und wie viel Aufwand das Erlernen der Anwendung der Technik erfordert.

Beim Technologieakzeptanzmodell nach Huijts et al. (2012) handelt es sich um ein Inputmodell, welches auf erneuerbare Energie angewendet werden kann (Abbildung 2.6). Es gibt Aufschluss über die auf die Akzeptanz einflussnehmenden, übergeordneten Faktoren Erfahrung und Wissen, nennt Akzeptanzfaktoren wie u. a. Vertrauen, wahrgenommene Risiken und verdeutlicht ihre Beziehungen. Das Modell offeriert jedoch keine Formel zur Berechnung.

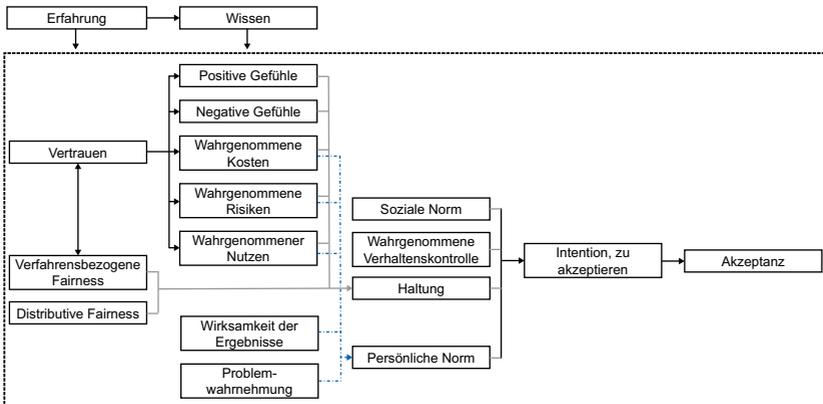


Abbildung 2.6 Technologieakzeptanzmodell. In Anlehnung an Huijts et al. (2012, S. 530)

In der soziologischen Forschung findet der eindimensionale Ansatz von Fishbein (1966) Verwendung (Formel 2.1). Die Messung der Akzeptanz wird dabei ausschließlich durch die affektive Komponente ermittelt; die kognitive und verhaltensbezogene Komponente werden unter Beliefs zusammengefasst. Fishbein (1966) folgend werden verschiedene Überzeugungen und Merkmale mit einzelnen Objekten verbunden. Die Merkmale sind die Verknüpfung von Subjekt und Objekt, wobei die Summe der Wertungen des Subjekts Σ die Einstellung zum Objekt ausmacht. Weil nicht jedes der Merkmale identisch stark mit dem Einstellungsobjekt verknüpft ist, muss im Vorhinein eine Wichtung der wertenden Reaktionen bezüglich ihrer Relevanz erfolgen. Die Gesamteinstellung E_{ij} beschreibt, wie Person i insgesamt dem Objekt j gegenübersteht. Die beschreibende Komponente B_{ijk} ist der Eindruck, wie wahrscheinlich es ist, dass Person i das Merkmal k dem Objekt j zuschreibt. Die wertende Komponente A_{ijk} gibt an, wie Person i es beurteilt, dass Objekt j das Merkmal k aufweist.

$$E_{ij} = \sum_{k=1}^n B_{ijk} \times A_{ijk}$$

Formel 2.1: Berechnung der Gesamteinstellung E_{ij}

In Anlehnung an Fishbein (1966)

Die Akzeptanzmessung mittels Umfragen nutzt in der Regel zwei- oder mehrpolige Skalen, mit denen die Befragten ihre Einstellung gegenüber dem Akzeptanzobjekt

äußern (de Vries & Hoffmann, 2017; YouGov, 2020, zit. nach AEE, 2021). Die Ableitung, welche Technik akzeptiert ist, erfolgt dabei ausschließlich aus einem großen Zustimmungswert. Sauer et al. (2005) bilden hingegen das theoretische Konstrukt einer Akzeptanz-Inakzeptanz-Skala (Abschnitt 3.2).

Volatilität von Akzeptanz

Die Schwierigkeit der Akzeptanzforschung besteht in der Aussagekraft von Prognosen, weil ihre Untersuchungen nur die gegenwärtige Akzeptanz ermitteln, die sich jedoch z. B. durch Veränderungen des Kontexts wandeln kann (Grunwald, 2005; Sauer et al., 2005). Damit ist Akzeptanz ein instabiles Konstrukt, dessen Messergebnisse situationsabhängig variieren und sich im Zeitverlauf wandeln (Lucke, 1995; Schäfer & Keppler, 2013). Eine Veränderung des Objekts oder veränderte Rahmenbedingungen können die normativ-evaluative Bewertung verändern (Sauer et al., 2005; Schäfer & Keppler, 2013).

So wie Akzeptanz allgemein volatil ist, gilt dies ebenso im Lokalen. Bei konkreten Projekten hat sie eine zeitliche Dimension und ändert sich in der Regel von der Ideen- über die Planungs- bis hin zur Betriebsphase (Wolsink, 1989, 2007b). Die Akzeptanz folgt dabei einem U-förmigen Verlauf (Abbildung 2.7): Akzeptanz für die jeweilige Technik ist oftmals vor Beginn der Planungen gegeben, wandelt sich während der Planungen in der Regel zu Inakzeptanz und verbessert sich in der Betriebsphase (ebd.). Begründet ist dieser Verlauf in den Vorbehalten der Bevölkerung, die sich in der Planungsphase manifestieren und für Unternehmer:innen oft erschwerte Standortentscheidungen bedeuten (ebd.). Die Befürchtungen der Anwohner:innen werden erst dann größtenteils abgebaut, wenn die Anlage fertiggestellt und erfolgreich in Betrieb genommen wurde. Dies liegt daran, dass die von der Bevölkerung befürchteten, negative Auswirkungen nicht eintreten oder positive Effekte auftreten, die vorab nicht erwartet wurden (Van der Horst, 2007; Zoellner et al., 2009).

Die Volatilität der Akzeptanz (Schäfer & Keppler, 2013) macht eine Beurteilung der Ist- und zukünftigen Situation für Unternehmen herausfordernd. Gleichzeitig eröffnet ihnen diese Eigenschaft ein breites Handlungsfeld.

2.2.2 Kommunikationswissenschaft

Die dargestellte Veränderlichkeit von Akzeptanz ist die Voraussetzung, die es ermöglicht, kommunikative Maßnahmen zur Akzeptanzgenese bzw. -steigerung einzusetzen. Ihr strategischer Einsatz zielt darauf, die Rahmenbedingungen zu

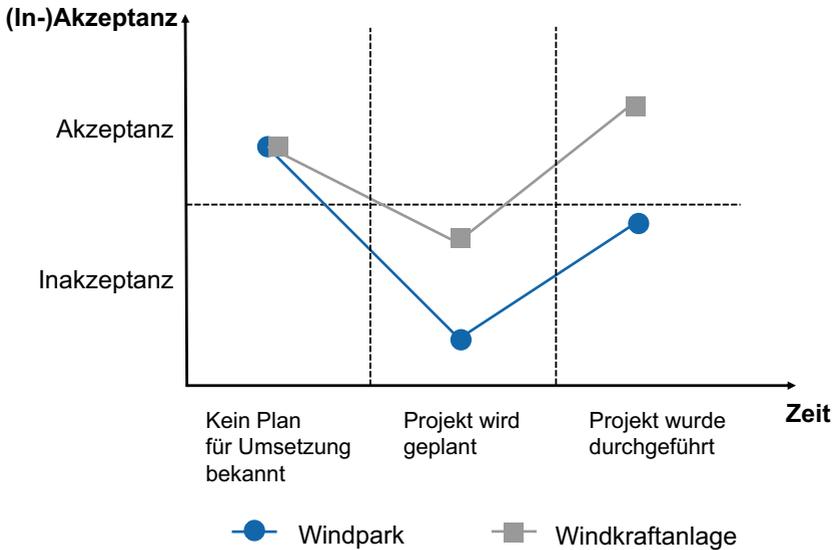


Abbildung 2.7 Verlauf der lokalen Akzeptanz. In Anlehnung an Wolsink (1989, S. 201 sowie 2007b, S. 1198)

verändern und damit auch die normativ-evaluative Bewertung des Akzeptanzsubjekts zu wandeln (Sauer et al., 2005; Schäfer & Keppler, 2013). Das Themenfeld *Infrastruktur und Energieversorgung* innerhalb der kommunika-tor:innenorientierten Kommunikationswissenschaft ist bislang jedoch lediglich punktuell bearbeitet worden (Mast & Stehle, 2016). Die gezielte Ableitung von kommunikativen Maßnahmen zur Akzeptanzgenerierung für Unternehmen der Energie- und Rohstoffbranche bedingt zunächst ein tieferes Verständnis der strategischen Unternehmenskommunikation. Auf dieser Grundlage wird es möglich, die Komplexität kommunikativen Handelns zwischen Unternehmen und Bürger:innen durch geeignete Maßnahmen zu reduzieren und die Akzeptanzgenese der Bevölkerung durch verständigungsorientierte Handlungen der Unternehmen zu steuern.

Kommunikation im weitesten Sinne findet immer statt (Watzlawick et al., 1967/2011). Dies stellt Unternehmen, welche mit ihren Handlungen in einem komplexen Beziehungsgeflecht „die Interessen ihrer Umwelt“ (Vonier, 2013, S. 2) tangieren, vor enorme Herausforderungen. Dabei bietet zielgruppengerechte Kommunikation, die nicht nur wahrgenommen, sondern auch verstanden wird,

die Möglichkeit zu einer besseren Akzeptanz beizutragen, wenn sie z. B. diejenigen erreicht, die noch unentschieden und beeinflussbar sind (Grünwald et al., 2015; Popp, 2018).

Kommunikations- und Stakeholder:innenmanagement

Basis für erfolgreiche Kommunikation und die Erreichung der Kommunikationsziele ist Kommunikationsmanagement, das „**Management durch Kommunikation und Management der Kommunikation**“ (Mast, 2019, S. 12, Hervorhebung zum Teil nicht im Original), welches einen großen Einfluss der Kommunikation innerhalb der Organisation bedingt (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Die Kommunikationsstrategie ist dafür zwingend mit der Unternehmensstrategie verknüpft und als Teil selbiger zu verstehen. Kommunikative Beratung ist besonders effektiv, „wenn sie bereits im Stadium der Strategie- und Projektentwicklung ... einbezogen ist“ (Krebber, 2018a, S. 7). Die Steigerung der Anzahl der Kommunikationskanäle und die dadurch ausgelöste Individualisierung der Kommunikation verstärkt die Bedeutung dieses systematischen Ansatzes, der auf einer klaren Markenstrategie beruhen sollte (Achilles, 2018). Allgemeine Managementprozesse des Unternehmens sollten wechselseitig mit dem Kommunikationsmanagement abgestimmt sein (Schmidt & Lyczek, 2008). Letzteres übernimmt beim Strategieprozess insbesondere die Aufgabe, den Stakeholder:innen und ihren Bedürfnissen adäquate Aufmerksamkeit zu gewähren (ebd.).

Dem Stakeholder:innenmanagement kommt eine besondere Bedeutung zu, weil Unternehmen eine Vielzahl von Bezugsgruppen aufweisen (Freeman & Reed, 1983; Riede, 2012; Karmasin & Weder, 2014; Bues et al., 2016). Stakeholder:innen, im Deutschen nicht eindeutig als Anspruchsgruppen, Akteur- und Interessenspartner:innen bezeichnet (Dyllick, 1984; Vonier, 2013; Theuvsen, 2014; Karmasin & Weder, 2014; Bues et al., 2016; Lindow, 2016), sind jene **Gruppen oder Individuen, die durch Unternehmensziel, -zweck, -handlungen und -entscheidungen beeinflusst werden oder sie beeinflussen** (Freeman & Reed, 1983; Hemmati, 2002; Lindow, 2016).

Als Reaktion auf die „partizipative[.] Neudefinition der Rolle des Bürgers“ (Brand, 2010, S. 123) wurde das ursprüngliche Shareholder- zum Stakeholder:innen-Value-Prinzip erweitert (Karmasin & Weder, 2014). Dabei wird das Unternehmen als Teil des sozialen Systems verstanden, das keine selbstreferenzielle Definition zulässt, sondern es zu einem mindestens öffentlich exponierten System macht (Karmasin, 2007). Die neuen Kommunikationsmöglichkeiten üben hierbei eine verstärkende Wirkung aus: Soziale Medien erlauben es den tertiären Stakeholder:innen zunehmend, direkt und öffentlich auf die

Geschäftstätigkeit eines Unternehmens mit Lob und Kritik zu reagieren (Bues et al., 2016; Lintemeier & Rademacher, 2016). Diese Gruppen haben zwar keine direkte Verhandlungs- oder Entscheidungsmacht, wie sie etwa bei Eigentümer:innen gegeben ist, dennoch üben sie teils wirkungsvollen Legitimationsdruck aus (Braun, 2002). Um die Kommunikation mit ihnen erfolgreich zu gestalten, ist eine **Stakeholder:innenanalyse elementar** (Thyen, 2015). Sie ermöglicht zu erkennen, welche verschiedenartigen Wahrnehmungen vom und Erwartungen gegenüber dem Unternehmen unterschiedliche Gruppen haben (Einwiller, 2014). Die Betrachtung dieser Motive zielt laut Lintemeier und Rademacher (2016) darauf, teils in der Zukunft liegende Risiken für das unternehmerische Handeln zu mindern oder auszuschließen. Die aus der Stakeholder:innenanalyse zu entwickelnden kommunikativen Maßnahmen sollen Reputation und Glaubwürdigkeit ebenso steigern wie die Akzeptanz der unternehmerischen Tätigkeit sichern. Gleichzeitig ermöglicht sie, die Expertise und Kompetenz der mit dem Unternehmen verbundenen oder an ihm und seinen Handlungen interessierten Gruppen für das Unternehmen zu nutzen, sowie Entwicklungen zu beobachten und Schlüsselthemen zu identifizieren. Die Stakeholder:innenanalyse ist daher mehr als ein Frühwarnsystem oder Mittel zur Lobbyarbeit.

Das Vorgehen beim Stakeholder:innenmanagement **basiert auf Identifizierung, Zusammenfassung und Kategorisierung, Charakterisierung und Bewertung** der Stakeholder:innen (Abbildung 2.8). Als Analysemethoden können interne und externe Befragungen, Stakeholder:innenmapping zur inhaltlich-visuellen Darstellung der Positionen und Netzwerke sowie Medienbeobachtung genutzt werden (Einwiller, 2014; Lintemeier & Rademacher, 2016). Darauf aufbauend werden Strategien und Maßnahmen entwickelt, umgesetzt und evaluiert (Spang & Clausen, 2016). Das Stakeholder:innenmanagement beginnt deshalb **zum frühestmöglichen Zeitpunkt** des Projekts mit der Machbarkeitsstudie, spätestens jedoch mit der Vorplanung (ebd.).

Stakeholder:innenmanagement ist kein linearer Prozess, der für das Unternehmen oder ein Projekt einmalig durchgeführt wird (Altenburger, 2016). Als iterative, sich **permanent aktualisierende Analyse** der Unternehmensumwelt kann es nie abgeschlossen werden, weil sich Bedürfnisse und Interessen der Stakeholder:innen ändern und neue Gruppen entstehen können (Spang & Clausen, 2016).

Für das jeweilige Projekt kritische Stakeholder:innen müssen identifiziert, kategorisiert, charakterisiert sowie die Strategie zum Umgang mit diesen Gruppen festgelegt werden, damit sie in die weitere Planung einbezogen werden können (Spang & Clausen, 2016). Für KMU mit begrenzten Ressourcen ist dieses



Abbildung 2.8 Prozess des aktualisierenden Stakeholder:innenmanagements. In Anlehnung an Horak und Speckbacher (2013) sowie Spang (2013, zit. nach Spang und Clausen, 2016, S. 225)

Vorgehen besonders wichtig, da bei einer Vielzahl von Stakeholder:innen mit verschiedenen Ansprüchen jene Gruppen priorisiert und selektiert werden müssen, die besonders starken Einfluss auf die Zielerreichung haben (Einwiller, 2014).

Die eigene Kommunikation auf Basis der Stakeholder:innenanalyse strategisch zu organisieren, ist für den Unternehmenserfolg entscheidend. Dies erlaubt einerseits, Themen und Motive zu bestimmen, die die Reputation des Unternehmens fördern oder belasten können und sie gezielt zu bearbeiten (Krebber, 2018a). Weiterhin ermöglicht es, durch Kommunikationsmanagement die kommunikativen Handlungen mit der strategischen Ausrichtung des Unternehmens zu harmonisieren. Die Unternehmenskommunikation ist damit Teil des Stakeholder:innenmanagements. Ohne diesen strategischen Ansatz würden einerseits die direkt abzuleitenden operativen Ziele für die Kommunikation fehlen, andererseits könnte kein Kommunikationscontrolling und damit keine Erfolgswertung

stattfinden. Letztlich besteht sogar die Möglichkeit, dass verschiedene Kommunikationsmaßnahmen sich konterkarieren und somit insgesamt einen negativen Effekt haben.

Theoretischer Rahmen der strategischen Kommunikation

Eine Kommunikationsstrategie legt als Absichtserklärung die Grundlage, aus der konkrete Maßnahmen und Aktivitäten generiert werden, die das kommunikative Handeln des Unternehmens prägen (Vonier, 2013). Die Theorie des kommunikativen Handelns basiert darauf, dass **Kommunikation immer Handlung** ist (Habermas, 1981/2016). Habermas (1981/2016) unterscheidet zwischen der verständigungsorientierten und strategischen Kommunikation. Erstere dient der Erzielung eines auf gemeinsamen Überzeugungen basierenden Einverständnisses und ist rational motiviert (Burkart & Lang, 1992). Bei der strategischen Kommunikation, welche er als defizitär charakterisiert, soll die Einstellung des Gegenübers durch Manipulation beeinflusst werden (Habermas, 1981/2016). Während Habermas die strategische Kommunikation negativ konnotiert, setzt Zerfaß (2010) dem verständigungsorientierten das **erfolgsorientierte** Handeln entgegen, das im Sinne vorab gesetzter Ziele persuasiv wirkt. Zerfaß' erfolgsorientiertes Handeln entspricht damit letztlich Habermas' strategischer Kommunikation; in beiden Fällen geht es um das Erreichen vorher festgelegter strategischer Ziele durch kommunikative Mittel, wobei Zerfaß die Überredung wertfrei konnotiert.

Strategische Kommunikation ist für Unternehmen nicht optional, sondern **obligatorisch** (Zerfaß & Piwinger, 2014), u. a. weil kommunikative Mittel teils hauptsächlich den Wettbewerb um Akzeptanz entscheiden. Es handelt sich um einen zweiseitigen Prozess, in dem neue Wirklichkeiten durch Mitteilungs- und Verstehenshandlungen geschaffen werden (Zerfaß, 2010; Noelle-Neumann et al., 2014). Persönliche Erfahrungen verlieren dabei zunehmend an Bedeutung, da Massenmedien und soziale Medien die Informations- und Wissensvermittlung im Zeitalter der Medialisierung übernehmen (Hagedorn et al., 2004; Zerfaß & Piwinger, 2014). Vielfach wurde nachgewiesen, dass Menschen in Industriegesellschaften ihre Zeit, abgesehen vom Arbeiten und Schlafen, den (Massen-)Medien widmen (Schildt, 2001). Massenmedien beeinflussen deshalb den öffentlichen Diskurs nicht nur, er konstituiert sich maßgeblich über sie (Imhof, 2006). Luhmann (1996) stellt fest, dass „was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“ (S. 9). Dieser Argumentation folgend ist die Wirkung von Kommunikation auf Image und Reputation eines Unternehmens immens, das gilt ebenso unternehmensintern für Motivation und Leistung der Mitarbeiter:innen (Jäger, 2017). Dieses Potenzial ist

der Grund, warum Kommunikationsmanagement und Unternehmenskommunikation ein besonderer Stellenwert zukommen muss.

Ziele und Bereiche der Unternehmenskommunikation

Zerfaß (2010, 2014) zufolge besteht die Leistung der Unternehmenskommunikation in der **sozialen Integration und Koordination**, wobei er die Integration im Nah- von der im Fernbereich unterscheidet. Während erstere unter Anwesenden erfolgt, wird zweitere durch medial vermittelte Kommunikation erreicht. Als Unternehmenskommunikation sind dabei sämtliche gesteuerten Kommunikationsprozesse in gewinnorientierten Wirtschaftseinheiten zu verstehen, die zur Aufgabedefinition und -erfüllung und weiterhin zur Handlungskoordination und Interessenklärung der Unternehmen zu ihren internen wie externen Stakeholder:innen beitragen. Sie kann dann als strategisch bezeichnet werden, wenn sie die übergeordneten Ziele der Organisation unterstützt. Das geschieht entweder, indem die Unternehmenskommunikation die laufende Leistungserstellung und damit den Erfolg stützt oder indem sie immaterielle Werte als Erfolgspotenziale schafft und erhält.

Zu unterscheiden sind dabei die Teilbereiche der internen und externen Unternehmenskommunikation (Zerfaß, 2010, 2014). Letztere umfasst die Marktkommunikation und Public Relations als gesellschaftsorientierte Kommunikation (Abbildung 2.9). Die Teilbereiche können nicht unabhängig voneinander behandelt werden, da sie gemeinsam dem Ziel der Formulierung, Ausführung und Durchsetzung der Unternehmensstrategie dienen. Dies ist der Grund, warum der optimale Beitrag der Kommunikation zur sozialen Integration eines Unternehmens immer dann erreicht wird, wenn ihre Teilaspekte aufeinander abgestimmt sind.



Abbildung 2.9 Bereiche der Unternehmenskommunikation. In Anlehnung an Zerfaß (2014, S. 44)

Innerhalb der internen Kommunikation beeinflussen verfassungskonstituierende Organisationsmitglieder wie Gesellschafter- oder Eigentümer:innen die Unternehmenspolitik, -ziele und -strategie (Zerfaß, 2014). Bezogen auf diese Gruppe ist das Ziel der internen Kommunikation, einen generellen Orientierungskonsens herzustellen (Schimank, 2005). Diesem Rahmen sind die übrigen Angehörigen des Unternehmens wie Mitarbeiter:innen verpflichtet, sie können ihn jedoch nicht direkt beeinflussen (Zerfaß, 2010, 2014). Neben den verfassungskonstituierenden Beziehungen umfasst die interne Kommunikation zudem jene Aktivitäten, die dazu dienen, den Leistungsprozess mittels Delegation fortlaufend zu strukturieren und zu steuern (ebd.).

Die externe Kommunikation lässt sich nach Zerfaß (2010, 2014) in Marktkommunikation und Public Relations unterteilen. Ziel ist u. a. Koalitionsteilnehmer:innen zu werben sowie notwendige Beiträge verschiedener Stakeholder:innen zu sichern. Dazu zählt, dass Handlungsspielräume gewährt sowie Produkte und Produktionsprozesse akzeptiert werden. Die notwendigen, prinzipiell von der Unternehmensführung sowie sämtlichen Mitarbeiter:innen zu erbringenden Aktivitäten, werden an eigene Abteilungen oder Agenturen delegiert. Public Relations, auch Öffentlichkeitsarbeit genannt, bearbeitet die „kommunikativen Beziehungen im gesellschaftspolitischen Umfeld“ (Zerfaß, 2014, S. 49) und verfolgt dabei in verschiedenen Handlungsfeldern wie Politik, Wissenschaft und Bildung das Ziel, die **Unternehmensstrategie durchzusetzen**. Dazu gehört, Widerspruchspotenziale, aber auch gesellschaftliche Anforderungen in das entsprechende Entscheidungssystem einfließen zu lassen, die nötigen Handlungsspielräume zu sichern und konkrete Strategien zu legitimieren (Zerfaß, 2010, 2014). Dabei beginnt Public Relations nicht mit Kommunikation. Voraussetzung ist, dass das Handeln der Unternehmensführung und dessen Resultate zu den strukturellen Imperativen der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen kompatibel sind.

Zwar müssen nicht sämtliche Stakeholder:innen die Produkte und Prozesse befürworten, gesamtgesellschaftliche Unterstützungspotenziale für das konkrete unternehmerische Handeln müssen jedoch zwingend gegeben und die Unternehmensstrategie akzeptabel sein (Zerfaß, 2010, 2014). Public Relations wirkt dabei **sozial integrierend**. Bei der verfahrensregulierten Integration, bspw. bei Genehmigungsverfahren, bei denen Bürger:innen und Interessensvertretungen beteiligt werden, kommen zu diesem Zweck informative Public Relations-Maßnahmen zum Einsatz, die eine persuasive Wirkung entfalten sollen. Abseits der durch Rechtsnormen bestimmten Verfahren mit koordinativer Wirkung ist Public Relations jedoch noch bedeutender. Die kommunikative Integration ist

von zentraler Bedeutung für die soziale Integration, weil bspw. in den Beziehungen von Unternehmen zu Bürgerschaft und besonders zu Kritiker:innen normierte Koordinierungsmechanismen fehlen.

Kommunikativ integrierend wirkt Public Relations im direkten Gespräch unter Anwesenden, wenn die Abstimmungsprobleme zeitlich und räumlich lokalisierbar sind und damit Verständigung möglich ist (Zerfaß, 2010, 2014). Dies kann der in Teilen der publizistischen Medien gegebenen Skandalisierungstendenz entgegenwirken, die ein gegenüber Unternehmen kritisches Meinungsbild auslöst (Pörksen & Detel, 2012). Die Stakeholder:innen- und Unternehmensdialoge werden daher der verständigungsorientierten Öffentlichkeitsarbeit oder dialogorientierten Unternehmenskommunikation zugeordnet (Zerfaß, 2010, 2014; Burkart, 2012, 2019). Darüber hinaus trägt Public Relations dazu bei, die unternehmerischen Handlungsspielräume zu sichern oder zu erweitern, indem sie Interpretationsschemata, Deutungsmuster und Normen beeinflusst (Röttger, 2000). Diese Gestaltungsmacht der eigenen Umwelt setzt durch Marktmacht begründeten gesellschaftlichen Einfluss voraus, den eigenständig agierende KMU nicht haben. Als Zusammenschluss ähnlicher Organisationen besteht aber auch für sie die Möglichkeit, ihr Umfeld im Sinne der eigenen Interessen zu beeinflussen, etwa durch Lobbyarbeit (Preisendörfer, 2011).

Unabhängig davon, welchem Teilgebiet der Unternehmenskommunikation die Maßnahmen zugeordnet sind und ob sie von Führungskräften und Kommunikationsverantwortlichen ausgeführt oder dafür Agenturen beauftragt werden, sind sie symbolische Handlungen, die zunächst eine Verständigung mit bestimmten Rezipient:innen und nachgelagert deren Beeinflussung beabsichtigen oder das Wissen der eigenen Institution verändern sollen (Zerfaß, 2010, 2014).

Die Kommunikationsziele lassen sich anhand ihrer zeitlichen Dimension unterscheiden, dies spiegelt gleichzeitig die Komplexität der Zielerreichung wider (Avenarius, 2000; Vonier, 2013; Abbildung 2.10). Langfristige Ziele bezwecken Einstellungen, Verhalten und Denkmuster zu verändern, kurzfristige Ziele stehen als Reaktionen zeitlich unmittelbar zu ihrem Auslöser. Von Ebene zu Ebene nimmt dabei das Niveau der Zielerreichung zu. Insbesondere für Bau- und Infrastrukturprojekte gilt, dass kein Unternehmen dabei das Ziel verfolgt bzw. verfolgen kann, einen sozialen und kulturellen Wandel auszulösen, weshalb das Streben nach einer Änderung der Verhaltensweise von beteiligten Akteur:innen das komplexeste Ziel der projektbezogenen Kommunikation ist.

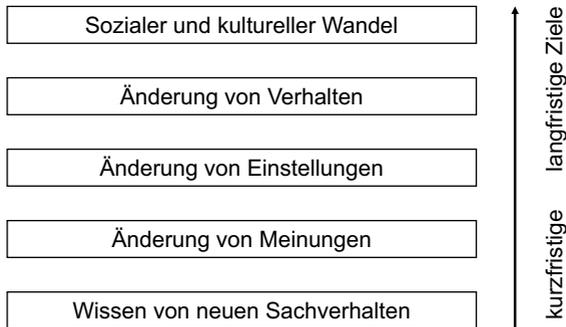


Abbildung 2.10 Kurzfristige und langfristige Kommunikationsziele. In Anlehnung an Avenarius (2000, S. 202) sowie Vonier (2013, S. 76)

2.2.3 Akzeptanzkommunikation

Diese Arbeit thematisiert primär die erst in den vergangenen 20 Jahren entstandene und noch am Anfang der Forschung befindliche Akzeptanzkommunikation (Höhne et al., 2018b). Die Erklärung *Technische Großprojekte und Akzeptanz* des VDI und Bundesverbands der Kommunikatoren e. V. (VDI & Bundesverband deutscher Pressesprecher, 2014) sowie der Sammelband *Akzeptanzkommunikation* (Höhne et al., 2018a) können als wichtige Meilensteine in diesem Forschungsfeld bezeichnet werden. Aufgrund der **Neuartigkeit des Themas** ergibt die Kombination von *Akzeptanzkommunikation* und *Energie* bei Google Scholar 48 Einträge, wobei diese nur teilweise *Akzeptanzkommunikation* zum Thema *Energie* darstellen (Google, o. D.-a). Die Suche nach *Akzeptanzkommunikation* und *Rohstoffe* ergibt acht Beiträge, wobei keiner *Akzeptanzkommunikation* zum Thema *Rohstoffe* untersucht oder darstellt (Google, o. D.-b).

Akzeptanzkommunikation ist kein Teilbereich der Unternehmenskommunikation, sondern vielmehr ein **Handlungsfeld der strategischen Kommunikation** (Deutsche Public Relations Gesellschaft – DPRG, 2018; Krebber, 2018b), das Querschnittsaufgabe aller Bereiche professioneller Unternehmenskommunikation ist (DPRG, 2018). Kommunikationsmaßnahmen bieten dabei Handlungsmöglichkeiten für Unternehmensvertreter:innen, um die Akzeptanz zu steigern, denn Kommunikation gilt neben Beteiligung als zentraler Einfluss- und Erfolgsfaktor für die Akzeptanzgenerierung bzw. -steigerung (Brettschneider, 2014, 2015; Bentele et al., 2015; Mast & Stehle, 2016; Becker, 2016; Lindow, 2016) und wird zum Teil sogar als Voraussetzung dafür angesehen (Mast & Stehle,

2016). Neben die bspw. durch Planfeststellungsverfahren erreichbare „Legitimation durch Verfahren“ (Brettschneider, 2015, S. 298) muss eine „Legitimation durch Kommunikation“ (ebd.) treten, die die rechtlich obligatorischen Verfahren nicht ersetzen, sie jedoch maßgeblich ergänzen kann (Brettschneider, 2015). Die Akzeptanzkommunikation verfolgt deshalb das Ziel, **Organisationen und ihr Handeln zu legitimieren**, indem Projekte u. a. aus den Bereichen Technik, Industrie und Infrastruktur im Einvernehmen mit der Gesellschaft und ihren Erwartungen realisiert werden (DPRG, 2018). Folglich ist Akzeptanzkommunikation besonders dann relevant, wenn die Organisationsziele und -handlungen tatsächlich oder potenziell konfliktär zu den Wertvorstellungen der Gesellschaft einzuordnen sind (ebd.). Akzeptanzkommunikation trägt damit zur sozialen Integration bei, indem sie durch kommunikative Maßnahmen die Problemlösung befördert (Krebber, 2015).

Kommunikation allein kann keine Akzeptanz schaffen, sie leistet aber einen Beitrag zu ihrer Ausprägung (Krebber, 2015). Akzeptanzprozesse werden deshalb als das „Produkt von Kommunikationsprozessen“ (Leucht, 2012, S. 76) angesehen. Akzeptanz wird von Subjekten öffentlich durch kommunikative und teilweise verobjektivierende Handlungen ausgedrückt (Kneer, 2000). Akzeptanzprobleme sind deshalb oft kommunikative Probleme: Sie können, müssen jedoch nicht nur kommunikativ gelöst werden (Krebber, 2015). Ziel der Akzeptanzkommunikation ist letztlich nicht, die Inakzeptanz aller Subjekte in Akzeptanz umzukehren. Vielmehr dient Akzeptanzkommunikation dazu, gesellschaftliche Integration zu erreichen.

Potenzial und kommunikative Begleitung von Großprojekten

Die kommunikative Begleitung von Großprojekten verursacht zwar Kosten, ihr Nutzen übertrifft diese jedoch oftmals, weil sie das Potenzial bietet, die Projektakzeptanz zu steigern (Brettschneider & Müller, 2018). Da ohne Legitimität letztlich die Licence to Operate infrage gestellt werden kann, strebt die strategische Unternehmenskommunikation danach, diese zunächst zu sichern und leistet damit einen **Beitrag zur gesellschaftlichen Integration** des Unternehmens (Zerfaß, 2010). Strategisches Kommunikationsmanagement dient in der kommunikations- und medienbeeinflussten Gesellschaft dazu, die soziale Integration der Unternehmen zu befördern, indem Zweck- und Mittelkonflikte gelöst sowie umstrittene Situationsdefinitionen ebenso geklärt werden wie Handlungsinterpretationen im Nahbereich (ebd.). Dabei kann sich die Akzeptanzkommunikation sämtlicher Kommunikationsmaßnahmen bedienen (DPRG, 2018). Aufgrund der kommunikativ integrierenden Absicht sind jedoch insbesondere **Dialog- und Beteiligungsformate** sinnvoll (ebd.), die den Public Relations-Maßnahmen zugeordnet

werden können. Bentele et al. (2015) fordern sogar, dass die „dialogorientierte Kommunikation Leitbild für die Akzeptanzkommunikation sein [muss]“ (S. 17, Hervorhebung aus dem Original entfernt). Die Forderung ergibt Sinn, weil der lokale Raum stets der konkrete Bezugspunkt von Infrastrukturprojekten ist (Krebber, 2016), eine zeitliche und örtliche Lokalisierung der Abstimmungsprobleme ermöglicht und, Zerfaß (2014) folgend, eine Koordinierung durch kommunikative Integration mittels Gesprächen unter Anwesenden sinnvoll erscheinen lässt.

Ausschließlich Public Relations-Maßnahmen anzuwenden, ist für die Akzeptanzkommunikation dennoch nicht zielführend. Zum einen haben viele Infrastrukturprojekte eine überregionale Bedeutung (Krebber, 2016). Zum anderen, und dies überwiegt, sind Massenmedien für die Meinungs- und Willensbildung bedeutend (ebd.). Dabei ist die lokale Publizistik eine wesentliche Informationsquelle der Bürger:innen (Hasebrink & Schmidt, 2012), die allerdings nicht isoliert betrachtet werden kann (Krebber, 2015). So wie der lokale Diskurs insbesondere bei Infrastrukturprojekten mit einer überregionalen Dimension verbunden ist, sind es auch die Massenmedien, die sich in ihrer Berichterstattung auf die verschiedenen Ebenen des öffentlichen Diskurses beziehen – lokal, regional, überregional (ebd.).

Anforderungen an erfolgreiche projektbezogene Kommunikation

Nicht nur für die Akzeptanzkommunikation, aber besonders für sie gilt, dass Handeln und Kommunikation der Organisation stets konsistent sein sollten, da sonst Vertrauensverluste drohen (Bentele et al., 2015). Diese geforderte Konsistenz bedingt, dass die Kommunikation selbst zu jeder Zeit wahrheitsgemäß und offen sein muss (ebd.). Unwahre Kommunikation über die Projektziele in einer frühen Phase würde letztlich von einer andersartigen Umsetzung in einer späteren Phase konterkariert; Widerstand wäre nicht auszuschließen und sogar wahrscheinlich. Neben **Glaubwürdigkeit, Klarheit und Offenheit** kann **Aktualität** als grundlegende Eigenschaft erfolgreicher Akzeptanzkommunikation benannt werden. Diese Faktoren können Legitimität ebenso wie Vertrauen auslösen, aus denen eine Verbesserung der Akzeptanz erwachsen kann – ohne die sie jedoch nicht erreicht wird (ebd.). Die Akzeptanz, die einem Vorhaben entgegengebracht wird, ist nicht unveränderlich, sondern wird durch das kommunikative Handeln der Organisation maßgeblich beeinflusst. Dabei ist nicht zwingend entscheidend, *was*, sondern vielmehr *wie kommuniziert wird* (Mast & Stehle, 2016). Neben Informationen sollte den Anspruchsgruppen die Möglichkeit gegeben werden, sich aktiv zu beteiligen, indem sie konsultiert und zur Mitgestaltung aufgefordert werden (VDI, 2014, 2015). **Wahrheit, Transparenz** und damit Widerspruchsfreiheit, **Wertschätzung** und **Dialogbereitschaft auf Augenhöhe** sind die maßgeblichen

Merkmale, die Vorhabensträger:innen verinnerlichen müssen (Kalka & Schlabbers, 2014). Allein die Kommunikation auf Augenhöhe erfordert in vielen Fällen ein Umdenken. Auf Augenhöhe bedeutet: „für jeden Beteiligten verständlich“ (ebd., S. 29). Kommunikation, die Akzeptanz bewirken will, muss daher nicht nur diejenigen informieren, die Vorwissen einbringen, sondern auch jenen, die es nicht haben, die Hintergründe und Motive verständlich erklären.

Bei Energie- und Rohstoffprojekten erwarten Bürger:innen mehr und bessere Informationen, die **mit lokalem Bezug** verfügbar, ansprechend, übersichtlich und **kompakt** aufbereitet sein sollen (Mast & Stehle, 2016). Die Bürger:innen setzen gleichzeitig **Bürger:innennähe** voraus, etwa durch Ansprechpartner:innen direkt vor Ort (ebd.). Ohne eine offensive und proaktive Kommunikation, die strategisch ausgerichtet ist und zu einem frühen Zeitpunkt des Projekts ansetzt, ist es kaum möglich, diese Bedürfnisse zu befriedigen (Kalka & Schlabbers, 2014; VDI, 2015). Die Heterogenität der Stakeholder:innengruppen lässt dabei einen breiten Mix von Kommunikationsmaßnahmen vorteilhaft erscheinen (VDI, 2015).

Ebenso wie die Projekte komplex sind, überwiegen für die verschiedenen Anspruchsgruppen unterschiedliche Argumente. Dies muss die Kommunikation widerspiegeln. Statt ausschließlich über Fakten zu informieren, sollten **Emotionen** bedacht, Alternativen diskutiert und erläutert werden, warum andere verworfen wurden (Brettschneider, 2014). Für viele Anspruchsgruppen geht es nicht um die Technik des Projekts, sondern um eine potenzielle oder reale Veränderung ihrer Lebenswelt. Den Dialog **frühzeitig und dauerhaft, proaktiv** zu suchen, aufgeschlossen für die Sorgen und Bedenken zu sein und verschiedene Kommunikationsmaßnahmen aufeinander abzustimmen, bilden die Grundlage guter Akzeptanzkommunikation (ebd.).

2.3 Kritische Reflexion

Akzeptanz ist mehr als ein theoretisches Konzept, sie ist ein gesellschaftliches Phänomen (Lucke, 1995; Ullrich, 2008). Entsprechend existiert eine Vielzahl von **Veröffentlichungen über Teilaspekte** (Vonier, 2013), die als Basis für diese Forschung genutzt werden. Dennoch fehlt es „an interdisziplinären und integrationsorientierten Beiträgen“ (ebd., S. 6) und umfassenden Forschungsüberblicken, die statt einzelner Sachverhalte das gesamte Spektrum der Akzeptanzforschung abdecken (Schäfer & Keppler, 2013). Zudem bleibt **unklar, was genau gemeint ist, wenn von Akzeptanz gesprochen wird** (Wunderlich, 2012; Kubicek, 2013). Das erschwert eine Messung nach einheitlichem Schema (ebd.). Einige Autor:innen

umgehen dies, indem sie den Terminus gar nicht definieren (Davis, 1989; Kneer, 2000; Venkatesh et al., 2003).

Bei der Auseinandersetzung mit Akzeptanz wird zudem offenkundig, dass in der Wissenschaft Uneinigkeit darüber besteht, ob Akzeptanz lediglich als Einstellung einer mental positiven Bewertung, als die konkrete Verhaltensintention als Ausdruck dieser positiven Haltung oder als das konkrete Verhalten selbst zu verstehen ist (Kollmann, 1998; Schäfer & Keppler, 2013; Seiler, 2014; Halwachs et al., 2017).⁵

Es existiert eine **Vielzahl an Akzeptanzmodellen** (Schäfer & Keppler, 2013). In diesen werden auf Basis existenter Theorieansätze oder empirischer Untersuchungen u. a. Einflussfaktoren aufgezeigt, welche die Akzeptanzgenese und -steigerung beeinflussen oder beeinflussen können (ebd.; Seiler, 2014). Die kommunikative Bearbeitung der Akzeptanzfaktoren in dieser Arbeit orientiert sich an diesen Modellen. Zur Messung des Grads der Akzeptanz sind sie allerdings nicht geeignet, da sie **nicht auf Energie- und Rohstoffprojekte als externe Technik anwendbar** sind:

- Das Technology Acceptance Model (Davis, 1985; Davis et al., 1989) ist ungeeignet, weil eine Bedienbarkeit für die Bevölkerung bei den Anlagen nicht gegeben ist; auch eine Intention zur Nutzung kann nicht ausgelöst werden, weshalb folglich das Akzeptanzverhalten nicht zu bestimmen ist. Wenn die Nutzer:innen von Energieumwandlungs- und Rohstoffgewinnungsarten – wie im vorliegenden Fall – weder Einsicht in, noch Einfluss auf die Anlagen haben, unterliegt die Akzeptanz anderen Maßstäben, Wahrnehmungsmustern und Meinungsbildungskontexten als bei jenen Geräten, die sie selbst bedienen und die durch das Technology Acceptance Model abgedeckt werden (Arning et al., 2010; Borg et al., 2018).
- Eine Bestimmung des Grads der Akzeptanz nach Huijts et al. (2012) ist nicht möglich, weil das Modell keine Berechnung erlaubt.
- Fishbeins (1966) Vorgehen und damit die Berechnung der Gesamteinstellung E_{ij} eignet sich für die betrachteten Vorhaben ebenfalls nicht, da weder Erkenntnisse zur Gesamtheit aller Einflussfaktoren noch zu deren Gewichtung vorliegen.

Zur Akzeptanz gegenüber dem **Rohstoffabbau sind kaum Studien vorhanden**, lediglich zu Anlagen der Energieumwandlung aus fossilen Rohstoffen. Untersuchungen zu erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen gibt es viele; häufig

⁵ Zusammenfassend siehe Haber (2008) und Olbrecht (2010).

werden jedoch Wind- und Solaranlagen betrachtet (AEE, 2016) und andere **Anlagearten vernachlässigt**.

Systematische Analysen der Situation vor Ort, in den Regionen und teils in den Bundesländern sind ebenso kaum existent (Andor et al., 2015; Mast & Stehle, 2016). Die gesellschaftlich befürwortete Energiewende kann aber nur erfolgreich geplant und realisiert werden, wenn die dazu nötigen Anlagen vor Ort errichtet werden (Becker et al., 2016). Außerdem können Rohstoffe nur dort gewonnen werden, wo entsprechende Vorkommen existieren; was lokale Akzeptanz der vor Ort Betroffenen bedingt. Obwohl Studien aufzeigen, dass Einstellungen stark regionsabhängig sind (Andor et al., 2015; Krug, 2018), **vernachlässigen Modelle und Meinungsumfragen bisher zumeist die Ebene der Regionen** (Kress & Landwehr, 2012; Andor et al., 2015). Für erfolgreiche Akzeptanzkommunikation gilt es deshalb, Landkreise zu betrachten. Im Lokalen werden die Zielvorgaben des Bundes und der Länder umgesetzt, sie sind der „Ort von Aushandlungen, kollektiven Willensbildungsprozessen und natürlich auch Konflikten“ (Becker et al., 2016, S. 40).

Zudem wird **Akzeptanz bisher zumeist undifferenziert erfasst**, da die Befragten, wenn überhaupt, nur wenige Abstufungen vornehmen können (de Vries & Hoffmann, 2017; YouGov, 2020, zit. nach AEE, 2021). Statt konkreter Projekte mit lokalem Bezug wird nur eine bestimmte **Technik allgemein** betrachtet (Wunderlich, 2012). Derartige Analysen ermöglichen keine Aussagen über Akzeptanz der in ihrem eigenen, lokalen Umfeld betroffenen Bevölkerung (Jenssen, 2010). Zudem erfolgt die **Betrachtung meist isoliert, auf ausgewählte Techniken beschränkt**. Das erschwert bspw. den Vergleich erneuerbarer Energieumwandlungsanlagen untereinander, beschneidet den mit fossilen Energieträgern und schließt den mit Rohstoffvorhaben aus. Zwar sind in der Literatur teils beeinflussende Akzeptanzfaktoren notiert, in den meisten Fällen erfolgt jedoch keine Übertragung selbiger auf andere Akzeptanzobjekte.

Von Interesse ist zudem die **Perspektive der Industrie**, insbesondere der KMU, die bisher **kaum betrachtet** wird. Verglichen mit Konzernen haben sie weniger finanzielle und personelle Ressourcen (Kraus et al., 2016), um Akzeptanz mittels Kommunikationsmaßnahmen zu generieren. Die der Akzeptanzgenerierung möglicherweise förderlichen Maßnahmen wurden bisher weder umfänglich gesammelt noch ihr Einflusspotenzial bewertet.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Zielstellung und Lösungsansatz: Kommunikative Chancen für Energie- und Rohstoffakzeptanz in Sachsen

3

Auf die kritische Reflexion des Stands des wissenschaftlichen Diskurses folgend, gilt es eine interdisziplinäre Thematik zu bearbeiten und die bestehenden Forschungslücken zu schließen. Dabei werden konkrete Zielstellungen verfolgt und anhand dieser das methodische Vorgehen abgeleitet. Dabei ist abzugrenzen, wie der Terminus Akzeptanz in dieser Arbeit verwendet und sein Ausprägungsgrad ermittelt wird. Um die Akzeptanzgenese positiv zu beeinflussen, müssen Kommunikationsmaßnahmen gruppiert und bewertet werden. Dies ermöglicht die systematische Aufbereitung der Ergebnisse und den Wissenstransfer in die Wirtschaft, der durch die Entwicklung einer Webapplikation geleistet werden soll.

3.1 Ziel- und forschungsleitende Fragestellungen

Eines der Ziele dieser Forschung ist die Entwicklung einer Webapplikation, die es in Sachsen tätigen Unternehmer:innen ermöglichen soll, die Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber bestimmten Arten der Energieumwandlung und des Rohstoffabbaus festzustellen und geeignete Kommunikationsmaßnahmen zu eruiieren, welche die Akzeptanz steigern können. Um die geplante Applikation zu programmieren und zu evaluieren, sind vier Forschungskomplexe (FK) nötig:

- FK 1 untersucht die Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber Technik und konkreten Vor-Ort-Projekten aus dem Energie- und Rohstoffsektor.
- FK 2 untersucht die Erfahrungen der Unternehmer:innen mit Akzeptanz sowie ihr Kommunikations- und Stakeholder:innenmanagement.
- FK 3 bewertet die Instrumente und Kommunikationsmaßnahmen, die von Unternehmensvertreter:innen zur Akzeptanzsteigerung eingesetzt werden können.

- FK 4 untersucht die Praxistauglichkeit der mit dieser Arbeit entwickelten Webapplikation und dabei insbesondere, wie vier in Sachsen tätige Unternehmen ihren Nutzen bewerten.

Ermittlung der Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung (FK 1)

Bei der Ermittlung der Akzeptanz des Akzeptanzsubjekts, der sächsischen Bevölkerung, **gegenüber Techniken und konkreten Vor-Ort-Projekten aus dem Energie- und Rohstoffsektor** (Tabelle 3.1) werden als Akzeptanzobjekte **externe Techniken** betrachtet: bei der fossilen Energieumwandlung Kohle-, Öl- und Gas-kraftwerke, bei der erneuerbaren Windkraft-, Wasserkraft-, Solar-, Biomasse- und Geothermieanlagen¹. Der Rohstoffabbau wird unterteilt in die Gewinnung mittels Tage- und Untertagebau.

Der Fokus der Untersuchung liegt dabei auf der Betrachtungsebene **lokaler Akzeptanz**. Die übergeordnete, soziopolitische Betrachtungsebene wird zusätzlich berücksichtigt, da sie gesellschaftliche Meinung oder bspw. politische Rahmenbedingungen beeinflusst. Die soziopolitische und lokale Akzeptanz wird in 13 Befragungsgebieten ermittelt, den Landkreisen bzw. kreisfreien Städten des Freistaats Sachsen. Des Weiteren wird erfragt, wie groß das Interesse an Energieversorgung ist, welchen Wissensstand die sächsische Bevölkerung zu den Projektarten hat, ob sie den Rohstoffabbau im In- oder Ausland durchgeführt wissen will und wie sie dies begründet, sowie Befürchtungen, die sie gegenüber der fossilen und erneuerbaren Energieumwandlung hat. Die Fragen dienen u. a. dazu, Gründe für Akzeptanz zu bestimmen und zu prüfen, ob die bei einem Teil der Anlagearten bekannten Akzeptanzfaktoren auf andere Vorhaben übertragbar sind und gegebenenfalls andere Einflüsse festzustellen.

¹ Nach Borg et al. (2018) können Laien nicht exakt zwischen Tiefen- und oberflächennaher Geothermie differenzieren. Entsprechend wird in der Bevölkerungsumfrage ebenfalls keine Unterteilung vorgenommen. Zu Vergleichszwecken wird zudem die Energieumwandlung durch Atomkraftwerke untersucht. In Sachsen gibt es keine Atomkraftwerke; diese Anlageart wurde aber inkludiert, da für die vorliegende Forschung von Bedeutung ist, ob die sächsische Bevölkerung die Anlagen allgemein und ob sie sie in ihrer Nachbarschaft akzeptieren würde. Dies ist sinnvoll, da die ermittelten Werte eine Einordnung in Bezug auf andere Anlagearten zulassen und einzelne politische Vertreter:innen den Bau von Atomkraftwerken in den öffentlichen Diskurs einbringen (von Ackeren, 2019; MDR SACHSEN, 2021).

Tabelle 3.1 Forschungsleitende Fragestellungen in FK 1

Forschungsleitende Fragestellungen	
FK 1	Soziopolitische Akzeptanz: Wie steht die sächsische Bevölkerung Anlagen aus dem Energie- und Rohstoffsektor allgemein gegenüber?
	Lokale Akzeptanz: Wie steht die sächsische Bevölkerung Anlagen aus dem Energie- und Rohstoffsektor gegenüber, wenn diese in ihrer Nähe umgesetzt werden sollen?
	Inwiefern zeigen sich zwischen den Befragungsgebieten Unterschiede bei der lokalen Akzeptanz?
	Besteht ein Zusammenhang zwischen soziopolitischer und lokaler Akzeptanz und soziodemografischen Faktoren, persönlichem Interesse, Involvement, Informationsverhalten und welche weiteren Faktoren nehmen darauf Einfluss?
	Präferieren die Bürger:innen den Rohstoffabbau in Deutschland oder den Import und wie begründen sie ihre Entscheidung?
	Welche Befürchtungen bringt die sächsische Bevölkerung der Energiewandlung aus fossilen und erneuerbaren Quellen entgegen?

Erfahrungen der in Sachsen tätigen Unternehmen mit fehlender Akzeptanz (FK 2)

Bei den in Sachsen tätigen Unternehmen der Energie- und Rohstoffwirtschaft werden **KMU fokussiert**; einerseits prägen sie den Energie- und Rohstoffsektor (Hegele & Knappek, 2014; Bundesverband WindEnergie e. V. – BWE, 2018a; Koch & Zerzawy, 2021) und gelten als „Rückgrat des heimischen Industrieverbundes“ (Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V., 2009, S. 21)², andererseits stehen ihnen im Vergleich zu Großunternehmen geringere Mittel für ihr Kommunikationsmanagement zur Verfügung (Kraus et al., 2016).

Die Unternehmen werden charakterisiert und befragt, welchen Stellenwert sie den verschiedenen räumlichen Ebenen von Akzeptanz beimessen, wie sie die Akzeptanz der Bürgerschaft einschätzen und inwiefern sie Erfahrung mit fehlender Akzeptanz haben (Tabelle 3.2). Zudem werden Aussagen zum Umgang mit Stakeholder:innengruppen getroffen sowie auf die Bedeutung von Kommunikation für und die Gestaltung des Kommunikationsmanagements durch die Unternehmen eingegangen.

² Zur Bedeutung des Mittelstands siehe u. a. Wüerst (2015), Gabriel (2015) sowie Arbeitsgemeinschaft Mittelstand (2019, 2021).

Tabelle 3.2 Forschungsleitende Fragestellungen in FK 2

Forschungsleitende Fragestellungen	
FK 2	Welche Bedeutung schreiben Unternehmensvertreter:innen der regionalen, überregionalen und deutschlandweiten Akzeptanz der Bevölkerung zu?
	Unterscheidet sich die Einschätzung der Unternehmer:innen bezüglich der Akzeptanz von der der Bevölkerung?
	Inwiefern macht sich die fehlende Akzeptanz der Bevölkerung bei den Unternehmen bemerkbar?
	Mit welchen Stakeholder:innengruppen haben die Unternehmensvertreter:innen Kontakt und wie ist dieser gestaltet?
	Welchen Stellenwert schreiben Unternehmen dem Kommunikationsmanagement zu?
	Wie gestalten Unternehmen ihr Kommunikationsmanagement?

Akzeptanzsteigernde Kommunikationsmaßnahmen (FK 3)

Im dritten FK wird die Thematik der potenziell **akzeptanzsteigernden Instrumente mit Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen** bearbeitet, die Unternehmensvertreter:innen einsetzen können (Tabelle 3.3). Beachtet werden dabei akzeptanzbeeinflussende Faktoren, die in anderen Studien zu Infrastruktur- und Großprojekten³ sowie insbesondere zu erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen bereits ermittelt wurden.

³ Bei Infrastrukturprojekten handelt es sich um Einrichtungen, die Vorleistungscharakter haben (Klodt, 2018). Der Anspruch ist bei der Planung sowie Umsetzung sehr hoch (Spang, 2016). Unter diese Kategorie fallen u. a. Verkehrswege sowie Versorgungseinrichtungen wie Energieumwandlungsanlagen (Klodt, 2018). Als Großprojekte sind „Vorhaben mit einem bestimmten räumlichen, zeitlichen und wirtschaftlichen Mindestumfang, die weitreichende Effekte auf die Gesellschaft haben ... [und] zu einer öffentlichen Betroffenheit und Wirkung [führen]“ (Institut für Stadt- und Regionalforschung, 2001, S. 13) zu verstehen. Unter diese Gruppe fallen Infrastrukturprojekte wie Flughäfen, Energieversorgungsleitungen oder Kraftwerksbauten (Kalka & Schlabbers, 2014).

Tabelle 3.3 Forschungsleitende Fragestellungen in FK 3

Forschungsleitende Fragestellungen	
FK 3	Wie kann die Wirkung von Maßnahmen der Unternehmens- und Akzeptanzkommunikation bewertet werden?
	Welche Instrumente sind geeignet, eine Akzeptanzsteigerung für Anlagen der Energie- und Rohstoffwirtschaft zu bewirken?
	Welche Maßnahmen sind geeignet, die akzeptanzbeeinflussenden Faktoren eines Projekts zu kommunizieren?

Praxistauglichkeit der Webapplikation Akzeptanz-O-Meter

Die in dieser Arbeit erläuterten Forschungsergebnisse sollen in einer Webapplikation zusammengeführt werden, dem *Akzeptanz-O-Meter*. Damit sollen Unternehmensvertreter:innen als Nutzer:innen die voraussichtliche Akzeptanz gegenüber den betrachteten Energie- und Rohstoffprojekten im Freistaat Sachsen sowie geeignete Maßnahmen zur Akzeptanzsteigerung erfahren. FK 4 dient dabei der Evaluation des Nutzens des *Akzeptanz-O-Meters* aus Perspektive der Unternehmensrepräsentant:innen, indem u. a. Neuigkeitswert und Informationsgehalt analysiert werden (Tabelle 3.4).

Tabelle 3.4 Forschungsleitende Fragestellungen in FK 4

Forschungsleitende Fragestellungen	
FK 4	Wie bewerten die Repräsentant:innen von in Sachsen tätigen Unternehmen den Informations- und Neuigkeitswert sowie die Erläuterungen zur Akzeptanz innerhalb des <i>Akzeptanz-O-Meters</i> ?
	Wie beurteilen die sächsischen Unternehmensvertreter:innen die für ihre Projekte im <i>Akzeptanz-O-Meter</i> vorgeschlagenen Kommunikations- und Beteiligungsmaßnahmen?
	Wie bewerten die Repräsentant:innen von in Sachsen tätigen Unternehmen Nutzen, Nutzer:innenfreundlichkeit und Gestaltung des <i>Akzeptanz-O-Meters</i> ?

3.2 Akzeptanzdefinition und -ermittlung sowie Bewertung von Kommunikationsmaßnahmen

Um die Zielstellung zu erreichen, müssen vorab theoretische Festlegungen bezüglich Akzeptanz und Kommunikationsmaßnahmen getroffen werden. Die Verwendung des Begriffs der Akzeptanz erfolgt bisher nicht eindeutig. Akzeptanz inkludiert teils die positive Ausprägung (Akzeptanz) ebenso wie die negative (Inakzeptanz) und die neutrale (Gleichgültigkeit). Als übergeordneten Begriff verwendet diese Forschung deshalb den Begriff (In-)Akzeptanz, der die drei **Ausprägungen** Akzeptanz, Gleichgültigkeit und Inakzeptanz inkludiert:

- Akzeptanz meint, dass eine positive Einstellung in Form einer passiven oder aktiven Zustimmung sowie Handlungsbereitschaft oder Handeln gegeben sind.
- Gleichgültigkeit umfasst eine zwiespältige wie neutrale Einstellung und kann geringe Handlungsbereitschaft, jedoch keine Handlung umfassen.
- Inakzeptanz bedeutet, dass eine negative Einstellung in Form passiver oder aktiver Ablehnung und Handlungsbereitschaft oder Handeln vorhanden ist.

Diese Unterscheidung greift einen der zuvor genannten wissenschaftlichen Betrachtungsansätze auf (Zoellner et al., 2009; Schweizer-Ries et al., 2010b; Huijts et al., 2012). Sie deckt zum anderen den zu untersuchenden Anwendungsfall ab: Projektbetreiber:innen sehen es als bedeutsam an, „dass die Akteure zumindest nicht aktiv gegen ein Projekt vorgehen“ (Vonier, 2013, S. 15), ihm also gleichgültig gegenüberstehen oder es akzeptieren. Ein Mangel an Akzeptanz ist für sie nur dann von Relevanz, wenn daraus Protest und Widerstand als Handlung der Inakzeptanz entsteht (Süptitz & Schlereth, 2017).

Ermittlung der (In-)Akzeptanz auf Basis der Akzeptanz-Inakzeptanz-Skala

Die trichotome Unterteilung der (In-)Akzeptanzausprägungen mindert die Schwäche der dichotomen Einteilung in Akzeptanz und Inakzeptanz kaum: Sie lässt wenig Differenzierung zu und wird den vielfältigen Ausdrucks-/Erscheinungsformen der (In-)Akzeptanz nicht bzw. nicht vollumfänglich gerecht. Dementsprechend wird sich einer abgewandelten Form der auf Hofinger (2001) basierenden Einteilung nach Sauer et al. (2005) bedient, die anhand der Einstellungs- und Handlungskomponente **acht (In-)Akzeptanzstufen** bilden (Tabelle 3.5). Die erste Gruppe, die aktiven Gegner:innen sind dem (In-)Akzeptanzobjekt gegenüber stark negativ eingestellt, sehen ihre eigenen Ziele bedroht und haben eine hohe Handlungsbereitschaft. Ablehnend eingestellte Personen bewerten das Objekt ebenfalls stark negativ, sehen ihre persönlichen Ziele

aber nicht bedroht; ihre Handlungsbereitschaft kann als gering bis mittel beschrieben werden, typisch sind (non-)verbale Äußerungen. Diese beiden Gruppen werden der Inakzeptanz zugeordnet, während die folgenden drei, Zwiesgespaltene, Gleichgültige und Duldende, der Akzeptanzausprägung Gleichgültigkeit zuzuordnen sind. Die dritte Gruppe, die Zwiesgespaltenen, befindet sich in einem Konflikt zwischen Kritik und Zustimmung; ihre Haltung ist wechselnd, ihre Handlungsbereitschaft eher gering. Die Gleichgültigen haben kein Interesse am (In-)Akzeptanzobjekt und somit auch keine Handlungsbereitschaft. Duldig eingestellte Personen nehmen ebenfalls keine Bedrohung ihrer eigenen Ziele wahr, sehen aber auch keinen Nutzen; entsprechend ist ihre Handlungsbereitschaft als gering zu klassifizieren. In die Ausprägung Akzeptanz werden konditionale Akzeptanz, Zustimmung und Engagement eingeordnet. Personen in der Gruppe der konditionalen Akzeptanz haben eine geringe Akzeptanz, welche auf rationalen Gründen basiert und bzw. oder an Bedingungen geknüpft ist. Zustimmend eingestellte Personen haben eine hohe Akzeptanz, da sie das Objekt als nützlich für ihre eigenen Ziele einschätzen. Ihre Handlungsbereitschaft ist geringer als die, welche Personen in der Gruppe der Engagierten aufweisen. Diese wiederum haben eine sehr hohe Akzeptanz und sehen eine Notwendigkeit im Objekt. Zwischen den einzelnen Stufen sind die Übergänge fließend; konditionale Akzeptanz, Duldung und Gleichgültigkeit unterscheiden sich nur marginal (Lindow, 2016).

Tabelle 3.5 Akzeptanz-Inakzeptanz-Skala. In Anlehnung an Hofinger (2001, S. 21) und Sauer et al. (2005, S. I–2, S. I–3)

(In-)Akzeptanzstufe	Merkmale		
	Bewertung	Emotionaler Bezug	Handlungsverhalten/-bereitschaft
Aktive Gegnerschaft	Starke Ablehnung, Widerspruch und Bedrohung eigener Ziele	Stark negativ emotional	Hohe Handlungsbereitschaft
Ablehnung	Starke Ablehnung, Widerspruch aber keine Bedrohung eigener Ziele	Gering negativ oder wenig emotional	Geringere bis mittlere Handlungsbereitschaft (eher Mitläufer:innen), verbale und nonverbale Äußerungen

(Fortsetzung)

Tabelle 3.5 (Fortsetzung)

(In-)Akzeptanzstufe	Merkmale		
	Bewertung	Emotionaler Bezug	Handlungsverhalten/-bereitschaft
Zwiespalt	Konflikt zwischen Kritik und Zustimmung, sowohl Bedrohung als auch Förderung eigener Ziele	Wechselnde emotionale Haltung	Aktuell eher geringe Handlungsbereitschaft, bei „Kippen“ der Stimmung deutliche Steigerung zu erwarten
Gleichgültigkeit	Kein Interesse, keine Bedrohung eigener Ziele, aber auch keine sonstigen Kontaktpunkte	Egal, distanziert	Keine Handlungsbereitschaft
Duldung	Keine Bedrohung eigener Ziele aber auch wenig Nutzen	Skeptisch abwartend	Geringe Handlungsbereitschaft, würde sich kleinen Einschränkungen fügen
Konditionale Akzeptanz	Geringe Akzeptanz, die rationale Gründe als Grundlage hat und bzw. oder an Bedingungen geknüpft ist	Wenig emotional	Geringe Handlungsbereitschaft
Zustimmung	Hohe Akzeptanz, nützlich für eigene Ziele	Positiv emotional, aber nicht sehr stark	Eher geringe bis mittlere bedingte Handlungsbereitschaft
Engagement	Sehr hohe Akzeptanz, Begünstigung der eigenen Ziele, sehen Notwendigkeit	Stark positiv emotional	Hohe Handlungsbereitschaft, aktiver Mitgestaltungswille

Um zu ermitteln, wie die sächsische Bevölkerung den Anlagearten gegenübersteht, wird eine Meinungsumfrage genutzt. Es werden alle Anlagearten einzeln aufgeführt, die Befragten wählen, angelehnt an die Akzeptanz-Inakzeptanz-Skala, ihre jeweilige **(In-)Akzeptanzstufe** (Tabelle 3.6). Den acht (In-)Akzeptanzstufen ist jeweils ein (In-)Akzeptanzstufenwert von eins bis acht zugeordnet. Um eine bessere Übersicht über die (In-)Akzeptanz zu gewährleisten, sind die

Tabelle 3.6 Antwortmöglichkeiten, entsprechende (In-)Akzeptanzstufen und -ausprägungen samt -werten

Antwortmöglichkeit	setze mich dagegen ein	lehne ich ab	bin zwiespalten	ist mir gleichgültig	dulde ich	akzeptiere ich	befürworte ich	setze mich dafür ein
(In-)Akzeptanzstufe	Aktive Gegnerschaft	Ablehnung	Zwiespalt	Gleichgültigkeit	Duldung	Konditionale Akzeptanz	Zustimmung	Engagement
(In-)Akzeptanzstufenwert	1	2	3	4	5	6	7	8
(In-)Akzeptanzausprägung	Inakzeptanz	Gleichgültigkeit						
(In-)Akzeptanzausprägungswert	1	2	3					

acht (In-)Akzeptanzstufen zudem den drei **(In-)Akzeptanzausprägungen** Akzeptanz, Gleichgültigkeit und Inakzeptanz zugeordnet; entsprechend reicht der (In-)Akzeptanzausprägungswert von eins bis drei. Die Mittelwerte \bar{x} der durchschnittlichen (In-)Akzeptanzstufe und durchschnittlichen (In-)Akzeptanzausprägung sind somit Ausdruck des **(In-)Akzeptanzniveaus** des betrachteten Akzeptanzsubjekts.

Besonders bei den Angehörigen der indifferenten (In-)Akzeptanzstufen ohne klare Ablehnung oder klare Zustimmung besteht Potenzial zur Steigerung der Akzeptanz (Hillebrand & Erdmann, 2015). Um dies zu ermöglichen, wird sich der Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaft bedient.

Gruppierung und Bewertung von Kommunikationsmaßnahmen

Um die (In-)Akzeptanz kommunikativ zu beeinflussen, müssen zuerst potenziell akzeptanzbeeinflussende Instrumente und Kommunikationsmaßnahmen gesammelt werden. Zur übersichtlicheren Darstellung werden diese anhand des aus der Mediaplanung stammenden **PEO-Modells** (Corcoran, 2009), das Maßnahmen in die Kategorien Paid, Earned und Owned unterteilt, wiedergegeben. Anschließend werden die Maßnahmen der **Media Richness Theory** folgend bewertet. Die aus dem Jahr 1983 von Daft und Lengel eingeführte Theorie kann dazu genutzt werden, effektive Kommunikationsmaßnahmen und -werkzeuge zu bestimmen. Sie basiert darauf, dass „mit steigender Komplexität der Kommunikationsaufgabe auch die Reichhaltigkeit der Medien ansteigen muss, damit die Kommunikationsaufgabe gelöst werden kann“ (Elsen, 2019). Die Wahl effektiver Medien ist entscheidend (Abbildung 3.1), weil zu reichhaltige zu *Overcomplication* und zu wenig reichhaltige zu *Oversimplification* führen (Daft & Lengel, 1983). Beide Effekte kennzeichnen ineffektive Kommunikation. Die Ziele der Akzeptanzkommunikation, darunter das Erklären subjektiver Standpunkte, das Beseitigen von Missverständnissen und die Verhandlungsführung, sind gemäß dieses Ansatzes Domänen *reichhaltiger* Medien. Die Reichhaltigkeit eines Mediums wird anhand

- der Zeitspanne, innerhalb der ein Feedback gegeben werden kann (je kürzer, desto reichhaltiger das Medium),
- der Vielfalt von analogen Zeichen (je vielfältiger, desto reichhaltiger das Medium),
- der sprachlichen Vielfalt (je vielfältiger, desto reichhaltiger das Medium) sowie
- des Ausmaßes der Übermittlung von Persönlichem (je persönlicher, desto reichhaltiger das Medium) gemessen (Daft & Lengel, 1983).

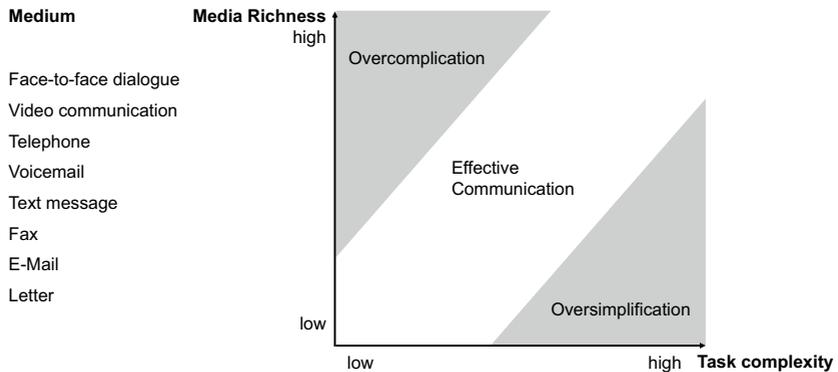


Abbildung 3.1 Media Richness Theory. In Anlehnung an Daft und Lengel (1983, S. 14)

Diese Festlegungen bilden die Basis für die Untersuchungsmethodik.

3.3 Methodisches Vorgehen

Um die FK methodisch und methodologisch fundiert, mehrperspektivisch zu untersuchen, werden unterschiedliche Verfahren angewendet. Diese entstammen den empirischen Sozialwissenschaften, die zwischen quantitativen und qualitativen Verfahren unterscheiden (Mey & Mruck, 2014). Aus ihnen resultieren unterschiedliche Informationsarten, die „spezifische Modelle der sozialen Welt, die zueinander in komplementärem Verhältnis stehen“ (Weischer, 2007, S. 90) konstruieren können. Die Verfahren beider Kategorien stehen einander nicht konkurrierend gegenüber (Weischer, 2007), sie können als **Mixed-Methods-Ansatz** ergänzend angewendet werden.

FK 1: (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung

Entsprechend der wissenschaftlichen Praxis (Hüsing et al., 2002) wird für die Ermittlung der soziopolitischen und lokalen (In-)Akzeptanz (FK 1) eine **sachsenweite Bevölkerungsumfrage** durchgeführt. Um durch die Befragung repräsentative Ergebnisse zu erhalten, muss die erforderliche Stichprobengröße N ermittelt werden (Formel 3.1).

$$N = \frac{z^2 \times \sigma(1-\sigma)}{e^2} \div \left(1 + \left(\frac{z^2 \times \sigma(1-\sigma)}{e^2 N_G} \right) \right)$$

Formel 3.1: Berechnung der Stichprobengröße N

In Anlehnung an SurveyMonkey (o. D.)

Für die Berechnung wird als Grundgesamtheit N_G die Einwohner:innenzahl des Freistaats von 4.077.937 verwendet (Statistisches Bundesamt, 2019a). Als Konfidenzniveau wird der Branchenstandard von 95 % und der daraus resultierende Z-Wert von 1,96 genutzt (SurveyMonkey, o. D.). Bei einer branchenüblichen Standardabweichung $\sigma = 0,5$ und einer Fehlerspanne $e = 5 \%$ (ebd.) sind für Sachsen 384 befragte Personen repräsentativ.

Die Fragen werden den ziel- und forschungsleitenden Fragestellungen folgend entwickelt, mit beiden Promotionsbetreuern sowie dem Industriepartner abgestimmt und zur Durchführung der Feldphase an das Marktforschungsunternehmen CONOSCOPE GmbH (2021) gegeben. Für die Datenerhebung wird der Mixed-Mode-Ansatz verfolgt, d. h. die Daten werden über mehrere Kanäle erhoben. Dadurch kann die Erreichbarkeit aller Zielgruppen gewährleistet werden: Ältere Menschen können z. B. eher über telefonische als Onlinebefragung kontaktiert werden. Die Umfrage inkludiert personenbezogene Daten und umfasst 18 zum Teil komplexe Fragen in den Kategorien **Interesse und Wissen, (In-)Akzeptanz gegenüber Energieumwandlung und Rohstoffabbau, präferierte Lokalisation der Rohstoffgewinnung und Befürchtungen gegenüber der Energieumwandlung sowie beeinflussende Faktoren**.

Weil Technik, auf die Nutzer:innen keinen direkten Einfluss haben, andere Meinungsbildungskontexte aufweist als solche, die individuell erworben und genutzt wird (Arning et al., 2010; Borg et al., 2018), werden **technikbezogene mit allgemeinen Akzeptanzfaktoren** kombiniert. Aufgrund ihrer nur angedeuteten Vielzahl (Kapitel 2.2.1) können diese im Rahmen des Forschungsprojekts nicht vollständig analysiert und ihr Einfluss nicht detailliert geprüft werden; folglich wird eine Auswahl getroffen. Die sachsenweite Bevölkerungsumfrage erlaubt soziodemografische Faktoren zu bestimmen, zudem werden die Bürger:innen befragt, inwiefern sich ihre

(In-)Akzeptanz ändern würde, wenn bestimmte Gegebenheiten bei einer Auswahl von Energie- bzw. Rohstoffvorhaben vorherrschen würden (Tabelle 3.7).

Tabelle 3.7 Auf Auswahl von Anlagearten bezogene Argumente

Argumente	Anlageart (Auswahl)		
	Kohlekraftwerk	Windkraftanlage	Tagebau
Unternehmen bereits bekannt	X	X	X
Unternehmen bereits in der Region aktiv	X	X	X
Unternehmen unterstützt soziale Einrichtungen in der Region	X	X	X
Projekt wird lediglich erweitert		X	X
Arbeitsplätze werden in der Region geschaffen	X	X	X
Neue Unternehmen siedeln sich in der Region an	X	X	X
Infrastruktur (z. B. Straßen) vor Ort wird ausgebaut	X	X	X
Strom wird dadurch günstiger	X	X	
Rohstoffe werden dadurch günstiger			X
Gemeinde profitiert finanziell davon	X	X	X
Grundstückspreise steigen	X	X	X
Ausführliche Information über jeden Projektschritt	X	X	X
Nach Projektende entstehen neue Naturschutzflächen	X		X
Nach Projektende entstehen neue, den Bürger:innen zugängliche Wasserflächen			X
Nach Projektende entstehen neue Gemeindennutzflächen	X	X	X

FK 2: Erfahrungen der Unternehmensvertreter:innen mit (In-)Akzeptanz

Um die Situation der in Sachsen tätigen Energie- und Rohstoffunternehmen einzubeziehen, werden diese mittels **Unternehmensbefragung** charakterisiert und ihre Erfahrungen mit (In-)Akzeptanz sowie ihr Kommunikationsmanagement und Stakeholder:innenbewusstsein abgefragt. Dazu wird eine postalische und eine Onlineumfrage genutzt, deren Daten gemeinsam ausgewertet werden.

FK 3: Bewertung potenziell akzeptanzsteigernder Kommunikationsmaßnahmen

Damit die Unternehmen, insbesondere KMU, die Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber ihren Vorhaben steigern können, werden ihnen in dieser Arbeit und der Webapplikation geeignete Handlungsempfehlungen und Instrumente vorgeschlagen. Für die Sammlung von potenziell akzeptanzsteigernden Instrumenten mit Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen wird kommunikationswissenschaftliche Literatur analysiert und daraus eine Sammlung erarbeitet. Für diese erfolgt eine Bewertung anhand der **Media Richness Theory**. Um die Sammlung und Bewertung zu verifizieren und gegebenenfalls zu erweitern, werden sechs **Kommunikationsexpert:innen** befragt.⁴ Mit ihnen werden die Akzeptanzgenerierung und -steigerung für Projekte aus dem Energie- und Rohstoffsektor sowie konkrete Instrumente für diese Zielstellung diskutiert. Die Expert:innen werden nach geeigneten Maßnahmen befragt, um die Einflussfaktoren Wissen, Medienberichterstattung, Partizipation/Beteiligung, finanzielle Beteiligung, Vertrauen, fairer Entscheidungsprozess, Landschaftsveränderung, Risiko-Nutzen-Bilanz, regionale Wertschöpfung und Nutzung von Beispielen positiv zu beeinflussen.

⁴ Die Kommunikationsexpert:innen verfügen alle über einen wissenschaftlichen Hintergrund und forschen zu Institutionskommunikation oder Akzeptanzphänomenen. Bei der Auswahl wurde zudem darauf geachtet, dass die Expert:innen auch eine Perspektive der Kommunikationspraxis vertreten, so waren oder sind die Interviewten hauptberuflich in der Kommunikations- und Marketingbranche tätig.

FK 4: Praxistauglichkeit des Akzeptanz-O-Meters

Die Daten und Erkenntnisse aus den schriftlichen Analysen sind keine optimale Darstellungsform, um den **Wissenstransfer in die Wirtschaft** zu befördern. Dafür sind sie aufgrund des wissenschaftlichen Anspruchs nicht ausreichend zielgruppengerecht und komplexitätsreduzierend aufbereitet. Die Webapplikation *Akzeptanz-O-Meter* bündelt die Erkenntnisse der Forschungsarbeit und vereinfachen den Transfer. Nach Eingabe der Charakteristika ihres Projekts können sich Unternehmensvertreter:innen in der Applikation das voraussichtliche (In-) Akzeptanzniveau der Bevölkerung visualisieren lassen, wobei dies die Ergebnisse der sachsenweiten Umfrage wiedergibt. Zusätzlich werden den Unternehmensvertreter:innen Kommunikationsmaßnahmen vorgeschlagen, die auf Basis der Media Richness Theory (Daft & Lengel, 1983) bewertet werden. Weiterhin erscheinen ergänzende Erklärungen und zusätzliche Informationen, die den Unternehmensvertreter:innen u. a. die Einordnung von Werten erlauben. Konzept, Logik, Design und Inhalte wie Datensätze werden im Rahmen dieses Forschungsprojekts eigenständig erstellt, die Programmierung erfolgt extern.

Um die Praxistauglichkeit der Applikation zu prüfen, wird eine **Evaluierung durch vier Unternehmen** durchgeführt. Die Fallauswahl orientiert sich am Prinzip einer kontrastreichen und komplementären Auswahl von Fällen. Durch ihre spezifischen Charakteristika sind diese für den Untersuchungsgegenstand relevant. Voraussetzung ist, dass die Vorhaben in Sachsen geplant oder bereits durchgeführt werden. Gegenübergestellt werden erneuerbare und fossile Energieumwandlung sowie Rohstoffgewinnung. Mit dem heterogenen Sampling kann sichergestellt werden, dass die Webapplikation aus verschiedenen Perspektiven geprüft wird.

Übersicht über Untersuchungsmethodik

Folgende Übersicht ordnet den FK das Methodenset zu und charakterisiert dieses (Tabelle 3.8).

Tabelle 3.8 Methodenset (FK 1–4)

Methodenset						
FK	Titel	Art	Befragungsform	Zeitraum	Dauer (\bar{x}) in min.	N
FK 1: (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung	Sachsenweite Bevölkerungs- umfrage	Quantitativ (Mixed- Mode- Ansatz)	Telefon- befragung	8.–29.7.2019	16,5	1.006
			Online- befragung	10.–25.7.2019	10,3	
FK 2: Erfahrungen der Unternehmer:- innen mit (In-)Akzeptanz	Unternehmens- befragung		Postalische Befragung	22.1.–27.2.2020	keine Angabe	133
			Online- befragung	18.5.–18.7.2020		
FK 3: Bewertung der Kommunikations- maßnahmen	Media Richness Theory	nicht zutreffend				
	Leitfrageninterview mit Expert:innen	Qualitativ	Persönliche Befragung (digital)	12.–29.7.2020	35,1	6
FK 4: Praxistauglichkeit des <i>Akzeptanz- O-Meters</i>	Leitfrageninterview mit Unternehmens- repräsentant:innen		Persönliche Befragung (zum Teil digital)	30.10.– 22.12.2020	33,9	4

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Ergebnisse: Analyse der (In-)Akzeptanz und Ableitungen zur kommunikativen Steigerung

4

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Analysen analog der Reihenfolge der FK vorgestellt. Zuerst wird die (In-)Akzeptanz der Bevölkerung sowie die Befunde zu den Akzeptanzfaktoren dargelegt. Daran schließen sich die Ergebnisse zur sächsischen Energie- und Rohstoffbranche an. Es folgen Ausführungen zum Nutzen und den Möglichkeiten der Akzeptanzsteigerung mittels Kommunikation. Die Erkenntnisse führen zur Vorstellung der auf dieser Grundlage entwickelten Webapplikation sowie deren Evaluierung. Beendet werden die Ausführungen mit Ableitungen zur Steigerung der soziopolitischen Akzeptanz.

4.1 (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber Projekten des Energie- und Rohstoffsektors

Im Rahmen dieser Arbeit ist es möglich, die Antworten von 1.006 in Sachsen wohnenden, deutschsprachigen, volljährigen, nach einem mehrstufigen, geschichteten Zufallsprinzip ausgewählten Personen auszuwerten; damit ist die Umfrage für den Freistaat Sachsen repräsentativ.

Neben der (In-)Akzeptanz wird erfragt, wie groß das Interesse der Bevölkerung an der Energieversorgung ist, wie die Teilnehmer:innen ihren Wissensstand zu den Themen Energie und Rohstoffe einschätzen sowie wie oft und über welche Kanäle sie sich informieren. Ebenfalls wird abgefragt, wie gut sie sich zu den Anlagearten informiert fühlen. Im Bereich des Rohstoffabbaus ist zudem von Interesse, ob die sächsische Bevölkerung diesen im eigenen Land durchgeführt wissen will oder ob sie die Rohstoffversorgung mittels Importen bevorzugt und wie sie dies jeweils begründet. Daran schließt sich an, welche Vorbehalte die Bevölkerung gegenüber der fossilen sowie erneuerbaren

Energieumwandlung hat und welche Faktoren wie bspw. die Schaffung neuer Arbeitsplätze oder Bekanntheit des durchführenden Unternehmens einen Einfluss auf die (In-)Akzeptanz haben. Diese weiterführenden Fragen werden genutzt, um akzeptanzbeeinflussende Faktoren festzustellen und zu überprüfen.

4.1.1 Soziopolitische und lokale (In-)Akzeptanz

Die Befragten ordnen sich bezogen auf die ausgewählten Anlagen bzw. Vorhaben aus dem Energie- und Rohstoffsektor einer der acht (In-)Akzeptanzstufen zu (explizite Einstellungsmessung). Der Fragenkomplex beinhaltet dazu zwei Fragestellungen, eine zur soziopolitischen (In-)Akzeptanz: *Wie würden Sie Ihre generelle Einstellung gegenüber den folgenden Arten der Energiegewinnung bzw. Abbauarten beschreiben?*¹ und zur lokalen (In-)Akzeptanz: *Stellen Sie sich vor, in Ihrer Nähe (Umkreis 5 km) wird [Anlageart] errichtet. Wie stehen Sie dazu?*

Soziopolitische (In-)Akzeptanz

Die Auswertung der **(In-)Akzeptanzstufen gegenüber den Anlagearten** zeigt, dass die sächsische Bevölkerung denen der erneuerbaren Energieumwandlung am ehesten akzeptierend gegenübersteht (Tabelle 4.1). Die soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe \bar{X}_{SA} ² ist für Wasser-, Solar- und Windkraftanlagen am höchsten. Biomasse- und Geothermieanlagen sowie fossile Energieumwandlung mittels Gas und Öl werden geringer bewertet und sind damit weniger akzeptiert. Die soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe für das Kohlekraftwerk sowie den Tage- und Untertagebau weisen die geringsten Bewertungen auf und sind dementsprechend am wenigsten akzeptiert.

¹ Der Begriff *Energiegewinnung* ist grundsätzlich nicht korrekt, physikalisch betrachtet kann Energie nicht gewonnen oder erzeugt werden. In der Befragung wurde sich aber an der Alltagssprache der Teilnehmer:innen orientiert, sodass diese Formulierung verwendet wurde.

² Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

Tabelle 4.1 Soziopolitische (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Anlagearten. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$; Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*; samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Prozentwerte je Anlageart

Anlageart	Soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe								\bar{X}_{SA}
	Aktive Gegnerschaft	Ablehnung	Zwiespalt	Gleichgültigkeit	Duldung	Konditionale Akzeptanz	Zustimmung	Engagement	
	%								
Wasserkraftanlage	1,2	<u>0,4</u>	4,1	4,2	4,0	24,9	<u>53,6</u>	7,5	6,4
Solaranlage	1,9	<u>1,3</u>	6,7	3,9	4,9	24,9	<u>50,0</u>	6,2	6,1
Windkraftanlage	<u>2,0</u>	5,5	11,8	3,9	10,6	25,0	<u>36,2</u>	5,0	5,6
Biomasseanlage	<u>1,2</u>	4,0	14,1	11,6	11,0	27,3	<u>28,0</u>	2,7	5,3
Geothermieanlage	<u>0,5</u>	4,3	15,8	16,2	5,7	23,1	<u>31,3</u>	3,1	5,3
Gaskraftwerk	<u>0,3</u>	6,5	16,3	8,0	17,0	<u>34,0</u>	16,3	1,5	5,1
Ölkraftwerk	0,7	12,3	21,0	8,1	19,0	<u>29,3</u>	9,1	<u>0,5</u>	4,6
Kohlekraftwerk	2,1	13,2	<u>25,9</u>	7,9	19,0	20,9	10,1	<u>0,9</u>	4,4
Tagebau	1,5	16,0	<u>27,4</u>	8,7	18,3	19,1	7,9	<u>1,0</u>	4,2
Untertagebau	<u>0,4</u>	19,1	<u>25,7</u>	10,2	16,1	21,7	6,1	0,6	4,2
Atomkraftwerk	4,3	<u>38,1</u>	24,7	3,7	11,8	9,5	6,6	<u>1,3</u>	3,4

Exemplarisch wird auf Unterschiede in den soziopolitischen (In-) Akzeptanzstufen in den **Befragungsgebieten** eingegangen. Der Energieumwandlung aus Kohle stehen die Bürger:innen eher gleichgültig gegenüber, $\bar{X}_{SA} = 4,4$. Innerhalb des Freistaats zeigen sich dabei Unterschiede: In Nord- und Mittelsachsen ist $\bar{X}_{SA} = 3,8$ und damit im Landesvergleich am geringsten. Beide teilen die Kreisgrenze mit dem Landkreis Leipzig, wo $\bar{X}_{SA} = 4,9$ und Kohle damit akzeptierter ist; die Bewertung ist im Landkreis Görlitz ebenso hoch. Der Windkraft steht die Bevölkerung in Sachsen grundsätzlich eher positiv gegenüber, $\bar{X}_{SA} = 5,6$. In Dresden ist die soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe mit $\bar{X}_{SA} = 6,3$ besonders hoch, im Vogtlandkreis mit $\bar{X}_{SA} = 4,6$ am niedrigsten. Beim Abbau von Rohstoffen in einem Tagebau (sachsenweit $\bar{X}_{SA} = 4,2$), sticht der Landkreis Bautzen mit $\bar{X}_{SA} = 5$ im Vergleich zu den angrenzenden Landkreisen Görlitz und Dresden mit $\bar{X}_{SA} = 4$ hervor. In Nordsachsen ist die soziopolitische (In-) Akzeptanzstufe mit $\bar{X}_{SA} = 3,8$ am geringsten, der Rohstoffabbau wird in dieser Region nur wenig akzeptiert.

Zur übersichtlicheren Darstellung werden die (In-)Akzeptanzstufen den entsprechenden **(In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber den Anlagearten** zugeordnet (Abbildung 4.1). Daraus resultiert bei der Wasserkraftanlage zu 86,1 % die Ausprägung Akzeptanz, gefolgt von 81,2 % bei Solar-, 66,2 % bei Windkraft- und 58,1 % bzw. 57,5 % bei Biomasse- bzw. Geothermieanlage. Mit 51,9 % akzeptierenden Befragten führt Gas die Liste der fossilen Energieumwandlungsanlagen an, gefolgt von Öl mit 38,9 % und Kohle mit 31,9 %. 19,5 % akzeptieren untertägigen Abbau nicht, 2,0 Prozentpunkte weniger Tagebaue nicht. Ein Atomkraftwerk akzeptieren 42,4 % nicht, 40,2 % stehen dieser Anlageart eher gleichgültig gegenüber und 17,4 % akzeptieren sie.

Damit die soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung der sächsischen Bevölkerung gegenüber der fossilen und erneuerbaren Energieumwandlung sowie dem Rohstoffabbau (Kategorien) abgeleitet werden können, werden die aus den (In-) Akzeptanzstufen in die entsprechende (In-)Akzeptanzausprägung umgewandelten Angaben den **Kategorien** zugeordnet.

In Sachsen ist die Inakzeptanz mit 18,5 % und Gleichgültigkeit mit 53,2 % gegenüber dem Rohstoffabbau im Vergleich zu den anderen Kategorien am höchsten (Tabelle 4.2). Die soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung³ beim Rohstoffabbau beträgt $\bar{X}_{sa} = 2,1$. Mit 11,7 % Inakzeptanz folgt die fossile Energieumwandlung, welcher 47,4 % der Bevölkerung gleichgültig gegenübersteht. Die erneuerbare Energieumwandlung weist mit 4,5 % für Inakzeptanz und 25,7 % für Gleichgültigkeit die geringsten Werte in diesen Ausprägungen auf.

³ Mittelwert von eins für *Inakzeptanz*, zwei für *Gleichgültigkeit* bis drei für *Akzeptanz*.

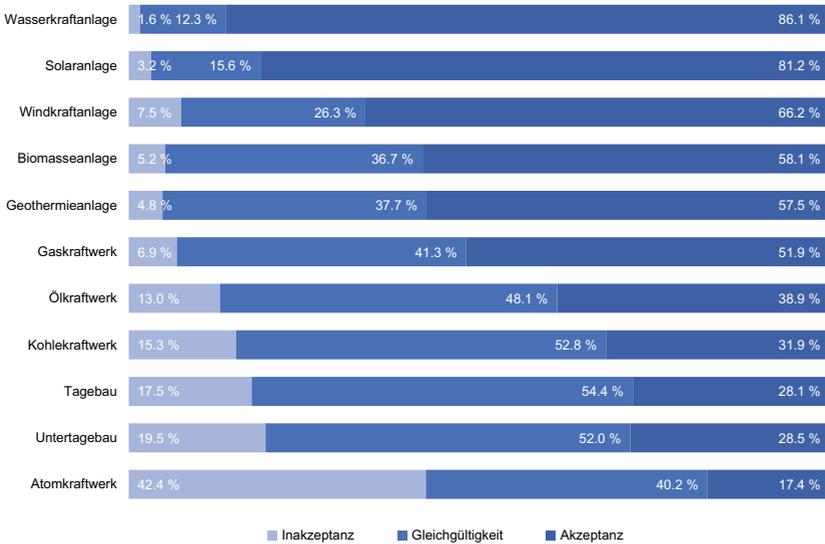


Abbildung 4.1 Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Anlagearten. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$

Die Energiewandlung aus erneuerbaren Quellen erfährt mit 69,9 % die größte Akzeptanz, gefolgt von 40,9 % bei der fossilen Energiewandlung und 28,3 % beim Rohstoffabbau.

Tabelle 4.2 Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$; Mittelwert von eins für *Inakzeptanz*, zwei für *Gleichgültigkeit* bis drei für *Akzeptanz*

Kategorie	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung			
	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %	\bar{X}_{sa}
Erneuerbare Energie	4,5	25,7	69,9	2,7
Fossile Energie	11,7	47,4	40,9	2,3
Rohstoffabbau	18,5	53,2	28,3	2,1

In den soziodemografischen Gruppen sind für die **fossile Energiewandlung** mehrere Abweichungen auffällig (Tabelle 4.3). Die Inakzeptanz ist bei den 18- bis

Tabelle 4.3 Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber fossiler Energieumwandlung nach Gruppen. Samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Akzeptanz- und Inakzeptanzwerte; Auszug

Gruppe	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber fossiler Energieumwandlung				
	N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %	
Geschlecht	gesamt	11,7	47,4	40,9	
	männlich	493	13,4	46,2	40,4
	weiblich	513	10,1	48,5	41,3
Alter (in Jahren)	18–29	146	20,3	48,0	31,7
	30–45	231	15,3	47,9	36,8
	46–59	219	9,3	46,2	44,5
	60–75	250	7,1	49,8	43,1
	≥ 76	160	9,2	44,0	46,7
Einkommen	gering	384	13,1	49,6	37,3
	mittel	464	11,3	46,5	42,2
	hoch	157	9,6	44,6	45,8
Interesse (Energie)	sehr hoch	163	10,2	45,1	44,6
	hoch	546	10,7	46,9	42,4
	niedrig	297	14,5	49,5	36,0
Involvement	sehr involviert	120	9,7	44,1	46,1
	involviert	511	11,3	46,6	42,1
	nicht involviert	374	13,0	49,5	37,5

(Fortsetzung)

Tabelle 4.3 (Fortsetzung)

Gruppe	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber fossiler Energieumwandlung				
	N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %	
Informationsgrad	sehr informiert	13,0	33,7	<u>53,3</u>	
	informiert	397	13,6	47,5	38,9
	nicht informiert	413	9,4	53,7	36,9
Informationsverhalten	sehr häufig	283	10,0	48,3	41,7
	häufig	376	11,4	44,2	44,4
	selten	346	13,5	50,1	36,4
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	551	<u>6,9</u>	45,1	48,0
	wenig Bedenken	345	16,4	49,8	33,8
	Bedenkenträger:in	109	<u>21,2</u>	51,6	<u>27,3</u>

29-Jährigen am höchsten und die Akzeptanz am geringsten. Je einkommensstärker, desto höher die Akzeptanz und desto geringer die Werte bei der Inakzeptanz. Je interessierter oder involvierter die Befragten, desto höher die Akzeptanz und geringer die Inakzeptanz. Je informierter sich die Befragten fühlen, desto höher sind die Werte bei der Akzeptanz. Diejenigen, die sich häufiger informieren, weisen geringere Inakzeptanzwerte auf als die Befragten, die dies seltener tun. Je mehr Bedenken die Befragten gegenüber der fossilen Energieumwandlung haben, desto höher die Werte der Inakzeptanz und umgekehrt: Je weniger Bedenken die Befragten haben, desto höher die Akzeptanz.

Bei der soziopolitischen (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber der **erneuerbaren Energieumwandlung** stehen mehr Männer dieser kritischer gegenüber als Frauen (Tabelle 4.4), wobei dies ebenso für die fossile Energieumwandlung und den Rohstoffabbau gilt (Tabelle 4.3, 4.5). Bei der soziopolitischen (In-)Akzeptanzausprägung ist auffällig, dass zwischen der Inakzeptanz gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung und der Akzeptanz fossiler Energieumwandlung ein direkter Bezug besteht: Je weniger Bedenken die Befragten gegenüber der fossilen Energieumwandlung haben, desto höher die Werte für die Inakzeptanz gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung. Gleichzeitig nimmt die Gleichgültigkeit gegenüber der erneuerbaren mit den Bedenken gegenüber der fossilen Energieumwandlung ab und die Akzeptanz steigt. Erkennbar ist zudem, dass die Inakzeptanz zunimmt, je informierter sich die Teilnehmer:innen gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung fühlen, wobei der höchste Inakzeptanzwert bei denjenigen gegeben ist, welche sich selten informieren. Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass diejenigen, die sich aufgrund negativer Einstellung zu erneuerbarer Energie über das Thema informieren, ihre Meinung dadurch festigen.

Der Wert für Gleichgültigkeit nimmt mit dem Bildungsstand ab und der Wert für Akzeptanz zu. Die Akzeptanz nimmt zudem zu, je involvierter die Befragten sind. Mit steigender Anzahl der Bedenken gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung nehmen die Inakzeptanz- ebenso wie die Akzeptanzwerte zu, die Gleichgültigkeit sinkt. Der Grund für den scheinbaren Widerspruch aus Bedenken und höherer Akzeptanz ist den Daten nicht zu entnehmen, mutmaßlich könnten die Befragten jedoch ihre Bedenken als nachgeordnet betrachten, weil sie der Energiewende durch erneuerbare Energieumwandlung höhere Priorität zuschreiben.

Tabelle 4.4 Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung nach Gruppen. Samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Akzeptanz- und Inakzeptanzwerte; Auszug

Gruppe	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung				
	N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %	
Geschlecht	gesamt	4,5	25,7	69,9	
	männlich	493	5,2	24,6	70,3
	weiblich	513	3,8	26,8	69,5
Alter (in Jahren)	18–29	146	5,8	22,0	72,1
	30–45	231	5,2	22,7	72,1
	46–59	219	2,8	24,7	72,4
	60–75	250	4,0	28,1	67,8
	≥ 76	160	5,1	30,9	64,0
Bildung	niedrig	213	7,0	29,3	63,6
	mittel	532	3,6	27,7	68,7
	hoch	261	4,1	18,6	77,3
Involvement	sehr involviert	120	5,2	20,0	74,8
	involviert	511	3,7	24,3	72,0
	nicht involviert	374	5,2	29,5	65,3
Informationsgrad	sehr informiert	196	5,5	20,7	73,8
	informiert	397	5,0	19,8	75,2
	nicht informiert	413	3,5	33,7	62,8

(Fortsetzung)

Tabelle 4.4 (Fortsetzung)

Gruppe	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung				
	N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %	
Informationsverhalten	sehr häufig	3,7	24,8	71,5	
	häufig	376	3,6	22,7	73,7
	selten	346	6,0	29,7	64,3
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	551	5,2	31,5	63,3
	wenig Bedenken	345	4,5	19,9	75,6
	Bedenkenträger:in	109	0,8	14,4	84,8
Bedenken erneuerbare Energie	ohne Bedenken	791	4,1	26,6	69,3
	wenig Bedenken	125	4,9	25,2	69,9
	Bedenkenträger:in	90	6,9	18,3	74,8

Dem **Rohstoffabbau** stehen weniger Männer als Frauen gleichgültig gegenüber (Tabelle 4.5). Die Inakzeptanz ist bei den jüngsten und ältesten Befragten am höchsten, den höchsten Wert bei der Akzeptanz haben die 46- bis 59-Jährigen. Beim Bildungsniveau zeigt sich, dass die Akzeptanzwerte mit dem Bildungsgrad steigen; beim Einkommen verhält es sich ebenso. Je involvierter die Befragten, desto höher die Werte bei der Inakzeptanz und Akzeptanz und desto geringer die Gleichgültigkeit. Zudem steigen die Werte bei der Akzeptanz, je informierter sich die Befragten fühlen und die Werte bei der Inakzeptanz nehmen mit der Häufigkeit der Information zu. Je mehr Bedenken die Befragten gegenüber der fossilen Energieumwandlung haben, desto eher sind sie dem Rohstoffabbau gegenüber ablehnend eingestellt.

Lokale (In-)Akzeptanz

In der zweiten Frage des Blocks sollten sich die Teilnehmer:innen vorstellen, dass eines der Vorhaben im Umkreis von 5 km von ihrem Wohnort umgesetzt werden soll. Anschließend sollten sie ihre (In-)Akzeptanzstufe gegenüber dieser Anlageart angeben.⁴ Die lokale (In-)Akzeptanzstufe⁵ ist bei der Wasserkraft- und Solaranlage mit $\bar{X}_{LA} = 5,6$ und $\bar{X}_{LA} = 5,5$ am höchsten, sie werden eher akzeptiert (Tabelle 4.6). Eine Geothermie-, Windkraft- und Biomasseanlage ist weniger akzeptiert. Ein geringeres (In-)Akzeptanzniveau weisen Gas- und Ölkraftwerk auf, gefolgt von einem Tagebau und einem Kohlekraftwerk.

Wie bei der soziopolitischen werden bei Betrachtung der lokalen (In-)Akzeptanz die (In-)Akzeptanzstufen gegenüber den Anlagearten den entsprechenden **(In-)Akzeptanzausprägungen** zugeordnet (Abbildung 4.2). Daraus resultiert bei der Wasserkraftanlage zu 65,6 % die Ausprägung Akzeptanz. Bei der Solaranlage liegt der Wert bei 62,7 %, bei der Geothermieanlage bei 43,5 %, bei der Windkraftanlage bei 38,8 % und bei der Biomasseanlage bei 35,6 %.

Wird die durch ihre Mittelwerte bestimmte Reihenfolge der Anlagearten bei der soziopolitischen und lokalen (In-)Akzeptanzausprägung (Abbildung 4.1, Abbildung 4.2) verglichen, ist diese bei den ersten zwei Plätzen gleich: Die Akzeptanz für eine Wasserkraft- und Solaranlage ist am höchsten. Die Windkraft- und Biomasseanlage verlieren im Vergleich zur soziopolitischen Betrachtung einen Platz, während die Geothermie bei lokaler Betrachtung auf Position drei vorrückt. Wie bei der soziopolitischen folgen bei der lokalen

⁴ Die (In-)Akzeptanzniveaus gegenüber den Anlagearten in Sachsen sowie in den jeweiligen Befragungsgebieten werden für das *Akzeptanz-O-Meter* genutzt.

⁵ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

Tabelle 4.5 Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Rohstoffabbau nach Gruppen. Samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Akzeptanz- und Inakzeptanzwerte; Auszug

Gruppe		Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber Rohstoffabbau			
		N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %
Geschlecht	gesamt	1.002	18,5	53,2	28,3
	männlich	493	19,5	46,1	34,4
	weiblich	509	17,6	60,1	22,3
Alter (in Jahren)	18–29	143	21,0	53,2	25,9
	30–45	231	16,8	56,1	27,0
	46–59	219	17,4	47,2	35,4
	60–75	250	16,1	55,5	28,4
	≥ 76	160	24,2	53,6	22,2
Bildung	niedrig	213	22,9	57,3	19,9
	mittel	528	15,4	55,1	29,4
	hoch	261	21,3	46,0	32,7
Einkommen	gering	381	22,4	53,4	24,2
	mittel	464	14,7	55,8	29,5
	hoch	157	20,2	45,3	34,6
	sehr involviert	120	25,3	39,5	35,2
Involvement	involviert	511	17,8	52,9	29,4
	nicht involviert	371	17,3	58,2	24,5

(Fortsetzung)

Tabelle 4.5 (Fortsetzung)

Gruppe	Soziopolitische (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber Rohstoffabbau				
	N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %	
Informationsgrad	sehr informiert	17,6	41,1	41,2	
	informiert	397	17,1	53,8	29,1
Informationsverhalten	nicht informiert	409	20,3	58,4	21,3
	sehr häufig	283	21,8	48,6	29,6
	häufig	376	17,6	50,5	31,9
	selten	343	16,8	60,0	23,2
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	548	13,1	53,2	33,7
	wenig Bedenken	345	21,9	56,8	21,4
	Bedenkenträger:in	109	35,0	42,0	23,0

Tabelle 4.6 Lokale (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Anlagearten. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.002$; Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*; samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Prozentwerte je Anlageart

Anlageart	Lokale (In-)Akzeptanzstufe								\bar{X}_{LA}
	Aktive Gegnerschaft	Ablehnung	Zwiespalt	Gleichgültigkeit	Duldung	Konditionale Akzeptanz	Zustimmung	Engagement	
	%								
Wasserkraftanlage	<u>0,7</u>	3,2	8,6	7,4	14,5	<u>34,3</u>	27,1	4,3	5,6
Solaranlage	<u>1,6</u>	5,4	8,3	4,6	17,4	<u>31,9</u>	27,0	3,8	5,5
Geothermieanlage	<u>1,8</u>	9,0	19,7	11,3	14,7	<u>23,8</u>	17,7	2,0	4,8
Windkraftanlage	<u>2,8</u>	16,9	15,8	5,7	19,9	<u>23,4</u>	14,0	<u>1,4</u>	4,6
Biomasseanlage	1,3	16,7	18,0	8,6	19,8	<u>22,7</u>	12,0	<u>0,9</u>	4,5
Gaskraftwerk	6,3	<u>26,1</u>	21,8	9,1	16,9	16,2	3,2	<u>0,3</u>	3,7
Ölkraftwerk	7,5	<u>31,6</u>	25,7	7,3	15,9	9,6	2,1	<u>0,3</u>	3,3
Untertagebau	8,0	40,4	17,1	7,5	12,4	11,7	2,7	<u>0,3</u>	3,2
Tagebau	10,2	<u>42,8</u>	16,5	7,3	10,7	9,9	2,3	<u>0,2</u>	3,1
Kohlekraftwerk	13,3	<u>41,9</u>	15,9	4,7	10,8	10,2	2,7	<u>0,3</u>	3,0
Atomkraftwerk	24,3	<u>47,5</u>	11,0	4,3	7,2	5,0	0,6	–	2,4

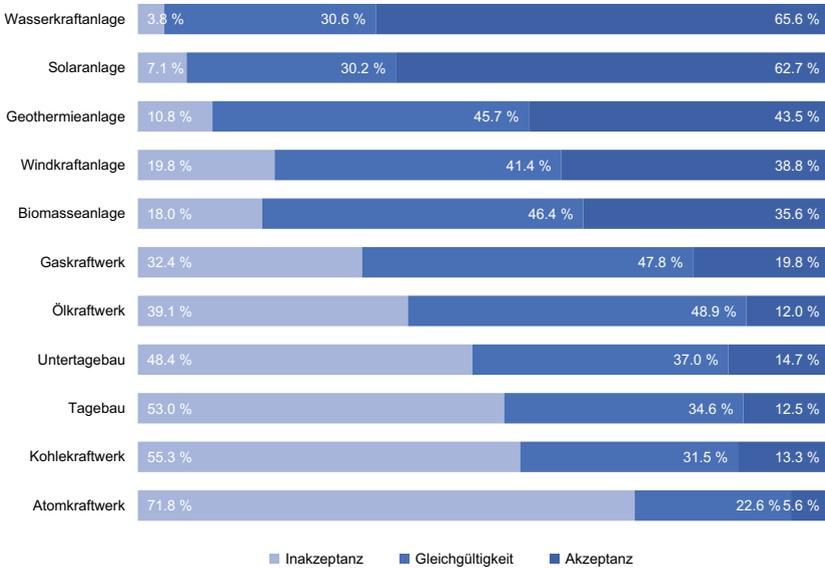


Abbildung 4.2 Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Anlagearten. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.002$

(In-)Akzeptanzausprägung Gas- und Ölkraftwerk. Anstatt Kohlekraftwerk, Tagebau und Untertagebau ist bei der lokalen Betrachtung der untertägige Abbau akzeptierter als der Tagebau. Am Ende folgt jeweils das Kohle- vor dem Atomkraftwerk. Allgemein nimmt die durchschnittliche Akzeptanz im Lokalen ab. Die Abweichung lässt sich durch die Differenz Δ_a von lokaler und soziopolitischer (In-)Akzeptanzausprägung⁶ ausdrücken (Formel 4.1).

$$\Delta_a = \bar{X}_{la} - \bar{X}_{sa}$$

Formel 4.1: Differenz der lokalen (\bar{X}_{la}) und soziopolitischen (\bar{X}_{sa}) (In-)Akzeptanzausprägungen Δ_a

Bei Geothermie-, Solar- und Wasserkraftanlage ist \bar{X}_{la} um 0,2 geringer (Tabelle 4.7). Bei Gas- und Kohlekraftwerken nimmt \bar{X}_{la} um 0,6 ab. Die größten Unterschiede bei der Inakzeptanz sind bei einem Kohlekraftwerk (+39,9 Prozentpunkte) und

⁶ Mittelwert von eins für *Inakzeptanz*, zwei für *Gleichgültigkeit* bis drei für *Akzeptanz*.

einem Tagebau (+35,5 Prozentpunkte) festzustellen. Die größte Abweichung bei der Akzeptanz ist bei einem Gaskraftwerk (−32,7 Prozentpunkte) erkennbar.

Tabelle 4.7 Abweichungen der lokalen von den soziopolitischen (In-) Akzeptanzausprägungen gegenüber Anlagearten. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$; samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Inakzeptanz- und Akzeptanzabweichungen

Anlageart	Abweichung der lokalen von der soziopolitischen (In-) Akzeptanzausprägung			
	Inakzeptanz	Gleichgültigkeit	Akzeptanz	Δ_a
	in Prozentpunkten			
Geothermieanlage	+6,0	+8,1	−14,0	−0,2
Solaranlage	+3,8	+14,5	−19,3	−0,2
Wasserkraftwerk	+2,2	+18,2	−21,3	−0,2
Biomasseanlage	+12,7	+9,3	−23,1	−0,4
Windkraftanlage	+12,2	+14,9	−28,0	−0,4
Atomkraftwerk	+29,1	−17,9	−12,0	−0,4
Untertagebau	+28,9	−14,9	−13,7	−0,4
Tagebau	+35,5	−17,9	−15,6	−0,5
Ölkraftwerk	+25,9	+0,4	−27,2	−0,5
Gaskraftwerk	+25,5	+6,1	−32,7	−0,6
Kohlekraftwerk	+39,9	−21,5	−18,8	−0,6

Werden soziopolitische und lokale (In-)Akzeptanzstufen⁷ verglichen, zeigen sich unterschiedliche Grade der Abweichung in den Befragungsgebieten. Für eine übersichtliche Analyse wurde die Differenz der lokalen und soziopolitischen (In-) Akzeptanzstufen Δ_A gebildet (Formel 4.2).

$$\Delta_A = \bar{X}_{LA} - \bar{X}_{SA}$$

Formel 4.2: Differenz der lokalen (\bar{X}_{LA}) und soziopolitischen (\bar{X}_{SA}) (In-) Akzeptanzstufen Δ_A

⁷ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

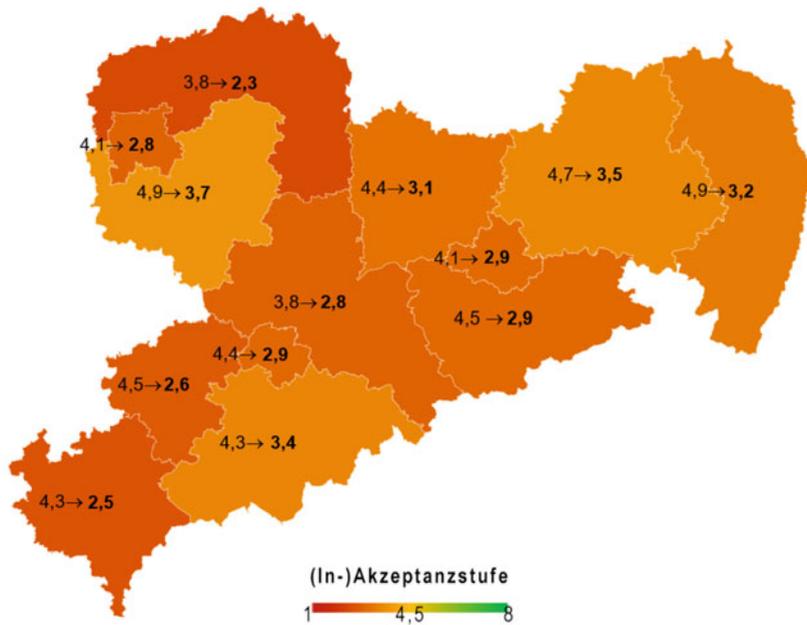


Abbildung 4.3 Soziopolitische \bar{X}_{SA} (normal) und lokale \bar{X}_{LA} (fett) (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Kohlekraftwerk nach Befragungsgebieten. Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*

Bei der Energieumwandlung mittels **Kohlekraftwerk** liegt die Differenz von lokaler und soziopolitischer (In-)Akzeptanzstufe zum sachsenweiten Mittel bei $\Delta_A = -1,4$. Im Erzgebirgskreis ist sie mit $\Delta_A = -0,9$ am geringsten, im Landkreis Zwickau mit $\Delta_A = -1,9$ am höchsten (Abbildung 4.3). In Nordsachsen beträgt die lokale (In-)Akzeptanzstufe $\bar{X}_{LA} = 2,3$, das Kohlekraftwerk ist dort am wenigsten akzeptiert; im Landkreis Zwickau ist $\bar{X}_{LA} = 4,5$, damit am höchsten und die Anlage akzeptierter.

Die lokale (In-)Akzeptanzstufe gegenüber der Energieumwandlung mittels **Windkraft** weicht im Durchschnitt um eine von acht (In-)Akzeptanzstufen von der soziopolitischen ab. In Dresden ist die Differenz von lokaler und soziopolitischer (In-)Akzeptanzstufe am höchsten, $\Delta_A = -1,7$ (Abbildung 4.4). Im Vogtlandkreis ist die lokale (In-)Akzeptanzstufe $\bar{X}_{LA} = 3,8$, die Windkraftanlage dort am wenigsten akzeptiert. Im Landkreis Görlitz ist $\bar{X}_{LA} = 5,1$ und die Anlage dort im Vergleich zu den anderen Befragungsgebieten stärker akzeptiert. Nur

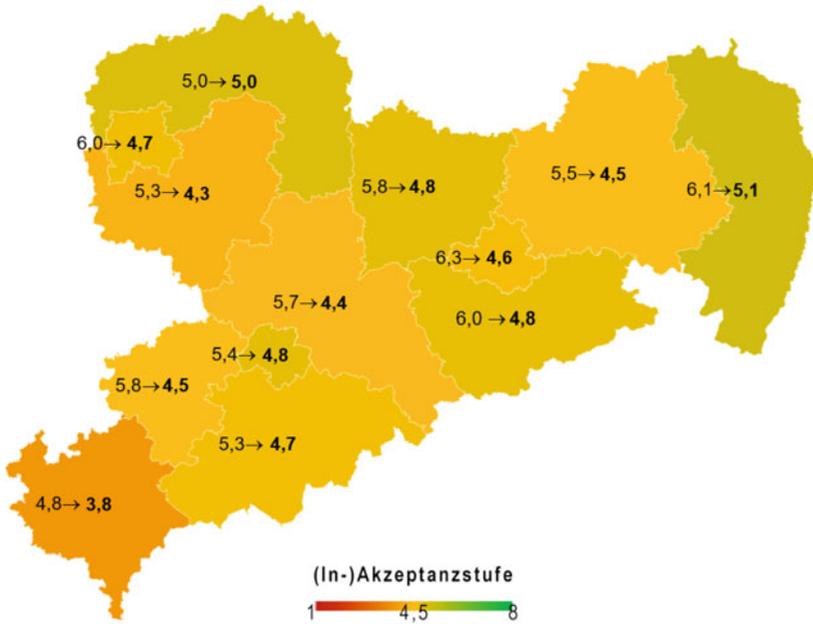


Abbildung 4.4 Soziopolitische \bar{X}_{SA} (normal) und lokale \bar{X}_{LA} (fett) (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Windkraftanlage nach Befragungsgebieten. Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*

im Landkreis Nordsachsen sind lokale und soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe identisch, $\bar{X}_{SA} = \bar{X}_{LA} = 5,0$.

Die durchschnittliche Differenz zwischen lokaler und soziopolitischer (In-)Akzeptanzstufe beim Rohstoffabbau in einem **Tagebau** beträgt $\Delta_A = -1,1$. In den Landkreisen Nord- und Mittelsachsen sowie dem Vogtlandkreis ist der Unterschied mit $\Delta_A = -1,4$ am höchsten, im Landkreis Görlitz und dem Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge ist er am geringsten, $\Delta_A = -0,9$ (Abbildung 4.5). Absolut ist die lokale (In-)Akzeptanzstufe in Nordsachsen mit $\bar{X}_{LA} = 2,4$ am geringsten und damit im Vergleich zu den anderen Befragungsgebieten am wenigsten akzeptiert. Im Landkreis Leipzig ist $\bar{X}_{LA} = 3,7$ und damit am höchsten.

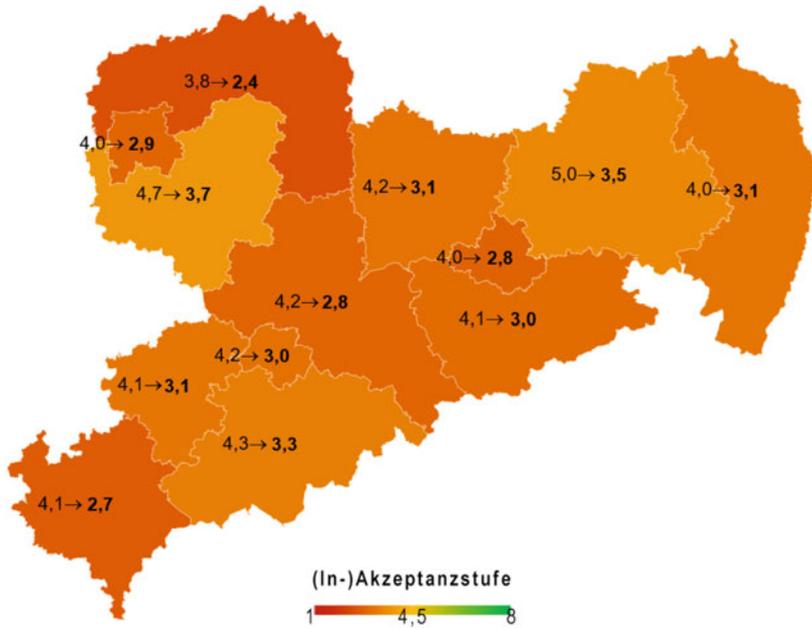


Abbildung 4.5 Soziopolitische \bar{X}_{SA} (normal) und lokale \bar{X}_{LA} (fett) (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Tagebau nach Befragungsgebieten. Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*

Damit die lokale (In-)Akzeptanzausprägung⁸ der sächsischen Bevölkerung gegenüber den Kategorien abgeleitet werden kann, werden die Anlagearten den Kategorien zugeordnet. Erneuerbare Energieumwandlung im eigenen Umfeld weist im Vergleich zu fossiler Energieumwandlung und Rohstoffabbau die höchste lokale Akzeptanz auf: 49,2 % der Befragten stehen der erneuerbaren Energieumwandlung akzeptierend, 35,8 % gleichgültig und 11,9 % negativ gegenüber (Tabelle 4.8). Anlagen der fossilen Energieumwandlung empfinden 15,0 % in ihrer Umgebung als akzeptabel, 42,7 % stehen ihnen gleichgültig und 42,3 % negativ gegenüber. Dem Rohstoffabbau in ihrem Umfeld stehen 13,6 % akzeptierend, 35,8 % gleichgültig und 50,7 % negativ gegenüber.

⁸ Mittelwert von eins für *Inakzeptanz*, zwei für *Gleichgültigkeit* bis drei für *Akzeptanz*.

Tabelle 4.8 Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.002$; Mittelwert von eins für *Inakzeptanz*, zwei für *Gleichgültigkeit* bis drei für *Akzeptanz*

Kategorie	Lokale (In-)Akzeptanzausprägung			
	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %	\bar{X}_{la}
Erneuerbare Energie	11,9	38,9	49,2	2,4
Fossile Energie	42,3	42,7	15,0	1,7
Rohstoffabbau	50,7	35,8	13,6	1,6

Bei der lokalen (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber der **fossilen Energieumwandlung** im eigenen Umfeld überwiegt bei 37,7 % der Männer und 46,7 % der Frauen Inakzeptanz (Tabelle 4.9). Akzeptieren würden die Anlagen 18,1 % der Männer und 12,0 % der Frauen. Mit steigendem Interesse am Thema Energie nimmt die Zahl der Befragten ab, die der fossilen Energieumwandlung negativ gegenüberstehen, die Akzeptanzwerte nehmen zu. Mit höherem Involvement- und Informationsgrad nimmt die Akzeptanz ebenso zu und die Inakzeptanz ab. Bei zunehmenden Bedenken gegenüber der fossilen Energieumwandlung steigen die Inakzeptanz- und sinken die Akzeptanzwerte. Personen, die mehr Bedenken gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung haben, weisen geringere Werte bei der Inakzeptanz und höhere Akzeptanzwerte bei der fossilen Energieumwandlung auf.

Tabelle 4.9 Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber fossiler Energieumwandlung nach Gruppen. Samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Akzeptanz- und Inakzeptanzwerte; Auszug

Gruppe		Lokale (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber fossiler Energieumwandlung			
		N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %
Geschlecht	gesamt	1.002	42,3	42,7	15,0
	männlich	493	37,7	44,2	18,1
	weiblich	509	46,7	41,3	12,0
Interesse (Energie)	sehr hoch	163	39,1	36,7	24,2
	hoch	546	41,6	42,8	15,7

(Fortsetzung)

Tabelle 4.9 (Fortsetzung)

Gruppe		Lokale (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber fossiler Energieumwandlung			
		N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %
Involvement	niedrig	293	45,3	45,9	8,7
	sehr involviert	120	35,8	38,1	26,1
	involviert	511	42,3	41,2	16,4
Informationsgrad	nicht involviert	371	44,3	46,2	9,5
	sehr informiert	196	<u>31,1</u>	42,7	26,2
	informiert	397	42,0	43,2	14,8
Bedenken fossile Energie	nicht informiert	409	47,9	42,2	9,9
	ohne Bedenken	548	35,1	45,5	19,4
	wenig Bedenken	345	47,1	42,3	10,6
Bedenken erneuerbare Energie	Bedenkenträger:in	109	<u>63,1</u>	30,0	<u>6,9</u>
	ohne Bedenken	787	43,0	43,3	13,8
	wenig Bedenken	125	42,7	43,5	13,8
	Bedenkenträger:in	90	35,7	36,6	<u>27,7</u>

Werden soziopolitische und lokale (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber fossiler Energieumwandlung verglichen, sind Unterschiede feststellbar. Allgemein zeigen 13,4 % der Männer und 10,1 % der Frauen Inakzeptanz gegenüber fossiler Energieumwandlung; betrifft ein konkretes Vorhaben im lokalen Umfeld sie persönlich, übertrifft die Inakzeptanz der Frauen die der Männer: 46,7 % der Frauen und 37,7 % der Männer würden die fossile Energieumwandlung in ihrem Umfeld nicht akzeptieren. Die höchste Abweichung ist bei der ältesten Altersgruppe zu erkennen: 9,2 % der über 76-Jährigen geben an, der fossilen Energieumwandlung negativ gegenüberzustehen, sind sie persönlich betroffen, steigt der Inakzeptanzwert auf 44,2 %.

Anlagen zur **Energieumwandlung aus erneuerbaren Quellen** im näheren Umfeld stehen 11,9 % der Befragten negativ, 38,9 % gleichgültig und 49,2 % akzeptierend gegenüber (Tabelle 4.10). Mit dem Alter sinken die Akzeptanzwerte, mit dem Bildungsgrad, Interesse, Involvement- und Informationsgrad steigen sie, ebenso wie mit den Bedenken gegenüber der fossilen und paradoxerweise gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung.

Werden die Angaben zu den erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen im Allgemeinen und ihrem Bau im Umkreis verglichen, zeigt sich, dass die Abweichung zu einer höheren lokalen Inakzeptanz mit steigendem Alter größer ausfällt: Bei den Jüngsten beträgt diese 3,1 Prozentpunkte, bei den Ältesten 12,2 Prozentpunkte. Die Abweichung bei der Akzeptanz ist bei der ältesten Gruppe ebenfalls am höchsten, lokal ist sie 26,8 Prozentpunkte niedriger.

Dem **Rohstoffabbau** in ihrer Nähe stehen 50,7 % der Befragten negativ, 35,8 % gleichgültig und 13,6 % akzeptierend gegenüber (Tabelle 4.11). Männer würden den Abbau eher akzeptieren als Frauen. Die ältesten Befragten stehen den Vorhaben am kritischsten gegenüber. Sind Bildung, Einkommen und Informationsgrad höher, nimmt die Inakzeptanz ab und die Akzeptanz zu. Die älteste Gruppe verändert ihren Wert in Richtung höherer Inakzeptanz am stärksten: Allgemein geben 24,2 % dieser Altersgruppe Inakzeptanz an, bei der Umsetzung von Rohstoffvorhaben in ihrem Umfeld verändert sich dieser Werte auf 71,6 %.

Grundsätzlich ändern sich alle Akzeptanzwerte, sobald statt soziopolitischer die lokale (In-)Akzeptanz erfragt wird: Die Akzeptanz sinkt, die Inakzeptanz steigt (Abbildung 4.6; Tabelle 4.12). Während die Gleichgültigkeit gegenüber der fossilen Energieumwandlung und dem Rohstoffabbau im direkten Umfeld ebenso sinkt, steigt sie gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung. Die Inakzeptanz gegenüber der fossilen Energieumwandlung steigt von 11,7 % auf 42,3 % im lokalen Umfeld. Gleichgültig stehen den Anlagearten im 5 km-Umkreis 42,7 % gegenüber und akzeptieren würden sie 15,0 %. Die Inakzeptanz gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung steigt von 4,5 % auf 11,9 %. Die Gleichgültigkeit nimmt von 25,7 % auf 35,8 % zu und akzeptieren würden sie 49,2 % und damit 20,7 Prozentpunkte weniger als soziopolitisch. Die Inakzeptanz gegenüber Abbauvorhaben steigt um 32,2 Prozentpunkte auf 50,7 % und die Akzeptanz sinkt von 28,3 % auf 13,6 %.

Tabelle 4.10 Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung nach Gruppen. Samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Akzeptanz- und Inakzeptanzwerte; Auszug

Gruppe		Lokale (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung			
		N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %
Geschlecht	gesamt	1.006	11,9	38,9	49,2
	männlich	493	11,2	36,1	52,7
	weiblich	513	12,5	41,6	45,9
Alter (in Jahren)	18–29	146	8,9	37,5	53,5
	30–45	231	10,3	36,9	52,8
	46–59	219	9,7	38,2	52,1
	60–75	250	13,6	37,7	48,7
	≥ 76	160	17,3	45,5	<u>37,2</u>
Bildung	niedrig	213	16,8	43,7	39,6
	mittel	532	10,3	40,8	48,8
	hoch	261	11,1	31,0	57,8
Interesse (Energie)	sehr hoch	163	11,8	28,0	60,2
	hoch	546	10,0	40,4	49,6
	niedrig	297	15,5	41,9	42,6
Involvement	sehr involviert	120	12,1	28,2	59,7
	involviert	511	10,3	40,0	49,7
	nicht involviert	374	14,0	40,8	45,2
Informationsgrad	sehr informiert	196	10,3	34,8	54,9
	informiert	397	10,6	35,4	54,0
	nicht informiert	413	13,9	44,2	41,9
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	551	13,1	43,5	43,4
	wenig Bedenken	345	11,9	35,4	52,8
	Bedenkenträger:in	109	<u>5,9</u>	26,6	<u>67,5</u>
Bedenken erneuerbare Energie	ohne Bedenken	791	10,1	41,6	48,3
	wenig Bedenken	125	<u>22,0</u>	29,4	48,6
	Bedenkenträger:in	90	13,2	28,4	58,4

Tabelle 4.11 Lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Rohstoffabbau nach Gruppen. Samt Hervorhebung der höchsten und niedrigsten Akzeptanz- und Inakzeptanzwerte; Auszug

Gruppe		Lokale (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber Rohstoffabbau			
		N	Inakzeptanz, %	Gleichgültigkeit, %	Akzeptanz, %
Geschlecht	gesamt	1.002	50,7	35,8	13,6
	männlich	493	47,7	34,4	17,8
	weiblich	509	53,5	37,0	9,4
Alter (in Jahren)	18–29	143	45,9	40,9	13,2
	30–45	231	43,7	41,9	14,4
	46–59	219	45,9	35,7	18,4
	60–75	250	50,8	35,2	13,9
	≥ 76	160	<u>71,6</u>	23,1	<u>5,4</u>
Bildung	niedrig	213	61,1	28,1	10,8
	mittel	528	47,2	39,1	13,7
	hoch	261	49,4	35,2	15,4
Einkommen	gering	381	60,0	29,3	10,7
	mittel	464	45,3	40,0	14,7
	hoch	157	44,0	39,0	17,1
Informationsgrad	sehr informiert	196	<u>41,4</u>	39,1	<u>19,5</u>
	informiert	397	48,1	34,8	17,1
	nicht informiert	409	57,5	35,2	7,3

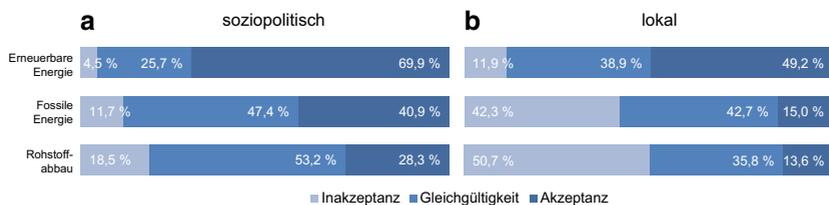


Abbildung 4.6 a) Soziopolitische und b) lokale (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$

Die Abweichungen lassen sich durch die Differenz der lokalen und soziopolitischen (In-)Akzeptanzausprägung ausdrücken. Die geringste Veränderung ist bei der erneuerbaren Energie mit $\Delta_a = -0,3$ zu erkennen, es folgen der Rohstoffabbau mit $\Delta_a = -0,5$ und fossile Energie mit $\Delta_a = -0,6$ (Tabelle 4.12).

Tabelle 4.12 Abweichungen der lokalen von den soziopolitischen (In-) Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$

Kategorie	Abweichung der lokalen von der soziopolitischen (In-) Akzeptanzausprägung			
	Inakzeptanz	Gleichgültigkeit	Akzeptanz	Δ_a
	in Prozentpunkten			
Erneuerbare Energie	+7,4	+13,0	-21,1	-0,3
Rohstoffabbau	+32,2	-17,3	-14,6	-0,5
Fossile Energie	+30,5	-5,0	-26,2	-0,6

NIMBY-Phänomen

Die Veränderungen des (In-)Akzeptanzniveaus bestätigen augenscheinlich das NIMBY-Phänomen, das für Not in My Backyard (Van der Horst, 2007; Schnelle & Voigt, 2012) steht. Der Begriff wird seit den 1980er Jahren (Wolsink, 2000; Kornwachs, 2011) verwendet und soll ausdrücken, dass Bürger:innen generell eine positive Einstellung gegenüber einer Technik haben. Sobald aber deren Umsetzung in ihrer Nähe geplant wird, stellen sie sich dagegen – auch wenn das Vorhaben gesellschaftlich sinnvoll und sogar notwendig ist (Dear, 1992; Wolsink, 1994; Van der Horst, 2007; Kornwachs, 2011). Die deutsche Entsprechung ist das St.-Florians-Prinzip (Jenssen, 2010; Hitschfeld & Lachmann, 2013; Vatter & Heidelberger, 2013, 2014; BWE, 2018a). Benannt ist es nach dem volkstümlichen Anruf des Schutzpatrons der Feuerwehrleute: „Heiliger Sankt Florian, verschon‘ mein Haus, zünd‘ andere an!“. Als Grund für die negative Einstellung gegenüber einem Projekt werden egoistische Motive, das **reine Eigeninteresse** angenommen (Wunderlich, 2012; Esaiasson, 2014; Kapeller, 2016). Selle (2006) erklärt dazu, dass es das Recht der Bürger:innen sei, zuvorderst ihre Interessen zu vertreten.

In einer Befragung von Infratest dimap (2012) geben 54 % der Befragten an, bei großen Bauvorhaben überwögen die Interessen der Allgemeinheit die der Anwohner:innen. 33 % urteilen gegensätzlich: Die Interessen der Anwohner:innen hätten Vorrang. 10 % sehen die Interessen als gleichrangig an. Eine

Untersuchung aus dem Jahr 2017 belegt den NIMBY-Effekt scheinbar (Schönauer, 2017): 5 % der Befragten sind *voll und ganz* gegen den Bau von industriellen Großanlagen in Deutschland, 10 % stimmen der Ablehnung eher zu, 41 % urteilen *teils/teils*. 28 % stimmen der Ablehnung eher nicht zu und 15 % stimmen nicht zu. Werden die Befragten zum Bau dieser Anlagen in ihrer Nähe befragt, lehnen 14 % (+9 Prozentpunkte) diese *voll und ganz* ab, 20 % (+10 Prozentpunkte) stehen ihnen eher ablehnend gegenüber, 40 % (−1 Prozentpunkt) *teils/teils*. 17 % (−11 Prozentpunkte) stimmen der Ablehnung eher nicht und 9 % (−6 Prozentpunkte) nicht zu.

Die **Kritikpunkte** am NIMBY-Erklärungsansatz sind jedoch vielfältig. Darunter u. a. der ungenügende Differenzierungsgrad, eine mangelnde theoretische Fundierung, dass er der komplexen Interessen- und Motivationslage insgesamt nicht gerecht werde, sowie es die NIMBYs diskreditiere und damit Lösungsansätze erschwere (Warren et al., 2005; Wolsink, 2007a; Van der Horst, 2007; Devine-Wright, 2009; Rau et al., 2011; Kubicek, 2013; BWE, 2018a). Entsprechend wird der NIMBY-Erklärungsansatz in der Wissenschaft als alleinige Erklärung für die in der Regel geringere lokale Akzeptanz nicht mehr akzeptiert (Devine-Wright, 2009; Rau et al., 2011; Wolsink, 2012). Politiker-, Unternehmensvertreter- oder Journalist:innen nutzen den Ausdruck zum Teil weiterhin (Wolsink, 2012), „um Bürgeropposition pauschal zu beschreiben oder zu diskreditieren und die Legitimität solcher Opposition in Frage zu stellen“ (Rau et al., 2011, o. S.). Eine Vielzahl weiterer Abkürzungen und Akronyme (Matthiesen, 2002; Strub & Ziegler, 2009; Jenssen, 2010; Steuer, 2013; Becker et al., 2014; Di Nucci, 2016) scheint diese motivierte Verwendung zu untermauern: Darunter Steigerungen des NIMBY-Akronyms wie BANANA (Build Absolutely Nothing Anywhere Near Anyone), CAVE (Citizens Against Virtually Everything), LULU (Locally Unwanted Land Use) bzw. LUPAE (Lokal unerwünschte Projekte, Anlagen und Einrichtungen)⁹, NIABY (Not in Anyone’s Backyard), NIMFOS (Not in My Field of Sight), NOPE (Not on Planet Earth), Variationen mit Bezügen zu Politiker:innen wie NIMEY (Not in My Election Year) sowie NIMTOO (Not in My Term of Office).

Aufbauend auf Wüstenhagen et al. (2007) hat Wunderlich (2012) für erneuerbare Energieumwandlungsprojekte eine Übersicht über die Widerstandstypen erarbeitet, wonach vier Typen klassifiziert werden (Tabelle 4.13). Die NIMBYs im engeren bzw. klassischen Sinn bewerten eine Technik allgemein als positiv

⁹ LUPEA beschreibt im Gegensatz zu NIMBY „einen generellen Widerstand gegen die Verwendung von bestimmten Gebieten für eine bestimmte Anlage, unabhängig davon, ob Individuen selbst oder andere Personen/Gruppen/Gemeinschaften betroffen sind“ (Di Nucci, 2016, S. 120).

und lehnen sie vor Ort ab. Dieser Widerstandstyp ist sehr selten. Die ebenfalls selten auftretenden NIABYs lehnen die Technik selbst und damit auch das Projekt vor Ort ab. Die dritte, ebenfalls selten auftretende Gruppe wandelt ihre zunächst positive Einstellung zur Technik und zum lokalen Projekt durch die Diskussion über das lokale Projekt sowohl für das Projekt als auch die Technik ins Negative. Häufiger ist der vierte Widerstandstyp anzutreffen, die lokalen Gegner:innen, welcher das Projekt aus „spezifischen lokalen Gründen“ (Wunderlich, 2012, S. 12) ablehnt.

Tabelle 4.13 Charakteristiken der Widerstandstypen bei lokalen erneuerbaren Energieumwandlungsprojekten. In Anlehnung an Wüstenhagen et al. (2007) sowie Wunderlich (2012, S. 12)

Widerstandstyp	Charakteristik		
	Technikbewertung	Bewertung lokales erneuerbare Energieumwandlungsprojekt	Häufigkeit
NIMBY	+	-	sehr selten
NIABY	-	-	selten
Neue Gegner:innen	+ → -	+ → -	selten
Lokale Gegner:innen	+	+ / -	häufiger

Die Veränderungen der (In-)Akzeptanzniveaus werden in dieser Arbeit aus den genannten Gründen nicht mit der NIMBY-Metapher erklärt, die geringeren Werte bei der lokalen im Vergleich zur soziopolitischen Akzeptanz sind aber gegeben. Wie in anderen Untersuchungen bereits festgestellt wurde, zeigt sich ebenso ein umgekehrter Effekt: Wenn eine Anlage vor Ort existiert, ist die Akzeptanz für ein neues Projekt höher (YouGov, 2020, zit. nach AEE, 2021). Sind die Betroffenen eines Projekts bspw. durch die Nähe zu Kohletagebauen oder -kraftwerken mit deren Effekten vertraut, bewerten sie ihn tendenziell positiver (Nippa et al., 2013). Für Sachsen lässt sich dies durch die Umfragedaten in einigen Fällen belegen: Die lokale (In-)Akzeptanzstufe¹⁰ für ein **neues Kohlekraftwerk** im 5 km-Umkreis der Befragten ist im Umkreis von 30 km um das *Kraftwerk Boxberg* $\bar{X}_{LA} = 4,1$, während im umgebenden Umkreis von 60 km $\bar{X}_{LA} = 3,2$ ist und damit im weiteren Umfeld ein neues Kohlekraftwerk weniger akzeptiert ist (Tabelle 4.14).

¹⁰ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

Gegeben ist dieser Effekt auch beim *Kraftwerk Lippendorf* bei Böhlen: Im 30 km-Umkreis ist die lokale (In-)Akzeptanzstufe $\bar{X}_{LA} = 3,2$, im 60 km-Umkreis ist $\bar{X}_{LA} = 2,7$.

Geringer fällt die Abweichung um den Tagebau *Groitzscher Dreieck* im Mitteldeutschen Braunkohlerevier aus. Im Umkreis von 30 km ist die lokale (In-)Akzeptanzstufe für einen **neuen Tagebau** $\bar{X}_{LA} = 3,3$ und im 60 km-Umkreis ist $\bar{X}_{LA} = 3,0$. Die geringere Abweichung im Vergleich zu den Kraftwerken kann für die Betrachtung des Tagebaus mutmaßlich auf die industriekulturelle Prägung der Region zurückgeführt werden: Das Mitteldeutsche Braunkohlerevier inkludierte Nordwestsachsen vollständig. Zudem wurde in der Umfrage nicht explizit die lokale (In-)Akzeptanzstufe von *Kohletagebauen* geprüft, weshalb der Wert für Tagebaue hierbei auch Projekte abbilden kann, die etwa der Sand- und Kiesgewinnung dienen.

Bei der lokalen (In-)Akzeptanzstufe gegenüber einer **neuen Windkraftanlage** konnte ein positiver Einfluss von Erfahrung für Clausnitz festgestellt werden: Im 30 km-Umkreis ist die lokale (In-)Akzeptanzstufe $\bar{X}_{LA} = 5$, im 60 km-Umkreis beträgt $\bar{X}_{LA} = 4,7$; die Ergebnisse sind aber nicht statistisch signifikant. Für den *Windpark Zerre*, bei welchem die Ergebnisse statistisch signifikant sind, ist dagegen ein negativer Einfluss festzustellen. Die lokale (In-)Akzeptanzstufe im 30 km-Umkreis beträgt $\bar{X}_{LA} = 4,1$, im 60 km-Umkreis ist $\bar{X}_{LA} = 5$. Die Gründe dafür sind unbekannt, allerdings könnte die Häufung von Windrädern als solcher vermutet werden. Ob die Erfahrung mit den bestehenden Windkraftanlagen oder andere lokale Einflüsse für diese negative Tendenz ursächlich sind, lässt sich

Tabelle 4.14 Einfluss von Erfahrung auf lokale (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Kohlekraftwerk, Tagebau und Windkraftanlage. Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*

Akzeptanzobjekt	Umkreis	N	\bar{X}_{LA}	σ	$\sigma_{\bar{x}}$
Kohlekraftwerk	30 km-Umkreis Boxberg	44	4,1	2,0	0,3
	60 km-Umkreis Boxberg	97	3,2	1,7	0,2
	30 km-Umkreis Böhlen	190	3,2	1,9	0,1
	60 km-Umkreis Böhlen	218	2,7	1,5	0,1
Tagebau	30 km-Umkreis Groitzsch	171	3,3	1,7	0,1
	60 km-Umkreis Groitzsch	241	3,0	1,4	0,1
Windkraftanlage	30 km-Umkreis Zerre	40	4,1	2,0	0,3
	60 km-Umkreis Zerre	123	5,0	1,5	0,1

aus den bestehenden Daten nicht ermitteln. Zudem kann bei Windrädern noch nicht von einer industriekulturellen Prägung der gesamten Bevölkerung gesprochen werden, da die Technik und die Anlagen vergleichsweise neu sind und damit keine Prägung gegeben sein kann.

4.1.2 Interesse und Wissen

Ihr Interesse an der Energieversorgung geben die Befragten anhand einer fünfstufigen Skala an (Tabelle 4.15). Die Antworten werden für eine übersichtlichere Darstellung in den weiterführenden Vergleichen als Interessensgruppen geclustert.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Bürger:innen durchschnittlich eher für das Thema Energieversorgung interessieren: Im gesamten Freistaat haben laut eigenen Angaben 16,2 % der Befragten sehr hohes Interesse, bei 54,3 % ist es hoch, bei 26,2 % gering, bei 2,2 % sehr gering und bei 1,2 % nicht vorhanden. Das Interesse¹¹ an der Energieversorgung beträgt $\bar{X}_I = 2,2$. In den Befragungsgebieten weichen die Werte um maximal 0,2 ab.

Tabelle 4.15 Interesse und reduziertes Interesse an Energieversorgung. $N = 1.006$; Mittelwert von eins für *sehr hoch*, zwei für *hoch*, drei für *gering*, vier für *sehr gering* bis fünf für *nicht vorhanden*

Interesse an Energieversorgung					
sehr hoch	hoch	gering	sehr gering	nicht vorhanden	\bar{X}_I
16,2 %	54,3 %	26,2 %	2,2 %	1,2 %	2,2
Reduziertes Interesse an Energieversorgung					
sehr hoch	hoch	niedrig			
16,2 %	54,3 %	29,5 %			

¹¹ Mittelwert von eins für *sehr hoch*, zwei für *hoch*, drei für *gering*, vier für *sehr gering* bis fünf für *nicht vorhanden*.

Diese Werte lassen sich aufgrund der monothematischen Frage nicht direkt mit anderen Themengebieten vergleichen.¹² Zwei Untersuchungen werden nachfolgend angeführt, um die Ergebnisse einzuordnen: Bei der Umfrage von Stolle (2001, zit. nach Stolle, 2002) rangieren Energiefragen hinter Gesundheit, Unterhaltung, Umwelt und Urlaub/Reisen auf Platz fünf von zwölf und damit bspw. vor Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Kunst/Kultur. Weiterhin haben Wolkersdorfer et al. (2022) in einer Bevölkerungsumfrage unter 1.500 Einwohner:innen dreier früherer deutscher Steinkohlereviere das Interesse der Bevölkerung an ähnlichen Themen mit derselben Fragestellung ermittelt (Tabelle 4.16).

Tabelle 4.16 Reduziertes Interesse sowie Interesse \bar{X}_I an ähnlichen Themen. In Anlehnung an Wolkersdorfer et al. (2022); $N_{min} = 1.475$, $N_{max} = 1.500$; Mittelwert von eins für *sehr hoch*, zwei für *hoch*, drei für *gering*, vier für *sehr gering* bis fünf für *nicht vorhanden*

Ähnliche Themen	Reduziertes Interesse			\bar{X}_I
	sehr hoch, %	hoch, %	niedrig, %	
Rohstoffabbau/Bergbau in Deutschland	7,9	34,2	57,9	2,8
Rohstoffabbau/Bergbau in Ihrer Region	11,9	37,0	51,1	2,7
Erneuerbare Energie in Deutschland	35,1	49,5	15,4	1,9
Erneuerbare Energie in Ihrer Region	38,4	45,4	16,1	1,8
Umwelt- und Naturschutz in Deutschland	38,9	49,7	11,4	1,8
Umwelt- und Naturschutz in Ihrer Region	42,8	47,6	9,6	1,7

Das Interesse¹³ für Umwelt- und Naturschutz in der eigenen Region beträgt $\bar{X}_I = 1,7$, für Umwelt- und Naturschutz in Deutschland ebenso wie bei erneuerbarer Energie in der Region beträgt $\bar{X}_I = 1,8$. Das Interesse an erneuerbarer Energie in Deutschland ist $\bar{X}_I = 1,9$, mit $\bar{X}_I = 2,7$ folgt Rohstoffabbau in der Region und mit $\bar{X}_I = 2,8$ Rohstoffabbau in Deutschland. Das Interesse der sächsischen Bevölkerung an der Energieversorgung ($\bar{X}_I = 2,2$), ist verglichen mit dieser Untersuchung geringer als bei der erneuerbaren Energieumwandlung und Umwelt- und Naturschutz, aber höher als beim Rohstoffabbau/Bergbau.

Das Interesse an Energieversorgung ist bei verschiedenen soziodemografischen Gruppen unterschiedlich hoch (Tabelle 4.17). 76,3 % der Männer haben sehr hohes oder hohes Interesse an der Energieversorgung, bei den Frauen sind es

¹² In Baden-Württemberg wurde eine ähnliche Untersuchung durchgeführt. Das Interesse der Bevölkerung wurde mit 27 % als *sehr stark*, mit 45 % als *stark*, mit 25 % als *weniger stark* und mit 4 % als *kein Interesse* angegeben (Mast & Stehle, 2016).

¹³ Mittelwert von eins für *sehr gut*, zwei für *gut*, drei für *eher schlecht* bis vier für *schlecht*.

64,8 %. Das Interesse der 60- bis 75-Jährigen ist mit 23,9 %, gefolgt von den 46- bis 59-Jährigen mit 20,6 % besonders hoch. Bei der jüngsten und ältesten Gruppe der Befragten ist das Interesse mit $\bar{X}_I = 2,4$ am geringsten. Mit höherem Bildungsgrad, Einkommen und der Anzahl der Bedenken gegenüber fossilen und erneuerbaren Energiequellen erhöht sich die Anzahl der Befragten, welche sehr hohes Interesse an der Energieversorgung haben.

Tabelle 4.17 Reduziertes Interesse sowie Interesse \bar{X}_I an Energieversorgung nach Gruppen. Mittelwert von eins für *sehr hoch*, zwei für *hoch*, drei für *gering*, vier für *sehr gering* bis fünf für *nicht vorhanden*; samt Hervorhebung des höchsten und niedrigsten Werts je Cluster; Auszug

Gruppe		Reduziertes Interesse an Energieversorgung				\bar{X}_I
		N	sehr hoch, %	hoch, %	niedrig, %	
Geschlecht	gesamt	1.006	16,2	54,3	29,5	2,2
	männlich	493	20,4	55,9	23,6	2,1
	weiblich	513	12,1	52,7	35,1	2,3
Alter (in Jahren)	18–29	146	12,2	<u>43,8</u>	44,0	2,4
	30–45	231	12,9	58,4	28,7	2,2
	46–59	219	20,6	<u>63,7</u>	15,7	2,0
	60–75	250	23,9	49,2	26,9	2,1
	≥ 76	160	<u>6,5</u>	53,4	40,1	2,4
Bildung	niedrig	213	11,3	43,9	<u>44,7</u>	2,4
	mittel	532	14,5	60,1	25,4	2,1
	hoch	261	23,6	51,1	25,4	2,1
Einkommen	gering	384	12,1	48,8	39,1	2,3
	mittel	464	15,8	56,5	27,7	2,2
	hoch	157	<u>27,4</u>	61,3	<u>11,3</u>	1,8
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	551	13,5	55,4	31,1	2,2
	wenig Bedenken	345	17,5	54,1	28,3	2,2
	Bedenkenträger:in	109	25,7	49,3	24,9	2,0
Bedenken erneuerbare Energie	ohne Bedenken	791	14,2	53,9	31,9	2,2
	wenig Bedenken	125	21,7	52,3	26,0	2,1
	Bedenkenträger:in	90	26,0	60,3	13,7	1,9

Sachsenweit gaben 6,0 % der Befragten an, sich täglich, 22,2 % mehrmals in der Woche, 37,4 % mehrmals im Monat, 31,0 % seltener und 3,4 % gar nicht mit den Themen Energie und Rohstoffen auseinanderzusetzen (Tabelle 4.18). Das Informationsverhalten¹⁴ im gesamten Freistaat liegt bei $\bar{X}_{Iv} = 3$, wobei die Befragungsgebiete davon um maximal 0,3 abweichen.

Tabelle 4.18 Informationsverhalten und reduziertes Informationsverhalten. $N = 1.006$; Mittelwert von eins für *täglich*, zwei für *mehrmals in der Woche*, drei für *mehrmals im Monat*, vier für *seltener* bis fünf für *gar nicht*

Informationsverhalten					
täglich	mehrmals in der Woche	mehrmals im Monat	seltener	gar nicht	\bar{X}_{Iv}
6,0 %	22,2 %	37,4 %	31,0 %	3,4 %	3,0
Reduziertes Informationsverhalten					
sehr häufig		häufig	selten		
28,2 %		37,4 %	34,4 %		

Beim Informationsverhalten zum Thema Energie und Rohstoffe, z. B. durch Medien, treten ebenfalls Unterschiede zwischen den soziodemografischen Gruppen auf (Tabelle 4.19). Männer beschäftigen sich in der Regel häufiger mit den Themen. Werden die gruppierten Antworten *sehr häufig* und *häufig* zusammengefasst, informieren sich die 46- bis 59-Jährigen mit 77,4 % am häufigsten, gefolgt von den 60- bis 75-Jährigen mit 73,1 %. Je gebildeter oder einkommensstärker die Befragten sind, desto häufiger beschäftigen sie sich mit Energie und Rohstoffen. Es zeigt sich auch, dass diejenigen, die sich sehr häufig mit diesem Thema beschäftigen, mehr Bedenken gegenüber der fossilen sowie der erneuerbaren Energieumwandlung angeben.

¹⁴ Mittelwert von eins für *täglich*, zwei für *mehrmals in der Woche*, drei für *mehrmals im Monat*, vier für *seltener* bis fünf für *gar nicht*.

Tabelle 4.19 Reduziertes Informationsverhalten sowie Informationsverhalten \bar{X}_{Iv} nach Gruppen. Mittelwert von eins für *täglich*, zwei für *mehrmals in der Woche*, drei für *mehrmals im Monat*, vier für *seltener* bis fünf für *gar nicht*; samt Hervorhebung des höchsten und niedrigsten Werts je Cluster; Auszug

Gruppe		Reduziertes Informationsverhalten				\bar{X}_{Iv}
		N	sehr häufig, %	häufig, %	selten, %	
Geschlecht	gesamt	1.006	28,2	37,4	34,4	3,0
	männlich	493	31,5	41,1	27,4	2,9
	weiblich	513	25,0	33,9	41,2	3,1
Alter (in Jahren)	18–29	146	23,3	31,4	45,2	3,3
	30–45	231	22,1	39,9	38,0	3,2
	46–59	219	25,9	<u>51,5</u>	22,7	3,0
	60–75	250	34,2	38,9	27,0	2,9
	≥ 76	160	35,2	<u>17,8</u>	<u>46,9</u>	3,0
Bildung	niedrig	213	22,1	34,8	43,1	3,2
	mittel	532	29,2	37,7	33,1	3,0
	hoch	261	30,9	39,0	30,0	2,9
Einkommen	gering	384	22,7	37,6	39,7	3,2
	mittel	464	28,9	35,9	35,3	3,0
	hoch	157	39,5	41,5	19,0	2,7
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	551	27,5	36,0	36,5	3,1
	wenig Bedenken	345	26,7	37,6	35,8	3,0
	Bedenkenträger:in	109	36,3	44,2	19,5	2,8
Bedenken erneuerbare Energie	ohne Bedenken	791	27,1	36,1	36,8	3,1
	wenig Bedenken	125	<u>20,8</u>	42,5	36,8	3,1
	Bedenkenträger:in	90	<u>47,7</u>	42,1	<u>10,2</u>	2,5

Geben die Teilnehmer:innen an, dass sie sich mit dem Thema beschäftigen (mindestens *seltener*) werden sie befragt, wie sie sich dazu informieren (Tabelle 4.20). In der Mehrfachauswahl stehen u. a. Austausch mit der Familie, regionale und überregionale Medien und ein Leerfeld für andere Angaben zur Verfügung. Um sich zu informieren nutzen 59,6 % der Befragten sowohl regionale als auch überregionale Medien. Als zweit- und dritthäufigste Informationsquelle folgen mit 47,3 % der Austausch mit Freund-, Nachbar:innen oder

Bekannten, 44,1 % informieren sich durch Austausch mit der Familie, 21,9 % nutzen soziale Medien, ebenso viele geben Webseiten von Energieunternehmen und 19,2 % andere Internetangebote an. Die Nennungen unter *Sonstiges* lauten zum überwiegenden Teil *Austausch mit Arbeitskolleg:innen* oder *Fachinformationen*.

Tabelle 4.20 Nutzung von Informationsquellen. $N = 968$; Mehrfachauswahl

Nutzung von Informationsquellen	%
Regionale Medien, z. B. Freie Presse, Sächsische Zeitung, MDR (auch online)	59,6
Überregionale Medien, z. B. ARD, ZDF, RTL, Die Welt, Bild, DER SPIEGEL (auch online)	59,6
Austausch mit Freund-/Nachbar:innen/Bekannten	47,3
Austausch mit der Familie	44,1
Soziale Medien	21,9
Webseiten von Energieunternehmen	21,9
Andere Internetangebote, z. B. Websites, Foren, Blogs	19,2
Sonstiges	0,8

Dabei sind altersspezifische Unterschiede gegeben (Tabelle 4.21). Personen zwischen 18 und 29 Jahren nutzen am häufigsten den Austausch mit dem Freundeskreis, der Nachbarschaft und Bekannten (61,1 %), gefolgt von überregionalen (50,1 %) und sozialen Medien (48,4 %). Die Altersklasse der 30- bis 45-Jährigen nutzt ebenfalls am häufigsten den Austausch mit nicht-verwandten Personen (56,7 %), gefolgt von regionalen und überregionalen Medien (jeweils 49,4 %). Die übrigen, älteren Gruppen nutzen am häufigsten überregionale und regionale Medien zur Information. Weiterhin auffällig: Je höher das Interesse, desto öfter wird der Austausch mit anderen gesucht. Die Bedenkenträger:innen gegenüber der fossilen Energieumwandlung nutzen am häufigsten überregionale und regionale Medien. Bedenkenträger:innen gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung nutzen im Vergleich zu denen ohne und mit wenigen Bedenken zusätzlich häufiger soziale Medien.

Tabelle 4.21 Informationsquellen nach Gruppen. Mehrfachauswahl; Auszug

Gruppe		Informationsquelle					
		N	Medien			Austausch mit...	
			regional	überregional	sozial	nicht-verwandten Personen	Familie
			%				
Gesamt		968	59,6	59,6	21,9	47,3	44,1
Alter (in Jahren)	18–29	133	35,2	50,1	48,4	61,1	46,1
	30–45	227	49,4	49,4	34,4	56,7	43,9
	46–59	209	55,0	56,0	16,1	41,5	40,0
	60–75	245	75,5	63,7	12,8	46,5	50,0
	≥ 76	154	77,0	81,3	3,0	30,6	39,3
Interesse (Energie)	sehr hoch	162	75,8	67,9	17,5	47,8	47,3
	hoch	543	62,3	61,3	25,4	50,1	45,2
	niedrig	264	44,0	50,9	17,6	41,0	40,0
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	521	60,4	56,5	19,2	44,9	43,4
	wenig Bedenken	339	57,9	59,4	20,9	53,2	47,5
	Bedenken-träger:in	108	61,3	75,0	38,3	40,4	37,5
Bedenken erneuerbare Energie	ohne Bedenken	756	59,0	58,7	20,9	47,6	45,3
	wenig Bedenken	123	57,0	63,2	20,5	33,3	30,4
	Bedenken-träger:in	90	67,8	61,9	32,3	63,2	52,8

Neben den Informationsquellen wurde auch der Informationsgrad¹⁵ erfragt. Zur Solaranlage fühlt sich die Bevölkerung am besten informiert: 12,5 % gaben *sehr gut*, 57,2 % *gut* an (Abbildung 4.7). Der Informationsgrad ist bei der Geothermie mit 3,7 % *sehr gut* und 32,4 % *gut* am geringsten. Der Tagebau rangiert im Mittelfeld der betrachteten Anlagearten, der untertägige Abbau ist auf dem vorletzten Rang.

¹⁵ Mittelwert von eins für *sehr gut*, zwei für *gut*, drei für *eher schlecht* bis vier für *schlecht*.

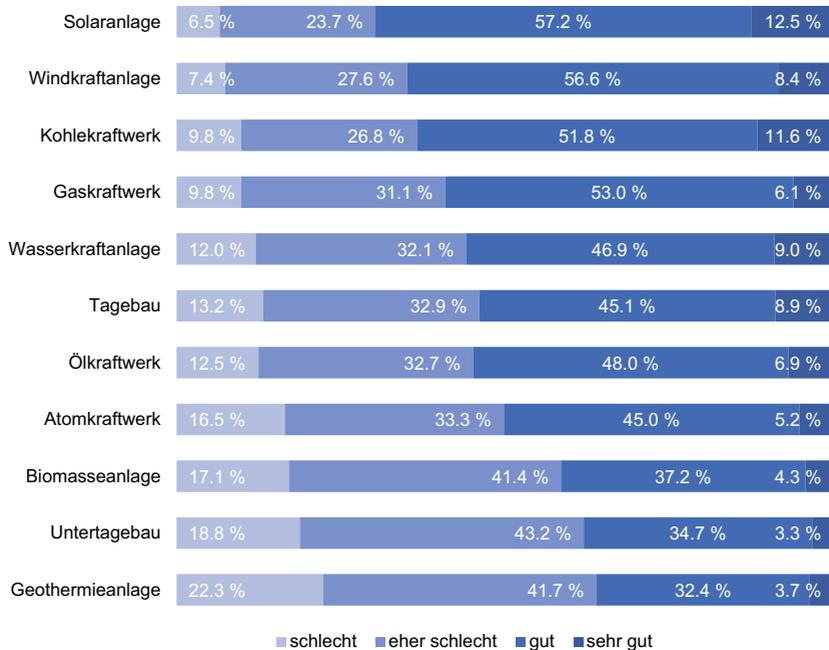


Abbildung 4.7 Informationsgrade gegenüber Anlagearten. $N = 1.006$

Bei Betrachtung des Informationsgrads¹⁶ in den Befragungsgebieten sind für die Anlagearten keine auffälligen Abweichungen zu den durchschnittlichen Werten im Bundesland feststellbar. Lediglich im Landkreis Nordsachsen und im Landkreis Leipzig weicht der Informationsgrad gegenüber Kohlekraftwerken ab: Im Leipziger Land ist $\bar{X}_{Ig} = 2,0$ und damit um 0,4 geringer als im sächsischen Durchschnitt, im Landkreis Nordsachsen ist $\bar{X}_{Ig} = 2,8$ und folglich verglichen mit dem sächsischen Durchschnitt um 0,4 höher. Der Informationsgrad ist im Landkreis Nordsachsen zudem bezüglich des Abbaus in einem Tagebau mit $\bar{X}_{Ig} = 2,9$ um 0,4 höher als im gesamten Bundesland.

Zur übersichtlicheren Darstellung werden die Informationsgrade gegenüber den Anlagearten den entsprechenden Kategorien zugeordnet (Tabelle 4.22). Der

¹⁶ Mittelwert von eins für *sehr gut*, zwei für *gut*, drei für *eher schlecht* bis vier für *schlecht*.

Informationsgrad ist $2,4 \leq \bar{X}_{Ig} \leq 2,6$. Am besten fühlt sich die sächsische Bevölkerung zur fossilen Energieumwandlung informiert: 8,2 % gaben *sehr gut*, 50,9 % *gut* an – beides sind die höchsten Werte in den Clustern. Zu den Anlagen der erneuerbaren Energieumwandlung fühlen sich 7,6 % der Bürger:innen *sehr gut* und 46,1 % *gut* informiert, zum Rohstoffabbau 6,1 % und 39,9 %. Der eigene Informationsgrad zum Rohstoffabbau wird von der sächsischen Bevölkerung am schlechtesten eingeschätzt: 38,1 % fühlen sich *eher schlecht*, 16,0 % *schlecht* informiert.

Tabelle 4.22 Informationsgrade nach Kategorien. $N = 1.006$; Mittelwert von eins für *sehr gut*, zwei für *gut*, drei für *eher schlecht* bis vier für *schlecht*

Kategorie	Informationsgrad				
	sehr gut, %	gut, %	eher schlecht, %	schlecht, %	\bar{X}_{Ig}
Fossile Energie	8,2	50,9	30,2	10,7	2,4
Erneuerbare Energie	7,6	46,1	33,3	13,1	2,5
Rohstoffabbau	6,1	39,9	38,1	16,0	2,6

Hierbei lassen sich ebenso soziodemografische Unterschiede feststellen (Tabelle 4.23): Gegenüber der **fossilen Energieumwandlung** fühlen sich 9,8 % der Männer *sehr gut* und 56,4 % *gut* informiert; bei den Frauen sind es mit 6,7 % und 45,7 % weniger. Einen schlechten Informationsgrad attestieren sich 14,9 % der Frauen, das ist mehr als doppelt so hoch wie bei den Männern. Den höchsten Anteil bei der schlechten Selbstbewertung hat die älteste Altersgruppe sowie diejenigen, die der niedrigen Bildungsgruppe angehören oder ein geringes Einkommen haben. Befragte mit Hochschulabschluss oder hohem Einkommen haben die höchsten Werte unter *sehr gut*. Bedenken und Informationsgrad korrelieren im Bereich der fossilen Energieumwandlung: Diejenigen ohne Bedenken gegenüber fossiler und erneuerbarer Energieumwandlung haben innerhalb ihrer Gruppe den niedrigsten Informationsgrad. Die Befragten, die ausgeprägte Bedenken bezüglich erneuerbarer Energieumwandlung haben, fühlen sich zu 55,7 % *gut* und zu 15,5 % *sehr gut* zu fossiler Energieumwandlung informiert – dies sind jeweils die höchsten Werte. Ob die Befragten zu Bedenkenträger:innen wurden, weil sie sich informierten oder informierten, weil sie Bedenken hatten, ist aus der Untersuchung nicht ableitbar.

Tabelle 4.23 Informationsgrade gegenüber fossiler Energieumwandlung nach Gruppen. Samt Hervorhebung des höchsten und niedrigsten Werts je Informationsgrad; Auszug

Gruppe		Informationsgrad gegenüber fossiler Energieumwandlung				
		N	sehr gut, %	gut, %	eher schlecht, %	schlecht, %
Geschlecht	gesamt	1.006	8,2	50,9	30,2	10,7
	männlich	493	9,8	56,4	27,5	6,3
	weiblich	513	6,7	45,7	32,7	14,9
Alter (in Jahren)	18–29	146	7,8	45,0	31,6	15,5
	30–45	231	9,5	51,2	33,8	5,4
	46–59	219	7,9	57,9	27,5	6,7
	60–75	250	9,2	54,0	28,1	8,7
	≥ 76	160	5,6	41,5	30,4	<u>22,5</u>
Bildung	niedrig	213	9,1	<u>37,2</u>	<u>35,8</u>	18,0
	mittel	532	7,2	52,0	31,0	9,8
	hoch	261	9,6	<u>59,9</u>	<u>24,0</u>	6,5
Einkommen	gering	384	<u>5,9</u>	47,5	33,2	13,4
	mittel	464	8,8	50,7	30,2	10,2
	hoch	157	12,0	59,7	22,7	5,5
Bedenken fossile Energie	ohne Bedenken	551	8,6	52,5	24,8	14,0
	wenig Bedenken	345	7,7	48,0	38,0	6,3
	Bedenkenträger:in	109	7,8	52,2	32,2	7,8
Bedenken erneuerbare Energie	ohne Bedenken	791	7,5	50,0	30,8	11,6
	wenig Bedenken	125	7,3	53,3	30,3	9,1
	Bedenkenträger:in	90	<u>15,5</u>	55,7	<u>24,0</u>	<u>4,8</u>

Wie bei der fossilen fühlen sich Männer tendenziell besser zur **erneuerbaren Energieumwandlung** informiert (Tabelle 4.24). *Schlecht* informiert fühlen sich bei den Männern 9,3 % und bei den Frauen 16,7 %. Die ältesten Befragten geben am häufigsten an, sich *schlecht* informiert zu fühlen (22,7 %), gefolgt von der jüngsten Altersgruppe mit 18,0 %. Die 18- bis 29-Jährigen schätzen ihren Informationsgrad am häufigsten als *sehr gut* ein. Wie bei der fossilen existiert bei der erneuerbaren Energieumwandlung ein Zusammenhang zwischen Bildung und Informationsgrad: Je höher die Bildung, desto besser fühlen sich die

Befragten informiert; je niedriger der Bildungsgrad, desto höher die Werte für schlechte Informiertheit. Gleiches gilt für die Gruppierung nach Einkommen. Der empfundene Informationsgrad ist zudem abhängig von der Häufigkeit der Auseinandersetzung mit den Themen. Diejenigen, die Bedenken gegenüber erneuerbaren Energien angeben, weisen gleichzeitig die höchsten Werte beim Informationsgrad *sehr gut* auf und diejenigen ohne Bedenken die höchsten bei *schlecht*.

Tabelle 4.24 Informationsgrade gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung nach Gruppen. Samt Hervorhebung des höchsten und niedrigsten Werts je Informationsgrad; Auszug

Gruppe		Informationsgrad gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung				
		N	sehr gut, %	gut, %	eher schlecht, %	schlecht, %
Geschlecht	gesamt	1.006	7,6	46,1	33,3	13,1
	männlich	493	8,8	50,2	31,8	9,3
	weiblich	513	6,4	42,1	34,8	16,7
Alter (in Jahren)	18–29	146	11,7	42,0	28,2	18,0
	30–45	231	9,6	48,8	32,8	8,8
	46–59	219	6,8	50,8	35,4	7,0
	60–75	250	7,1	45,2	34,6	13,1
	≥ 76	160	2,6	40,7	33,9	22,7
Bildung	niedrig	213	5,9	41,3	34,0	18,7
	mittel	532	7,0	45,7	34,7	12,5
	hoch	261	10,0	50,6	29,8	9,6
Einkommen	gering	384	6,0	47,6	30,2	16,2
	mittel	464	7,9	42,6	37,1	12,4
	hoch	157	10,4	52,6	29,6	7,3
Informationsverhalten	sehr häufig	196	<u>25,4</u>	<u>68,9</u>	<u>5,7</u>	<u>–</u>
	häufig	397	5,4	60,9	30,5	3,2
	selten	413	<u>1,2</u>	<u>21,0</u>	<u>49,1</u>	<u>28,7</u>
Bedenken erneuerbare Energie	ohne Bedenken	551	7,3	44,3	32,3	16,1
	wenig Bedenken	345	6,8	49,2	34,9	9,0
	Bedenkenträger:in	109	11,2	45,0	33,4	10,4

Soziodemografische Unterschiede sind beim **Rohstoffabbau** wie bei den Auswertungen zu fossiler und erneuerbarer Energie ebenfalls festzustellen (Tabelle 4.25). Männer fühlen sich zum Rohstoffabbau besser informiert als Frauen. Die jüngste Altersgruppe fühlt sich am häufigsten *sehr gut*, aber tendenziell auch oft *schlecht* informiert; schlechter informiert fühlt sich nur die älteste Gruppe. Am häufigsten als *sehr gut* informiert schätzen sich Befragte mit hoher Bildung und hohem Einkommen ein. In der Gruppe der Bedenkenträger:innen haben diejenigen mit ausgeprägten Bedenken gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung den höchsten Wert beim sehr gut empfundenen Informationsgrad.

Tabelle 4.25 Informationsgrade gegenüber Rohstoffabbau nach Gruppen. Samt Hervorhebung des höchsten und niedrigsten Werts je Informationsgrad; Auszug

Gruppe		Informationsgrad gegenüber Rohstoffabbau				
		N	sehr gut, %	gut, %	eher schlecht, %	schlecht, %
Geschlecht	gesamt	1.006	6,1	39,9	38,1	16,0
	männlich	493	7,3	44,9	36,8	11,0
	weiblich	513	4,9	35,0	39,3	20,8
Alter (in Jahren)	18–29	146	10,3	<u>28,3</u>	37,0	24,4
	30–45	231	4,9	40,5	<u>45,9</u>	<u>8,8</u>
	46–59	219	6,3	44,8	37,5	11,3
	60–75	250	<u>4,4</u>	<u>46,6</u>	36,6	12,3
	≥ 76	160	6,4	32,4	30,7	<u>30,4</u>
Bildung	niedrig	213	5,2	32,3	33,2	29,4
	mittel	532	5,0	41,4	40,5	13,1
	hoch	261	9,0	43,0	37,0	10,9
Einkommen	gering	384	5,1	35,7	40,5	18,7
	mittel	464	4,9	41,9	38,7	14,5
	hoch	157	<u>12,1</u>	44,2	<u>30,1</u>	13,6

4.1.3 Präferierte Lokalisation des Rohstoffabbaus

Die Frage, ob Rohstoffe im Inland abgebaut oder aus dem Ausland importiert werden sollten, beantworten 67,5 % der Befragten mit *Überwiegend im eigenen Land abbauen* (Tabelle 4.26). 15,4 % würden es befürworten, diese ausschließlich im eigenen Land abzubauen, nahezu gleich viele Befragte (15,1 %) würden Rohstoffe überwiegend importieren wollen und 2,1 % geben an, dass Rohstoffe ausschließlich importiert werden sollten.

Tabelle 4.26 Lokalisation, wo Rohstoffe abgebaut werden sollten. $N = 938$

Lokalisation, wo Rohstoffe abgebaut werden sollten	%
Überwiegend im eigenen Land abbauen	67,5
Nur im eigenen Land abbauen	15,4
Überwiegend importieren	15,1
Nur importieren	2,1

Frauen präferieren den ausschließlichen Abbau von Rohstoffen in Deutschland zu 19,9 % und damit fast doppelt so häufig wie Männer. Bezogen auf die Altersgruppen befürworten die 18- bis 29-Jährigen die inländische Rohstoffgewinnung am stärksten. Mit dem Einkommen sinkt die Anzahl der Befürworter:innen des Abbaus im eigenen Land und die der Befürworter:innen des überwiegenden Imports steigt. Je weniger Bedenken die Befragten gegenüber der fossilen Energieumwandlung haben, desto eher sind sie für den ausschließlichen Abbau im eigenen Land: Bei der Gruppe ohne Bedenken sprechen sich 17,9 % für den Abbau ausschließlich in Deutschland aus. Die Präferenz zur Lokalisation des Rohstoffabbaus \bar{X}_{Lok} ¹⁷ in den Befragungsgebieten entspricht etwa dem sächsischen Durchschnitt ($\bar{X}_{Lok} = 2$), es gibt keine nennenswerten Abweichungen ($\bar{X}_{Lok} \leq \pm 0,2$).

Haben die Befragten *Überwiegend im eigenen Land abbauen* oder *Nur im eigenen Land abbauen* angegeben, wurden sie nach einer Begründung gefragt.¹⁸ 654 Teilnehmer:innen beantworteten die offene Frage, deren Antworten anschließend geclustert wurden (Tabelle 4.27). Der wichtigste Faktor ist für 26,1 % der

¹⁷ Mittelwert von eins für *Nur im eigenen Land abbauen*, zwei für *Überwiegend im eigenen Land abbauen*, drei für *Überwiegend importieren* bis vier für *Nur importieren*.

¹⁸ Die Gründe für den Rohstoffabbau im eigenen Land sind nicht Bestandteil dieser Arbeit. Verwiesen wird in diesem Zusammenhang u. a. auf Gandenberger et al. (2012), Weber et al. (2017) sowie Weyer (2018).

Befragten, dass dies kostengünstiger sei. Des Weiteren sichere es Arbeitsplätze vor Ort und es gäbe eine Notwendigkeit, dass abgebaut wird, was vorhanden ist (jeweils ca. 22,0 %).

Tabelle 4.27 Argumente für Rohstoffabbau in Deutschland. $N = 654$; geclustert

Argument für Rohstoffabbau in Deutschland	%
Kostenaspekte/günstiger	26,1
Arbeitsplätze sichern	22,5
Eigene Rohstoffe nutzen	22,3
Transportwege reduzieren	13,8
Unklar/weiß nicht/keine Angabe	12,0
Versorgungssicherheit/Unabhängigkeit	11,5
Ausbeutung anderer Länder vermeiden	9,1
Umweltbelastung geringer	6,2
(Sicherheits-/Umwelt-)Standards und Wissen/Erfahrung hier höher	6,1
Stärkung der Wirtschaft	2,6
Sonstiges	2,1

Die Kostenaspekte sind den Frauen tendenziell wichtiger als den Männern. Je höher das Einkommen, desto öfter wird das Argument der Arbeitsplätze genannt. 30,7 % der über 75-Jährigen geben an, dass eine Notwendigkeit besteht, Vorhandenes abzubauen. Dies ist in dieser Altersgruppe das meistgenannte Argument, der Wert ist in keiner anderen Altersgruppe so hoch. Die Nennung dieses Arguments nimmt zudem in den verschiedenen Gruppen mit der Informiertheit, der Häufigkeit der Information sowie geringeren Bedenken zu. Transportwege zu reduzieren, wird von der jüngsten Altersgruppe im Vergleich zu den älteren am häufigsten genannt. Bedenkenträger:innen gegenüber der fossilen Energieumwandlung nennen die Reduktion der Transportwege wesentlich öfter als die ohne oder mit wenig Bedenken. 28,8 % der Befragten ohne Bedenken gegenüber der fossilen Energieumwandlung nennen Kostenaspekte als Vorteil, bei den Bedenkenträger:innen sind es weniger als die Hälfte. 22,9 % dieser Bedenkenträger:innen nennen die Reduktion der Transportwege als Vorteil, dies tun 9,9 % ohne Bedenken. Eine höhere Abweichung ist bei dem Argument der höheren Standards in Deutschland gegeben: Dieses Argument nennen 4,0 % der Befragten ohne Bedenken und 19,5 % der Bedenkenträger:innen gegenüber der fossilen Energieumwandlung. Den Bedenkenträger:innen sind diese und andere

Argumente für den Rohstoffabbau in Deutschland folglich bewusst. Die Bedenken-träger:innen gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung nennen mehr als doppelt so häufig wie Personen ohne Bedenken die Stärkung der Wirtschaft, die Vermeidung der Ausbeutung anderer Länder, die Reduktion von Transportwegen und die in Deutschland höheren Standards. 12,0 % der Befragten machen keine Angabe zu den Vorteilen des Rohstoffabbaus ausschließlich oder überwiegend in Deutschland. Die Jüngsten nutzen diese Antwortmöglichkeit am seltensten (4,4 %), die Ältesten am häufigsten (19,7 %). Je gebildeter, desto seltener wird diese Antwort gegeben. Die Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit nennen Männer mit 16,2 % häufiger als Frauen. Je gebildeter oder einkommensstärker, desto häufiger wird dieses Argument genannt. Je gebildeter, desto häufiger wird auch das Argument genannt, andere Länder nicht auszubeuten. Niemand unter den Befragten mit niedriger Bildung nennt die Reduktion von Umweltbelastungen, hingegen 11,8 % der Befragten mit hoher Bildung. Die hohen Standards in Deutschland nennen 2,5 % der weniger gebildeten, dieser Wert steigt mit höherer Bildung auf 12,1 % und von niedrigem zu hohem Einkommen von 3,7 % auf 12,5 %. Die Stärkung der heimischen Wirtschaft wird durch die Ältesten mit 0,4 % am seltensten genannt.

129 Befragte antworten auf die offene Frage, warum ihrer Meinung nach Rohstoffe eher oder ausschließlich importiert werden sollten. Ihre Antworten wurden ebenfalls geclustert (Tabelle 4.28). Es zeigt sich, dass sie dies für nötig halten, weil in Deutschland ihrer Meinung nach kaum Rohstoffe vorhanden seien (25,3 %). Genauso viele Befragte können ihre Antwort nicht begründen. 19,7 % finden, Rohstoffe sollten nicht oder kaum in Deutschland abgebaut werden, weil dies die Natur schädige. 10,8 % finden es wichtig im Ausland abzubauen, damit in Deutschland noch Reserven vorhanden sind.

Tabelle 4.28 Argumente für Rohstoffimport. $N = 129$; geclustert

Argument für Rohstoffimport	%
Kaum Rohstoffe vorhanden	25,3
Unklar/weiß nicht/keine Angaben	25,3
Natur nicht schädigen	19,7
Um Reserven zu haben	10,8
Umsiedlungen/Einfluss auf Menschen vermeiden	10,7
Kostenaspekte/günstiger	8,7
Sonstiges	5,9

4.1.4 Befürchtungen gegenüber Energieumwandlung

Mittels zwei offener Fragen wird nach den Bedenken bei der Energieumwandlung aus fossilen und erneuerbaren Quellen gefragt (Tabelle 4.29, Tabelle 4.30). Die **fossile Energieumwandlung** halten 49,9 % für problematisch, weil die Ressourcen nur begrenzt zur Verfügung stehen. Genannt werden ebenfalls Umweltschäden (34,2 %) sowie Kohlenstoffdioxid-Ausstoß/Abgase/Luftverschmutzung (17,8 %).

Tabelle 4.29 Argumente gegen fossile Energieumwandlung. $N = 454$; Mehrfachnennung; geclustert; Auszug

Argument gegen fossile Energieumwandlung	%
Endlichkeit der Ressourcen	49,9
Umweltschäden	34,2
Kohlenstoffdioxid-Ausstoß/Abgase/Luftverschmutzung	17,8
Unklar/weiß nicht/keine Angabe	10,2
Sonstiges	7,5
Landschaftsschäden/Umsiedlungen	5,5
Kosten zu hoch	2,8

Das Argument der Endlichkeit der Ressourcen wird von 64,8 % der 18- bis 29-Jährigen genannt, mit zunehmendem Alter sinkt dieser Wert bis auf 35,2 % bei den über 76-Jährigen. Die Anzahl der Nennungen von Umweltschäden nimmt mit zunehmendem Bildungsgrad zu. In das Cluster Kohlenstoffdioxid-Ausstoß/Abgase/Luftverschmutzung fallen 25,4 % der Antworten der Männer und 8,9 % der Frauen. Je höher das Einkommen und je informierter die Befragten, desto öfter wird diese Antwort gegeben. Keine Angaben machen tendenziell häufiger sowohl die Befragten mit geringerem Einkommen als auch diejenigen, welche sich selten informieren.

Die Anzahl der geclusterten Probleme bei der **erneuerbaren Energieumwandlung** ist mit 14 im Vergleich zu den zuvor sieben doppelt so hoch (Tabelle 4.30). 28,2 % nennen den Eingriff in die Natur und die Umweltauswirkungen als Bedenken, gefolgt vom geringen Wirkungsgrad. Der Eingriff in die Natur wird von 43,0 % der Frauen und 18,0 % der Männer als Problem angeführt, das Argument des geringen Wirkungsgrads hingegen häufiger von den männlichen Befragten. Die Abhängigkeit vom Wetter und die Belästigung der Menschen folgen mit 15,5 % und 15,0 %. 14,1 % konnten die Frage nicht

beantworten. Genannt werden des Weiteren die große Flächeninanspruchnahme, der Energietransport, Akzeptanzprobleme, fehlende Speicherkapazität, der hohe finanzielle Aufwand, Probleme bei der Entsorgung/dem Recycling und höhere Strompreise.

Tabelle 4.30 Argumente gegen erneuerbare Energieumwandlung. $N = 297$; Mehrfachnennung; geclustert; Auszug

Argument gegen erneuerbare Energieumwandlung	%
Eingriffe in Natur/Umweltauswirkungen	28,2
Geringer Wirkungsgrad	23,8
Abhängigkeit von Wetter	15,4
Belästigung der Menschen, insbesondere Lärm	15,0
Unklar/weiß nicht/keine Angabe	14,1
Große Flächeninanspruchnahme	12,1
Sonstiges	10,6
Energietransport	7,5
Akzeptanzprobleme	7,5
Speicherkapazität	7,5
Finanzieller Aufwand hoch	4,9
Entsorgung/Recycling	3,8
Strompreise steigen	2,5
Verbrennen von „Lebensmitteln“	1,3

4.1.5 Weitere akzeptanzbeeinflussende Faktoren

Im vierten Fragenkomplex wird herausgearbeitet, inwiefern verschiedene Faktoren einen Einfluss auf die (In-)Akzeptanz der Bevölkerung gegenüber unterschiedlichen Projekten haben. Die Frage lautet: *Nehmen wir zum Abschluss der Befragung nochmal als Beispiel [Vorhaben]: Wie sehr würde sich Ihre Meinung dazu verändern, wenn [Argument]?* Ein Drittel der Befragten erhält als Beispiel ein Kohlekraftwerk, ebenso viele eine Windkraftanlage und einen Tagebau. Für jede der drei Anlagearten werden diverse Einflussfaktoren abgefragt. Für alle z. B. *Sie das Unternehmen, dass [Anlageart] errichtet, bereits kennen? und das Unternehmen soziale Einrichtungen in der Region unterstützt?*

Die sachsenweite Umfrage zeigt, dass sich die Akzeptanz gegenüber einem **Kohlekraftwerk** bei über der Hälfte der Befragten leicht oder stark verbessern würde, wenn Arbeitsplätze in der Region geschaffen werden, Strom günstiger wird oder nach Projektende neue Naturschutzflächen entstehen: Die (In-) Akzeptanzveränderung¹⁹ beträgt $\bar{X}_{AV} \geq 3,6$ (Tabelle 4.31). Würden die Bürger:innen ausführlich über jeden Projektschritt informiert, würde dies bei 31,2 % einen positiven Einfluss auf die Akzeptanz haben, bei 63,3 % hätte es keinen Einfluss. Bei 44,4 % der Befragten würde sich die Akzeptanz verschlechtern, wenn die Grundstückspreise steigen.

Tabelle 4.31 Veränderung der Akzeptanz gegenüber Kohlekraftwerk nach Argumenten. $N_{min} = 375$, $N_{max} = 378$; Mittelwert von eins für *stark verschlechtern*, zwei für *leicht verschlechtern*, drei für *nicht verändern*, vier für *leicht verbessern* bis fünf für *stark verbessern*

Argument	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Kohlekraftwerk					
	stark verschlechtern	leicht verschlechtern	nicht verändern	leicht verbessern	stark verbessern	\bar{X}_{AV}
	%					
Arbeitsplätze werden in der Region geschaffen	3,5	1,8	39,0	37,4	18,4	3,7
Nach Projektende entstehen neue Naturschutzflächen	0,6	7,1	41,1	30,8	20,5	3,6
Strom wird dadurch günstiger	1,2	4,6	42,1	34,4	17,7	3,6
Unternehmen unterstützt soziale Einrichtungen in der Region	0,6	4,6	47,4	34,8	12,6	3,5

(Fortsetzung)

¹⁹ Mittelwert von eins für *stark verschlechtern*, zwei für *leicht verschlechtern*, drei für *nicht verändern*, vier für *leicht verbessern* bis fünf für *stark verbessern*.

Tabelle 4.31 (Fortsetzung)

Argument	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Kohlekraftwerk					
	stark verschlechtern	leicht verschlechtern	nicht verändern	leicht verbessern	stark verbessern	\bar{X}_{AV}
	%					
Infrastruktur (z. B. Straßen) vor Ort wird ausgebaut	1,1	5,4	46,9	34,9	11,8	3,5
Neue Unternehmen siedeln sich in der Region an	1,6	4,9	50,4	31,1	12,0	3,5
Gemeinde profitiert finanziell davon	1,8	4,1	53,3	30,6	10,2	3,4
Nach Projektende entstehen neue Gemeindennutzflächen	1,5	2,6	57,4	28,7	9,9	3,4
Ausführliche Information über jeden Projektschritt	1,7	3,7	63,3	23,9	7,3	3,3
Unternehmen bereits in der Region aktiv	2,6	4,2	72,3	15,7	5,2	3,2
Unternehmen bereits bekannt	1,0	7,9	73,7	15,0	2,4	3,1
Grundstückspreise steigen	20,7	23,7	42,5	9,7	3,5	2,5

Bezogen auf die **Windkraftanlage** zeigt die Umfrage (Tabelle 4.32), dass sich die Akzeptanz bei mindestens der Hälfte der Befragten leicht oder stark verbessern würde, wenn Strom günstiger wird (68,3 %), die Gemeinde davon finanziell profitiert (66,6 %), Arbeitsplätze in der Region geschaffen werden (65,8 %), das Unternehmen soziale Einrichtungen in der Region unterstützt (60,5 %), die Infrastruktur wie Straßen vor Ort ausgebaut wird (58,3 %) und sich Unternehmen in der Region ansiedeln (53,6 %). Bei 56,0 % der Befragten würde sich ihre

Akzeptanz nicht verändern, wenn sie über jeden Projektschritt ausführlich informiert werden, bei 37,0 % hätte dies einen positiven Einfluss. Die Steigerung der Grundstückspreise hätte bei 54,0 % der Befragten einen negativen Einfluss.

Tabelle 4.32 Veränderung der Akzeptanz gegenüber Windkraftanlage nach Argumenten. $N_{min} = 301$, $N_{max} = 305$; Mittelwert von eins für *stark verschlechtern*, zwei für *leicht verschlechtern*, drei für *nicht verändern*, vier für *leicht verbessern* bis fünf für *stark verbessern*

Argument	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Windkraftanlage					
	stark verschlechtern	leicht verschlechtern	nicht verändern	leicht verbessern	stark verbessern	\bar{X}_{AV}
	%					
Strom wird dadurch günstiger	1,6	2,5	27,6	36,8	31,5	3,9
Arbeitsplätze werden in der Region geschaffen	1,1	1,8	31,2	38,3	27,5	3,9
Gemeinde profitiert finanziell davon	0,8	2,3	30,3	48,1	18,5	3,8
Unternehmen unterstützt soziale Einrichtungen in der Region	0,4	3,6	35,6	40,5	20,0	3,8
Infrastruktur (z. B. Straßen) vor Ort wird ausgebaut	0,8	4,6	36,3	34,2	24,1	3,8
Neue Unternehmen siedeln sich in der Region an	1,1	2,5	42,7	34,5	19,1	3,7

(Fortsetzung)

Tabelle 4.32 (Fortsetzung)

Argument	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Windkraftanlage					\bar{X}_{AV}
	stark ver- schlech- tern	leicht ver- schlechtern	nicht verändern	leicht verbessern	stark verbessern	
	%					
Nach Projektende entstehen neue Gemein- denutzflächen	1,3	3,7	46,3	34,6	14,1	3,6
Ausführliche Information über jeden Projektschritt	1,3	5,7	56,0	28,6	8,4	3,4
Unternehmen bereits in der Region aktiv	0,8	3,6	66,9	23,2	5,6	3,3
Projekt wird lediglich erweitert	1,1	7,2	66,7	22,4	2,6	3,2
Unternehmen bereits bekannt	0,8	1,5	79,5	17,3	0,9	3,2
Grundstücks- preise steigen	29,6	24,4	35,3	8,3	2,4	2,3

Bezogen auf einen **Tagebau** (Tabelle 4.33) geben die Befragten an, dass sich ihre Akzeptanz verbessern würde, wenn Arbeitsplätze in der Region geschaffen werden (61,9 %), nach Projektende neue Naturschutzflächen (60,5 %) oder den Bürger:innen zugängliche Wasserflächen entstehen (53,4 %), die Infrastruktur ausgebaut wird (56,3 %), die Gemeinde davon finanziell profitiert (53,5 %), das Unternehmen soziale Einrichtungen unterstützt (51,4 %) und Rohstoffe dadurch günstiger werden (49,7 %). Eine ausführliche Informationspolitik hätte bei 32,8 % der Befragten einen positiven Einfluss auf ihre Akzeptanz, bei 62,5 % würde sie sich nicht verändern. Ein Anstieg der Grundstückspreise würde sich bei 42,2 % negativ auf die Akzeptanz gegenüber dem Tagebau auswirken.

Jeweils unter 7,0 % der Befragten geben an, es hätte einen negativen Einfluss, wenn die Vorhaben von Unternehmen durchgeführt würden, die in der Region

Tabelle 4.33 Veränderung der Akzeptanz gegenüber Tagebau nach Argumenten. $N_{min} = 315$, $N_{max} = 316$; Mittelwert von eins für *stark verschlechtern*, zwei für *leicht verschlechtern*, drei für *leicht verändern*, vier für *leicht verbessern* bis fünf für *stark verbessern*

Argument	Veränderung der Akzeptanz gegenüber Tagebau								\bar{X}_{AV}
	stark verschlechtern	leicht verschlechtern	nicht verändern	leicht verbessern	stark verbessern				
	%								
Nach Projektende entstehen neue Naturschutzflächen	0,6	1,6	37,3	35,9	24,6			3,8	
Arbeitsplätze werden in der Region geschaffen	0,2	3,6	34,2	39,0	22,9			3,8	
Gemeinde profitiert finanziell davon	0,3	2,4	43,8	34,7	18,8			3,7	
Infrastruktur (z. B. Straßen) vor Ort wird ausgebaut	1,2	2,0	40,6	39,7	16,6			3,7	
Nach Projektende entstehen neue, den Bürger:innen zugängliche Wasserflächen	0,2	3,5	42,8	37,2	16,2			3,7	
Unternehmen unterstützt soziale Einrichtungen in der Region	0,4	2,4	45,6	38,1	13,4			3,6	
Rohstoffe werden günstiger	0,2	2,6	47,5	36,8	12,9			3,6	
Neue Unternehmen siedeln sich in Region an	0,6	2,9	47,4	35,7	13,4			3,6	
Nach Projektende entstehen neue Gemeindeflächen	0,3	2,1	50,1	35,0	12,5			3,6	
Ausführliche Information über jeden Projektschritt	0,2	4,4	62,5	27,2	5,6			3,3	
Unternehmen bereits in der Region aktiv	2,2	3,7	67,1	22,4	4,6			3,2	
Projekt wird lediglich erweitert	1,7	8,4	69,1	17,9	2,8			3,1	
Unternehmen bereits bekannt	0,9	5,2	77,3	15,8	0,8			3,1	
Grundstückspreise steigen	15,1	27,3	49,5	6,2	1,9			2,5	

bereits aktiv sind. Für die Mehrheit würde dadurch keine Veränderung in ihrer Akzeptanz eintreten, bei 20,9–28,8 % hätte ein bereits in der Region aktives Unternehmen einen positiven Einfluss auf die Akzeptanz. Ist den Befragten das Unternehmen bekannt, hat dies für die Mehrheit ebenfalls keinen Einfluss, bei 16,6–18,2 % würde sich ihre Akzeptanz verbessern. Sowohl bei der Windkraftanlage als auch dem Tagebau wurde gefragt, ob die Erweiterung eines Projekts einen Einfluss auf die Akzeptanz hätte: Die Mehrheit gibt an, dies hätte keinen Einfluss, eine Verbesserung geben 25,0 % bzw. 20,7 % an.

Im abschließenden Fragenkomplex wurden die soziodemografischen Daten Geschlecht, Alter, Bildungsgrad und Einkommen sowie Wohndauer erhoben; für die Ableitungen von Unterschieden in den Befragungsgebieten zudem die Postleitzahl. Die Ergebnisse wurden in die bisherigen Ausführungen eingearbeitet, wenn ein Einfluss auf die (In-)Akzeptanz festzustellen war.

4.2 Untersuchung der sächsischen Energie- und Rohstoffbranche

Mittels Befragung von in Sachsen tätigen Energie- und Rohstoffunternehmen werden diese charakterisiert und ihre Erfahrungen mit (In-)Akzeptanz sowie ihr Kommunikationsmanagement und Stakeholder:innenbewusstsein abgefragt.

4.2.1 Charakteristik der Unternehmen

Durch die eingegangenen Antworten bei postalischer und Onlineumfrage können 133 Unternehmen bzw. Betriebsstätten betrachtet werden: 47 aus dem Energie-, 58 aus dem Rohstoffsektor und 28 Unternehmen, welche sich als *Sonstige* klassifizieren (Tabelle 4.34).²⁰ Unter die letzte Kategorie fallen Organisationen, die sich z. B. mit der Bergbausanierung oder Rekultivierung beschäftigen, Bau- und Baustoffunternehmen, Dienstleister und eine Gemeinde. Diese sind nicht explizit als Energie- oder Rohstoffunternehmen zu bezeichnen bzw. bezeichnen sich selbst nicht so, sind aber zum Teil im Besitz einer Abbaustätte oder als Dienstleister eng an die Branche gebunden; folglich werden sie inkludiert.

²⁰ Ergänzt werden muss in diesem Zusammenhang, dass sich Unternehmen schriftlich oder telefonisch zurückmeldeten und mitteilten, dass sie an Umfragen generell nicht teilnehmen, sie negative Konsequenzen durch die Forschung befürchten oder aufgrund der Coronapandemie keine Zeit hätten.

Den Unternehmen steht es frei, bei der Beantwortung nach dem Sektor, in welchem sie primär tätig sind, sowie der folgenden Frage nach der Art der Energieumwandlung bzw. der Abbauart eine Mehrfachauswahl zu treffen. Folglich werden Fälle in die Auswertung inkludiert, in denen Unternehmen sowohl fossile als auch erneuerbare Energieumwandlung betreiben oder dem Rohstoffsektor zugehörig sind, aber keine weiteren Angaben zur Art der Gewinnung tätigen.

Tabelle 4.34 Verteilung der in Sachsen tätigen Unternehmen nach Kategorien. Mehrfachauswahl

Kategorie	Verteilung der in Sachsen tätigen Unternehmen	
	N	%
Gesamt	133	100,0
Energiesektor	47	35,3
Fossile Energie	10	18,9
Erneuerbare Energie	43	81,1
Rohstoffsektor	58	43,6
Tagebau	48	92,3
Untertagebau	4	7,7
Sonstige	28	21,0

Die fossile Energieumwandlung findet in einem Fall mittels Kohle, in drei Fällen mittels Öl und in neun Fällen mittels Gas statt. Im Bereich der Windkraft existieren zehn, bei der Wasserkraft drei, bei der Solarenergie 29, bei Biogas/-masse acht und bei der Geothermie vier Fälle. Von den im Rohstoffsektor tätigen Unternehmen bauen 34 Sand und Kies, 14 Steine und Erden und drei Ton und Lehm ab. Der Tagebau dominiert mit 48 Fällen, gefolgt vom untertägigen Abbau mit vier und dem Bohrlochbergbau mit zwei Fällen.²¹ Der Tagebau ist bei 41 Unternehmen ein Trockenabbau und bei 17 ein Nassabbau. Die Aufbereitung erfolgt bei 45 Unternehmen übertage, in zwei Fällen untertägig und bei fünf Unternehmen findet keine Aufbereitung statt.

Die befragten Unternehmen sind zu 65,4 % eigenständige Unternehmen, 28,3 % sind Teil einer Unternehmensgruppe und 6,3 % der Mutterkonzern einer Unternehmensgruppe. Letztere geben zu 55,6 % ihren Hauptsitz in Deutschland, zu 41,7 % in Sachsen und zu 2,8 % in Europa an. Von zwei Unternehmen abgesehen, sind alle Firmen anhand ihrer Mitarbeiter:innenanzahl als KMU zu klassifizieren: 47,0 % der Unternehmen geben an, dass weniger als zehn,

²¹ Wobei nicht klar wird, wie die Unternehmen den Bohrlochbergbau betreiben.

37,4 % weniger als 50 und 13,9 % weniger als 500 Mitarbeiter:innen in Sachsen tätig sind. Die im Energiesektor tätigen Unternehmen sind tendenziell seit weniger Jahren in Sachsen tätig als die im Rohstoffsektor verorteten. Die Betriebsstätten der Unternehmen sind in der überwiegenden Zahl im unmittelbaren Umfeld von Wohngebieten (75,5 %) und landwirtschaftlichen Flächen oder Wald (72,6 %) angesiedelt. Jede:r Unternehmer:in gibt an, dass im Umkreis von 10 km eine besiedelte Fläche existiert. Dabei handelt es sich zu 59,3 % um einen oder mehrere Orte mit weniger als 5.000 Einwohner:innen, zu 38,9 % um eine oder mehrere Kleinstadt/-städte mit 5.000–20.000 Einwohner:innen, zu 16,7 % um eine oder mehrere Mittelstadt/-städte mit 20.000–100.000 Einwohner:innen sowie in 23,1 % der Fälle um eine oder mehrere Großstädte mit über 100.000 Einwohner:innen.

4.2.2 Erfahrung mit (In-)Akzeptanz

Die **Bedeutung** regionaler Akzeptanz schätzen 59,4 % der Unternehmensvertreter:innen als *sehr hoch* ein, 30,2 % beschreiben sie als *hoch*, 9,4 % als *gering*. Nur ein Unternehmen gibt an, die lokale Akzeptanz habe keine Bedeutung, hierbei handelt es sich um ein Tagebauunternehmen. Die in vier Stufen bewertete Bedeutung der regionalen Akzeptanz beträgt aus Sicht der in Sachsen tätigen Unternehmensvertreter:innen $\bar{X} = 3,5^{22}$, das ist im Vergleich zur überregionalen und nationalen Akzeptanz am höchsten. Die sechs Unternehmen der fossilen Energieumwandlung schätzen die Bedeutung regionaler Akzeptanz dabei um 0,7 Punkte geringer ein als der Durchschnitt aller in Sachsen tätigen Unternehmen.

Der überregionalen Akzeptanz schreiben 20,2 % *sehr hohe*, 39,4 % *hohe*, 28,7 % *geringe* und 11,7 % *keine* Bedeutung zu. Der Mittelwert der Bedeutung überregionaler Akzeptanz aus Sicht der in Sachsen tätigen Unternehmen beträgt $\bar{X} = 2,7$. Die sechs Fälle aus der fossilen Energieumwandlung weichen von diesem um fast einen Punkt in Richtung einer geringer empfundenen Bedeutung ab.

Bezogen auf die Bedeutung deutschlandweiter Akzeptanz nimmt \bar{X} für den gesamten Datensatz um 0,3 Punkte ab: Für 28,3 % der Befragten hat die nationale Akzeptanz *keine* Bedeutung, für 25 % eine *geringe*, für ebenfalls 28,3 % eine *hohe* und für 18,5 % eine *sehr hohe*. Für die Unternehmen aus dem fossilen Sektor

²² Mittelwert von eins für *keine*, zwei für *geringe*, drei für *hohe* bis vier für *sehr hohe*.

ist die deutschlandweite Akzeptanz, ebenso wie die regionale und die überregionale tendenziell von geringerer Bedeutung als für die anderen Unternehmen. Die drei Fälle aus der untertägigen Rohstoffgewinnung bewerten die deutschlandweite Akzeptanz am höchsten, für sie ist – als einzige Unternehmensart in der Befragung – die deutschlandweite Akzeptanz nach regionaler und vor überregionaler Akzeptanz am wichtigsten.

Auf die Frage nach dem **Einfluss** fehlender regionaler Akzeptanz auf das Unternehmen charakterisieren 16,7 % diesen als *immens*, 31,3 % als *stark*, ebenso viele als *kaum spürbar* und 20,8 % als *nicht spürbar*. Erneut weichen die Fälle aus der fossilen Energieumwandlung sowie der im untertägigen Abbau tätigen Unternehmen von $\bar{X} = 2,4$ ²³ ab: Bei der fossilen Energieumwandlung zu einem geringeren, beim untertägigen Abbau zu einem stärkeren Einfluss. Dies wiederholt sich bei der Einschätzung im überregionalen Raum: Für 40,4 % der Unternehmen ist der Einfluss *nicht spürbar*, für 28,7 % *kaum spürbar*, 27,7 % charakterisieren ihn als *stark* und 3,2 % als *sehr stark* ($\bar{X} = 1,9$). Der Einfluss der deutschlandweiten Akzeptanz ist für die Unternehmen nur marginal weniger spürbar ($\bar{X} = 1,8$). Keines der Unternehmen aus der fossilen Energieumwandlung spürt einen Einfluss, ebenso beschreiben dies zwölf Unternehmen aus dem erneuerbaren Energiesektor, acht charakterisieren den Einfluss als *kaum spürbar*, *stark* beschrieben ihn zehn Unternehmen und drei als *immens*.

Den **Mehraufwand** durch fehlende Akzeptanz können die wenigsten Unternehmer:innen konkret beziffern. Die Angaben reichen von 10–100 Arbeitsstunden über ¼ Mitarbeiter:innenstelle zu 150.000 € und 500.000 € jährlich. Ein:e Unternehmer:in schreibt von der Verhinderung einer Investitionssumme in Höhe von 400 Mio. € für Wasserkraftanlagen und eine:r antwortet, „ohne Akzeptanz würde das Unternehmen nicht existieren“ (Unternehmensbefragung).

Die Unternehmer:innen bewerten die Aussage, dass ihr Unternehmen bzw. die Projekte ein gutes Image im 5 km-Umkreis haben, durchschnittlich als *ehrer zutreffend*. Die Aussage, dass sie überregional ein gutes Image haben, empfinden sie ebenfalls als *ehrer zutreffend*. Dass die Projekte gelegentlich auf Ablehnung treffen, entspricht nicht der Erfahrung der Mehrzahl der Unternehmer:innen: Der Aussage, dass sie Ablehnung erfahren, stimmen 34,8 % *ehrer zu*, 41,6 % geben *ehrer nicht* an. Das heißt nicht, dass die Unternehmer:innen die Ablehnung stattdessen als groß empfinden: 57,0 % stimmen dieser Aussage *nicht* und

²³ Mittelwert von eins für *nicht spürbar*, zwei für *kaum spürbar*, drei für *stark* bis vier für *immens*.

31,2 % *eher nicht* zu. Zwei Unternehmen stimmen der Aussage hingegen zu, beide aus dem Sektor Tagebau. Die anderen 46 Unternehmen aus dem Rohstoffsektor bzw. 37 Unternehmen aus dem Bereich Tagebau bewerten die Aussage als *nicht* bzw. *eher nicht zutreffend*. Ablehnung bei einzelnen Aktivitäten wie einer Standorterweiterung können die Unternehmer:innen im Durchschnitt ebenfalls nicht bestätigen. Der Protest bzw. die Ablehnung hat in den vergangenen drei Jahren nach Meinung der Befragten *eher nicht* zugenommen und laut eigenen Angaben wissen die Unternehmer:innen mit der ablehnenden Haltung der Bevölkerung eher umzugehen.

Formen der Inakzeptanz und Phase des Auftretens

In den letzten drei Jahren haben 15,7 % der Unternehmer:innen in persönlichen Gesprächen nie den Eindruck gehabt, auf eine ablehnende Haltung zu treffen. Ein bis zwei Mal erlebten dies 43,8 %, drei bis fünf Mal 24,7 % und mehr als fünf Mal 15,7 %. Briefe, E-Mails oder Anrufe erhielten die Unternehmer:innen tendenziell seltener, Plakate oder Flugblätter in der Mehrheit nicht, gleiches gilt für Petitionen, juristische Maßnahmen, Demonstrationen im unmittelbaren Umfeld, Besetzung des Geländes oder Sabotage der Anlagen sowie körperliche Übergriffe auf Mitarbeiter:innen ($N_{min} = 86$, $N_{max} = 87$). Negative Berichterstattung in regionalen Medien haben vier Unternehmer:innen mehr als fünf Mal in den letzten drei Jahren wahrgenommen, alle aus dem Rohstoffsektor (Tagebau). Branchenübergreifend betrachtet dominiert mit 52,3 % jedoch die Angabe, in regionalen Medien nie Ablehnung erfahren zu haben. Von negativer Berichterstattung in überregionalen Medien berichten 75,9 % der Unternehmer:innen, dass dies nie und in 17,2 % nur ein bis zwei Mal der Fall war. Zwei Unternehmen aus dem Rohstoffsektor haben dies mehr als fünf Mal erlebt. Die Befragten haben die Möglichkeit, andere Formen der Ablehnung darzulegen, zwei Unternehmen nennen Ablehnung durch Behörden, z. B. eine fehlende Bearbeitung von Unterlagen aufgrund persönlicher Ablehnung.

Wann die Projekte auf Ablehnung treffen, vollzieht sich nach Erfahrung der Unternehmer:innen in unterschiedlichen Phasen (Tabelle 4.35). Energie- und Rohstoffunternehmen zusammengefasst wird Ablehnung am häufigsten in der Planungsphase (75,0 %), gefolgt von der Entscheidungsphase (57,5 %) empfunden. Ein Teil der Unternehmen aus jedem Sektor außer dem Untertagebau, gab *In keiner Phase* an.

Tabelle 4.35 Phasen, in denen Ablehnung am häufigsten auftritt. Samt Hervorhebung des höchsten und niedrigsten Werts je Kategorie; Mehrfachauswahl

Kategorie	Phase, in der Ablehnung am häufigsten auftritt								
	In keiner	Ideenphase	Entscheidungsphase	Verhandlungsphase	Planungsphase	Umsetzungsphase	Betriebsphase	Renaturierung/ Rekultivierung	
	%								
Gesamt (N = 87)	24,1	23,0	26,4	19,5	37,9	27,6	27,6	5,7	
Energie-sektor (N = 29)	20,7	31,0	37,9	27,6	20,7	27,6	17,2	=	
Fossile Energie (N = 5)	20,0	20,0	40,0	=	20,0	20,0	40,0	=	
Erneuerbare Energie (N = 27)	22,2	33,3	40,7	29,6	18,5	22,2	18,5	=	
Rohstoff-sektor (N = 46)	21,7	21,7	19,6	13,0	54,3	26,1	34,8	10,9	
Tagebau (N = 38)	18,4	21,1	18,4	10,5	57,9	23,7	36,8	10,5	
Untertagebau (N = 4)	=	25,0	25,0	25,0	50,0	50,0	50,0	25,0	

Bei den **Gruppen**, durch welche die Unternehmer:innen in den letzten drei Jahren Widerstand erfahren haben, nennen 41,4 % Anwohner:innen im Umkreis, 32,2 % Behörden, 27,6 % Naturschutzorganisationen, 20,7 % Einzelpersonen, welche nicht im Umkreis des Projekts wohnen oder arbeiten, sowie ebenso 20,7 % Bürger:inneninitiativen; 21,8 % geben an, dass sie durch keine dieser Gruppen Widerstand erfahren haben.

Zur **Art der entgegengebrachten Vorbehalte** geben 21,4 % der Teilnehmer:innen an, dass ihnen keine entgegengebracht werden. 58,3 % charakterisieren die Vorbehalte als allgemeine Aussagen zur Schädigung von Natur und Umwelt, Lärm-/Geräuschbelästigung etc. 48,8 % geben an, dass die Notwendigkeit für die Vorhaben nicht gesehen wird, und 27,4 % nennen konkrete persönliche Beeinträchtigungen von Privatpersonen.

Von Unternehmensvertreter:innen vermutete (In-)Akzeptanzstufe der Anwohner:innen

Basierend auf ihrer Erfahrung sollen die Unternehmer:innen die Anwohner:innen einer der acht (In-)Akzeptanzstufen²⁴ zuordnen. Nach Auffassung der Vertreter:innen sind die Anwohner:innen *duldig* eingestellt ($\bar{X} = 5$). Nur ein Unternehmen gibt *aktiv dagegen* an, wobei es sich um ein Unternehmen handelt, das einen Tagebau betreibt (Tabelle 4.36). Vier Unternehmen geben an, die Anwohner:innen stünden dem Unternehmen bzw. seinen Projekten *ablehnend* gegenüber, alle sind aus dem Rohstoffsektor. Vier Unternehmen aus der fossilen Energieumwandlung beschreiben die (In-)Akzeptanzstufe der Bevölkerung als *akzeptierend* und zwei als *zustimmend*. Inwiefern bzw. ob die geringere Streuung und positive Einschätzung der Unternehmensvertreter:innen aus der fossilen Energieumwandlung insbesondere auf der geringen Fallzahl beruht, kann nicht geklärt werden. Im Bereich der erneuerbaren Energieumwandlung zeigt sich ein abweichendes Bild: Die Spannweite der (In-)Akzeptanzstufen ist größer.

²⁴ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

Tabelle 4.36 Von Unternehmer:innen vermutete (In-)Akzeptanzstufen der Anwohner:innen nach Kategorien

Kategorie	Von Unternehmer:innen vermutete (In-)Akzeptanzstufe der Anwohner:innen							
	aktiv dagegen	ablehnend	zwiespalten	gleichgültig	dul-dend	akzeptierend	zustim-mend	enga-giert dafür
Fossile Energie ($N = 6$)	–	–	–	–	–	4	2	–
Erneuerbare Energie ($N = 31$)	–	–	7	3	3	9	7	2
Rohstoffsektor ($N = 40$)	1	4	11	1	9	11	3	–

In dieser Forschung steht die (In-)Akzeptanz der Bevölkerung im Vordergrund, folglich werden nachfolgend die von den Unternehmer:innen vermuteten (In-)Akzeptanzstufen²⁵ der Bevölkerung vor Ort den Angaben aus der Bevölkerungsumfrage gegenübergestellt. Dazu wird jeweils die entsprechende Differenz gebildet (Formel 4.3, Formel 4.4).

$$\Delta_{SA} = \bar{X}_{SA} - \bar{X}$$

Formel 4.3: Differenz der soziopolitischen (In-)Akzeptanzstufen Δ_{SA}

$$\Delta_{LA} = \bar{X}_{LA} - \bar{X}$$

Formel 4.4: Differenz der lokalen (In-)Akzeptanzstufen Δ_{LA}

Die Frage an die Unternehmensvertreter:innen nach ihrem Eindruck der durchschnittlichen (In-)Akzeptanzstufe der Anwohner:innen bezieht sich auf das Lokale, da nicht nach der Bevölkerung allgemein gefragt wurde. Es kann aber nicht sicher davon ausgegangen werden, dass die Unternehmensvertreter:innen ihre Angabe ausschließlich auf die Anwohner:innen beziehen, sodass zu Vergleichszwecken

²⁵ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

ebenfalls die soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe²⁶ der Bevölkerung aufgeführt wird (Tabelle 4.37). Dabei zeigt sich, dass die Unternehmen der fossilen Energieumwandlung die (In-)Akzeptanzstufe der Bevölkerung um mehr als eine Stufe besser einschätzen, als es die Bevölkerung selbst angibt. Die Unternehmen aus der erneuerbaren Energiebranche sowie dem untertägigen Abbau hingegen bewerten die soziopolitische (In-)Akzeptanzstufe geringer, als sie ist. Bei der lokalen (In-)Akzeptanzstufe²⁷, auf welche sich der Vergleich bezieht, sind die Abweichungen höher. Unternehmer:innen der fossilen Energiebranche vermuten, dass die Anwohner:innen der (In-)Akzeptanzstufe *Konditionale Akzeptanz* zuzuordnen sind, die Befragten ordnen sich allerdings drei Stufen niedriger ein, sollte ein Projekt vor Ort umgesetzt werden. Vertreter:innen aus dem Rohstoffsektor gehen von einer (In-)Akzeptanzstufe von $\bar{X} = 4,5$ bei den Anwohner:innen aus, die sächsische Bevölkerung weicht davon ab: Die Differenz der lokalen (In-)Akzeptanzstufen beträgt $\Delta_{LA} = -1,4$. Die Einschätzung der Unternehmensvertreter:innen aus der erneuerbaren Energiebranche ist mit $\Delta_{LA} = -0,4$ am realistischsten.

Tabelle 4.37 (In-)Akzeptanzstufen, von Unternehmensvertreter:innen vermutet und von Bevölkerung angegeben nach Kategorien. Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*

Kategorie	(In-)Akzeptanzstufen von Unternehmens- vertreter:innen vermutet (\bar{X})	Angabe der Bevölkerung			
		soziopolitisch		lokal	
		\bar{X}_{SA}	Δ_{SA}	\bar{X}_{LA}	Δ_{LA}
Energiesektor	5,5	5,0	-0,5	4,0	-1,5
Fossile Energie	6,3	4,7	-1,6	3,3	-3,0
Erneuerbare Energie	5,4	5,8	+0,4	5,0	-0,4
Rohstoffsektor	4,5	4,2	-0,3	3,1	-1,4
Tagebau	4,4	4,2	-0,2	3,1	-1,3
Untertagebau	3,8	4,2	+0,4	3,2	-0,6

²⁶ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

²⁷ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

Die Unternehmen schätzen die (In-)Akzeptanzstufe der Politiker:innen vor Ort mit $\bar{X} = 5,7$ als *eher akzeptierend*, die Unternehmen im Bereich der fossilen Energieumwandlung vollständig als *zustimmend* und die Unternehmen aus dem Tagebausektor als *duldend* ein. Aufgrund der Zielstellung dieser Arbeit sowie der zum Teil geringen Fallanzahl werden die vermuteten (In-)Akzeptanzstufen der anderen Anspruchsgruppen hier nicht ausgewertet.

4.2.3 Stakeholder:innen- und Kommunikationsmanagement

Bei der schriftlichen Befragung sind den Unternehmensvertreter:innen als Anspruchsgruppen Anwohner- sowie Lokalpolitiker:innen vor Ort vorgegeben. Sie werden gebeten, weitere zu ergänzen. Im Durchschnitt nennen die Befragten eine weitere Gruppe. Dies lässt vermuten, dass den Unternehmer:innen die Vielzahl der Stakeholder:innen und deren Einfluss nicht bewusst ist. In der Onlineumfrage werden den Befragten neun Stakeholder:innen vorgegeben. Dabei geben 78,8 % an, zu Anwohner:innen, 73,1 % zu Politiker:innen vor Ort und 63,5 % zu Behörden **Kontakt** zu haben. Es folgen Naturschutzorganisationen (26,9 %), Medienvertreter:innen (25,0 %), Politiker:innen auf Landes-/Bundesebene (23,1 %), Einzelpersonen, die nicht im Umkreis des Projekts wohnen/arbeiten (22,1 %), Bürger:inneninitiativen (21,2 %) sowie organisierte Gruppen (13,5 %). Vier Unternehmen geben an, zu keiner der Anspruchsgruppen Kontakt zu haben; drei davon gehören dem Rohstoffsektor an, das andere Unternehmen der Kategorie *Sonstige*.

Wenn Kontakt zu den Stakeholder:innen besteht, ist dieser laut Unternehmensvertreter:innen zumeist *selten* ($N_{min} = 12$, $N_{max} = 79$). Der Kontakt zu den Anwohner:innen findet zu 20,3 % *häufig*, zu 40,5 % *regelmäßig* und zu 39,2 % *selten* statt. Dabei ist der Kontakt zu den Stakeholder:innen zumeist *proaktiv* ($N_{min} = 10$, $N_{max} = 75$). Den Kontakt zu den Anwohner:innen beschreiben jeweils 42,7 % als *zufällig* oder *proaktiv*, 14,7 % als *zwangsweise*.

81,8 % der Unternehmer:innen haben keine **Presse-, Marketing- oder Öffentlichkeitsabteilung**. Von den anderen Unternehmen ist diese, außer in einem Fall, in der Unternehmenszentrale angesiedelt und nicht an der sächsischen Betriebsstätte. Als Anzahl der Mitarbeiter:innen für die Kommunikationsabteilungen geben vier Unternehmer:innen eine Person an, drei Unternehmen zwei oder drei und vier 8–15 Personen. Die Entscheidung, welche Kommunikationsmaßnahmen durchgeführt werden, fällt in 90,9 % der Fälle die Geschäftsführung.

Bei neun vorgegebenen **Kommunikationsmaßnahmen** geben 8,0 % der Unternehmer:innen an, keine zu nutzen. Eine Website haben 83,9 %, Sponsoring betreiben 54,0 %, Veranstaltungen führen 49,4 % durch, Pressearbeit betreiben

44,8 % (davon 60,5 % aktiv, 39,5 % passiv). 37,9 % geben an, Unternehmensbrochüren bzw. -flyer, 34,5 % öffentliche Vorträge oder Gesprächsrunden, 33,3 % Werbeanzeigen (davon 76,0 % in regionalen Zeitungen, 36,0 % in Fachzeitschriften), 20,7 % Social Media-Kanäle, 19,5 % Publikation von Artikeln in Fachzeitschriften oder Vorträge auf Fachkongressen/-tagungen zu nutzen.

Die **Wichtigkeit der Kommunikationsarbeit** bewerten die Befragten auf einer vierstufigen Skala: eins für *keine*, zwei für *geringe*, drei für *hohe* bis vier für *sehr hohe* Bedeutung. Sie empfinden sie am wichtigsten in der Planungs- und Umsetzungsphase, gefolgt von der Betriebsphase sowie der Entscheidungs- und Verhandlungsphase ($N_{min} = 74$, $N_{max} = 85$). Die Rekultivierung/Renaturierung sowie Ideenphase empfinden sie im Rahmen ihrer Kommunikationsarbeit als weniger bedeutsam.

14,0 % der Befragten geben an, dass die **Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit** in Sachsen für ihr Unternehmen groß ist, 37,2 % stimmen dem *eher zu*, 32,6 % *eher nicht* und 16,3 % *nicht zu*. Die Pressearbeit erfolgt bei der Hälfte der Unternehmen (eher) reaktiv, also durch das Beantworten von Medienanfragen. Ein umfassendes Konzept für die Kommunikationsarbeit haben 3,5 % der Unternehmen. Die Öffentlichkeitsarbeit bezieht sich bei 77,6 % der Befragten überwiegend auf die Region und soll bei 74,4 % die regionale Unterstützung sichern. Der Aussage, dass die Öffentlichkeitsarbeit (eher) überregional ausgerichtet ist, stimmen 21,2 % zu. Dem Ziel, dass das Image und die Bekanntheit im weiteren Umfeld erhöht werden soll, stimmen 53,0 % (eher) zu. Eine auf die unterschiedlichen Zielgruppen ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit betreiben laut eigenen Angaben 13,4 %, 32,9 % stimmen der Aussage eher zu.

Aktivitäten für Schüler- oder Lehrer:innen führen 58,8 % der Befragten durch. Dabei dominieren Exkursionen und Projekte an Schulen, gefolgt von Schüler:innenpraktika. Als Gründe, warum bisher keine Aktivität stattfindet, wird hauptsächlich die fehlende Zeit/Kapazität genannt. Weiterhin, dass kein Kontakt zu Schulen sowie kein Interesse von Seiten der Schüler:innen oder Lehrer:innen bestünde.

29,2 % sehen keine **Probleme bei der Öffentlichkeitsarbeit**. Als meistgenannte Antwort bezüglich der Probleme geben 52,8 % zu wenig Personal bzw. zu geringes Budget an, 33,3 % wissen nicht, welche Maßnahmen genutzt werden sollten, 23,6 % geben an, dass das Personal nicht ausreichend geschult sei und 18,1 % nennen negative Resonanz in der Vergangenheit.

4.3 Kommunikation als Mittel zur Akzeptanzsteigerung im Energie- und Rohstoffsektor

Das Akzeptanzniveau vor Ort für konkrete Projekte zu steigern, setzt ein strategisches Vorgehen voraus, das die theoretischen Erkenntnisse der Kommunikationswissenschaften und der Akzeptanzforschung gezielt in der Praxis anwendet. Für die Erarbeitung dieser Strategie und die Auswahl zielführender Instrumente ist zunächst die grundlegende Analyse der Stakeholder:innen des Projekts nötig. Diese Ausarbeitung ermöglicht die effektive Bearbeitung der Zielstellung.

Wenn dieser Schritt erfolgt ist, stehen Unternehmen allerdings vor einer Herausforderung: Bisher existieren keine wissenschaftlichen Quellen, die geeignete Maßnahmen zur Steigerung der Akzeptanz darlegen. Um diesem Mangel zu begegnen und ihn zu beheben, werden in dieser Arbeit verbreitete Maßnahmen aus der wissenschaftlichen Literatur mithilfe der Media Richness Theory (Daft & Lengel, 1983) auf ihre Eignung bewertet. Weiterhin werden die Hinweise aus den Interviews mit den Kommunikationsexpert:innen zu Maßnahmen und Strategien inkludiert.

4.3.1 Kommunikator- und Stakeholder:innen

Wird geplant, ein Projekt aus dem Energie- oder Rohstoffsektor umzusetzen oder zu erweitern, muss für die Kommunikationsarbeit zunächst das Personal bestimmt, Verantwortlichkeiten und Befugnisse, das Budget und die Abläufe festgelegt werden (Brettschneider, 2014). In der Umfrage unter den in Sachsen tätigen Unternehmen wurde festgestellt, dass 81,8 % der Unternehmen über keine Presse-, Marketing- oder Öffentlichkeitsabteilung verfügen, und als häufigste Antwort bei der Frage nach Problemen in der Öffentlichkeitsarbeit wird zu wenig Personal bzw. zu geringes Budget genannt. Die Geschäftsführer:innen entscheiden in der Regel, welche Kommunikationsmaßnahmen – wenn überhaupt – durchgeführt werden. Die Unternehmer:innen übernehmen ergo neben ihrer Verantwortung für die Führung des Unternehmens zusätzlich die implizite Aufgabe, Akzeptanz für die Projekte ihrer Unternehmen zu generieren, dies sollte durch geeignetes Kommunikationsmanagement erfolgen. Ein:e interviewte:r Kommunikationsexperte:in hebt hervor, dass „Kommunikation ... ein professionelles Handwerk [ist], das man lernen muss und für das es Experten braucht“. Erst mit einer „profunden Kommunikationsausbildung“ (ebd.) sei es möglich, sinnvoll über Kommunikationsmaßnahmen zu entscheiden, „weil

dazu auch so etwas wie Erfahrungswissen gehört und auch theoretisches Wissen über Kommunikationsprozesse, über öffentliche Meinungsbildungsprozesse, über den politischen Prozess“ (ebd.). Folglich raten die für diese Arbeit befragten Kommunikationsexpert:innen dazu, im Unternehmen mindestens eine:n **Public Relations-Manager:in** zu beschäftigen; welche:r eng an die Projektleiter:in angebunden ist, und sich **fallweise einer Public Relations-Agentur** zu bedienen.

Eine solche Vorgehensweise stellt jedoch insbesondere KMU vor eine Herausforderung, weil ihre finanziellen Mittel begrenzt sind. Statt die Akzeptanzkommunikation in den einzelnen Unternehmen anzusiedeln, erscheint die Option prüfenswert, das strategische Kommunikationsmanagement diesbezüglich durch die Verbände zu organisieren, in denen sie sich engagieren. Eine Möglichkeit wäre, dass die Unternehmen dafür freiwillig eine monatliche oder jährliche Zusatzgebühr, ähnlich einer Versicherung, an die Verbände entrichten und diese sie bei einem neuen Vorhaben kommunikativ unterstützen. Die Verbände würden ihre eigene Kommunikationsabteilung aufstocken, diese Mitarbeiter:innen auf die Kommunikationsarbeit in dem jeweiligen Sektor schulen und deren **Arbeitsleistung den Unternehmen bereitstellen, wenn konkreter Bedarf besteht**.

Unabhängig von einer potenziellen Zentralisierung der operativen Kommunikation auf Verbandsebene sollte zumindest die Möglichkeit einer übergreifenden **Inстанz zur Beratung und Information** (Mast & Stehle, 2016) geprüft werden. Sie könnte einerseits die Unternehmen beraten. Andererseits stünde sie, ähnlich einer Verbraucher:innenzentrale als neutrale Ansprechstelle für Bürger:innen bereit, die konkrete Bedenken oder Befürchtungen gegenüber einem Projekt haben, das in ihrem Umfeld umgesetzt werden soll.

Für ein konkretes Vorhaben ist in der Vorplanung auf Unternehmensseite zunächst eine Stakeholder:innen- und Themenanalyse notwendig (Brettschneider, 2016; Abschnitt 2.2.2; Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Wie die Befragung der im Freistaat tätigen Unternehmen gezeigt hat, ist den Unternehmensvertreter:innen die Bedeutung und Vielzahl der Stakeholder:innen wenig bewusst, nur zu einem Teil der Gruppen besteht bisher Kontakt und dieser ist in der überwiegenden Zahl selten (Abschnitt 4.2.3). Des Weiteren betreiben laut eigenen Aussagen nur 13,4 % der Firmen eine auf die unterschiedlichen Zielgruppen ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit. Dabei ist für die Gefährdung eines Projekts bereits der Widerstand einer einzelnen Anspruchsgruppe ausreichend (Thyen, 2015). Potenziert wird dieses Risiko, sobald es zur Koalition mehrerer Stakeholder:innen kommt (ebd.). Entsprechend gilt es, die Anspruchsgruppen innerhalb der „unterschiedlichen Stufen der Wertschöpfungskette“ (Rogall et al.,

2016, S. 91) mit ihren ungleichen Bedürfnissen zu erarbeiten; die Bürgerschaft ist dabei nur eine der Anspruchsgruppen.

Grundsätzlich sind bei Bau- und Infrastrukturprojekten die Akteur:innen häufig ähnlich (Vonier, 2013), dennoch kann in dieser Arbeit keine vollständige Liste der Stakeholder:innen erarbeitet werden. Dies ist u. a. darin begründet, dass die Akteur:innenlandschaft regional sehr differenziert ausgeprägt ist und die Einflussnahme der Stakeholder:innen zum Teil auf dem Engagement Einzelner beruht (Kanning et al., 2009; Klagge, 2013). Zudem gilt, dass die Art und Anzahl der Beteiligten sich je nach räumlichem, sachlichem und personellem Ausmaß des Projekts, nach Ausführungsfortschritt und Komplexität des Verfahrens sowie nach Art und Anzahl der beteiligten Behörden unterscheidet (Spiegel, 1998). Eine allumfassende Liste²⁸ wäre deshalb bei veränderten Rahmenbedingungen und speziell an einem

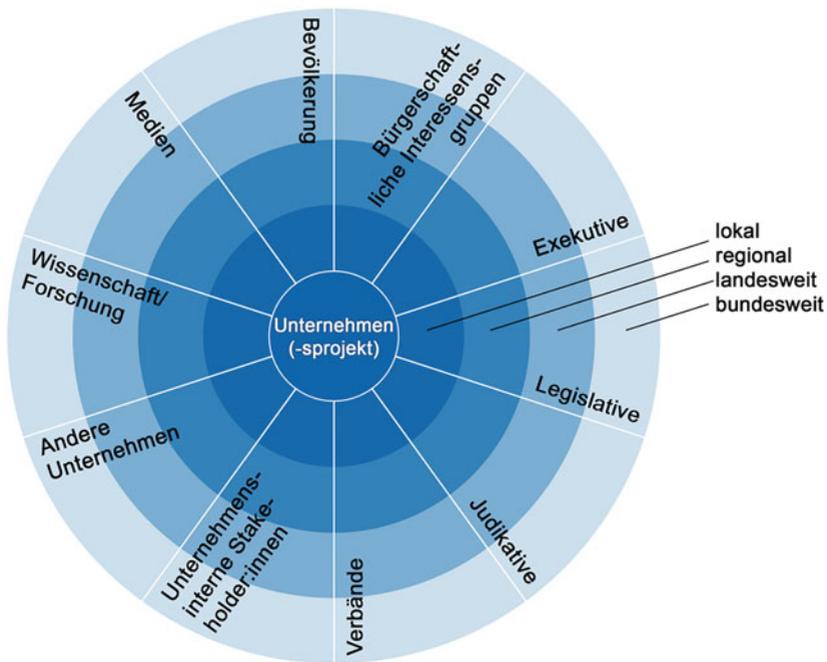


Abbildung 4.8 Übersicht über Stakeholder:innengruppen

²⁸ Nach Theuvsen (2014) kann „es keine abschließende Liste von Anspruchsgruppen [geben]“ (S. 249).

anderen Ort obsolet. Als Anhaltspunkt für die Unternehmensvertreter:innen wurde beispielhaft eine Übersicht von möglichen Stakeholder:innen(-gruppen) zusammengestellt (Abbildung 4.8). Die Stakeholder:innen sind Teil folgender Gruppen: Bevölkerung, bürgerschaftliche Interessengruppen, Exekutive, Legislative, Judikative, Verbände, unternehmensinterne Stakeholder:innen, andere Unternehmen, Wissenschaft/Forschung sowie Medien. Die Stakeholder:innengruppen sind auf Grundlage der Nähe zum Unternehmen/-sprojekt unterteilt. Dies bezieht sich zumeist auf die Ebenen lokal, regional, landes- und bundesweit.

Unter Bevölkerung werden die An- und Einwohner:innen zusammengefasst. Sie können gleichzeitig in einer Rolle als Kund-, Privatinvestor-, Arbeitnehmer- und Verbraucher:innen von Bedeutung sein. Auf der ersten, der lokalen Ebene sind die Anrainer- und Ortsanwohner:innen zu nennen. Im regionalen Umfeld sind die Einwohner:innen der Gemeinde, im landesweiten Umfeld die Bürger:innen des Bundeslands und auf Bundesebene die Bürger:innen Deutschlands aufzuführen. Aus der Bevölkerung bilden sich die bürgerschaftlichen Interessengruppen: Auf lokaler Ebene bspw. Bürger:inneninitiativen für oder gegen Projekte, regional können Kirchgemeinden, landesweit Verbraucher:innenverbände oder in Sachsen der Naturschutzverband Sachsen e. V. und bundesweit Umweltverbände wie der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND) oder Naturschutzbund Deutschland e. V. (NABU) genannt werden. Als Vertreter:innen der Exekutive, Legislative und Judikative sind in die jeweiligen Ebenen z. B. die entsprechenden Gerichte, Bürgermeister:innen, Parlamente, Landes-, Bundesregierung mit ihren Ministerien, Behörden, Anstalten, Ämtern und Beiräten zu beachten. Zu anderen Unternehmen besteht zum Teil nicht nur ein Konkurrenzverhältnis, sondern auch Geschäfts-, Kooperations- und Zulieferbeziehungen und Interessengemeinschaften. Als Zusammenschlüsse von Unternehmen in Form von Verbänden können auf Bundesebene der Verein der Kohlenimporteure e. V., Bundesverband Erneuerbare Energie e. V., AEE, Verband Bergbau, Geologie und Umwelt e. V., BDI, VRB, RDB und weitere genannt werden; auf Landesebene sind dies zumeist Landesverbände der Bundesverbände. Den direktesten Einfluss haben Unternehmer:innen in der Regel auf ihre internen Stakeholder:innen. Am engsten sind Eigentümer:innen, Vorstand, Betriebs-, Personalrat sowie Mitarbeiter:innen angebunden. Die letzte Gruppe hat eine Doppelrolle: Sie ist Zielgruppe und gleichzeitig Vermittler:in des Unternehmensimages. Auf den anderen Ebenen sollten Verwaltungs-, Aufsichtsrat, Tochtergesellschaften, Business Units, Anteilseigner- und Fremdkapitalgeber:innen beachtet werden. Der Bereich Wissenschaft/Forschung inkludiert regionale Vereine, bspw. das Geokompetenzzentrum Freiberg e. V., aber auch Hochschulen und

Institute. Je nach Zielstellung gilt es lokale, regionale, landes- oder bundesweite Medienvertreter:innen einzubinden.

Die Stakeholder:innen(-gruppen) lassen sich noch detaillierter darstellen, bspw. ist eine Erweiterung auf europäische oder internationale Ebene möglich, sodass z. B. International Energy Agency, European Federation of Energy Traders, Europäische Vereinigung für Erneuerbare Energien e. V. inkludiert werden.

Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit, die Übersicht zeigt allerdings die Vielzahl und deutet die Heterogenität der Stakeholder:innen(-gruppen) an. Ergänzend sei zudem darauf hingewiesen, dass diese und andere Stakeholder:innen sich in sozialen Netzwerken bewegen und dort gegebenenfalls als Meinungsführer:innen fungieren. Welche Personen und Institutionen bspw. bei Twitter zu erneuerbarer Energie als solche gelten können, wurde bereits in einem vorab veröffentlichten Artikel erläutert (Walter & Hanke, 2020).

Sind die Stakeholder:innen des Projekts bekannt, erfolgt eine Analyse des Einflusspotenzials der verschiedenen Akteur:innen und eine Erarbeitung ihrer Interessen und Befürchtungen.²⁹ Ist dies gegeben, können Unternehmer:innen eine angepasste Kommunikationsstrategie sowie daraus resultierend ein -instrumentarium zur Akzeptanzsteigerung entwickeln (Interview mit Kommunikationsexpert:innen).

4.3.2 Bewertung potenziell akzeptanzsteigernder Maßnahmen

Nachfolgend werden auf Basis der Analyse kommunikationswissenschaftlicher Literatur, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, Instrumente aufgelistet, die genutzt werden können, um operativ die Akzeptanz von Bürger:innen gegenüber Unternehmen und ihren Projekten zu steigern. Diese Übersicht dient einerseits dazu, die Vielfältigkeit kommunikativen Handelns von Unternehmen darzustellen. Sie nimmt gleichzeitig eine Systematisierung vor, indem sie die Instrumente den PEO-Kategorien (Corcoran, 2009) zuordnet. Die Instrumente werden für diese Arbeit anhand der Media Richness Theory (Daft & Lengel, 1983) bewertet. Dabei werden die vier Kriterien Feedbackfähigkeit, Vielfalt analoger Zeichen, sprachliche Vielfalt und Übertragbarkeit von Persönlichem einzeln betrachtet, wobei

²⁹ Siehe Abschnitt 2.2.2. Als Ausgangspunkt für die Gruppe der Bevölkerung kann die in dieser Arbeit dargelegte sachsenweite Umfrage dienen, die insbesondere Argumente für und gegen den inländischen Rohstoffabbau und die Befürchtungen bei der fossilen und erneuerbaren Energieumwandlung feststellt (Abschnitt 4.1.3, 4.1.4).

eine dreistufige Skala genutzt wird. Der Wert eins bedeutet, dass dieses Kriterium nicht auf die Maßnahme zutrifft, die Zahl zwei wurde vergeben, wenn das Kriterium zutreffen kann, aber nicht muss und mit drei wurde bewertet, wenn die Maßnahme das Kriterium aufgrund ihrer Eigenschaften per se erfüllt. Für die Maßnahmen mit hoher Bewertung gilt, dass sie potenziell besser geeignet sind, die Akzeptanz zu steigern, wobei sie immer auf die lokalen Gegebenheiten des konkreten Projekts abgestimmt werden müssen.

Paid inkludiert kommunikative Instrumente, bei denen Unternehmen bezahlen, um ihre Botschaften über einen Kanal zu verbreiten, den sie nicht selbst kontrollieren (Auler & Huberty, 2019). Bei den Paid-Instrumenten wird den Paid Social Media-Maßnahmen mit jeweils neun Punkten die höchste Punktzahl vergeben; Affiliate-Marketing, Außenwerbung/Plakate sowie die Formen der Print-Werbung erhielten jeweils nur vier Punkte (Tabelle 4.38).

Earned umfasst Instrumente, bei denen Besitzer:innen von Kanälen, die das Unternehmen nicht kontrolliert, die Botschaften des Unternehmens aufgreifen und verbreiten, ohne dass das Unternehmen sie dafür entlohnt (Auler & Huberty, 2019). Unter den Earned-Instrumenten werden sowohl die Beteiligungsformate auf den Stufen der Anhörung und Konsultation, Kooperation und Mitentscheidung als auch Bürger:innenbüro, Diskussionsveranstaltungen sowie unter Medien-/Pressearbeit die Pressekonferenz und Hintergrundgespräche mit der Maximalpunktzahl von zwölf Punkten bewertet (Tabelle 4.39).

Unter **Owned** werden Instrumente eingeordnet, bei denen das Unternehmen Kanäle nutzt, die es selbst kontrolliert (Auler & Huberty, 2019). Ambush-Marketing, Infotafeln, Naturschutzprojekte am Standort, Newsgroups sowie Social Bookmarking scheinen für die Akzeptanzkommunikation durch Owned-Instrumente am wenigsten geeignet (Tabelle 4.40, 4.41). Die Maximalpunktzahl erhalten Besucher:innen-/Infozentren, Bürger:innensprechstunde sowie Informationsveranstaltungen, gefolgt von Bildungsprojekten für Kinder/Jugendliche und Erwachsene mit elf Punkten.

Nachfolgend werden die Instrumente dargelegt, die mindestens acht von zwölf möglichen Punkten erreichen oder von den interviewten Kommunikationsexpert:innen für den Umgang mit den Stakeholder:innen hervorgehoben werden.

4.3.3 Einsatz akzeptanzsteigernder Maßnahmen

Kommunikation ist Teil jedes Projekts, aber nur dann erfolgreich, wenn sie „nicht am Ende eine Schleife um ein fertiges Paket macht, sondern den Inhalt

Tabelle 4.38 Liste potenziell akzeptanzsteigernder Paid-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory

Paid-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory				
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem	Σ
Affiliate-Marketing	1	1	1	1	4
Außenwerbung/Plakate	1	1	1	1	4
Corporate Social Responsibility (CSR)-Maßnahmen: Sport-, Kultur-, Sozio-, Ökosponsoring	2	2	2	2	8
Finanzielle Beteiligung	2	2	2	2	8
Online-Werbung: Display-/Suchmaschinenwerbung/ Advertorials	2	2	2	2	8
Paid Social Media: Influencer:innen Relations, Kooperationen mit Blogger-, Vlogger-, Instagrammer:innen	3	2	2	2	9
Paid Social Media: Social Media Advertising	3	2	2	2	9
Print-Werbung: Anzeigen in regionalen Zeitungen/ Gemeindeblättern	1	1	1	1	4
Print-Werbung: Anzeigen in Fachzeitschriften	1	1	1	1	4
Radio-Werbung	1	2	3	2	8
TV-/Kino-Spots	1	2	3	2	8

des Paketes mitbestimmen kann“ (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Für die Akzeptanzkommunikation kann dabei auf das **gesamte Spektrum der Kommunikationsinstrumente** zurückgegriffen werden, wobei sich insbesondere Dialog- und Teilnehmungsformate anbieten (DPRG, 2018; Abschnitt 4.3.2). Die befragten Kommunikationsexpert:innen unterstreichen neben der massenmedialen Vermittlung die Wichtigkeit von **persönlichen, dialogorientierten Maßnahmen** (Brettschneider, 2014; Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Die globale Empfehlung bestimmter Maßnahmen ist nicht zielführend, „sondern muss auf den jeweiligen kommunikativen Kontext in der jeweiligen Kommunikationssituation“

Tabelle 4.39 Liste potenziell akzeptanzsteigernder Earned-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory

Earned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory					Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem		
Artikel in Fachzeitschriften	1	1	1	1	1	4
Beteiligung in Onlineforen	3	1	1	2	2	7
Beteiligungsformate auf der Stufe der Anhörung und Konsultation (z. B. Bürger:innenversammlung, Anhörungen)	3	3	3	3	3	12
Beteiligungsformate auf der Stufe der Kooperation (bspw. Runder Tisch, Planungszelle, Bürger:innenhaushalt)	3	3	3	3	3	12
Beteiligungsformate auf der Stufe der Mitentscheidung (z. B. Bürger:innengutachten, Bürger:innenbeauftragte, Beirat)	3	3	3	3	3	12
Bürger:innenbüro	3	3	3	3	3	12

(Fortsetzung)

Tabelle 4.39 (Fortsetzung)

Earned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory					Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem		
Diskussionsveranstaltungen (z. B. Bürger:innen- versammlungen)	3	3	3	3		12
Earned Social Media Content	3	2	2	3		10
Giveaways	1	1	1	1		4
Internetgestützte Beteiligung (E- Government/-Democracy, Vorschlagswesen)	2	1	1	1		5
Lobbying	2	3	3	3		11
Medien-/Pressearbeit: Pressemitteilung/-mappe	1	2	2	2		7
Medien-/Pressearbeit: Pressekonferenz, Hintergrundgespräche	3	3	3	3		12

Tabelle 4.40 Liste potenziell akzeptanzsteigernder Owned-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 1

Owned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 1					Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem		
Ambush-Marketing	1	1	1	1	1	4
Bautagebuch	2	2	2	2	2	8
Besucher:innen- /Infozentren	3	3	3	3	3	12
Beteiligungsformate auf der Stufe der Information (z. B. Befragung, Bürger:innenforum)	2	3	3	2	2	10
Betrieb von Onlineforen	3	2	2	2	2	9

Tabelle 4.41 Liste potenziell akzeptanzsteigernder Owned-Instrumente inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 2

Owned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 2					Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem		
Bildungsprojekte für Kinder und Jugendliche (Schulpatenschaft, Unterrichtsangebot oder Projekttag)	2	3	3	3		11
Bildungsprojekte für Erwachsene	2	3	3	3		11
Bürger:innensprechstunde	3	3	3	3		12
Co-Nutzung des Unternehmensgeländes (für öffentliche Belange)	2	2	2	2		8
Computer- und Online-Spiele	2	2	2	2		8
Corporate Publishing-Produkte: Berichte (Geschäfts-, Quartals-, Zwischenbericht)	1	1	1	2		5
Corporate Publishing-Produkte: Corporate/Brand Web- oder Microsite	2	2	2	2		8

(Fortsetzung)

Tabelle 4.41 (Fortsetzung)

Owned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 2					Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem		
Corporate Publishing-Produkte: Corporate/Executive Blog	2	2	2	2		8
Corporate Publishing-Produkte: Corporate Press Room/Media Center	1	2	2	2		7
Corporate Publishing-Produkte: Broschüre/Flyer/Infoblätter	1	1	1	2		5
Corporate Publishing-Produkte: Audio-/Videopodcast	2	3	3	2		10
Corporate Publishing-Produkte: Web-TV	2	3	3	2		10
Corporate Publishing-Produkte: Imagefilm/Verfilmung Mission Statement	1	3	3	2		9

(Fortsetzung)

Tabelle 4.41 (Fortsetzung)

Owned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 2					Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem		
Corporate Publishing-Produkte: Kund:innenzeitschrift	2	1	1	2		6
Corporate Publishing-Produkte: Microblogging	3	2	2	2		9
Corporate Publishing-Produkte: Visualisierung/Simulation: Vorher-Nachher-Bilder, Animationsfilme, Echtzeit-simulationen, Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), drei-/fünf-dimensionale-Planung (3D/5D)	2	2	2	2		8
Guerrilla-Marketing/Campaign Hijacking	1	2	1	1		5

(Fortsetzung)

Tabelle 4.41 (Fortsetzung)

Owned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 2					Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem		
Informationsveranstaltungen (Tag der offenen Tür, Stammtische, Exkursion für Fachleute und Laien, Besichtigungen/-fahrten zu Betrieben und Anlagen, Betriebsbegehungen, Führungsangebote, Fachvorträge für interessierte Öffentlichkeit)	3	3	3	3		12
Infotafel	1	1	1	1		4
Live Cam von Bauarbeiten u. ä.	2	1	1	1		5
Livestreams von Veranstaltungen	2	2	2	2		8
Livestreams: Messen/Ausstellungen, Events, Roadshows, Showroom, Brand Lands	3	2	2	2		9
Mailings per E-Mail oder Post	2	1	1	1		5

(Fortsetzung)

Tabelle 4.41 (Fortsetzung)

Owned-Instrument	Bewertung anhand Media Richness Theory, Teil 2						Σ
	Feedbackfähigkeit	Vielfalt analoger Zeichen	Sprachliche Vielfalt	Übertragbarkeit von Persönlichem			
Naturschutzprojekte am Standort (über gesetzliche Notwendigkeit hinaus)	1	1	1	1			4
Newsgroups	1	1	1	1			4
Owned Social Media	3	2	2	2			9
Social Bookmarking	1	1	1	1			4
Telefonmarketing	3	2	3	2			10
Wanderausstellung	1	2	2	2			7
Wiki	3	1	1	1			6

(Interview mit Kommunikationsexpert:innen) abgestimmt sein. Dies inkludiert neben den Stakeholder:innen und ihren Interessen u. a. Ort, Umfeld und Zeitpunkt der Planung/Durchführung (ebd.).

In dieser Arbeit wird die Anspruchsgruppe der Bürger:innen fokussiert. Dabei soll nicht versucht werden, die Einstellung überzeugter Gegner:innen zu verändern. Sie sind für die Akzeptanzgenerierung nicht erreichbar, weil sie weder für Dialog noch für rationale Argumente zugänglich sind und ihre fundamentale Ablehnung durch kommunikativ-diskursive Bemühungen nicht aufgehoben werden kann (Hübner, 2016; Rugenstein, 2017). Ohnehin stellt diese Gruppe in der Regel einen „kleinen Kern von Personen“ (Rugenstein, 2017, S. 161) dar, den Unternehmen als „dauerhafte radikale Opposition“ (ebd.) hinnehmen müssen. So stellt ein:e Kommunikationsexpert:in fest, dass „Kommunikationsmaßnahmen tendenziell die öffentliche Meinung im Hinblick auf Projekte und Unternehmungen beeinflussen können“ (Interview mit Kommunikationsexpert:innen), jedoch nicht geeignet seien, sie vollkommen umzukehren. Professionelle Kommunikation strebt zwar nicht danach, Widerstand und Proteste zu unterdrücken, sie können gleichzeitig aber nicht ignoriert werden. Öffentlichkeitswirksame Handlungen müssen durch die Unternehmen einkalkuliert werden (Schmidtke, 2016). Ziel muss es sein, die Meinungshoheit im öffentlichen Diskurs von Beginn an zu übernehmen, indem die Unternehmen die Diskussion über Argumente leiten, um damit Proteste zu neutralisieren oder zu übertönen (ebd.). Aufgrund der unveränderlichen Einstellung der Oppositionellen und um die Einflussnahme auf andere Gruppen zu verhindern, muss mit gezielter, strategischer Kommunikation die „**schweigende Mehrheit**“ (Krug, 2018, S. 15, Hervorhebung nicht im Original) **der unentschiedenen Bürger:innen proaktiv adressiert** werden. Zielführend ist, die Chance zu nutzen, zuerst zu kommunizieren und damit den öffentlichen Diskurs zu lenken (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Gleichzeitig ist kommunikatives Erfahrungswissen notwendig, weil das Themenfeld Energie „sehr aktuell und brisant diskutiert wird. Da muss man ... sensibler rangehen“ (ebd.), wohingegen Rohstoffe „abstrakter oder schwieriger zu kommunizieren [sind]“ (ebd.).

Information und Wissen

Ob und inwiefern Wissen und Information zur Akzeptanzsteigerung beitragen, ist wissenschaftlich **nicht eindeutig belegt**. Ein:e interviewte:r Kommunikationsexpert:in spricht in diesem Zusammenhang von einem alten Fehler, „der in der Theorie immer wieder vorzufinden ist, dass man durch Information mehr Akzeptanz schafft. Das ist schlicht nicht der Fall“. Einstellungen zu Technik seien „nur in bedingtem Maße wissensbasierte Entscheidungen“ (Jenssen, 2010, S. 198) und

„ein Mehr an Information und Wissen [muss] nicht automatisch zu mehr Akzeptanz [führen]“ (iit, 2015, S. 4). Dagegen stellen Zoellner et al. (2011) heraus, dass „frühzeitige Information und Kommunikation ... die Basisvoraussetzung für die Akzeptanz der Anlagen auf lokaler Ebene [bilden]“ (S. 25). Wissen kann mindestens als beförderndes Merkmal für die Einstellungs- und Meinungsbildung gelten (Schäfer & Keppler, 2013). Ein Indiz dafür ist, dass die Akzeptanz einem U-förmigen Verlauf folgt (Wolsink, 1989, 2007b), sie steigt nach Projektrealisierung an, weil die erwarteten negativen Auswirkungen nicht oder positive, zuvor nicht beachtete Folgen eintreten. Dies weist auf ein **Informations- und Wissensdefizit** über die positiven Auswirkungen der Anlagen hin.

Den Kenntnisstand der deutschen Bevölkerung bezüglich der Kohlenutzung beschreiben Nippa et al. (2013) als „äußerst unzureichend bzw. fehlerhaft“ (S. 2). Bei der erneuerbaren Energieumwandlung ist ein solches Informations- oder Wissensdefizit über positive Aspekte der Technik und einzelner Anlagen ebenso zu verorten (TNS, 2016, zit. nach BWE, 2018b). Laut Rentsch (1988) sind Informationsdefizite bezüglich des Objekts kennzeichnend für die Gruppe der Unentschlossenen, die aufgrund der Wissenslücken das jeweilige Objekt labil, nach sozialer Erwünschtheit bewertet. Bei der Geothermie stellt ein:e interviewte:r Kommunikationsexpert:in heraus, es fehle den Anwohner:innen an der Vorstellung bezüglich der Technik. Die unter der sächsischen Bevölkerung durchgeführte Umfrage bestätigt diese Aussage: Zu Biomasse, dem untertägigen Abbau sowie Geothermie fühlen sich mehr als die Hälfte der Befragten *eher schlecht* oder *schlecht* informiert. Die Nichtinformierten weisen zudem im Vergleich zu den anderen Gruppen sowohl bei der soziopolitischen als auch lokalen (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber fossiler und erneuerbarer Energieumwandlung und dem Rohstoffabbau die geringsten Akzeptanzwerte auf (Abschnitt 4.1.1). Folglich kann eine angepasste, früh ansetzende Informationsstrategie dazu beitragen, dass Fehlinformationen und Gerüchte vermieden, Missverständnisse aufgeklärt und Verständnis für Planungs- und Baumaßnahmen vermittelt werden (Rugenstein, 2017). Sie dient auch dazu, bürgerschaftliche Kritik nicht Überhand nehmen zu lassen: Die Kanalisierung, die z. B. ein koordinierter Austausch ermöglicht, macht es für Unternehmen einfacher, Protest zu begegnen und zu bearbeiten (ebd.). Erfolgt keine solche Kanalisierung, stehen den Unternehmen erst konkrete Ansprech- und Verhandlungspartner:innen zur Verfügung, wenn aus der diffusen Bewegung von Protestbereiten durch strukturierten Protest eine konkrete Gruppe entstanden ist (ebd.).

Um ein solches Defizit fehlender Ansprechpartner:innen vor Ort auszugleichen, sind u. a. Besucher:innen-/Infozentren, Beteiligungsformate auf der Stufe der Information, Bürger:innensprechstunden, Corporate/Executive Blogs oder

Corporate/Brand Web- und Microsites mit häufig gestellten Fragen, englisch: FAQ, inkl. Informationen zur Technik sowie ihren Vor- und Nachteilen und Visualisierungen geeignet (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Zusätzlich sind Informationsveranstaltungen, kurze, bebilderte und in verständlicher Sprache gehaltene Broschüren/Flyer/Infoblätter sowie Presse-/Medienarbeit in den Gemeinde- und Anzeigenblättern insbesondere im ländlichen Raum dienlich (ebd.). Für alle Beteiligten kann als einfaches Argumentarium das Joint Fact Finding ein geeignetes Instrumentarium sein (ebd.). Über Veranstaltungen sollte neben den Onlinepräsenzen via Pressearbeit sowie mit Plakaten im öffentlichen Raum aufmerksam gemacht werden (ebd.). Bei Veranstaltungen ist darauf zu achten, dass sie einen Infotainment-Charakter haben und die Besucher:innen in die Gespräche einbezogen werden (ebd.). Im Rahmen von Veranstaltungen und anderen Instrumenten ist die **Einbeziehung von Expert:innen** zu prüfen. Wissenschaftler:innen werden von der Bevölkerung als kompetenter wahrgenommen (Mast & Stehle, 2016), ihnen wird mehr Vertrauen entgegengebracht als anderen Gruppen und mehr als die Hälfte der Deutschen denkt, dass sie die gesellschaftlichen Folgen von technischer und wissenschaftlicher Entwicklung am besten erklären können (Europäische Kommission, 2010). Werden Wissenschaftler:innen in die Kommunikationspolitik inkludiert, gilt es zu beachten, dass diese zuvorderst objektiv auf der Sachebene argumentieren, während Medien und Öffentlichkeit eher moralisch-ethische Fragen diskutieren (Renn & Zwick, 1997). Das reine Erklären einer Technik muss daher ergänzt werden. Weiterhin ist die Reaktion der Bürger:innen gegenüber Wissenschaftler:innen ambivalent. Expert:innen, die positive Gutachten für Firmen erstellen, wird Misstrauen entgegengebracht oder ihre Unabhängigkeit infrage gestellt (Hanisch & Messinger-Zimmer, 2017). In solchen Fällen kann das Hinzuziehen anderer Expert:innen diesen Vorwurf mildern oder beseitigen (ebd.).

Die alleinige Erklärung technischer Fakten kann kaum Akzeptanz erzeugen, sodass Unternehmen die positiven Auswirkungen ihres konkreten Projekts für die lokale Bevölkerung hervorheben müssen. Zuverlässigkeit, Bezahlbarkeit, niedrige Endverbraucher:innenpreise sowie eine dauerhafte Unabhängigkeit von Stromimporten sind der deutschen Bevölkerung in Bezug auf die Energieversorgung tendenziell wichtig (Schubert, 2016). Die fossile Energieumwandlung erfüllt diese und weitere Kriterien. Mehr als die Hälfte der deutschen Bevölkerung stimmt voll und ganz oder eher zu, dass Kohle die Energieversorgungssicherheit gewährleistet, Umweltbelastungen durch den heimischen Abbau wegen des entfallenden Transports aus dem Ausland reduziert werden und die Unternehmen und verbundenen Industriezweige viele Arbeitsplätze sichern (Nippa et al., 2013). Um vor Ort Akzeptanz zu generieren, muss die Bedeutung des Projekts ebenso wie

sein Nutzen deutlich aufgezeigt werden (Schönauer, 2017). Wenn dies gelingt und eine positive Identifikation möglich wird, ist mit einem höheren Akzeptanzniveau zu rechnen (Renn, 2015a; Renn et al., 2017). Jedoch sind die positiven Aspekte zuvorderst soziopolitischer Natur, sofern der lokalen Bevölkerung nicht aufgezeigt wird, welche Vorteile sich für sie persönlich ergeben. Die sachsenweite Umfrage hat gezeigt, dass sich die Akzeptanz bei mehr als der Hälfte der Befragten leicht oder stark verbessern würde, wenn Arbeitsplätze in der Region geschaffen würden, Strom günstiger würde oder nach Projektende neue Naturschutzflächen entstünden (Abschnitt 4.1.5).

Gleiches gilt für erneuerbare Energie. Als Vorteile der Energieversorgung mittels erneuerbarer Quellen nennt die deutsche Bevölkerung den Beitrag zu einer sicheren Zukunft für folgende Generationen, zum Schutz von Ressourcen, zum Klima- und Umweltschutz und die stärkere Unabhängigkeit Deutschlands von Importen (TNS, 2012, zit. nach AEE, 2012; AEE, 2016). Auch für erneuerbare Energie gilt jedoch, dass die soziopolitische Akzeptanz allein nicht ausreicht, um Akzeptanz für konkrete Projekte zu sichern. Der abstrakte Beitrag zu einem nationalen oder weltweiten *Projekt Energiewende* muss greif-, sichtbar und vorteilhaft im persönlichen Erleben sein. Folglich sollte der Beitrag des einzelnen Projekts zu einem größeren Konzept kommuniziert werden. Die regionale Nutzung der vor Ort in Strom gewandelten Energie ist für die Akzeptanz von Bedeutung: Bürger:innen tolerieren Windkraftanlagen in ihrem unmittelbaren Umfeld eher, wenn sie den Strom selbst nutzen (Bovet & Lienhoop, 2017). Dies geht so weit, dass sie Stolz empfinden würden, wenn ihr Dorf eigenständig durch erneuerbare Energie versorgt würde (ebd.). Die Energiewende und die dafür notwendigen Anlagen bieten insbesondere ländlichen Regionen zudem neue Chancen und Möglichkeiten: Zu nennen sind u. a. die regionale/kommunale Wertschöpfung z. B. durch Pachten, Abgaben und Steuern wie die Gewerbesteuer sowie die positiven Effekte auf die lokale Beschäftigung entlang der gesamten Wertschöpfungskette (Tischer et al., 2006; Karpenstein & Rüppel, 2010; Gabriel et al., 2011; Eiselt, 2012; Steuer, 2013; Halwachs et al., 2017). Die erneuerbare Energiebranche bietet deutschlandweit über 370.000 Menschen Arbeit (AEE, o. D.-a); in Sachsen sind 1.600 Unternehmen in diesem Sektor tätig (FirmenWissen, 2018, zit. nach AEE, o. D.-a), die Bruttobeschäftigung lag im Jahr 2018 bei 15.140 Personen (GWS, 2018, zit. nach AEE, o. D.-b). Die Bevölkerung hat dafür jedoch kein Bewusstsein, Wind- und Sonnenenergie werden von ihr nicht als Branchen wahrgenommen, die für die Beschäftigung wichtig sind (IfD-Allensbach, 2004). Personalwerbung und -akquise im nahen Umfeld geplanter Projekte sind daher ein möglicher Ansatzpunkt, um Akzeptanz zu generieren.

Bei konkreten Windkraftprojekten gilt es den geringeren Flächenbedarf (Krugmann, 2015) im Vergleich zu Solaranlagen als Vorteil für die lokal Betroffenen hervorzuheben. Beschäftigte in der Landwirtschaft sind eine lohnenswerte Zielgruppe, da die Verpachtung von Flächen für sie lukrativ ist (Steuer, 2013) und sie gleichzeitig als Fürsprecher:innen in der dörflichen Gemeinschaft aktiv werden können. Die Umfrage unter der sächsischen Bevölkerung hat zudem gezeigt, dass sich die Akzeptanz bei über der Hälfte der Befragten leicht oder stark verbessern würde, wenn Strom günstiger, die Gemeinde finanziell profitieren, Arbeitsplätze in der Region geschaffen, das Unternehmen soziale Einrichtungen in der Region unterstützen, die Infrastruktur wie Straßen vor Ort verbessert und sich Unternehmen in der Region ansiedeln würden (Abschnitt 4.1.5).

Für Solarenergie als leise und unerschöpfliche Energiequelle, für Biomasse als jene ohne meteorologische Beeinflussung sowie für Geothermie als geräuscharme, unerschöpfliche Energiequelle, die zudem unabhängig von Tages- und Jahreszeit (Bundesverband Wärmepumpe e. V., o. D.) wie auch dem Wetter (Bauer et al., 2018) ist, gilt ebenso: Um lokale Akzeptanz zu generieren, muss der Bevölkerung neben Information zur technischen Funktionsweise ein individueller Nutzen vermittelt werden. Geothermie bietet bspw. die kommunikative Option, neben der Grundlastfähigkeit (Kluge & van Douwe, 2014), vor allem den geringen Flächenbedarf (Bauer et al., 2018) und die optische Unauffälligkeit im Vergleich zu anderen technischen Anlagen der Energieumwandlung zu thematisieren (BGR, 2020a).

Generell kann als Handlungsempfehlung für alle Unternehmen gelten, die **konkreten Vorteile** der Energiewende **vor Ort zu kommunizieren und diese zu visualisieren** (Hildebrand, 2011; Fuchs et al., 2016). Dies geht über die Eigenschaften der Anlagen hinaus. Um die Akzeptanz lokal zu steigern, sollten in die Kommunikation Vorteile integriert werden, die sich aus ihrer Errichtung und ihrem Betrieb für die lokale Bevölkerung ergeben – wo möglich, sollten diese Vorteile bewusst geschaffen werden. Dies kann eine finanzielle Beteiligung der Gemeinde oder Bürger:innen an den Gewinnen der Anlage sein (Fuchs et al., 2016), die ihnen unmittelbar zugutekommt wie bspw. die Ausstattung und der Betrieb neuer Kinderspielplätze, Kindertagesstätten, Freizeitangebote samt dafür nötiger Gebäude wie Dorfgemeinschaftshäuser oder karitative Unterstützung von Vereinen und gemeinnützigen Organisationen wie der örtlichen Freiwilligen Feuerwehr durch Anschaffung neuer Geräte. Zusätzlich muss bei Errichtung der Anlage durch kommunale Träger die Sicherung, im Optimalfall Senkung der Endverbraucher:innenkosten sowie die Entlastung des kommunalen Haushalts durch diese Investition und damit abermals der Nutzen für die Haushalte vor Ort betont werden (BWE, 2018a). Ein Profit durch günstige Energiekosten kann ebenso

durch nicht-kommunale Träger umgesetzt und kommuniziert werden (Schlegel & Bausch, 2007). Dabei ist es nicht zwingend nötig, die Preise zu senken. Bereits das Ausbleiben von direkten und indirekten Kosten wie Strompreiserhöhungen, Steuererhöhungen oder Straßenbaukosten kann zur Akzeptanzsteigerung beitragen (Rau et al., 2011).

Die lokale Akzeptanz für Rohstoffprojekte zu befördern scheint dagegen zunächst schwerer. Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung hält die Unabhängigkeit von einigen wenigen Rohstofflieferanten zwar für tendenziell sehr wichtig oder wichtig (Schubert, 2016). Für den Rohstoffabbau in Deutschland sprechen nach Meinung der sächsischen Bevölkerung insbesondere geringere Kosten, Sicherung von Arbeitsplätzen, Reduzierung von Transportwegen, Versorgungssicherheit und Unabhängigkeit von Importen (Abschnitt 4.1.3). Die positiven Folgen von Projekten für diese Motive sollten deshalb kommunikativ herausgestellt werden, sind aber eher soziopolitischer Natur. Die sachsenweite Umfrage hat gezeigt, dass sich die Akzeptanz für einen Tagebau bei mehr als der Hälfte der Befragten leicht oder stark verbessern würde, wenn Arbeitsplätze in der Region geschaffen würden, nach Projektende neue Naturschutzflächen oder den Bürger:innen zugängliche Wasserflächen entstünden, die Infrastruktur vor Ort ausgebaut, die Gemeinde davon finanziell profitieren, das Unternehmen soziale Einrichtungen unterstützen und Rohstoffe günstiger würden (Abschnitt 4.1.5). Zu prüfen ist durch die Unternehmen folglich, wie sie diese akzeptanzbeeinflussenden Faktoren abdecken und als Motive in ihre lokale Kommunikation einbeziehen können, um die Akzeptanz frühzeitig zu befördern. Die Frühzeitigkeit ist nötig, damit keine festen Muster etabliert werden, die die unentschlossene Bevölkerung beeinflussen. Der **wahrgenommene soziale Druck** (IIT, 2015), welchen Subjekte verspüren, wenn Bezugspersonen in ihrem direkten Umfeld oder in sozialen Medien sich gegen Industrie, Techniken oder bestimmte Anlagen aussprechen, beeinflusst die Akzeptanz negativ; konträr bietet frühzeitige Information und Aufklärungsarbeit die Möglichkeit, **Fürsprecher:innen zu gewinnen**, deren Akzeptanz sich auf andere Anwohner:innen überträgt und sich damit positiv auf das Akzeptanzniveau auswirkt (ebd.). Ist oder wird das Unternehmen durch das in Planung befindliche Vorhaben zu einem maßgeblichen Arbeitgeber in der Region, kann dies das Projekt zusätzlich in einem positiven Licht erscheinen lassen, wobei die Integration hilft: Eine Verbundenheit mit der Region, die sich z. B. in CSR-Projekten niederschlägt, entkräftet den Vorwurf einer Profitgier (Jobert et al., 2007; Hanisch & Messinger-Zimmer, 2017), weshalb karitatives Wirken immer auch medial begleitet werden sollte. Vorurteilen einer Zerstörung der Natur ist dabei faktenbasiert zu begegnen, indem Naturschutzverbände über die Folgen der

Rohstoffgewinnung aber auch über die Chancen wie einer Ansiedlung von schützenswerten Arten während und nach dem Abbau berichten (Aschenbrand et al., 2017; Weber et al., 2017). Dies kann einer negativen Assoziation entgegenwirken, bei der Anwohner:innen den für Rohstoffprojekte teils nötigen Eingriff in das Landschaftsbild als Diebstahl empfinden (Jobert et al., 2007).

Regionale Wertschöpfung

Besonders für Bergbauprojekte ist anzuraten, die **langfristigen Chancen der Nachnutzung zu planen, zu thematisieren und zu visualisieren**. Bergbaufolgelandschaften weisen beinahe einmalige Gestaltungsfreiräume auf (Kabisch & Linke, 2001). Eine Folgenutzung als Erholungsgebiet mit Seen (ebd.; MDR, o. D.) bietet der Bevölkerung etwa nicht nur einen Vorteil für die eigene Freizeitgestaltung, sie kann gleichzeitig ein Faktor der regionalen Wertschöpfung werden, die ein beeinflussender Akzeptanzfaktor ist (Schweizer-Ries et al., 2010a; Rau et al., 2011; Hildebrand, 2011; Kress & Landwehr, 2012; Halwachs et al., 2017; BWE, 2018a). Bei kleineren Projekten kann als langfristige Perspektive ebenso die individuelle Nutzung durch die heimische Bevölkerung thematisiert werden – etwa Schlittschuhlaufen, Skifahren, Angeln und Rudern (Kabisch & Linke, 2001).

Der Faktor der regionalen Wertschöpfung gilt ebenso für die Akzeptanz von erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen (Halwachs et al., 2017), die lokal deutlich höher ist, wenn positive Auswirkungen wahrgenommen werden (Schweizer-Ries et al., 2010a). Für die Bevölkerung sind Informationen bedeutsam, die dabei helfen zu begreifen, **welchen Stellenwert geplante Projekte für die Entwicklung des Ortes** haben (Renn, 2015a). Folglich sollte dieser Aspekt auf allen Kanälen mit konkreten, greifbaren Informationen und Beispielen, die den Nutzen für das angesprochene Individuum thematisieren, kommuniziert und damit besetzt werden (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Die **Einbindung von Testimonials**, die ihre persönlichen Vorteile glaubhaft darlegen, empfiehlt sich (ebd.). Ebenso kann bei erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen eine direkte finanzielle Erleichterung der Anlieger:innen durch eine Stromkostensenkung geprüft werden (ebd.; Abschnitt 4.1.5). Von starker Bedeutung ist bei vielen Akzeptanzfaktoren, regionale Besonderheiten zu beachten. Das Schaffen von Arbeitsplätzen, wirtschaftlicher Aufschwung, steigende Grundstücks- und Immobilienpreise sind für strukturschwächere Regionen oft positiv, können jedoch bei strukturstärkeren Regionen ein negativer Akzeptanzfaktor sein, wenn etwa auf einem angespannten Mietmarkt die Preise weiter steigen, weil neue Unternehmen sich ansiedeln und somit mehr Personen in die Region ziehen (Interview mit Kommunikationsexpert:innen).

Finanzielle Beteiligung

Da die finanzielle Beteiligung von Bürger:innen keine Kommunikationsmaßnahme (Interview mit Kommunikationsexpert:innen) ist, soll auf Möglichkeiten der konkreten Ausgestaltung nur verwiesen werden. Es gibt z. B. Bürger:innengenossenschaften und unterschiedliche Anlageformen wie Unternehmensanleihen, die einen positiven Einfluss auf das Akzeptanzniveau haben können (ebd.; Abbildung 4.9).

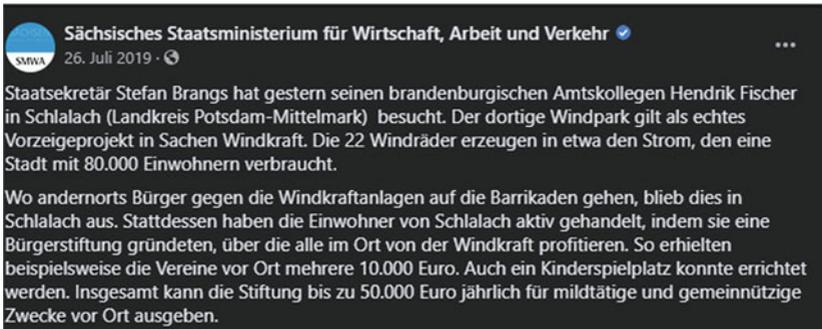


Abbildung 4.9 Facebook Post des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr bezüglich der hohen Akzeptanz des *Windparks Schlaloch* aufgrund von finanzieller Beteiligung. Auszug aus Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (2019)

Vorteilhaft ist, wenn nicht nur Einzelne, sondern die Gemeinschaft profitiert (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Die Befragung der sächsischen Bevölkerung zeigt, dass bei mindestens 41,0 % ihre Akzeptanz steigen würde, wenn die eigene Gemeinde finanziell von dem geplanten Vorhaben profitieren würde (Abschnitt 4.1.5). Die finanzielle Beteiligung kann auch in Form der Reduktion von Energie- oder Rohstoffpreisen erfolgen (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Die Bevölkerungsumfrage zeigt, dass sich bei mindestens 50,0 % der Befragten die Akzeptanz verbessern würde, wenn Kostensenkungen auftreten würden (Abschnitt 4.1.5). Ein:e interviewt:e Kommunikationsexpert:in führt allerdings an, dass dies „keinerlei Veränderung der übergreifenden Akzeptanz [sei]“ und es dazu führen könne, dass die Industrie bei sämtlichen Projekten Geld bezahle. Dies ist zu hinterfragen: Was bedeutet *echte Akzeptanz*? Die soziopolitische Akzeptanz ändert sich durch die Beteiligung der lokalen Bevölkerung

nicht. Die lokale Akzeptanz gegenüber konkreten Vorhaben kann jedoch deutlich steigen, sofern die Beteiligung räumlich begrenzt wird, weil die abstrakte Zustimmung zur gesellschaftlichen Notwendigkeit mit konkreten Vorteilen für die Betroffenen kombiniert wird. Ob die finanzielle Beteiligung sinnvoll wäre, ist daher von der strategischen Zielstellung abhängig und ob die Generierung soziopolitischer Akzeptanz oder lokaler Unterstützung im Vordergrund steht.

Für alle aufgeführten Maßnahmen gilt: Neben den Besonderheiten des Projekts sollten die der Umgebung und Bevölkerung beachtet werden. Die **Wahl der richtigen Kanäle** hat einen entscheidenden Einfluss auf den Erfolg der kommunikativen Begleitung. Für die Veränderung der Akzeptanz der Unentschlossenen spielen neben dem direkten Gespräch mit Projektträger- und Expert:innen ebenso die regionalen Medien und Gespräche mit dem persönlichen Umfeld eine bedeutende Rolle: 59,6 % der Befragten nutzen regionale Medien, 47,3 % den Austausch mit Freund-/Nachbar:innen/Bekanntem, um sich zu informieren (Abschnitt 4.1.2). Folglich zielen Kommunikations- und andere Maßnahmen immer auch darauf ab, **Medien und andere Bürger:innen als Multiplikator:innen zu gewinnen**, die die Botschaften weiterverbreiten. Für diese Gruppen gilt ebenfalls: Ein konkreter regionaler Bezug und die Thematisierung der Vorteile für die Region steigern die Chancen, dass die Berichterstattung nicht nur die Meinungen und subjektiven Aussagen von Ablehnenden beinhaltet. Positiv geprägte Berichte tragen dazu bei, dass unterschwellige Befürchtungen abgebaut werden.

Befürchtungen

Während bei unbekanntem Anlagen vielfältige Bedenken und Befürchtungen auf die Akzeptanz einwirken können, erfahren Projekte, deren Technik bereits bekannt ist, in der Regel deutlich weniger Widerstand (Kapeller, 2016; Fachagentur zur Förderung eines natur- und umweltverträglichen Ausbaus der Windenergie an Land e. V. – FA Wind, 2017; YouGov, 2020, zit. nach AEE, 2021). Begründet ist dies in der vorhandenen, individuellen Erfahrung aus dem eigenen Umfeld, die eine realistischere Beurteilung des Risiko-Nutzen-Verhältnisses ermöglicht und verhindert, dass die Bevölkerung immun gegenüber überzogener Panik hinsichtlich negativer Auswirkungen wie Gesundheitsbeeinträchtigungen, Lärmemission, Schattenwurf, Einfluss der Anlagen auf die Tierwelt etc. ist (Kapeller, 2016). Gestützt wird diese Sichtweise durch den festgestellten, U-förmigen Verlauf der Akzeptanz (Wolsink, 1989, 2007b). Bei der (In-)Akzeptanzentscheidung werden negative und emotionale Aspekte stärker gewichtet als positive oder faktenorientierte (Joffe, 2003), weshalb ihnen unternehmensseitig besondere Aufmerksamkeit gewidmet werden sollte. Eine Kernfrage ist: Welche Befürchtungen hat die lokale Bevölkerung gegenüber dem

konkreten Projekt? Können diese Befürchtungen entkräftet werden, etwa indem Betroffene eines gleichartigen Projekts an einem anderen Ort schildern, dass diese Befürchtungen unbegründet sind? Als Argumente gegen die fossile Energieumwandlung (Abschnitt 4.1.4) nennen 49,9 % der sächsischen Bürger:innen die Endlichkeit der Ressourcen, gefolgt von Umweltschäden (34,2 %) und Kohlenstoffdioxid-Ausstoß/Abgase/Luftverschmutzung (17,8 %). Bei 44,0 % der Befragten würde sich ihre Akzeptanz leicht oder stark verschlechtern, wenn die Grundstückspreise steigen würden (Abschnitt 4.1.5). Es gilt also herauszustellen, wie lange die fossilen Energieträger für die Energieumwandlung genutzt, inwiefern Umweltschäden vermieden, verringert oder ausgeglichen werden können sowie Aussagen zu Kohlenstoffdioxid-Ausstoß/Abgase/Luftverschmutzung zu treffen und diese zu verbessern (Arbeit an der Akzeptabilität). Die Argumente gegen erneuerbare Energieumwandlung sind aufgrund der verschiedenartigen Anlageformen diverser (Abschnitt 4.1.4). Am häufigsten wurden Eingriffe in die Natur/Umweltauswirkungen, ein geringer Wirkungsgrad, die Abhängigkeit vom Wetter sowie die Belästigung von Menschen genannt. Es muss herausgestellt werden, wie groß – oder besser: klein – die negativen Umweltauswirkungen sind und wie diese ausgeglichen werden und wie groß der Wirkungsgrad der Anlagen gegebenenfalls im Vergleich zu anderen Anlagearten ist.

Akzeptabilität

Zu untersuchen ist, ob die Bedenken gegenüber den Anlagen der (In-)Akzeptanz oder der Akzeptabilität zugeordnet werden müssen. Da Inakzeptabilität unveränderlich ist, müssten in diesem Fall **Änderungen am Akzeptanzobjekt** vorgenommen werden, die es akzeptabel machen, um die Akzeptanzsteigerung zu befördern. So kann die Befeuerung der Windkraftanlage durch synchrone oder bedarfsgerechte Schaltung (BWE, 2015, 2018a), die nur dann befeuert, wenn Flugzeuge sich nähern, weniger störend umgesetzt werden. Dadurch ist nachts zu 90 % keine Lichtkennzeichnung nötig. Selbst scheinbar immanente Eigenschaften der Technik, die die Bevölkerung als inakzeptabel empfindet, können durch gezielte Anpassungen akzeptabel gestaltet werden. So kann der Diskoeffekt durch eine matte Beschichtung der Rotoren minimiert werden (Centrales Agrar-Rohstoff Marketing- und Energie-Netzwerk – C.A.R.M.E.N, 2014; EnergieAgentur.NRW GmbH, 2019). Ebenso wäre es möglich, den Effekt zu verhindern, indem die Anlage nur dann betrieben wird, wenn die Sonne über dem Ort und damit der Schatten der Windkraftanlage auf die vom Ort abgewandte Seite fällt. Der Schattenwurf kann zudem beschränkt werden, wenn auf Grundlage meteorologischer Daten eine Schattenwurfprognose erstellt und die Anlage mit einer elektronischen Abschaltautomatik versehen wird, die dann

einschreitet, wenn die Schattenimmission an einem bestimmten Ort die vereinbarte Tagesdauer überschritten hat. Eine Abschaltautomatik ist ebenso einsetzbar, wenn witterungsbedingte Eisbildung an den Rotorblättern Eiswurf wahrscheinlich macht (C.A.R.M.E.N, 2014). Zudem besteht die Möglichkeit, Rotorblattheizungen an den Anlagen zu nutzen und so die Akzeptabilität zu gewährleisten (ebd.). Generell, jedoch besonders bei geringer Entfernung zu einem Wohnort, ist die Schallemission von Windkraftanlagen eine oft von der Bevölkerung geäußerte negative Eigenschaft. Auch dabei bietet sich eine **(Um-)Gestaltung** an (Schäfer & Keppler, 2013). Es gibt Low Noise-Modelle (Windkraft-Journal, 2016), zudem kann Luft- und Raumfahrttechnik genutzt werden, wenn spezielle Aerodynamik-Applikationen eingesetzt werden, die sogenannte Trailing Edge Serrations und Hinterkantenkämme inkludieren. Durch diese Innovationen wird mehr Laufruhe und ein höherer Wirkungsgrad erreicht, wobei gleichzeitig die Schallemissionen geringer ausfallen (BWE, 2018a). Der Befürchtung, Windkraftanlagen gefährden durch Vogelschlag Umwelt und Artenvielfalt, kann dabei zusätzlich mit einer Annäherungssensorik begegnet werden (C.A.R.M.E.N, 2014).

Sind die Anlagen akzeptabel, können trotzdem Konflikte mit der Bevölkerung auftreten, auch wenn es bei der überwiegenden Zahl keine Beeinflussung der Lebensqualität der Menschen im Umfeld von Windkraftanlagen gibt (Moidl, 2011). Auf fachlicher Ebene betreffen diese Konflikte oftmals die zuvor skizzierten technischen Eigenschaften und den Einfluss der Anlagen auf Umwelt und Natur. Gutachten und Studien eignen sich zur Entkräftung dieser Vorbehalte ebenso wie die Festlegung von einzuhaltenden oder zu übertreffenden Standards (C.A.R.M.E.N, 2014). Beispielsweise wäre es bei starkem Widerstand gegenüber einem neuen Windpark möglich, die Anlagenzahl zu reduzieren, kleinere Anlagen zu errichten, den Abstand zum Wohngebiet zu vergrößern oder neueste Technik anzuwenden (Kapeller, 2016). Ein solches Entgegenkommen wird die Gegner:innen nicht überzeugen, es kann jedoch die Haltung des unentschlossenen Bevölkerungsteils positiv beeinflussen (ebd.). Auf den Komplex Geothermie bezieht sich in der sachsenweiten Bevölkerungsumfrage nach den Befürchtungen gegenüber erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen direkt keine der geclusterten Antworten (Abschnitt 4.1.4). Aussagen zu den Befürchtungen der sächsischen Bevölkerung können daher nicht abgeleitet werden; Erdbeben werden in anderen Untersuchungen aber häufig als Befürchtung genannt (Kluge & van Douwe, 2014). Die Schaffung eines Entschädigungsfonds, die Einrichtung einer Schlichtungsstelle oder die Umkehr der Beweispflicht zugunsten der Geschädigten bei Schadensfällen sind weitere Möglichkeiten, um die Akzeptanz zu erhöhen (Himmelberger et al., 1991; Ewen et al., 2012; Süptitz & Schlereth, 2017).

Verstärkung durch Berichte und Erleben

Allgemein gilt für den Energiesektor, dass Akzeptanz keinesfalls ausschließlich durch Kommunikation zu erreichen ist. Vielmehr kann Kommunikation **Aspekte verstärken, die aus Sicht der Bevölkerung positiv sind**. Deshalb ist sowohl an der Akzeptabilität der Anlagen zu arbeiten als auch die Rahmenbedingungen entsprechend zu gestalten. Möglichkeiten wären u. a. zur Befürchtung Lärm: LKW-Nachfahrverbot, Lärmschutzmauern, Tracking der LKW, Einrahmen der Stätte mit Bäumen, zeitlich befristete anteilige Übernahme der Strom- oder Heizkosten der Anwohner:innen, Bürgerschaft in die Entscheidungsprozesse einbeziehen, Vorschlagswesen für Bürger:innen einrichten (Ewen et al., 2012; Süptitz & Schlereth, 2017). Neben klassischer Presse-/Medienarbeit und Gesprächsrunden mit Politiker:innen können Informationsveranstaltungen u. a. in Form von Exkursionen genutzt werden (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Durch die Besichtigung von Betrieben und Anlagen inkl. Gesprächen mit den Betreiber-, Bewohner:innen und Testimonials vor Ort werden die positiven Auswirkungen vorstellbar und reale und befürchtete Probleme relativiert. Die Exkursionen tragen außerdem zu einem Kompetenz- und Wissenstransfer bei (Keppler, 2007). Dazu bedarf es der Präsentation guter Beispiele durch glaubhafte Personen (ebd.), die als individuelle Vorbilder Überzeugungsarbeit leisten (Keppler, 2013). Bezogen auf erneuerbare Energieumwandlungsanlagen sprechen Plöger und Böttcher (2015) dabei von Personen, die einzeln eine „Ikone der Energiewende [sind]“ (S. 14). Jede dieser Personen stehe für das Thema und motiviere, mache Lust auf Veränderung und bereits erreichte Erfolge sichtbar, wobei sie überzeugend darstelle, dass durch die Technik langfristig Kosten gespart werden (Plöger & Böttcher, 2015). Stademann-Steffen et al. (2018) betonen die Wichtigkeit der Glaubwürdigkeit derjenigen Personen oder Organisationen, die für die Technik eintreten und unterstreichen den positiven Effekt für die Umsetzungschance von Projekten, wenn dies lokal erfolgt. Für Exkursionen zu Orten, an denen neue Projekte geplant sind, oder zu ähnlichen Anlagen, deren Betrieb die lokale Bevölkerung unterstützt, gilt es folglich, solche Fürsprecher:innen zu identifizieren und sie in die Veranstaltung einzubinden, wobei sie über ihre eigenen Erfahrungen mit der Technik berichten. Der Effekt der Exkursionen kann verstärkt werden, indem ein Video-Zusammenschnitt mit Interviews der Teilnehmer:innen und Testimonials über die Social Media-Präsenz, die Corporate/Brand Web- oder Microsite, den Corporate/Executive Blog, den Audio-/Videopodcast oder das Web-TV des Unternehmens veröffentlicht und dessen Reichweite zusätzlich durch den Einsatz von Werbebudget vergrößert wird. Zudem eignen sich AR- und VR-Anwendungen sowie Erklärfilme, um der

Bevölkerung eine Vorstellung von den Projekten zu vermitteln (Interview mit Kommunikationsexpert:innen).

Landschaftsveränderung

Die Gründe für (In-)Akzeptanz gegenüber dem Rohstoffabbau unterscheiden sich von denen gegenüber erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen. Gegen den Rohstoffabbau in Deutschland spricht nach Meinung der sächsischen Bevölkerung u. a., dass kaum Rohstoffe vorhanden seien, die Natur nicht geschädigt werden solle, Einfluss auf Menschen/Umsiedlungen zu vermeiden sei sowie Kostenaspekte wie die günstigere Förderung im Ausland (Abschnitt 4.1.3). Diese Argumente, sofern unzutreffend, gilt es kommunikativ zu entkräften und dabei jenen 25,3 % der Befragten, die nicht begründen können, warum sie dafür sind, Rohstoffe eher oder ausschließlich im Ausland abzubauen, zu vermitteln, warum dies keine wesentlichen Vorteile bringen würde. Dass in Deutschland und Sachsen Rohstoffe vorhanden und förderbar sind, betrifft den bereits thematisierten Aspekt des Informations- und Wissensdefizits. Die Befürchtung einer langfristigen Schädigung von Natur und Umwelt kann durch Einrichtung von und Information über Ausgleichsflächen, die Schaffung von Biotopen, Einrahmung der Abbauflächen durch Bäume und Gebüsch sowie die nach dem Abbau durch Renaturierung entstehenden, einzigartigen Flächen zum Teil entgegengewirkt werden (Ewen et al., 2012). Abbauflächen einzurahmen hat neben Umweltaspekten eine weitere positiv akzeptanzbeeinflussende Wirkung. Die Veränderung der Landschaft ist ein Faktor, der von der Bevölkerung zumeist negativ assoziiert wird. Der Landschaftswandel hat zuvorderst Aufmerksamkeit bezüglich des Ausbaus erneuerbarer Energieumwandlungsanlagen erfahren (Pasqualetti, 2001; Leibenath & Otto, 2013), geht jedoch ebenfalls mit dem Rohstoffabbau einher, wobei die Abbaustätten oft durch Pflanzungen oder andere Maßnahmen unauffällig(er) für das menschliche Auge gestaltet werden können. Die Chance, durch solche optischen Maßnahmen höhere Akzeptanzwerte zu erreichen, verdeutlicht u. a. die Erfahrung mit erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen und speziell Windkraftanlagen. Obwohl ihr Anblick seit Jahren gewohnt ist, sieht die Bevölkerung sie bisher nicht als selbstverständlichen Teil des Landschaftsbilds an (Kühne, 2006). Teile der Bevölkerung sprechen von einer „Landschaftverschandelung“ (Plöger & Böttcher, 2015, S. 76) oder „Verspargelung“ (Kress & Landwehr, 2012, S. 11). Sowohl bei Rohstoffvorhaben wie auch bei erneuerbaren Energieumwandlungsprojekten gilt deshalb, dass die ländlichen Räume von den Vorhabensträger:innen keinesfalls als reine „Installationsräume“ (Gailing & Röhring, 2014, S. 37) betrachtet werden dürfen. Diese Räume haben sich Bürger:innen zum Teil ganz bewusst als ihren Wohn- und Heimatort ausgesucht und dabei eine enge, teils emotionale Bindung entwickelt.

Aufgrund dieser Verbundenheit können Veränderungen des Landschaftsbilds zu starkem Widerstand führen, weshalb standortspezifische Faktoren bei Planung und Kommunikation berücksichtigt werden müssen. Dazu zählen geografische Bedingungen bzw. der Landschaftseingriff, der mit einem Projekt einhergeht, die Eigentumsverhältnisse der gewählten Standorte, Aspekte der lokalen Wirtschaft sowie die bisherige Nutzung des Gebiets (Jobert et al., 2007). Um die Akzeptanz zu steigern, können etwa solche Flächen in ein neues Projekt integriert werden, deren bisherige Nutzung nicht von der Mehrheit befürwortet wird oder die keine emotionale Bedeutung für sie haben. Dazu zählen militärisch genutzte Flächen (ebd.). Auch industriell genutzte Flächen bieten sich an, wenn deren Nutzung als negativ empfunden wird, weil das Akzeptanzniveau durch eine neue Nutzung, mit der sich die Gemeinde stärker identifiziert, steigt (Van der Horst, 2007).

Auch wenn im Lokalen bei konkreten Projekten noch Inakzeptanz festzustellen ist, kann die soziopolitisch hohe Akzeptanz sich langfristig insbesondere bei erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen auswirken und so trotz Auswirkungen auf das Landschaftsbild eine Verbesserung des lokalen Akzeptanzniveaus bewirken. **Ästhetische Zuschreibungen sind veränderlich** und werden individuell wie auch gesellschaftlich aktualisiert (Kühne, 2008; Linke, 2017). Geänderte soziale, politische und ökonomische Einstellungen wirken sich auf die Akzeptanz der erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen aus (Hook, 2006). Jüngere Menschen, die qua Alter an sie gewöhnt sind, empfinden die Anlagen als normaler, bzw. zum Landschaftsbild gehörig (Kress & Landwehr, 2012; Kühne & Weber, 2016). Plöger und Böttcher (2015) stellen fest: „Der Strommast war ‚immer‘ schon da, er gehört seit unserer Kindheit zum Landschaftsbild und stört uns deshalb nicht“ (S. 83). Analog zu Masten großer Stromtrassen könnte bei Windkraftanlagen eine ausgeprägtere Duldung einsetzen, wenn die Anlagen längere Zeit in Betrieb sind. Um kurzfristig diejenigen Stimmen abzuschwächen, die Windkraftanlagen aufgrund der optischen Wirkung ablehnen, und eine Ausbreitung dieses Arguments auf Unentschlossene zu verhindern, ist die kommunikative Konzentration auf das Motiv der Erhabenheit empfehlenswert. Sie ist bei erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen aufgrund ihrer räumlichen Ausdehnung assoziierbar, während das Motiv der Schönheit kaum vermittelbar wäre (Kühne, 2013).

Dabei gilt für die Unternehmen in erster Linie, offen, redlich und ernsthaft mit den Bedenken der Bevölkerung gegenüber der Landschaftsveränderung umzugehen (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Insbesondere sollten **optische Beeinträchtigungen minimiert werden** (ebd.). Entsprechende Befürchtungen und Lösungsmöglichkeiten können durch Beteiligungsformate eingebracht und evaluiert werden. Des Weiteren ist von Bedeutung, das Vorhaben kommunikativ mit dem Heimatgefühl zu verknüpfen (ebd.). Es gilt optimalerweise

ein Gefühl von Stolz zu befördern und damit Begeisterung zu schaffen, wobei vor allem Chancen und Zukunftsperspektiven thematisiert werden sollten (ebd.). Visualisierungen spielen bei diesem Faktor eine entscheidende Rolle (ebd.). Das Spektrum ist hier sehr breit: von Vorher-Nachher-Bildern über 3D-Planung zu Animationsfilmen, VR-, AR- oder Echtzeitsimulationen (ebd.). Die Effekte können durch eine entsprechende Namensgebung oder auch einen Aussichtsturm verstärkt werden (ebd.).

Risiko-Nutzen-Bilanz

Wird die negativ empfundene Risiko-Nutzen-Bilanz von der Bevölkerung kritisiert, gilt es dieser Befürchtung mit einer geeigneten Informationspolitik entgegenzuwirken. Bei diesem Einflussfaktor spielt die **Erstkommunikation** eine entscheidende Rolle (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Hat die Bevölkerung erst falsche Informationen bezüglich Risiken verinnerlicht, sind diese nur schwer mit korrekten zu entkräften (ebd.). Zudem können die Menschen bei externer Technik nicht selbst über deren Einsatz entscheiden, sondern den Eindruck gewinnen, sie werde ihnen „scheinbar von außen aufgedrückt“ (ebd.). Folglich sollte die Bevölkerung mittels Beteiligungsverfahren auf der Stufe der Mitentscheidung in die Prozesse eingebunden werden, damit das Gefühl einer Fremdbestimmtheit nicht eintritt (ebd.). Für die Information über die Risiken und den Nutzen können klassische Informationsveranstaltungen und -broschüren geeignet sein (ebd.). Bei den Veranstaltungen, aber auch darüber hinaus, sollten Expert:innen als Brückenbauer:innen inkludiert werden (ebd.). Zudem sollten Testimonials gefunden werden, welche nicht ökonomisch von dem Projekt profitieren, also intrinsisch motiviert sind (ebd.). Existieren Ängste, können diese durch Besichtigungen von Anlagen im Umfeld und Gespräche mit der Bürgerschaft vor Ort gemindert werden. Klassische Informationsbroschüren können in Informationsordner umgewandelt werden (ebd.). Dabei handelt es sich um ein Druckerzeugnis, welches auch digital zur Verfügung gestellt werden sollte. Damit kann die Bevölkerung sich ein Bild von der Sachlage machen; es beinhaltet dabei nicht nur positive Aspekte und Meinungen, sondern auch Auffassungen der Vertreter:innen von Interessensgruppen, welche sich gegen das Projekt aussprechen (ebd.). Entsprechend erhalten die Bürger:innen Argumente für und gegen das Projekt und können sich selbst eine Meinung bilden, wobei das Unternehmen durch den transparenten Umgang eine Vertrauensbasis schaffen kann. Unabhängig davon muss es den Unternehmen gelingen, den überregionalen Nutzen aufzuzeigen: Sie leisten durch die Projekte einen Beitrag zum gesellschaftlichen Wohlstand (ebd.) – mit Unterstützung der Bürger:innen. Anstatt nur positive Aspekte der Technik aufzuzählen, hilft dieser Ansatz, ein Motiv zu etablieren,

dass emotionale Gegenstimmen kontrastieren kann. Durch den **Vergleich mit anderen Projekten** kann zudem eine realistischere Risikoeinschätzung befördert und übertriebene Befürchtungen entkräftet werden. Dabei sind Bekanntheitsgrad der Technik, Beherrschbarkeit, Katastrophenpotenzial, Verständnis der Schadensauswirkung, Unsicherheit in Bezug auf unbekannte Risiken, Bestimmbarkeit potenzieller Opfer, Schrecklichkeit, Vertrauen in die Institution, Auswirkungen auf zukünftige Generationen solche Parameter, die die Akzeptanzentscheidung beeinflussen und denen mit einer freiwilligen Risikoübernahme durch die Vorhabensträger:innen begegnet werden kann (Renn & Zwick, 1997). Die Abwägung von Nutzen und Risiken geschieht individuell, wobei die Bevölkerung die Projekte danach beurteilt, wie die Risiko-Nutzen-Bilanz anhand der verfügbaren Informationen ausfällt (Renn, 2015b). Zwar können Maßnahmen für die Allgemeinheit Akzeptanz generieren, zu erwarten ist sie jedoch insbesondere dann, wenn die einzelnen Bürger:innen individuelle Vorteile ausmachen, oder jene Gruppen oder Individuen profitieren, die ihnen nahestehen (ebd.; Renn, 2015a).

Partizipation und Beteiligungsformate

Einen positiven und entscheidenden Einfluss auf die Akzeptanz können Partizipation und Beteiligungsformate haben (Zoellner et al., 2011; Halwachs et al., 2017). Die befragten Kommunikationsexpert:innen bestätigen dies. Einzig ein:e Interviewte:r widerspricht, räumt allerdings ein, dass die Meinung nicht der in der Wissenschaft vorherrschenden entspricht (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Partizipation und Beteiligung können abmildern, dass die Bevölkerung Energie- oder Rohstoffprojekte als von der Politik oktroyiert empfindet und tragen u. a. in der Planungsphase erheblich zur lokalen Akzeptanz bei (Rau et al., 2011). Grundlegend gilt es dabei die Faktoren Frühzeitigkeit, Transparenz, Klarheit, Glaubwürdigkeit, Handlungs-/Einflussmöglichkeiten (Interview mit Kommunikationsexpert:innen), Offenheit, Angemessenheit, Respekt, Kontinuität und persönliche Verantwortung zu beachten (VDI, 2015). Als Grundsatz kann dabei gelten: „**so früh wie möglich, so viele [bzw. viel] wie möglich, so umfassend wie möglich**“ (Schlicht, 2014, S. 4, Hervorhebung nicht im Original). Diese Aussage ist wegen des *Partizipationsparadoxons* von besonderer Bedeutung (Abbildung 4.10). Gemeint ist damit, dass zu Beginn eines Projekts die Möglichkeiten der Einflussnahme am höchsten, Engagement und Interesse der Stakeholder:innen aber in der Regel sehr niedrig sind (VDI, 2015). Das Engagement nimmt mit der Zeit bis zur Projektrealisierung stetig zu, die Möglichkeiten der Einflussnahme sinken hingegen (ebd.). Dieses Paradoxon führt oftmals zu einer Frustration der Öffentlichkeit, die sich ungerecht behandelt fühlt, weil sie sich zu dem Zeitpunkt einbringen will, wenn sie das Vorhaben versteht und sich

betroffen fühlt; dieser Zeitpunkt ist jedoch oft erst dann erreicht, wenn große Teile des Projekts bereits geplant sind und somit kaum eine Möglichkeit der Einflussnahme mehr gegeben ist (Roßnagel et al., 2014). Die Teilnehmungsformate sollten deshalb frühzeitig ermöglicht werden, wenn es noch Spielräume in der Planung gibt und können genutzt werden, um mit der Bevölkerung ins Gespräch zu kommen (Interview mit Kommunikationsexpert:innen), Zuspruch von Befürworter:innen zu erhalten, der sich auf andere, mit ihnen verbundene Personen übertragen kann, und um „das Potenzial der Unentschiedenen aus[zuschöpfen]“ (Fuchs et al., 2016, S. 9).

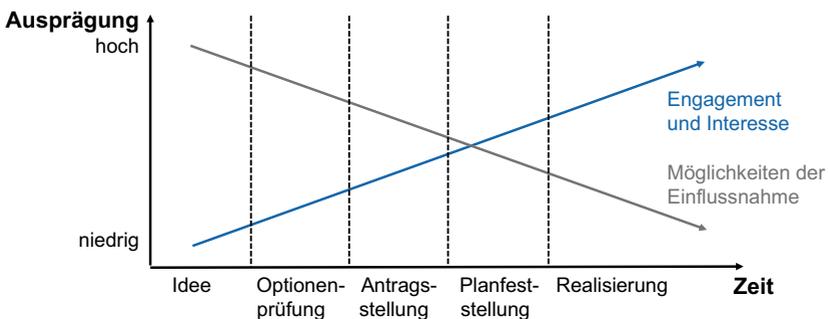


Abbildung 4.10 Beteiligungsparadoxon. In Anlehnung an VDI (2015, S. 59)

Zudem kann Beteiligung zur Kostensenkung beitragen, weil so Anpassungen vermieden werden, die zu einem späteren Projektzeitpunkt auf Druck der Bevölkerung teurer wären. Wichtig ist dabei, dass das Unternehmen die Partizipation nicht als gesetzlich notwendiges „Übel“ begreift, das es ohne Eingeständnisse zu absolvieren gilt. Als kommunikatives Mittel sind Teilnehmungsformate dazu geeignet, eine Integration zu erreichen, weil sie Verständigung befördern. Ziel der Unternehmen muss es daher sein, mit diesen Instrumenten einen Konsens mit der lokalen Bevölkerung zu erzielen, wofür sie sich als dessen Teil begreifen sollten. Diese Herangehensweise erscheint nur deshalb betriebswirtschaftlich nicht direkt logisch, weil zusätzliche Kosten für Kommunikation und Organisation der Partizipations- und Teilnehmungsformate ebenso entstehen wie solche für Anpassungen am Vorhaben. Jedoch ist der Nutzen einer durch die Beteiligung ausbleibenden Eskalation des potenziellen Konflikts nur schwer monetär zu bemessen. Festgestellt wurde, dass Bürger:innenbeteiligung die Projektkosten

deutlich senkt, wenn die Bevölkerung bereits in der Planfeststellung eingebunden wird (VDI, 2014; Abbildung 4.11).

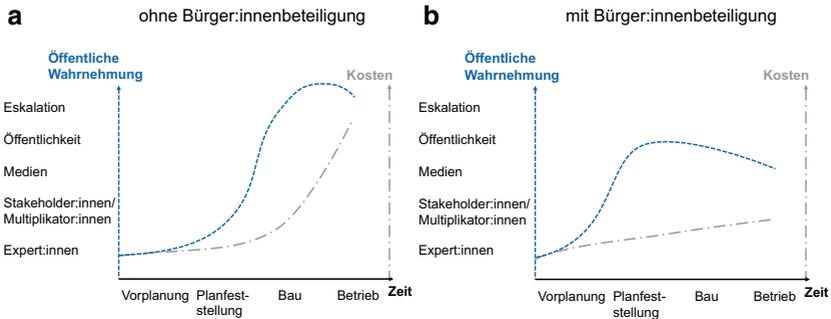


Abbildung 4.11 Korrelation von öffentlicher Wahrnehmung und Kosten a) ohne und b) mit Bürger:innenbeteiligung im Projektverlauf. In Anlehnung an VDI (2014, S. 10)

Essenziell für den Erfolg dieser Maßnahmen ist, dass nicht nur die gesetzlich vorgesehene Beteiligung erfolgt, sondern das Unternehmen **aktiv und frühzeitig zur freiwilligen Beteiligung animiert**. Die Bürgerschaft sollte durch aktive Pressearbeit und Werbung auf die Möglichkeit der Partizipation aufmerksam gemacht werden, u. a. durch klassische Pressearbeit über Zeitungen, Beilagen in Gemeindeblättern und online oder durch allgemeinverständliche Haushalts-sendungen (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Visualisierungen der Vorplanung, die statt zweidimensionalen (Grund-)Plänen die Anlagen dreidimensional im Raum abbilden, können der besseren Anschauung dienen und das Problem eines fehlenden Verständnisses für die Auswirkungen des geplanten Vorhabens durch den *Bulldozereffekt* mindern, bei dem der größte Teil der Menschen kein Interesse an der abstrakten Diskussion zeigt, sondern erst dann aktiv und ablehnend reagiert, wenn die Veränderungen sichtbar sind (Renn, 2015b).

Es gibt eine Fülle von Beteiligungs- und Partizipationsformaten.³⁰ Die Wahl eines bestimmten Formats ist dabei nicht so wichtig wie die Beachtung der Grundsätze wie Dialogbereitschaft, Mitgestaltungsmöglichkeiten, Transparenz, frühzeitige Information (Bertelsmann Stiftung, 2017). Ein:e befragte:r Kommunikationsexpert:in empfiehlt jedoch, „weg von frontalen Infoveranstaltungen ...

³⁰ Darunter u. a. Runde Tische, Open Space, Delphi-Befragung, World Café, Appreciative Inquiry sowie Bürger:innengutachten/-empfehlungen (Lintemeier & Rademacher, 2016; Interview mit Kommunikationsexpert:innen).

hin zu kleinteiligeren Dialogveranstaltungen“ (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). In diese können Expert- und Mediator:innen inkludiert werden, es gilt die gesetzlichen Rahmenbedingungen zu vermitteln und ein:e Interviewte:r empfiehlt, schon frühzeitig vor den formellen Verfahren zu beginnen (ebd.). Die elektronische Beteiligung erweitert die analogen Instrumente sinnvoll, bietet neue Möglichkeiten für die Partizipation und könnte in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen (ebd.). Sie erreicht die vermittelnde Wirkung des direkten Gesprächs aber nicht. Elektronische Beteiligungsinstrumente können begleitend eingesetzt werden und damit Personen das Äußern von Vorschlägen und Bedenken ermöglichen, die bspw. aufgrund ihrer beruflichen, familiären oder gesundheitlichen Situation nicht in Präsenz an den Veranstaltungen teilnehmen können.

Vertrauen

Als Vertrauen haben die Haltung des Unternehmens und die bisherige Erfahrung der Betroffenen mit ihm einen direkten Einfluss auf die Akzeptanz (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Energiekonzerne erfahren im Vergleich zu wissenschaftlichen Einrichtungen und Umweltorganisationen weniger Vertrauen (Sonnberger & Ruddat, 2016). Für unbekannte, bisher in der Region nicht aktive Unternehmen ist der Vertrauensaufbau schwer, da es über eine längere Zeit entsteht (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Unternehmen außerhalb der Region wird deshalb in der Regel geringeres Vertrauen entgegengebracht als kommunalen Akteur:innen (Kress & Landwehr, 2012). Dies schafft **für KMU kommunikatives Potenzial**: Positive Erfahrungen bei früheren Projekten können Vertrauen und damit größere Akzeptanz bei folgenden Projekten befördern (Schmid & Schuppli, 2009). Gleichzeitig führen negative Erfahrungen aus der Vergangenheit als emotionale Vorbelastung zu einer starken, negativen Beeinflussung des Akzeptanzniveaus gegenüber neuen Projekten (Lindow, 2016). Es gilt daher, dauerhaft und langfristig in den Vertrauensbildungsprozess zu investieren und das aufgebaute Vertrauen zu bestätigen (Hubig, 2014). Hierfür ist Kommunikation elementar: Die Unternehmen müssen ihren Stakeholder:innen beweisen, dass sie die getroffenen Versprechungen erfüllen und Absprachen einhalten. Die Grundlagen dafür sind Offenheit, Aufrichtigkeit, Empathie, Fairness und Kompetenz (Renn, 2015b). Vertrauen lässt sich u. a. durch Authentizität sowie Transparenz aufbauen, etwa indem das Unternehmen selbst proaktiv und aufgeschlossen agiert, weil es z. B. Gutachten offenlegt (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Um die Glaubwürdigkeit zu erhöhen, eignet sich **direkter Kontakt** am besten (Zöller, 2005). Bei der direkten Kommunikation führt ein verständnisvoller Dialog zur Vertrauensgenese, weil das Unternehmen als aufgeschlossen für die Bedürfnisse und Erwartungen der Bevölkerung wahrgenommen

wird. Dabei ist es empfehlenswert, eine Person als **Kommunikator:in zu etablieren**, die diesen kontinuierlichen Prozess dauerhaft begleitet und als das Gesicht des Unternehmens auftritt (Borg, 2017).

Ein:e befragte:r Kommunikationsexpert:in rät grundsätzlich zu persönlichen Maßnahmen und glaubwürdiger Pressearbeit. Schriftliche Informationen sind weniger geeignet als die personale Kommunikation, um Vertrauen aufzubauen (Röglin & Grember, 1988). Entscheidend ist, dass das Unternehmen durch sein Handeln und Verhalten für die Bürgerschaft als verlässlicher Partner greifbar wird (Vonier, 2013). Die Erfahrung der Stakeholder:innen mit dem Unternehmen kann durch Events wie Tage der offenen Tür geschaffen oder verbessert werden (ebd.). Zu den persönlichen Maßnahmen zählen weiterhin u. a. Bürger:innenbüros, Besucher:innen-/Infozentren und Bürger:innensprechstunden. Ein:e interviewte:r Kommunikationsexpert:in nennt zudem das Engagement via CSR als vertrauensfördernd (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Zuträglich sind Beteiligungsformen wie Bürger:innengenossenschaften, weil die Unternehmen damit zeigen, dass sie neben dem Gewinnstreben einen Beitrag für die Gesellschaft leisten (ebd.).

Gerechtigkeit und Fairness

Der Einfluss von Gerechtigkeit und Fairness auf die (In-)Akzeptanz konnte zu erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen nachgewiesen werden (Gross, 2007; BWE, 2018a). Er unterliegt der subjektiven Wahrnehmung, wobei zwei Arten von Gerechtigkeit zu unterscheiden sind: die distributive und prozedurale (Gross, 2007; Wunderlich, 2012). Die distributive, auch **Verteilungsgerechtigkeit** genannt, betrifft eine angemessene Verteilung von Vor- und Nachteilen (Wunderlich, 2012; Krug, 2018). Für Energie- und Rohstoffprojekte ist dies von Bedeutung, weil die wahrgenommene Gerechtigkeit der Verteilung der Kosten bzw. Lasten und des Nutzens (Zoellner et al., 2009; Krug, 2018) von der lokalen Bevölkerung als negativ empfunden werden kann: Die Projekte werden in ländlichen Regionen umgesetzt, Energie und Rohstoffe jedoch nicht (ausschließlich) dort eingesetzt. Die emotionale Verbundenheit der Bürger:innen mit ihrem Umfeld kann als moralischer Besitzanspruch verstanden werden, auch wenn keine Eigentumsverhältnisse bestehen. In ihrer Wahrnehmung leisten die Anwohner:innen durch Einschränkungen, die sich aus den Projekten für sie ergeben, einen Beitrag für Andere, für den sie, um ihn zu akzeptieren, einen Nutzen erwarten. Liegt der Nutzen ausschließlich bei anonymen Konsument- oder Produzent:innen, während die Anwohner:innen am Standort das Risiko tragen und Nachteile erfahren, ist mit geringer Akzeptanz zu rechnen (Rayner & Cantor,

1987; Renn, 2006; Vassiliadis, 2014). Ebenso gefährdet eine als unverhältnismäßig empfundene und einseitige Verteilung des Nutzens, die das Fairness-Prinzip (Renn, 1992, 2006) verletzt, ein hohes Akzeptanzniveau im Lokalen, etwa wenn ausschließlich einzelne Anwohner- wie Flächenbesitzer:innen durch Pachteinnahmen von den Projekten profitieren (BWE, 2018a). Es ist nicht zielführend, sondern oftmals kontraproduktiv, wenn als Begründung der Notwendigkeit einzelner Vorhaben ein Nutzen oder Beitrag auf überregionaler Ebene (Hirschfeld & Heidrich, 2013), außerhalb der betroffenen Region angeführt wird. Wichtiger ist, z. B. Kompensationsmaßnahmen für die betroffenen Kommunen anzubieten (Fuchs et al., 2016) und den Betroffenen ein „Recht auf finanzielle Beteiligung [einzuräumen]“ (BWE, 2018a, S. 14).

Mit der prozeduralen Gerechtigkeit ist die **Verfahrensgerechtigkeit** im Planungs-/Genehmigungs-/Beteiligungs- und Entscheidungsprozess gemeint (Wunderlich, 2012; Krug, 2018). Vom Entscheidungsprozess hängt die Akzeptanz mit ab (Burkart, 1993), er sei „mindestens ebenso bedeutend wie die Entscheidung selbst“ (Renn, 1992, S. 278). Zielstellung ist dabei zunächst, Akzeptanz für das oder die Verfahren zu erlangen (Grünwald et al., 2015). Konnte sie erreicht werden, kann individuelle Akzeptanz für das Ergebnis der Verfahren und damit für das Projekt erreicht werden, auch wenn es nicht den persönlichen Wünschen aller Einzelpersonen entspricht (BWE, 2018a). Dazu muss der Prozess transparent gestaltet sein, das beinhaltet auch die Bereitstellung umfassender Informationen über das Verfahren, und es müssen sich alle Betroffenen mit ihren Interessen, Bedürfnissen und Befürchtungen gehört fühlen (ebd.).

Im Bereich der Fairness gilt es sowohl die strukturelle als auch prozesuale Fairness zu beachten (Riede, 2012). **Strukturelle Fairness** meint den finanziellen Ausgleich von struktureller Ungleichheit, die Einbeziehung unabhängiger Moderator- und Expert:innen sowie eine Grundhaltung, die Offenheit, Akzeptanz, Ehrlichkeit und Wertschätzung für die Belange der Stakeholder:innen ausdrückt (ebd.). Fairness schafft einen Ausgleich von Machtverhältnissen, der sich in respekt- und vertrauensvollem Umgang, dem Einhalten von Vertraulichkeit und Informationstransparenz ausdrückt (ebd.). Die empfundene Fairness ist für Sachsen, wie für alle Bundesländer, die aus der DDR hervorgingen, von starker Bedeutung für die Akzeptanz (Fuchs et al., 2016). Ein:e befragte:r Kommunikationsexpert:in betont die Wichtigkeit von geregelten und vorab klar definierten Prozessen, wie sie bei formellen Verfahren gegeben sind, auch für informelle Verfahren: „In welcher Stufe wird über was geredet? Wie wird etwas abgeschlossen und an wen wird es weitergegeben?“ (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Offenheit bezüglich des Ergebnisses (ebd.), der vorgebrachten Vorschläge, Anregungen und kritischer Stimmen ist dabei existenziell. Es müssen

Stakeholder:innen wie Fachpolitiker- und lokale Mandatsträger:innen eingebunden werden, wobei die Entscheidungsfindung begleitend kommuniziert werden sollte, wofür sich Presse-/Medienarbeit sowie die Information über soziale Medien anbieten (ebd.). Über Onlinekanäle wie Owned Social Media, Corporate/Brand Web- oder Microsites sowie einen Corporate/Executive Blog können Veranstaltungen, welche der Entscheidungsfindung dienen, gestreamt sowie Kommentare eingespielt werden. Die Aufzeichnung der Veranstaltung kann, nach eventuell nötiger Aufbereitung und unter Einhaltung rechtlicher Bestimmungen, als Audio- oder Videopodcast veröffentlicht werden.

Presse- und Medienberichterstattung

Die Umfrage unter der sächsischen Bevölkerung hat gezeigt, dass sich die meisten Bürger:innen über regionale und überregionale Medien zum Thema Energie und Rohstoffe informieren; erst dahinter folgt der persönliche Austausch (Abschnitt 4.1.2). Für die Presse- und Medienarbeit sollte eine **langfristige Strategie** verfolgt werden (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Dabei spielen Kontinuität und Frühzeitigkeit eine wesentliche Rolle (ebd.). Unter Beachtung der **Nachrichtenwertfaktoren** (von La Roche, 2013) gilt es, geeignetes Pressematerial zu entwerfen, wobei für Pressemitteilungen auf Verständlichkeit sowie geeignete Bilder und Infografiken zu achten ist (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Eigene Projektmedien wie Zeitungen oder Postwurfsendungen können unterstützend eine wichtige Rolle spielen (ebd.). Neben dem Versand von Pressemitteilungen sollten regelmäßig Hintergrundgespräche für Journalist:innen organisiert werden (ebd.); sie tragen zu einem langfristigen Vertrauensverhältnis bei (ebd.), außerdem wird so die Fachkenntnis wenig themenaffiner Journalist:innen verbessert, womit sie kritisch-falsche Stimmen besser einordnen können. Damit über das Vorhaben berichtet wird, gilt es geeignete **Kommunikationsanlässe** wie Gesprächsrunden, Spatenstiche, Exkursionen oder Einweihung zu schaffen, die z. B. durch Liveformate begleitet werden (Interview mit Kommunikationsexpert:innen).

Projekt- und Kommunikationsmanagement

Eine strategische Herangehensweise für eine effiziente und effektive Akzeptanzkommunikation erfordert neben der Auswahl adäquater Instrumente ebenso deren Einsatz zum richtigen Zeitpunkt, wofür Projekt- und Kommunikationsmanagement zu **verzahnen** sind (Abbildung 4.12).

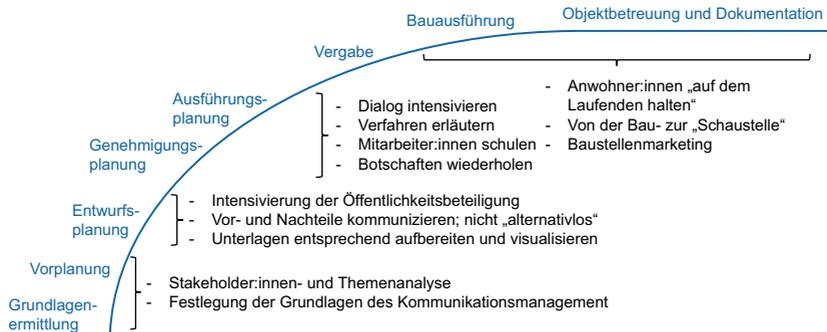


Abbildung 4.12 Darstellung des verzahnten Projekt- und Kommunikationsmanagements. In Anlehnung an Brettschneider (2012, S. 437–439 sowie 2016, S. 230)

Parallel zur Vorplanung des Projekts muss die Vorbereitung der Kommunikation erfolgen. Dies geschieht einerseits durch eine Stakeholder:innenanalyse, andererseits indem an Projekt und Umfeld angepasste Kommunikationsziele, -themen und -kernbotschaften erarbeitet werden. Zudem sollte schon in dieser Phase Kontakt zu entscheidenden Stakeholder:innen aufgebaut bzw. intensiviert werden, wozu u. a. Hintergrundgespräche mit Medienvertreter- und Politiker:innen förderlich sind, um Faktenwissen über die Technik zu vermitteln, bevor eine unsachliche Diskussion entsteht. Die lokalen Entscheidungsträger:innen wie Bürgermeister:innen und Ortsvorstände müssen zuerst überzeugt werden, weil sie als *Pressure Group*, die das Projekt unterstützt und befürwortet, aufgrund von Ansehen und Vertrauen im Ort die übrigen Bewohner:innen überzeugen können (Karpenstein-Machan et al., 2013). Zusätzlich sollte, um falsche Gerüchte zu verhindern, auf der Unternehmenswebsite bereits grundlegend über die Planung informiert und so Transparenz geschaffen werden. FAQ können schon zu diesem Zeitpunkt angelegt und in den weiteren Phasen mit neuen, genaueren Informationen erweitert werden.

Spätestens sobald die Entwurfsplanung beginnt, sollte die Beteiligung der weiteren Öffentlichkeit intensiviert werden. Erste Aufgabe ist die Information, bspw. mit Flugblättern, Broschüren, Pressemitteilungen und einer Projektwebsite (VDI, 2015), wobei Vor- und Nachteile offen thematisiert werden sollten. Druckerzeugnisse sollten dabei genutzt werden, um die Bürger:innen darüber aufzuklären, wie sie von dem geplanten Projekt profitieren, wer ihre Ansprechpartner:innen sind (ebd.) und auf welchem Weg sie sich beteiligen können. Möglich ist neben Webformularen und Präsenzveranstaltungen auch eine Telefon-Hotline (ebd.). Die dadurch gesammelten Rückmeldungen sollten gesichtet, ausgewertet und

in die Planung des Projekts einbezogen werden, um bei den weiteren Phasen des Projekts die Bemühung des Unternehmens darzustellen, auf die Sorgen und Wünsche der Bevölkerung einzugehen. Bei sämtlichen Kommunikationsmaßnahmen ist darauf zu achten, dass die Technik allgemeinverständlich erklärt wird; mögliche Erscheinungsformen der Anlage können schon zu diesem Zeitpunkt als Visualisierung (Interview mit Kommunikationsexpert:innen) integriert werden.

Während der Genehmigungs- und Ausführungsplanung sollte der Stakeholder:innendialog intensiviert werden, indem die aktualisierten Pläne und durch die Bevölkerung ausgelösten Änderungen vorgestellt werden. Zu diesem Zeitpunkt sollten zwingend Visualisierungen eingesetzt werden, die es den Bewohner:innen bestenfalls ermöglichen, die Sichtbarkeit der neuen Anlage von ihrem eigenen Grundstück aus einzuschätzen. Exkursionen zu ähnlichen, bereits in Betrieb befindlichen Anlagen können in dieser Phase ebenfalls eingesetzt werden.

Mit der Ausführung des Baus sollte der Diskurs fortgesetzt und die Bevölkerung über den Fortgang informiert werden, indem die Baustelle für Besucher:innen regelmäßig geöffnet wird (VDI, 2015; Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Diese Veranstaltungen können in ihrer Wirkung verbessert werden, indem bspw. Grillabende ausgerichtet und deren Kosten vom Unternehmen getragen werden. Die Erwartung dabei ist, dass die Anwohner:innen sich aufgrund des Engagements des Unternehmens für ihre Gemeinschaft positiver über dessen Handeln äußern und dadurch unterbewusst diejenigen Unentschlossenen durch den Eindruck sozialer Erwünschtheit beeinflussen.

Social Media kann während aller Phasen genutzt werden, um transparent den Fortschritt des Projekts und die Beteiligung der Öffentlichkeit darzustellen. Mit der Bauausführung bieten die sozialen Medien die Möglichkeit, Veränderungen auf der Baustelle täglich zu dokumentieren und mit Fotos und Videos die Erhabenheit der Technik zu präsentieren. Gleichzeitig ist Social Media kein klassischer Medienkanal, auf dem eine Sender:in an viele Empfänger:innen ihre Botschaften aussendet – die Unternehmen müssen die personellen Kapazitäten schaffen, um über Social Media mit der Bevölkerung in den Dialog zu treten (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Zudem kann z. B. bei der Einrichtung eines Tagebaus ein Besichtigungsturm am Rand des Geländes eingerichtet werden, um mehr Transparenz über die Vorgänge auf dem Gelände zu schaffen. Mit einer Kamera ausgestattet, kann dieser Effekt über das Internet erweitert werden (ebd.).

4.4 Webapplikation Akzeptanz-O-Meter

Ziel des *Akzeptanz-O-Meters* ist, den voraussichtlichen Akzeptanzvorhersagewert³¹ sowie akzeptanzsteigernde Maßnahmen für konkrete Projekte aufzuzeigen. Für die Nutzung der Webapplikation wird über einen Internetbrowser die Webadresse aufgerufen. Es erscheint die Startseite, welche über die Zielstellung und Methodik Auskunft gibt (Abbildung 4.13). Über den dort implementierten Start-Button kann auf die Anwendung zugegriffen werden.



Abbildung 4.13 Startseite der Webapplikation

Wurde die Passwordeingabe korrekt getätigt, kann die Nutzer:in im Userinterface Angaben zum Projekt tätigen (Abbildung 4.14, 4.15). Dazu gehören:

- Sektorauswahl (Energie- oder Rohstoffsektor),
- Vorhabensklasse (nur im Energiesektor: fossil oder erneuerbar),
- Anlageart (entsprechend der Sektorauswahl und Vorhabensklasse: Windkraft-, Wasserkraft-, Solar-, Biomasse-, Geothermieanlage, Kohle-, Öl- oder Gaskraftwerk sowie Abbau in Tagebau oder Untertagebau),
- Lokalisation (über Landkreis oder Postleitzahl),

³¹ Der Akzeptanzvorhersagewert entspricht dem Mittelwert der lokalen Akzeptanzstufe; von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

- Art des Projekts (neues oder Ausbau eines bestehenden Projekts),
- Projektphase (Ideen-, Entscheidungs-, Verhandlungs-, Umsetzungs-, Betriebs- oder Renaturierungs-/Rekultivierungsphase),
- regionale Verortung des Unternehmens (ja oder nein),
- gesellschaftliches Engagement (wenn bei bisheriger Unternehmestätigkeit vor Ort mit *ja* geantwortet wurde: ja oder nein),
- Bekanntheit der Anspruchsgruppen (ja oder nein) sowie
- Kontakt zu Anspruchsgruppen (wenn bei Bekanntheit der Anspruchsgruppen mit *ja* geantwortet wurde: ja oder nein).

Die Angaben werden über Radio-Checkboxes und eine Dropdown-Input-Box getätigt. Nachdem die Nutzer:in dies getan hat, kann sie oder er auf den Analyse-Starten-Button klicken.

Abbildung 4.14

Userinterface der Webapplikation, Teil 1. Auszug

In welchem Sektor ist Ihr Vorhaben angesiedelt?

Energiesektor

Rohstoffsektor

Welche Art der Energieumwandlung wird genutzt?

Erneuerbare Energieumwandlung

Fossile Energieumwandlung

Um welche Art von Anlage handelt es sich?

Windkraftanlage

Wasserkraftanlage

Solaranlage

Biomasseanlage

Geothermieanlage

Wo möchten Sie das Projekt durchführen?
Bitte wählen Sie Ihr Gebiet über eine der aufgeführten Auswahlmöglichkeiten:

LANDKREIS POSTLEITZAHL

Landkreis auswählen ▾

Handelt es sich um ein neues Projekt oder den Ausbau eines bestehenden?

Neues Projekt
 Ausbau eines bestehenden Projekts

In welcher Projektphase befinden Sie sich?

Ideenphase
 Entscheidungsphase
 Verhandlungsphase
 Umsetzungsphase
 Betriebsphase
 Renaturierungs-/Rekultivierungsphase

Ist Ihr Unternehmen vor Ort bereits tätig?

Ja
 Nein

Zeigen Sie vor Ort gesellschaftliches Engagement (Sponsoring von Sportvereinen, ...)?

Ja
 Nein

Sind Ihnen die wichtigen Anspruchsgruppen vor Ort bekannt?

Ja
 Nein

Haben Sie bereits Kontakt zu den Anspruchsgruppen?

Ja
 Nein

ANALYSE STARTEN

Abbildung 4.15 Userinterface der Webapplikation, Teil 2. Auszug

Anschließend erscheint der Akzeptanzvorhersagewert, weiterführende Erläuterungen sowie akzeptanzsteigernde Instrumente mit Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen (Abbildung 4.16). Die getätigten Angaben bleiben erhalten und können verändert werden.

Entsprechend der Angaben der Nutzer:in wird der Akzeptanzvorhersagewert für den Freistaat Sachsen in Anlehnung an die Inakzeptanz-Akzeptanz-Skala mit einem Ampelsystem visualisiert (Abbildung 4.17). Ergänzend wird der ermittelte Wert im gewählten Landkreis dargestellt. Unter dem Akzeptanzvorhersagewert wird ein erklärender Text eingebunden. Dieser enthält Aussagen zur (In-)Akzeptanz im Freistaat, dem Informationsgrad und den Befürchtungen der sächsischen Bevölkerung sowie Hinweise zur Wichtigkeit des Umgangs mit Stakeholder:innen für die durch die Nutzer:in gewählte Anlageart.

Zudem werden den Unternehmensvertreter:innen an die Vorhabensituation angepasste Maßnahmen vorgeschlagen. Diese sind in Paid-, Earned- und Owned-Maßnahmen unterteilt; die drei Kategorien werden kurz erläutert (Abbildung 4.18). Die Maßnahmen werden aufgrund der ausgewählten Projektphase dargestellt und anhand der Bewertung nach der Media Richness Theory (Abschnitt 4.3.2) absteigend inkl. der Punktzahl aufgelistet.

Die Webapplikation wird mit vier Unternehmensrepräsentant:innen, welche jeweils ein Vorhaben umsetzen (wollen), auf ihre Praxistauglichkeit und somit den Nutzen getestet. Im heterogenen Sampling wird erneuerbare Energie, vertreten durch die Mitteldeutsche Braunkohlengesellschaft mbH (MIBRAG)/MIBRAG Neue Energie GmbH und eins energie in sachsen GmbH & Co. KG, fossile Energieumwandlung sowie Rohstoffgewinnung gegenübergestellt. Bei ihren Projekten handelt es sich u. a. um die Errichtung neuer Windkraftanlagen oder eines Holzheizkraftwerks. Für diese Veröffentlichung liegt die Genehmigung von zwei der vier Unternehmen vor (Tabelle 4.42).

In persönlicher oder virtueller Anwesenheit werden die projektspezifischen Eingaben der Unternehmensvertreter:innen durch sie selbst getätigt und die Ergebnisse von ihnen eingesehen (Interview mit Unternehmensrepräsentant:innen). Anschließend werden die Repräsentant:innen um ihre Einschätzung zu Bedienfreundlichkeit, Gestaltung, Akzeptanzvorhersagewert, Erläuterungen, Maßnahmenvorschlägen, Informationswert, Neuigkeitswert und Gesamteindruck gebeten. Für die Auswertung vergeben sie in den jeweiligen Kategorien Punkte von eins für *sehr schlecht*, zwei für *schlecht*, drei für *in Ordnung*, vier für *gut* bis fünf für *sehr gut*.

Akzeptanz-O-Meter

Betriebsphase

Renaturierungs-/Rekultivierungsphase

Ja

Nein

Ja

Nein

Ja

Nein

Ja

Nein

ANALYSE STARTEN

Erläuterungen zur Energiewandlung mittels einer Windkraftanlage im Landkreis Sächsische Schweiz-Osterzgebirge

Akzeptanzwert in Sachsen (Durchschnitt)

Im Vergleich zu anderen Bundesländern ist die Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber der Energiewende geringer als im deutschlandweiten Durchschnitt. Die Windkraft befürworten in Sachsen weniger Bewohnerinnen und Bewohner als in anderen Bundesländern. Die sächsische Bevölkerung sieht der Energiewandlung mittels Windkraft eher gleichgültig gegenüber: 3 % würden sich gegen ein Windrad in ihrer Nähe einsetzen, 17 % es ablehnen, 16 % sind zwiespaltig, 6 % sind gleichgültig, 20 % würden es dulden, 23 % es akzeptieren, 14 % befürworten und 1 % sich dafür einsetzen.

In dem von Ihnen gewählten Landkreis ist der Akzeptanzwert etwas höher als im Durchschnitt.

Neuen Vorhaben steht die Bevölkerung i.d.R. skeptischer gegenüber als dem Ausbau bestehender Projekte.

Da Ihr Unternehmen vor Ort bereits bekannt ist, sollte bestenfalls ein Vertrauensverhältnis zwischen den Bürgerinnen und Bürgern und Ihnen bzw. Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestehen.

Bevor Sie ein Vorhaben vor Ort umsetzen oder Ihre Kommunikationsinstrumente planen, sollten Sie sich unbedingt den Anspruchsgruppen vor Ort widmen. Es ist essenziell, dass Sie sich der Stakeholder und Meinungsführer vor Ort bewusst sind. Ihre Aktivitäten müssen Sie auf deren Interessens- und Erwartungslage ausrichten und dies geht nur, wenn Sie sie

Akzeptanzsteigernde Instrumente mit Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen

Die aufgeführte Liste bietet Ihnen eine Übersicht über mögliche akzeptanzsteigernde Instrumente mit dem Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit. Nutzen Sie die Vorschläge und Bewertungen als Anregungen, Basis für Ihr Handeln sollten die exakten Gegebenheiten vor Ort wie die Interessenslage der Stakeholder usw. sein.

Paid	Kommunikation über Kanäle, die sie nicht besitzen und für deren Zustandekommen Sie Geld bezahlen. Dazu zählen Anzeigen, AdvertoRals, Sponsorings aber auch Kooperationen mit Social-Media-Influencern, für die Sie zahlen.	>
Owned	Kommunikation über Kanäle, die sie besitzen. Dazu zählen Unternehmensmagazine, eigene Social-Media-Kanäle ebenso wie z. B. Geschäfte- oder Nachhaltigkeitsberichte.	>
Earned	Kommunikation über Kanäle, die sie nicht besitzen, für deren Zustandekommen Sie aber kein Geld bezahlen. Dazu zählen Ihre Teilnahme an öffentlichen Foren wie Diskussionen und journalistische Berichterstattung, die von Ihnen durch Pressearbeit beiderbet werden kann.	>

Abbildung 4.16 Webapplikationsseite. Auszug



Abbildung 4.17 Darstellung des Akzeptanzvorhersagewerts in Webapplikation. Für einen Tagebau im Landkreis Mittelsachsen

Akzeptanzsteigernde Instrumente mit Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen

Die aufgeführte Liste bietet Ihnen eine Übersicht über mögliche akzeptanzsteigernde Instrumente mit dem Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit. Nutzen Sie die Vorschläge und Bewertungen als Anregungen, Basis für Ihr Handeln sollten die exakten Gegebenheiten vor Ort wie die Interessenslage der Stakeholder usw. sein.

Paid
Kommunikation über Kanäle, die sie nicht besitzen und für deren Zustandekommen Sie Geld bezahlen. Dazu zählen Anzeigen, Advertorials, Sponsorings aber auch Kooperationen mit Social-Media-Influencern, für die Sie zahlen.

Owned
Kommunikation über Kanäle, die sie besitzen. Dazu zählen Unternehmensmagazine, eigene Social-Media-Kanäle ebenso wie z.B. Geschäfts- oder Nachhaltigkeitsberichte.

Earned
Kommunikation über Kanäle, die sie nicht besitzen, für deren Zustandekommen Sie aber kein Geld bezahlen. Dazu zählen Ihre Teilnahme an öffentlichen Formaten wie Diskussionen und journalistische Berichterstattung, die von Ihnen durch Pressearbeit befördert werden kann.

- Beteiligungsformate auf der Stufe der Anhörung und Konsultation (Bürgerversammlung, Anhörungen, ...)

12/12
- Beteiligungsformate auf der Stufe der Kooperation (Runder Tisch, Planungszelle, Bürgerhaushalt, ...)

12/12
- Artikel in Fachzeitschriften

4/12

Earned
Kommunikation über Kanäle, die sie nicht besitzen, für deren Zustandekommen Sie aber kein Geld bezahlen. Dazu zählen Ihre Teilnahme an öffentlichen Formaten wie Diskussionen und journalistische Berichterstattung, die von Ihnen durch Pressearbeit befördert werden kann.

- Beteiligungsformate auf der Stufe der Anhörung und Konsultation (Bürgerversammlung, Anhörungen, ...)

12/12
- Beteiligungsformate auf der Stufe der Kooperation (Runder Tisch, Planungszelle, Bürgerhaushalt, ...)

12/12
- Artikel in Fachzeitschriften

4/12

Abbildung 4.18 Darstellung potenziell akzeptanzsteigernder Instrumente mit Fokus auf Kommunikationsmaßnahmen in Webapplikation. Auszug

Tabelle 4.42 Auswahl befragter Unternehmen und deren Projekte. Auszug; in Anlehnung an HeidelbergCement AG (2020, o. D.-a, o. D.-b), Heidelberger Sand und Kies GmbH (o. D.), eins energie in sachsen GmbH & Co. KG (o. D.-a, o. D.-b, o. D.-c, o. D.-d), MIBRAG (2018, 2020, 2021a, 2021b, 2021c)

Name des Unternehmens	Kurzbeschreibung	
	Unternehmen	Projekt
MIBRAG	<ul style="list-style-type: none"> – Großunternehmen (ca. 2.650 Mitarbeiter:innen) mit fünf Tochterunternehmen und drei Beteiligungen – Rohstoff- und Energiesektor – Hauptsitz in Zeitz (Sachsen-Anhalt), Unternehmensstandorte in Sachsen und Sachsen-Anhalt 	<ul style="list-style-type: none"> – Errichtung von neuen Windkraftanlagen bzw. einem neuen Windpark im Landkreis Leipzig – Projektphase: Verhandlungsphase – Inbetriebnahme: 2024–2025
MIBRAG Neue Energie GmbH	<ul style="list-style-type: none"> – Sächsisches Kleinunternehmen – 100 %ige Tochtergesellschaft der MIBRAG – Energiesektor: erneuerbare Energie – Geschäftszweck: Windenergieprojekte, z. B. Windkraftpark <i>Am Geversberg</i> am Rande des Tagebaus <i>Vereinigtes Schleenhain</i> 	
eins energie in sachsen GmbH & Co. KG	<ul style="list-style-type: none"> – Sächsisches Großunternehmen, an über 20 Unternehmen beteiligt – Energiesektor, Wasserver-/Abwasserentsorgung 	<ul style="list-style-type: none"> – Errichtung eines neuen Holzheizkraftwerks in Chemnitz – Projektphase: Umsetzungsphase – Inbetriebnahme: 2024

Die **Bedienfreundlichkeit** stufen drei von vier Unternehmen mit *sehr gut* ein, es heißt, die Applikation sei logisch aufgebaut und gut zu verstehen. Bei der Gestaltung wird zwei Mal die höchste Punktzahl, einmal das Feedback *gut* und einmal *in Ordnung* vergeben. Zur Bewertung *in Ordnung* wurde ergänzt, dass die Gestaltung zu simpel sei und mehr Informationen sowie Beispiele inkludiert werden sollten (Interview mit Unternehmensrepräsentant:innen). Ein:e andere:r Unternehmensrepräsentant:in würde dieser Aussage augenscheinlich nicht zustimmen, er bzw. sie bewertet die Gestaltung mit der Höchstpunktzahl und äußert, „man hatte ja echt auf einer Seite mit ein bisschen scrollen alles drauf“ (ebd.).

Die Einschätzung des Akzeptanzvorhersagewertes wird insgesamt mit 19 von 20 zu erreichenden Punkten bewertet, aus der Grafik sei u. a. wegen der farblichen Einteilung alles einfach abzuleiten (ebd.). Der Akzeptanzvorhersagewert führt bei einer bzw. einem Unternehmensrepräsentant:in zur unmittelbaren Reaktion, dass vorbeugend für das Projekt etwas getan werden müsse (ebd.). Ein:e Vertreter:in entnimmt den weiterführenden Erläuterungen zum Akzeptanzvorhersagewert, dass mit den der (In-)Akzeptanzausprägung Gleichgültigkeit zugeordneten Personen gearbeitet werden und versucht werden sollte, diese argumentativ auf die Seite des Unternehmens zu führen (ebd.). Die Person äußert zudem den Gedanken, dass die der (In-)Akzeptanzausprägung Akzeptanz zugeordneten Teile der sächsischen Bevölkerung „vielleicht sogar für uns sprechen oder uns dabei helfen“ (ebd.). Positiv werden auch die **Erläuterungen** bezüglich der Stakeholder:innen sowie des Wissensstands der Bevölkerung eingeschätzt. Die Repräsentant:innen charakterisieren die Erläuterungen als verständlich, nachvollziehbar und detailliert.

Die **Maßnahmenvorschläge** in der rechten Spalte werden insgesamt mit 18 von 20 Punkten bewertet: Sie seien umfangreich und beinhalten für einen Teil der Repräsentant:innen neue Maßnahmen. Dazu heißt es z. B., dass die Einteilung, Auflistung und Bewertung eine Nicht-Kommunikationsexpert:in, die „das nebenbei machen muss“ (Interview mit Unternehmensrepräsentant:innen), unterstützen würde. Auch die für die Kommunikation verantwortlichen Vertreter:innen bewerten die Maßnahmenvorschläge als *sehr gut/gut*. Insbesondere die Bereiche Bildungsprojekte und Social Media werden reflektiert. Dazu heißt es u. a., dass das Unternehmen „durchaus aktiver in sozialen Medien sein sollte[.]“ (ebd.) und „da sind wir eigentlich ziemlich schwach auf der Brust“ (ebd.).

Der **Informationswert** des *Akzeptanz-O-Meters* wird mit 19, der **Neuigkeitswert** mit 14 von 20 Punkten bewertet. Letzteres Urteil verwundert nicht, da die Unternehmensrepräsentant:innen seit Jahren persönlich Erfahrung mit der

(In-)Akzeptanz der Bevölkerung gemacht haben oder für die Unternehmenskommunikation verantwortlich und folglich mit der Thematik grundlegend vertraut sind. Die Applikation als Ganzes betrachtend vergeben zwei Unternehmen das Urteil *sehr gut* und zwei die Bewertung *gut*. Alle Unternehmensrepräsentant:innen geben an, die Anwendung zukünftig nutzen zu wollen.

4.5 Ableitungen zur Steigerung der soziopolitischen Akzeptanz

Dieses Forschungsprojekt thematisiert zuvorderst das lokale (In-)Akzeptanzniveau gegenüber konkreten Projekten; die grundsätzliche Einstellung hat auf diese aber Einfluss (Zoellner et al., 2009; Wunderlich, 2012; iit, 2015; Fuchs et al., 2016). Deshalb werden nachfolgend Ansätze angeführt, mit denen soziopolitische Faktoren das lokale (In-)Akzeptanzniveau beeinflussen können, wenn sie kommunikativ thematisiert werden.

Bewusstseinsbildung

Das in der Ausgangslage angedeutete, fehlende Bewusstsein für Energie und Rohstoffe sollte in der kommunikativen Begleitung von Projekten thematisiert werden. Einige Autor:innen attestieren der Bevölkerung eine gewisse Sorglosigkeit, die durch das hohe infrastrukturelle Niveau begründet wird: Bei Strom führe die permanente, unterbrechungsfrei Verfügbarkeit zu ihrer vermeintlichen Gewissheit (Schubert et al., 2013; Fischer et al., 2015) und „das Rohstoffbewusstsein ist ... in der Bevölkerung wenig ausgeprägt“ (Kulik, 2018, S. 71, Hervorhebung aus dem Original entfernt). Die Rohstoffgewinnung wird in Deutschland als ebenso selbstverständliche Dienstleistung wahrgenommen (Angerer et al., 2016). Dies kann mit fehlendem Wissen bezüglich der Bedeutung von Rohstoffen und absentem Interesse an diesem Thema begründet werden, die auf den allgemeinen Bedeutungsverlust der Rohstoffindustrie zurückzuführen sind (ebd.). Bundesländer und Bundesregierung sowie ihre nachgeordneten Behörden versuchen diesem mangelnden Bewusstsein durch Sachinformationen zu begegnen (Kulik, 2018). Es existiert jedoch eine tiefgreifende Diskrepanz zwischen der alltäglichen Rohstoffnutzung, die gesellschaftlich akzeptiert ist, und dem Unwissen über Herkunft, Abbau-, Verarbeitungs- und Transportbedingungen (RohstoffWissen!, 2019b). Eine allgemeine **Information der Öffentlichkeit** über Rohstoffverfügbarkeit und -nutzung (Kulik, 2018) ist zur Schaffung einer Wissensbasis **obligatorisch**, weil soziopolitisches und lokales Akzeptanzniveau gegenüber Rohstoffabbau, fossiler und erneuerbarer Energieumwandlung bei nicht informierten Personen am

geringsten ist (Abschnitt 4.1.1). Alleinige **Information ist aber nicht ausreichend** (Bleicher & David, 2015). Um Akzeptanz allgemein und vor Ort zu befördern, müssen Vorbehalte zunächst abgebaut, Kosten und Nutzen auch aus Sicht der Bevölkerung abgewägt und neben Nutzungsoptionen die Vorteile für die Bürger:innen entdeckt werden (Schäfer & Keppler, 2013). Voraussetzung ist, das Wissen für Nichtfachleute aufzubereiten (Klagge et al., 2013).

Kommunikation kann jedoch offenkundige Missstände nicht beseitigen. Für Geothermie bspw. gilt es, jegliche Schadensfälle zu vermeiden (Deinhardt & Dilger, 2018), da „die meisten Menschen ein hohes Risiko gleichzeitig mit einem geringen Nutzen und umgekehrt einen hohen Nutzen mit einem geringen Risiko verbinden“ (Renn, 2015a, S. 137). Die Bevölkerung würde, sobald sie eine Energietechnik als riskant oder sogar gefährlich einstuft, automatisch den Nutzen selbiger als geringer einstufen (Renn, 2015a). Dieser Effekt dürfte bei der Atomkraft eingetreten sein (Mackenthun, 2007). Gleichzeitig muss die Informations- und Wissensvermittlung derart gestaltet sein, dass Geothermie (ein-)eindeutig als Form der erneuerbaren Energieumwandlung wahrgenommen wird, um Befürchtungen durch das positive Image regenerativer Energien zu minimieren (Borg et al., 2018). Dies inkludiert auch die Technik des Framings.

Framing

Beim Framing werden bestimmte Informationen ausgewählt und betont, wobei andere bewusst ausgeschlossen werden (Entman, 1993; Scheufele, 2003). Durch diese Selektion kann die Einstellung der Rezipient:innen beeinflusst werden (Price et al., 1997). Dieser Effekt wurde für die Technikakzeptanz durch Studien belegt (Davis, 1995; Shen, 2004; Cobb, 2005; Vishwanath, 2009; Stoefs & Mathijs, 2009). So führten positive Frames wie der Effizienz- und Entlastungsframe zu mehr Akzeptanz gegenüber dem Netzausbau, während negative wie Verwundbarkeits- und Interessensframe zu weniger führten (Schmidt et al., 2013). Im Bereich der Rohstoffe ist vor diesem Hintergrund bereits der Begriff Rohstoffabbau kritisch zu 3, da *Abbau* als nichtumkehrbarer Vorgang negativ konnotiert ist – unabhängig davon, ob er verantwortungsvoll und nachhaltig erfolgt. Positives Framing würde stattdessen den Begriff *Gewinnung* nutzen, da dieser positiv konnotiert wird.

Eindeutig negative Auswirkungen oder Folgeerscheinungen sind jedoch auch durch Framing nicht positiv darzustellen. Beispielsweise können die Rotorblätter von Windkraftanlagen, für die Bevölkerung zumeist das Symbol dieser Technik, bisher nur schwer wiederverwertet werden, da sie aus Faserverbundstoffen bestehen (BWE, 2017; Crome, 2018). Problematisch ist, dass sie außerhalb Deutschlands teils durch Deponierung entsorgt werden (Abbildung 4.19).



Abbildung 4.19 Entsorgung von Rotorblättern von Windkraftanlagen durch Vergraben in den USA. Auszug aus Rasmussen (o. D.)

Dies schafft Bilder, die den Frame einer ausschließlich regenerativen Energieumwandlung brechen – auch wenn diese Option in Deutschland nicht möglich ist, weil die Deponierung von Faserverbundstoffen verboten ist.

Leuchtturmprojekte und Testimonials

Neben der Betonung positiver Aspekte gilt für Kommunikation zur Steigerung der Akzeptanz: Das Abstrakte muss greifbar werden. Es braucht „**Leuchtturmprojekte**, die jeder sehen kann und die im Idealfall andere – auch aus monetären Gründen – nachmachen wollen“ (Plöger & Böttcher, 2015, S. 173, Hervorhebung nicht im Original). Journalistische Berichterstattung befördert dies (ebd.), wenn anhand der Leuchtturmprojekte Gemeinwohleffekte thematisiert werden (Krug, 2018). Der dadurch ausgelöste Abbau von Vorurteilen kann durch die kommunikative Einbeziehung von legitimierten Personen verstärkt werden, darunter Politiker- und Leiter:innen angesehener Einrichtungen (Schäfer & Keppeler, 2013). Dabei eröffnet das persönliche Gespräch mit Expert:innen sowie das direkte Erleben in Form von Anlagenbesichtigungen weitere Möglichkeiten

(ebd.). Neben positiven Berichten in sozialen Medien ist aktive Pressearbeit notwendig. Dem Protest gegen die Infrastruktur der Energiewende wird aufgrund des augenscheinlichen Konflikts von publizistischen Medien Gewicht beigemessen, wobei dieser Protest die Berichterstattung dominiert und damit die öffentliche Meinungsbildung beeinflusst (Grünwald et al., 2015).

Positivbeispiele können als Testimonials diesen Effekt minimieren, Kleinanlagenbetreiber:innen bspw. zur Akzeptanz beitragen. Sie drücken als positives Beispiel Akzeptanz für die von ihnen verwendete Technik aus und dienen als Vorbild für die Transformation von bisherigen Konsument- zu Produzent:innen. Es ist zu erwarten, dass Betreiber:innen privater Solaranlagen die Technik als solche befürworten und damit auch Solarparks positiver gegenüberstehen (Tischer et al., 2006). Entscheidender sind jedoch Transformationsmöglichkeiten. Ein bundesweites Programm *Von der Land- zur Energiewirt:in* (ebd.) könnte für prekarierte Familienbetriebe in der Landwirtschaft eine Perspektive sein, die es erlaubt, die teils jahrhundertelange Familientradition mit neuem Schwerpunkt fortzuführen, indem Agrarflächen stärker für die erneuerbare Energieumwandlung genutzt werden. Um Inakzeptanz bei anderen Einwohner:innen zu verhindern und den Landwirt:innen finanziell diese Neuausrichtung zu erlauben, könnten sie einen Teil ihrer Fläche an Gemeinde, Land oder Staat verkaufen oder verpachten und gleichzeitig günstige Kredite erhalten. Diese vergesellschafteten Flächen würden nicht veräußert oder anderweitig genutzt, sondern zur erneuerbaren Energieumwandlung. Am Gewinn dieser öffentlichen Anlagen würde die Bürgerschaft direkt monetär beteiligt (Plöger & Böttcher, 2015). Gleichzeitig würden durch die verstärkte Nutzung der Windenergie weitere positive Beschäftigungseffekte ausgelöst, die beinahe ausschließlich dem ländlichen Raum zugutekämen (BWE, o. D.). Im Jahr 2013 arbeiteten deutschlandweit über 370.000 Menschen in der erneuerbaren Energiebranche (AEE, o. D.-a), dennoch sehen die Bürger:innen z. B. die Wind- und Solarenergiebranche noch nicht als Wirtschaftszweige an, die wichtig für die Schaffung von Arbeitsplätzen sind (IfD-Allensbach, 2004). Die Form der Vergesellschaftung und finanziellen Beteiligung ist nicht nur bei Projekten der erneuerbaren Energieumwandlung möglich. Sie kann gleichsam die Akzeptanz für Rohstoffvorhaben erhöhen, wenn ein bestimmter Anteil des Gewinns unmittelbar der Entwicklung der Region zugutekommt. So wie die Rohstoffgewinnung einst Reichtum und Wohlstand für Staaten bedeutete (Tenfelde, 1979), würde sie künftig das Einkommen derjenigen erhöhen, die unmittelbare Auswirkungen in Landschaft und Umwelt erfahren.

(Aus-)Bildungsprojekte

Unabhängig von Transformations- und Beteiligungsoptionen sollte die Informations- und Wissensvermittlung nicht nur eingesetzt werden, um kurzfristige Effekte im Lokalen zu erzielen. Um langfristig zu einer größeren soziopolitischen Akzeptanz beizutragen und damit künftig einen Beitrag zur Energie- und Rohstoffsicherheit zu leisten, muss es gelingen, jüngeren Menschen konkretes Wissen in Form von Sach- und Methodenkompetenz zu vermitteln, damit diese nicht ebenfalls die abstrakte Vorstellung einer selbstverständlichen Energie- und Rohstoffversorgung entwickeln. Bildungsprojekte mit Kindern und Jugendlichen können dazu dienen, frühzeitig kindliche Begeisterung für Technologie zu wecken und damit die Grundlagen für künftige Verbesserungen des (In-)Akzeptanzniveaus zu legen. Die Einbeziehung künftiger Generationen von Entscheider:innen bietet die Chance zu verhindern, dass das Wissen um die Rohstoffsituation weiter in den Hintergrund gedrängt wird (Weyer, 2018). Sie zielt darauf, jene Menschen zu erreichen, die noch keine Inakzeptanz entwickelt haben und glaubhaft zu vermitteln, warum Rohstoffe und Energie wesentliche Grundlage der Gesellschaft sind, damit ein schwieriges „Aufbrechen“ dieser Haltung zukünftig nicht nötig wird (Angerer et al., 2016).

Verschiedene Bergbauzweige und Institute haben deshalb Material für Schulen erstellt (Kulik, 2018). Die Maßnahmen sollten sich jedoch nicht auf kognitive Wissensvermittlung beschränken, sondern ein **Erleben ermöglichen** (Schäfer & Keppler, 2013). Anwendungs- und Erfahrungswissen baut Berührungsängste ab, sodass Computerspiele und -visualisierungen ebenso zum Repertoire gehören sollten wie Exkursionen, bei denen die Technik ausprobiert werden kann (ebd.). Als Beispiele sei auf die Projekte *SOCIAL NATURE* (Walter, 2018), die *ARCHE Naturprojekte* (Walter, 2021) und die Ausstellung *Vom Salz des Lebens* (Drebenstedt & Kleeberg, 2021) verwiesen. Die aktive Einbindung des Lehrpersonals kann dazu beitragen, diese als Multiplikator:innen zu gewinnen, die die Projekte zukünftig mit neuen Klassenstufen wiederholen.

Unterstützend auf die Akzeptanzgenese würde zudem wirken, wenn das **Personal** auch abseits der Kommunikationsabteilungen mehr Kenntnisse über Akzeptanzforschung und angewandte Kommunikationswissenschaften erwerben würde. Dies käme insbesondere den KMU zugute. Die Befragung der sächsischen Unternehmensvertreter:innen hat ergeben, dass die Kommunikationsarbeit und die Akzeptanzgenerierung oftmals als Nebenaufgabe zur eigentlichen Tätigkeit erfolgt (Abschnitt 4.2.3; Interview mit Unternehmensrepräsentant:innen). Da professionelle strategische Kommunikation nach Meinung der befragten Expert:innen Wissen und Erfahrung erfordert (Interview mit Kommunikationsexpert:innen),

sollten die Unternehmensvertreter:innen zumindest ein grundlegendes Verständnis aufbauen. Neben unternehmensinterner Schulung wäre hierfür eine Integration in die Aus- und Weiterbildung von **Studierenden** hilfreich, weil die Alumni ihr Wissen direkt nach der Aufnahme einer beruflichen Tätigkeit in die Unternehmen einbringen könnten.

Akzeptabilität

Den Fokus kommunikativer Bemühungen ausschließlich auf Informations- und Wissensvermittlung zu setzen, greift jedoch zu kurz: Die Motivationslagen der Bevölkerung sind allein mit einem Wissensdefizit nicht zu erklären (Bleicher & David, 2015). Die zuvor skizzierten Maßnahmen tragen vor allem dazu bei, gegebene soziopolitische Akzeptanz auf konkrete Projekte zu übertragen und damit durch eine Vielzahl von Projekten Erfahrungswissen zu schaffen und so auch die soziopolitische Akzeptanz langfristig zu verbessern. Entscheidend ist unterdessen oft, welche Maßnahmen ergriffen werden können, wenn die Akzeptabilität infrage steht. Da sie aus dem Objekt selbst resultiert, ist sie nicht veränderbar – außer das Objekt wird verändert.

Konkret bedeutet dies etwa für Rohstoffvorhaben, dass geprüft werden sollte, ob ein Tagebau ebenso als Tiefbau möglich und damit für die Bevölkerung akzeptabler ist. Die für Untertagebau nötigen Einrichtungen wie Schacht- und Aufbereitungsanlagen sowie Teiche für Aufbereitungsabgänge ähneln in ihren optischen Auswirkungen auf das Landschaftsbild denen anderer Industrien (Angerer et al., 2016). Ein solches Vorgehen wird bereits u. a. in Österreich eingesetzt, wenn auch nicht aus Gründen der Inakzeptabilität, sondern solchen des Umweltschutzes (ebd.). Beispielhaft seien für Österreich die Wolframgewinnung in den Hohen Tauern und für Deutschland die Flussspat-/Schwerspat-Grube *Clara* im Schwarzwald angeführt, die, obwohl in sensibler Natur gelegen, eine hohe Akzeptanz der Bevölkerung aufweisen (ebd.).

Zudem kann geprüft werden, ob die Aufbereitung der gewonnenen Rohstoffe vor Ort erfolgen muss oder in Gebieten erfolgen kann, deren Bewohner:innen aufgrund lokaler Bergbautradition eine industriekulturelle Prägung aufweisen, die eine höhere Akzeptanz für derartige Industrien wahrscheinlich macht (Angerer et al., 2016). Obwohl die angeführten Anpassungen keine kommunikativen Maßnahmen sind, bieten sie durch ihren Charakter der Begrenzung von Folgen der Rohstoffgewinnung für Umwelt und Landschaft kommunikatives Potenzial, weil mindestens die Wahrscheinlichkeit steigt, dass solche untertägigen Vorhaben toleriert werden – erst recht, wenn ihre Auswirkungen kontrastierend zu denen des für die Bevölkerung inakzeptablen Tagebaus kommuniziert werden.

Ein Verzicht auf Tagebaue ist jedoch nicht immer möglich, auch weil er aufgrund Unwirtschaftlichkeit bestimmter Untertagebauprojekte eine Selektion bestimmter Rohstoffarten bedeuten würde (Angerer et al., 2016). In diesen Fällen sollten bei fehlender Akzeptabilität oder nichtgegebener soziopolitischer und lokaler Akzeptanz andere Formen einer Veränderung des Akzeptanzobjekts geprüft werden. Denkbar wäre etwa, die „Tendenz zu immer größeren Tagebauen umzukehren“ (ebd., S. 166) oder die Umsetzung dadurch zu ermöglichen, dass die Rohstoffe vor allem in Senken abgebaut und damit eine durch die Bevölkerung wahrnehmbare Veränderung der Landschaft verringert wird (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Einen vergleichbaren Effekt kann die systematische Außenverkleidung von Betriebsstätten erreichen (ebd.).

Regulatorische Rahmenbedingungen

So vielfältig die Anknüpfungspunkte für Unternehmen sind, sie sind abhängig von Exekutive und Legislative. Dabei scheint ein Gefühl der Unsicherheit gegeben, das ein:e Unternehmensrepräsentant:in im Interview beispielhaft zum Ausdruck bringt: „Wichtig ist natürlich ein **energiepolitisches Umfeld, was einigermmaßen stabil ist**. ... Die regulatorischen Rahmenbedingungen müssen natürlich auch einen gewissen Bestand haben, eine Halbwertszeit also größer eines Jahres“ (Interview mit Unternehmensrepräsentant:innen). Gerade die Energiepolitik befindet sich aktuell in einem einschneidenden Wandlungsprozess. Die Energiewende wurde in den letzten Jahren konkretisiert: Erneuerbare-Energien-Gesetz samt Novellen zur Weiterentwicklung (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, o. D.), Ende der Steinkohleförderung im Jahr 2018 (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, 2018), Beschluss des Kohleausstiegsgesetzes mit Zielvorgaben zur schrittweisen Umsetzung und Festschreibung des Ausstiegsdatums bis spätestens 2038 (Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, o. D.). Gleichzeitig sind das wirtschaftspolitische Ziel, Wohlstand und Beschäftigung zu sichern, indem die Wertschöpfung von Unternehmen gestärkt werden soll, und das rohstoffpolitische Ziel, eine bedarfsgerechte Versorgung der Bürger:innen und der Wirtschaft zu sichern, ebenso Bestandteile des aktuellen Koalitionsvertrags der sächsischen Regierung (CDU et al., o. D.).

Die in Teilen ausgedrückte Unzufriedenheit von Unternehmen mit den regulatorischen Bedingungen resultiert letztlich aus der Demokratie selbst: Die Exekutive ist um Kompromisse bemüht, die Zustimmung und Akzeptanz eines breiten Teils der Bevölkerung erfahren, um bei der nächsten Wahl ein gutes Ergebnis zu erzielen (Würtenberger, 1993; Weyer, 2018). Die öffentliche Meinung und damit die Akzeptanz der Bevölkerung wirkt letztlich wie ein „unsichtbares Parlament“ (Lucke, 1995, S. 11). Hat die Bevölkerung etwa kein Bewusstsein,

dass Rohstoffe für die Industrie und ihren Alltag existenziell sind, können politische Entscheidungen, die positiv für die Tätigkeit der Unternehmen sind, nicht faktenbasiert erfolgen oder sind zumindest erschwert, weil die politische Debatte immer mit Rücksicht auf die vorherrschende öffentliche Meinung geführt wird (Weyer, 2018; RohstoffWissen!, 2019b). Obwohl es als Aufgabe der Politik begriffen werden kann, die Rohstoffversorgung durch faire und verlässliche Rahmenbedingungen zu sichern (BGR, 2020b), kann es für Politiker:innen nötig sein, weitreichende Änderungen in mehreren Schritten durchzuführen, sofern starker Widerstand zu erwarten ist, weil so die ablehnende Reaktion abgeschwächt werden kann. Es bedeutet aber gleichsam, dass Unternehmen sich nicht sicher sein können, dass in der nächsten Legislaturperiode dieselben Rahmenbedingungen für sie gelten. Trotzdem nennen bspw. Unternehmen der Geothermiebranche, dass politische Unterstützung (21,7 %) und Förderprogramme (20,6 %) den Ausbau von Geothermie befördern würden, während nur 14,4 % Öffentlichkeitsarbeit für geeignet halten (Hegele & Knappek, 2014).

Ein alleiniger Verweis auf die Verantwortung der Politik, die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen, um die politisch gewollte Zielstellung der stabilen Rohstoffversorgung zu erreichen, kann aufgrund der Abhängigkeit der Regierenden von der öffentlichen Meinung nicht zum gewünschten Erfolg führen. Um die Situation zu ändern, können Unternehmen nur zwei Optionen wählen: Einerseits können sie danach streben, die soziopolitische Akzeptanz zu verbessern und durch Befürwortung ihrer Interessen durch die Bürger:innen die Politik beeinflussen. Langfristig kann bspw. Bildungs- und Projektarbeit in Schulen zu höherer Akzeptanz beitragen, wenn sie Befürchtungen und Vorurteile durch individuelles Erleben abbaut sowie Verständnis für die Notwendigkeit von Energieumwandlung und Rohstoffgewinnung generiert. Verstärkte Aktivitäten in diesem Bereich, neben Aktivitäten in der Politik als zweitem Schwerpunkt der Bemühungen, fordert der erste Vorsitzende des RDB für die Rohstoffbranche (Drebenstedt, 2018). Andererseits können die Unternehmen die **Mittel der Public Relations nutzen**, um etwa durch Lobbying ihre Interessen gegenüber der Politik zu vertreten. Was auf Bundes- und Landesebene gilt, trifft gleichsam auf das Lokale zu: Ob etwa erneuerbare Energieumwandlungsanlagen erfolgreich in einer Kommune oder Region realisiert werden, hängt vom Engagement der Akteur:innen in Zivilgesellschaft, Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft ab (Schlegel & Bausch, 2007). Kommunale Politiker:innen sind gleichsam gezwungen, auf Protest und Widerstand zu reagieren, weil ihre politische Zukunft vom lokalen Meinungsklima abhängig ist (Rugenstein, 2017). Ihre Reaktion kann, sofern sie Widerstand erwarten oder bereits wahrnehmen, zu Verzögerungen führen oder dazu, dass Projekte nicht umgesetzt werden. Dieses Nichthandeln und das Warten

auf gesetzlichen Zwang kann zudem mit Verweisen auf die Verantwortlichkeit anderer Stellen wie Wissenschaft und Bundespolitik kombiniert sein (Renn, 2006). Bundes- und Landtagsabgeordneten kommt deshalb eine Schlüsselrolle zu, wenn sie zu den auf ihrer Ebene getroffenen Entscheidungen in den Dialog treten, sie erläutern und die Beteiligung in ihrem Wahlkreis organisieren, um so die bundesweite Strategie mit den lokalen Ansprüchen zu harmonisieren. Zwar kann Lobbying zum Erfolg in dem Sinne führen, dass die regulatorischen Grundlagen auf Bundes- und Landesebene gelegt werden; Akzeptanz im Lokalen schafft dies jedoch nicht. Transparenz, Beteiligung und die Einbeziehung aller Interessengruppen sind hier zielführender (Renn, 2015a). Hauff et al. (2011) fordern deshalb, das energiepolitische Zieldreieck aus Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und Versorgungssicherheit zu erweitern und als vierte Dimension die Akzeptanz der Bevölkerung einzubeziehen (ebd.). Gleichwohl können Regierungen und Parlamente die von ihnen beschlossene Energiewende aktiv unterstützen, indem sie indirekt selbst für zusätzliche Akzeptanz sorgen, die es ihnen dann ermöglicht, die Rahmenbedingungen unternehmensfreundlicher zu gestalten: Förderprogramme wie *50 Solarsiedlungen in Nordrhein-Westfalen* (EnergieAgentur.NRW GmbH, o. D.) können lokal Impulse für konkrete Vorhaben setzen. Ebenso kann **Forschungsförderung** weitere Lösungen zur Akzeptanzverbesserung generieren, indem das Phänomen Akzeptanz und akzeptanzsteigernde Maßnahmen weiter untersucht und andererseits die Anlagen und Gewinnungsbedingungen so weiterentwickelt werden, dass sie weniger Widerstand und mehr Befürwortung erfahren (Steinbach et al., 2011).

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Diskussion der Ergebnisse: Projektakzeptanz bedingt integrierende Kommunikation

5

In dieser Forschungsarbeit wurde zum Verständnis des Phänomens der Akzeptanz beigetragen, die (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber Anlagen der Energie- und Rohstoffwirtschaft ermittelt sowie akzeptanzsteigernde Maßnahmen bestimmt. Um den Wissenstransfer zu befördern und insbesondere KMU der untersuchten Branchen zu unterstützen, wurden Teile der Forschungsergebnisse in der Webapplikation *Akzeptanz-O-Meter* zusammengeführt. In diesem Kapitel werden die Erkenntnisse gebündelt wiedergegeben, kritisch diskutiert sowie der zukünftige Forschungsbedarf abgeleitet.

5.1 Zusammenfassung

Die inter- und transdisziplinäre Sicht- und Herangehensweise trug zu einem verbesserten Verständnis der Akzeptanz bei und widmete sich erstmals den Energie- und Rohstoffprojekten in Sachsen. Die Anwendung von sozialwissenschaftlichen Methoden und Übertragung von kommunikationswissenschaftlichen Erkenntnissen auf die technischen Untersuchungsgegenstände ist in dieser Form bisher einmalig.

FK 1: Soziopolitische und lokale (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung

Die sachsenweite Umfrage mit ihrer achtstufigen Skala ermittelte **erstmalig differenziert und repräsentativ** das (In-)Akzeptanzniveau der Bevölkerung hinsichtlich elf Anlagearten der Energie- und Rohstoffwirtschaft. Die Befragungsergebnisse tragen dazu bei, zukünftiges Verhalten auf Basis der aktuellen Einstellungen zu prognostizieren und **ermöglichen eine theoretische wie praktische Ableitung potenziell akzeptanzsteigernder Maßnahmen und kommunikativer Motive**.

Dabei konnte nachgewiesen werden, dass die Akzeptanz bei lokal geplanten Projekten in allen Fällen geringer ist als für die Technik als solche (Abbildung 5.1). Die soziopolitische und lokale (In-)Akzeptanzstufe \bar{X}_{SA} bzw. \bar{X}_{LA} ¹ sind gegenüber einer Wasserkraft- und Solaranlage am höchsten. Während das Akzeptanzniveau für Windkraft und Biomasseanlagen soziopolitisch höher ist als für Geothermieanlagen, sinkt sie lokal, sodass die Geothermie in der Reihenfolge der Anlagearten lokal den dritten Rang belegt. Unter den Anlagen zur fossilen Energieumwandlung wird das Gaskraftwerk am ehesten akzeptiert, gefolgt vom Öl- und Kohlekraftwerk. Bei der Rohstoffgewinnung werden Tage- und Untertagebau ähnlich bewertet.

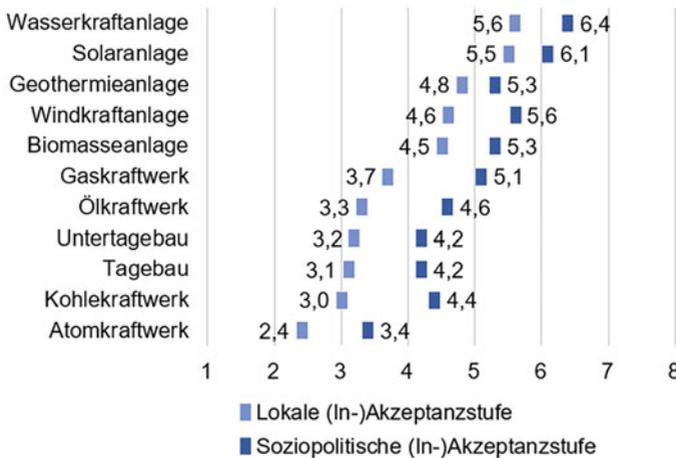


Abbildung 5.1 Lokale \bar{X}_{LA} und soziopolitische \bar{X}_{SA} (In-)Akzeptanzstufen gegenüber Anlagearten. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$; Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung bis acht für Engagement*

Dass in den Landkreisen und kreisfreien Städten die **lokalen (In-) Akzeptanzniveaus unterschiedlich sind, wurde erstmalig nachgewiesen** und

¹ Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung bis acht für Engagement*.

mittels Landkarten visualisiert: Bspw. ist die lokale (In-)Akzeptanzstufe \bar{X}_{LA} ² für Kohlekraftwerke im Landkreis Zwickau am höchsten, diese Anlageart folglich akzeptierter als im Landkreis Nordsachsen, wo \bar{X}_{LA} am niedrigsten ist. Bezüglich Windkraftanlagen ist \bar{X}_{LA} ebenfalls im Landkreis Zwickau am höchsten, im Vogtlandkreis am niedrigsten. Das lokale (In-)Akzeptanzniveau gegenüber einem Tagebau ist im Landkreis Zwickau am höchsten, während es im Landkreis Nordsachsen am niedrigsten ist.

Unabhängig davon, dass frühere Untersuchungen der sächsischen Bevölkerung eine kritischere Einstellung gegenüber erneuerbarer Energieumwandlung im Vergleich zu Bürger:innen anderer Bundesländer feststellten, bevorzugt die sächsische Bevölkerung diese jedoch gegenüber fossiler Energieumwandlung. Die soziopolitische und lokale (In-)Akzeptanzausprägung \bar{X}_{sa} und \bar{X}_{la} ³ ist bei den erneuerbaren Energien am höchsten, es folgt die fossile Energieumwandlung; die Rohstoffgewinnung ist allgemein und vor Ort am wenigsten von der Bevölkerung akzeptiert (Abbildung 5.2). Zwar sinkt die Akzeptanz grundsätzlich, sobald die Planung konkreter Anlagen im Umfeld der Befragten thematisiert wird, die Differenz ist bei Anlagen der fossilen Energieumwandlung mit $\Delta_a = -0,6$ im Vergleich zu erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen allerdings doppelt so hoch.

Gleichzeitig wurde anhand des *Kohlekraftwerks Boxberg* und *Kohlekraftwerks Lippendorf* sowie dem Tagebau *Groitzscher Dreieck* aufgezeigt, dass die Akzeptanz bei Personen, die bereits Erfahrung mit einer Anlage vor Ort haben, größer sein kann; der Faktor **Vorerfahrung mit Anlagearten hat folglich einen Einfluss**. Im Umkreis des *Windparks Zerre* zeigt sich dagegen ein umgekehrter Effekt. Die Ursache dafür könnte die langjährige Prägung der Region im Fall von Kohlekraftwerk und Tagebau sein, während der Windpark erst ab dem Jahr 2002 errichtet wurde, weshalb die industriekulturelle Prägung für diese Energieumwandlung bisher fehlt.

Bei der soziopolitischen (In-)Akzeptanzausprägung gegenüber der fossilen und erneuerbaren Energieumwandlung sowie der Rohstoffgewinnung stehen mehr Männer als Frauen diesen negativ gegenüber; im Lokalen ist es umgekehrt. Zudem zeigte sich, dass bei der fossilen Energieumwandlung die **Akzeptanzwerte mit steigendem Interesse am Thema Energie, höherem Involvement, Informationsgrad und Bedenken gegenüber erneuerbarer Energie zunehmen**.

² Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*.

³ Mittelwert von eins für *Inakzeptanz*, zwei für *Gleichgültigkeit* bis drei für *Akzeptanz*.

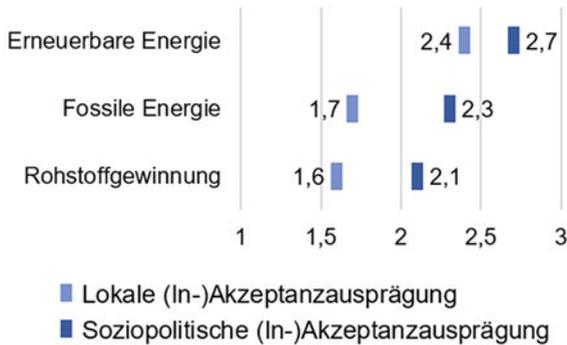


Abbildung 5.2 Lokale \bar{X}_{la} und soziopolitische \bar{X}_{sa} (In-)Akzeptanzausprägungen gegenüber Kategorien. $N_{min} = 995$, $N_{max} = 1.006$; Mittelwert von eins für *Inakzeptanz*, zwei für *Gleichgültigkeit* bis drei für *Akzeptanz*

Je weniger Bedenken die Befragten gegenüber der fossilen Energieumwandlung haben, desto höher die Akzeptanzwerte. Gegenüber der Rohstoffgewinnung nehmen die Akzeptanzwerte mit dem Bildungsgrad, Einkommen und Informationsgrad zu, wobei Männer der Gewinnung tendenziell positiver als Frauen gegenüberstehen. Bei der erneuerbaren Energieumwandlung steigt mit dem Bildungsgrad, dem Interesse am Thema Energie, Involvement sowie den Bedenken gegenüber der fossilen Energieumwandlung das Akzeptanzniveau. Ebenso steigt auch bei Bedenken gegenüber der erneuerbaren Energieumwandlung die Akzeptanz für selbige. Eine mögliche Erklärung dieses Paradoxons ist, dass die Bedenkenträger:innen gegenüber erneuerbaren Energieumwandlungsanlagen ihre Bedenken als weniger relevant einstufen als den Beitrag zur Energiewende.

Bisher wurde angenommen, dass mit längerer Wohndauer die räumliche Bindung der Anwohner:innen größer ist (Gebhardt & Schweizer, 1995), sodass eher „Maßnahmen ergriffen [werden], um unerwünschte Veränderungen der Umgebung zu vermeiden“ (Di Nucci, 2016, S. 124). Ein solcher **Zusammenhang zwischen Wohndauer und (In-)Akzeptanz besteht in Sachsen nicht**. Hingegen konnte gezeigt werden, dass es einen positiven Einfluss hat, wenn Arbeitsplätze in der Region geschaffen werden, Strom günstiger wird und nach Projektende neue Naturschutzflächen entstehen. Einen negativen Einfluss haben hingegen steigende Grundstückspreise.

Bezüglich des Interesses an Energieversorgung gaben 54,3 % der Befragten an, es sei *hoch*. Durch den Vergleich mit anderen Untersuchungen zeigte sich, dass die Bevölkerung stärker an erneuerbarer Energieumwandlung, Umwelt- und

Naturschutz sowie diversen Themen wie Unterhaltung und Urlaub interessiert ist. Solche Themen können in Bezug zu Rohstoff- und Energieumwandlervorhaben gesetzt und damit als Motive für die strategische Kommunikation genutzt werden. Täglich setzen sich 6,0 % mit den Themen Energie und Rohstoffe auseinander, 22,2 % mehrmals in der Woche und 71,8 % seltener. Dies kann als Indiz für fehlende Berührungspunkte mit diesen Themen angesehen werden. In der Regel setzt sich die sächsische Bevölkerung mit Energie und Rohstoffen am häufigsten mittels regionaler und überregionaler Medien auseinander, gefolgt vom Austausch mit nicht-verwandten Personen. Daher ist eine **professionelle und proaktive Presse- und Medienarbeit**, welche die Vorteile für die verschiedenen Zielgruppen transportiert, für die Akzeptanzkommunikation wichtig.

Am besten informiert fühlt sich die Bürgerschaft zu einer Solar- und Windkraftanlage, es folgen Kohle- und Gaskraftwerk. Zur untertägigen Rohstoffgewinnung sowie einer Geothermieanlage fühlen sich die Bürger:innen am schlechtesten informiert. Werden die Informationsgrade \bar{X}_{Ig} ⁴ gegenüber den Anlagearten in die Kategorien überführt, zeigt sich, dass die sächsische Bevölkerung sich zur fossilen Energieumwandlung am besten informiert fühlt ($\bar{X}_{Ig} = 2,4$). Die Spannweite des Informationsgrads ist bei der fossilen Energieumwandlung am geringsten (Abbildung 5.3). Der Informationsgrad gegenüber der Rohstoffgewinnung ist um 0,2 geringer und die Spannweite größer. Der Informationsgrad gegenüber erneuerbarer Energie ist $\bar{X}_{Ig} = 2,5$, die Spannweite reicht dabei von $\bar{X}_{Ig} = 2,2$ bei einer Solaranlage bis $\bar{X}_{Ig} = 2,8$ bei einer Geothermieanlage.

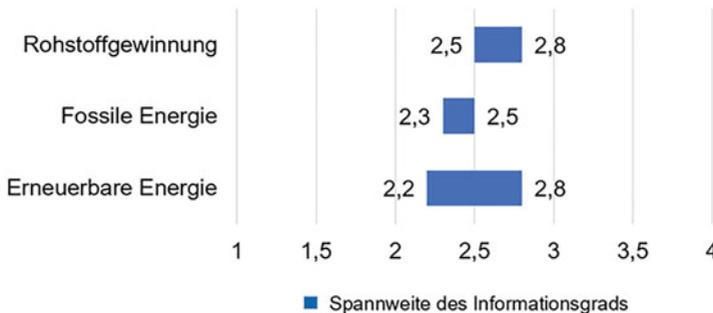


Abbildung 5.3 Spannweite der Informationsgrade \bar{X}_{Ig} gegenüber Kategorien. $N = 1.006$; Mittelwert von eins für *sehr gut*, zwei für *gut*, drei für *eher schlecht* bis vier für *schlecht*

⁴ Mittelwert von eins für *sehr gut*, zwei für *gut*, drei für *eher schlecht* bis vier für *schlecht*.

67,5 % der sächsischen Bevölkerung sprachen sich dafür aus, Rohstoffe überwiegend in Deutschland zu gewinnen, 15,4 % befürworteten die Gewinnung ausschließlich im eigenen Land. Die Befragten gaben als Vorteile u. a. an, dass es kostengünstiger sei und Arbeitsplätze sichere. Für den Rohstoffimport spreche, dass in Deutschland nach Meinung der Befragten kaum Rohstoffe vorhanden seien und die heimische Natur nicht geschädigt werde. Allerdings konnten 25,3 % nicht begründen, warum sie den Abbau eher oder ausschließlich im Ausland befürworten. Die Rohstoffindustrie sollte dieser Gruppe besondere Aufmerksamkeit in ihrer Kommunikationsarbeit widmen. Gelingt es, denjenigen Mitgliedern der Gruppe, deren Meinung nicht gefestigt ist, frühzeitig Argumente für die Rohstoffgewinnung in Deutschland glaubhaft zu vermitteln, bevor sich eine negative Meinung verfestigt, kann sie das soziopolitische Akzeptanzniveau steigern.

Zudem konnten **erstmalig die Befürchtungen der sächsischen Bevölkerung** gegenüber der Energieumwandlung aus fossilen und erneuerbaren Quellen analysiert werden; bisher wurde dies in den meisten Fällen nur bundesweit betrachtet. Die drei häufigsten Antworten gegen fossile Energieumwandlung waren die Endlichkeit der Ressourcen, Umweltschäden sowie Kohlenstoffdioxid-Ausstoß/Abgase/Luftverschmutzung. Bei den Argumenten gegen erneuerbare Energieumwandlung wurden der Eingriff in die Natur/Umweltauswirkungen, der geringe Wirkungsgrad sowie die Abhängigkeit vom Wetter genannt. Unternehmen sollten danach streben, fehlerhafte Argumente kommunikativ zu entkräften und so Befürchtungen abzubauen. Neben (kommunikativer) Arbeit zur Akzeptanzsteigerung empfiehlt sich für Unternehmen bei konkreten Befürchtungen zu prüfen, ob diese unter Umständen zu Inakzeptabilität führenden Eigenschaften durch technische, bauliche oder andere Veränderungen akzeptabel gestaltet werden können.

FK 2: Erfahrungen der Unternehmer:innen mit (In-)Akzeptanz sowie Kommunikations- und Stakeholder:innenmanagement

Die Bedeutung⁵ der regionalen Akzeptanz bewerteten die Unternehmer:innen als am wichtigsten ($\bar{X} = 3,5$), gefolgt von der überregionalen ($\bar{X} = 2,7$) und deutschlandweiten ($\bar{X} = 2,4$). Eine **einseitige Konzentration auf die Steigerung des lokalen Akzeptanzniveaus wäre aber kontraproduktiv**, weil u. a. die gesetzlichen Rahmenbedingungen und Schranken des unternehmerischen Handelns auf Landes-, Bundes- oder der Ebene der Europäischen Union gesetzt werden.

⁵ Mittelwert von eins für *keine*, zwei für *geringe*, drei für *hohe* bis vier für *sehr hohe Bedeutung*.

Die **Branchenvertreter:innen haben ein von der Realität abweichendes Gefühl für das (In-)Akzeptanzniveau der sächsischen Bevölkerung** (Abbildung 5.4). Bei den Unternehmen aus dem fossilen Energiesektor ist die Differenz bei der lokalen (In-)Akzeptanzstufe mit drei (In-)Akzeptanzstufen am höchsten. Allerdings haben lediglich sechs der zehn Unternehmer:innen aus diesem Sektor die Frage beantwortet. Im Rohstoffsektor ist in der Kategorie Tagebau $\Delta_{LA} = -1,3$, beim Untertagebau ist $\Delta_{LA} = -0,6$. Die von den Unternehmen eingeschätzte (In-)Akzeptanzstufe der Bevölkerung ist bei den Unternehmen aus der Kategorie erneuerbare Energie am nächsten an der Angabe, die die Bevölkerung gemacht hat ($\Delta_{LA} = -0,4$).

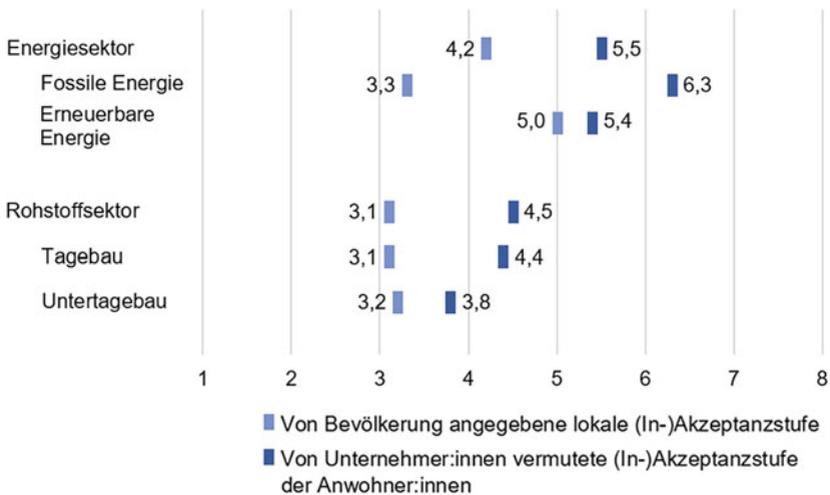


Abbildung 5.4 Von Bevölkerung angegebene lokale und von Unternehmer:innen vermutete (In-)Akzeptanzstufen \bar{X}_{LA} . Mittelwert von eins für *Aktive Gegnerschaft*, zwei für *Ablehnung*, drei für *Zwiespalt*, vier für *Gleichgültigkeit*, fünf für *Duldung*, sechs für *Konditionale Akzeptanz*, sieben für *Zustimmung* bis acht für *Engagement*

Die Abweichung kann damit erklärt werden, dass die Erfahrung der Unternehmer:innen auf ihren aktuellen Projekten beruht, welche zum Teil bereits seit Jahrzehnten existieren. Der Vergleich macht allerdings deutlich, dass die Bevölkerung zukünftigen Projekten der Unternehmen kritischer gegenüberstehen wird, als die Unternehmer:innen dies bisher kennen oder vermuten, sodass große Herausforderungen auf sie zukommen können. Dringend empfehlenswert ist daher,

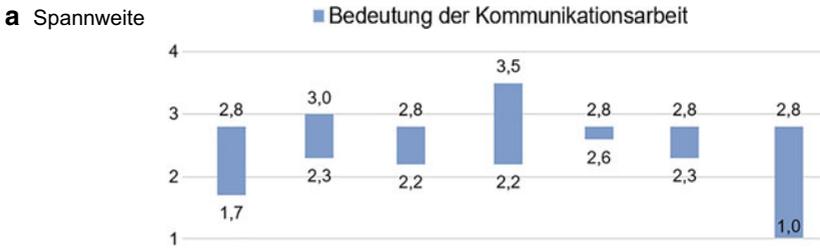
regelmäßig Meinungsforschung zu betreiben, die Ergebnisse in die Strategien einzubeziehen und den Dialog mit der Öffentlichkeit aktiver zu suchen und zu führen. Da KMU allein diesen Aufwand finanziell nicht bestreiten können, sind insbesondere die Verbände gefordert, ihren Mitgliedern genauere Daten und Erkenntnisse zur Verfügung zu stellen.

Erfahrungen mit Ablehnung innerhalb der letzten drei Jahre haben die meisten Unternehmen nur maximal ein bis zwei Mal gemacht, Unternehmen aus dem Rohstoffsektor dabei am häufigsten. 6,7 % gaben bspw. bei juristischen Maßnahmen an, dass sie damit in den letzten drei Jahren mehr als fünfmal konfrontiert waren. Wenn es Vorbehalte gab, kamen diese am häufigsten von Anwohner:innen (41,4 %), gefolgt von Behörden (32,2 %) und Naturschutzorganisationen (27,6 %). Diese Gruppen äußerten den Unternehmen gegenüber am häufigsten allgemeine Vorwürfe zur Schädigung von Natur und Umwelt sowie Lärm-/Geräuschbelästigungen. 48,8 % der Unternehmen gaben an, dass die Notwendigkeit für ihre Vorhaben nicht gesehen bzw. anerkannt werde und gegenüber 27,4 % werden konkrete persönliche Beeinträchtigungen von Privatpersonen vorgebracht.

Zudem konnte aufgezeigt werden, dass die Vielzahl der Stakeholder:innen den Unternehmensvertreter:innen nicht bewusst ist sowie der Kontakt zu Anwohner:innen bei 39,2 % selten erfolgt. Mit dieser Arbeit wird die Auffassung vertreten, dass den heterogenen Gruppen zu wenig Beachtung entgegengebracht wird. Schon die Interessen von Ortsanwohner:innen können sich stark unterscheiden: Während ein:e Anwohner:in von einer neuen Anlage persönlich profitiert, weil sie Eigentümer:in des Geländes ist, sehen andere darin eine Gefahr, weil der Verkehr zunimmt oder sie der Technik nicht vertrauen. Das Bewusstsein um solche Unterschiede, die auch in anderen Gruppen gegeben sind, erfordert neben einer detaillierten Stakeholder:innenanalyse den regelmäßigen, proaktiven Austausch mit allen Akteur:innen.

Der Kommunikation schreiben die Unternehmensvertreter:innen in der Ideephase geringe Bedeutung ($\bar{X} = 2,0^6$) zu, sie nimmt für die Planungs- und Umsetzungsphase zu ($\bar{X} = 2,7$) und sinkt bei der Renaturierung/Rekultivierung auf $\bar{X} = 2,1$ (Abbildung 5.5).

⁶ Mittelwert von eins für *keine*, zwei für *geringe*, drei für *hohe* bis vier für *sehr hohe Bedeutung*.



b nach Kategorien

Kategorie	Phase						
	Idee	Entscheidung	Verhandlung	Planung	Umsetzung	Betrieb	Renaturierung/ Rekultivierung
Gesamt	2,0	2,4	2,4	2,7	2,7	2,6	2,1
Energiesektor	2,2	2,6	2,5	2,5	2,7	2,3	1,7
Fossile Energie	1,8	2,4	2,2	2,2	2,6	2,8	1,0
Erneuerbare Energie	2,2	2,6	2,6	2,5	2,7	2,3	1,7
Rohstoffsektor	1,9	2,3	2,5	2,8	2,7	2,8	2,3
Tagebau	1,7	2,3	2,4	2,7	2,6	2,8	2,3
Untertagebau	2,8	3,0	2,8	3,5	2,8	2,8	2,8

Abbildung 5.5 Bedeutung der Kommunikationsarbeit innerhalb der Projektphasen. a) Spannweite sowie b) nach Kategorien; $N_{min} = 3$, $N_{max} = 85$; Mittelwert von eins für *keine*, zwei für *geringe*, drei für *hohe* bis vier für *sehr hohe Bedeutung*

Diese Einschätzung deckt sich nicht mit der in dieser Arbeit vertretenen, Kommunikation sollte als Teil des Projektmanagements seit Projektbeginn einbezogen werden (Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Damit wird es einerseits möglich, die öffentliche Meinung derart zu formen, dass unwahre Gerüchte entkräftet werden und keine übermäßige Beeinflussung durch falsch informierte Personen auftritt. Andererseits ermöglicht ein frühzeitiger Diskurs, Änderungen am Projekt vorzunehmen, die Akzeptabilität und Akzeptanz positiv beeinflussen und die Gefahr juristischer Auseinandersetzungen mindern, womit hierdurch ausgelöste Verzögerungen der Realisierung und teure Änderungsplanungen in späten Projektphasen verhindert werden.

Bei den Kommunikationsmaßnahmen besteht zudem Verbesserungspotenzial. Die Maßnahmen sind überwiegend reaktiver Art und setzen auf das Pull-Prinzip: Bürger:innen müssen etwa aktiv die Website der Unternehmen aufrufen, um Informationen zu erhalten. Damit werden diejenigen erreicht, die Interesse am Unternehmens(-projekt) ausdrücken. 8,0 % der befragten Unternehmen nutzen keine Öffentlichkeitsarbeit, 83,9 % haben eine eigene Website und über die

Hälfte betreibt Sponsoringmaßnahmen. Die für die Akzeptanzgenerierung wichtige Gruppe der Unentschlossenen drückt ein solches Interesse jedoch nicht aus. Sie muss mit Maßnahmen aktiviert werden, die sie in ihrer Lebenswelt erreichen. Dies unterstreicht die Wichtigkeit einer aktiven Medienarbeit. Gleichzeitig sind die Angaben zur Öffentlichkeitsarbeit logisch, da 81,8 % der Unternehmen über keine Presse-, Marketing oder Öffentlichkeitsabteilung verfügen, zumeist die Geschäftsführung als Kommunikationsverantwortliche fungiert und 52,8 % der befragten Unternehmen angaben, zu wenig Personal bzw. zu geringes Budget für die Öffentlichkeitsarbeit zu haben. Um gesellschaftliche Akzeptanz für ihren unternehmerischen Zweck zu generieren, muss das **Kommunikationsmanagement als integraler Teil des Projektmanagements und Notwendigkeit für den unternehmerischen Erfolg** verstanden werden. Entsprechend sollte, um soziopolitisch über einen längeren Zeitraum Akzeptanz zu generieren, auch dem Bereich der schulischen Aktivitäten mehr Beachtung zukommen: 58,8 % der Unternehmer:innen gaben an, dass sie sich in der Vergangenheit dort engagierten, bezogen dabei aber auch die Teilnahme an Ausbildungsmessen und Schüler:innenpraktika ein. Hierbei gilt ebenso: Wer mit den Unternehmen in aktiven Kontakt tritt, gehört in der Regel nicht der Gruppe der Unentschlossenen an. Maßnahmen, die geeignet sind, die Akzeptanz zu erhöhen, involvieren gesamte Klassen-, Stufen- oder Schulverbände und werden idealerweise zu einem Zeitpunkt umgesetzt, zu dem zu erwarten ist, dass die Schüler:innen noch keine Inakzeptanz entwickelt haben – im Grundschulalter und in den unteren Klassen der weiterführenden Schulen.

FK 3: Akzeptanzsteigernde Kommunikationsmaßnahmen

Unter den befragten Kommunikationsexpert:innen besteht weitgehende Übereinkunft darin, dass Akzeptanzgenerierung für Rohstoffgewinnung und fossile Energieumwandlung allein durch Kommunikation schwer möglich ist. In Bezug auf Rohstoffe verweist ein:e Interviewte:r auf die „kommunikativ sehr angespannte Situation“ (Interview mit Kommunikationsexpert:innen) und ein:e andere:r Expert:in beschreibt Rohstoffe als hochemotionales Thema, bei welchem Veränderungen in der Sichtweise der Bevölkerung kaum möglich seien (ebd.). Dargelegt wurde zudem, dass die wirtschaftlich starke Position Bayerns mit hohen Grundstücks-, Immobilien- und Mietpreisen dazu führe, dass Rohstoffgewinnung dort „nicht mehr durchsetzbar und nicht mehr akzeptabel [sei]“ (ebd.) und ein:e Unternehmer:in „über kurz oder lang ... seinen Betrieb einstellen müssen [wird], weil er keine Abbauflächen mehr politisch durchgesetzt bekommt“ (ebd.). Es werde „ohne geeignete Kommunikation ... keine Umsetzung von Abbau, von Energieerzeugung möglich sein“ (ebd.). Ein:e Expert:in kommt für fossile

Energieumwandlung sogar zu dem Schluss, sich „kommunikativ rauszuhalten“ (ebd.).

Für viele Unternehmen ist dies jedoch keine Option, da ihr Fortbestand von der Realisierung neuer oder dem Ausbau bestehender Projekte abhängig ist. Ein:e Expert:in schlägt vor, die Forderung der Gesellschaft nach erneuerbarer Energie für die Markenbildung zu nutzen (ebd.). Somit würden auch Projekte des Rohstoffabbaus und der fossilen mit erneuerbarer Energieumwandlung verbunden. Im Idealfall müsste die erneuerbare Energieumwandlung den kommunikativen Schwerpunkt jedes Projekts bilden, der Anteil von Rohstoffgewinnung oder fossiler Energieumwandlung in den Hintergrund treten. Jedoch ist zweifelhaft, ob ein solches Greenwashing im Lokalen erfolgreich umsetzbar wäre, wenn die Bevölkerung sich detailliert mit den Plänen auseinandersetzt. Weiterhin ist fraglich, ob bei der Mehrzahl der Projekte eine solche Vorgehensweise überhaupt möglich wäre, weil sie weitere Investitionen bedingen würde.

Die Forschung verfolgte das Ziel, Unternehmen des Energie- und Rohstoffsektors die Arbeit am (In-)Akzeptanzniveau gegenüber ihrem unternehmerischen Handeln zu ermöglichen und zu vereinfachen. Aufgrund des steigenden Energie- und Rohstoffbedarfs in Kombination mit dem verstärkten gesellschaftlichen Legitimationsdruck auf Unternehmen (BWE, 2018a) und der Zunahme bürgerschaftlichen Protests wird die Auseinandersetzung mit soziopolitischer und insbesondere lokaler (In-)Akzeptanz für Wirtschaft, Wissenschaft und Politik bedeutender. Folglich werden auch die Akzeptanzforschung und Akzeptanzkommunikation weiter an Bedeutung gewinnen müssen. Eine Verbesserung des Akzeptanzniveaus, selbst wenn es nicht zur Befürwortung und Unterstützung durch alle Stakeholder:innen führt, sondern lokal begrenzt gelingt, erleichtert den Unternehmen ihr Wirken. Ohnehin müssen „Akzeptanz und Legitimation heute immer stärker dezentral und projektspezifisch“ (Zerfaß, 2016, S. 5) gewonnen werden. Um dies zu ermöglichen, mussten zunächst solche Maßnahmen identifiziert werden, die eine potenziell akzeptanzsteigernde Wirkung haben. Dies erfolgte insbesondere mithilfe der Bewertung anhand der Media Richness Theory. Werden die Maßnahmen herausgegriffen, welche durch die Beurteilung mit mindestens acht von zwölf Punkten überdurchschnittlich geeignet sind, bleiben von 59 betrachteten 26, die potenziell zur Akzeptanzsteigerung geeignet sind (Tabelle 5.1).

Tabelle 5.1 Potenziell akzeptanzsteigernde Maßnahmen inkl. Bewertung anhand Media Richness Theory

Bewertung anhand Media Richness Theory		Einteilung		
	Paid	Earned	Owned	
8	<ul style="list-style-type: none"> - CSR-Maßnahmen - Finanzielle Beteiligung - Online-Werbung - Radio-Werbung - TV-/Kino-Spots 	-	<ul style="list-style-type: none"> - Bautagebuch - Co-Nutzung des Geländes - Computer-/Online-Spiele - Liveübertragungen - Corporate Publishing-Produkte (8-10 Punkte) 	
9	<ul style="list-style-type: none"> - Paid Social Media 	-	<ul style="list-style-type: none"> - Betrieb von Onlineforen - Livekommunikation - Owned Social Media 	
10	-	- Earned Social Media Content	<ul style="list-style-type: none"> - Beteiligungsformate auf der Stufe der Information - Telefonmarketing 	
11	-	- Lobbying	- Bildungsprojekte	
12	-	<ul style="list-style-type: none"> - Beteiligungsformate auf der Stufe der I) Anhörung und Konsultation, II) Kooperation und III) Mitentscheidung - Bürger:innenbüro - Diskussionsveranstaltungen - Pressekonferenz, Hintergrundgespräche 	<ul style="list-style-type: none"> - Besucher:innen-/Infozentren - Bürger:innensprechstunde - Informationsveranstaltungen 	

Instrumente, die immer geeignet sind, eine Akzeptanzsteigerung für Anlagen der Energie- und Rohstoffwirtschaft zu bewirken, und damit bei jedem Projekt genutzt werden sollten, kann diese Arbeit nicht nennen. Ebenso wenig lassen sich einzelne Maßnahmen einer bestimmten Vorhabensart zuordnen: „Unterschiedliche Probleme erfordern selbstverständlich verschiedene Lösungen. Eine einheitlich durchsetzbare ‚Unique Communication Proposition‘ muss deshalb eine Fiktion bleiben“ (Zerfaß, 2014, S. 56). Kommunikation ist immer kontextabhängig, die Auswahl der bestgeeigneten Instrumente hängt neben ihrer potenziellen Eignung immer von der konkreten Zielstellung, den Rahmenbedingungen und den Interessen und Einstellungen der zu adressierenden Zielgruppen ab (Kreber, 2015; Interview mit Kommunikationsexpert:innen). Deshalb muss, um eine Steigerung des Akzeptanzniveaus zu erreichen, zunächst die Stakeholder:innen- und Interessenkonstellation bekannt sein sowie Diskussions- und Kontaktpunkte identifiziert werden, bevor die Instrumente festgelegt werden können (Interview mit Kommunikationsexpert:innen).

Dafür leistet diese Arbeit aber einen in dieser Art noch nicht dagewesenen Beitrag. Sie hat **akzeptanzbeeinflussende Faktoren identifiziert und bearbeitet, die in der Kommunikation beachtet werden sollten**. Positiv beeinflussende Faktoren sind Wissen, Vertrauen, Partizipation/Beteiligung, fairer Entscheidungsprozess, finanzielle Beteiligung, Risiko-Nutzen-Bilanz und regionale Wertschöpfung. Positive Medienberichterstattung, die Nutzung erfolgreicher Beispiele, die Identifikation befördern, und eine als positiv wahrgenommene Landschaftsveränderung, etwa durch die Inklusion von Gebieten, deren Nutzung bisher als negativ empfunden wurde, sind ebenso positive Einflussfaktoren.

Die Unternehmen müssen sich insgesamt „ihrer kommunikativen Wirkung bewusster werden“ (Meister & Oldenburg, 2008, S. 97). Sie müssen beständig kommunizieren, wenn sie Meinungen ändern und negative Einstellungen korrigieren wollen, weil sich die (In-)Akzeptanz durch sich ändernde Rahmenbedingungen selbst verändert. Sie müssen transparent Vor- und Nachteile kommunizieren, wobei sie ihren Fokus auf die **konkreten Vorteile** legen sollten. Sie müssen auf Befürchtungen durch konstruktiven Dialog eingehen und sie durch die Vermittlung von Wissen und Fakten abbauen und gleichsam offen für Änderungen sein, die Akzeptabilität und Akzeptanz fördern. Dabei müssen sie früher agieren, als es gesetzlich vorgesehen ist. Lokal und überregional muss es Unternehmen und Verbänden gelingen, die Fürsprache Anderer zu institutionalisieren, indem sie unterstützende Meinungen Externer und gleichsam die Mittel der Public Relations für sich nutzen. Medienmonitoring, Marktforschung (Interview mit Kommunikationsexpert:innen) und branchenrelevante Newsletter wie der *Diskurs Themen-Monitor Energiewende* (Diskurs Communication GmbH,

o. D.) können dabei helfen, die richtigen Themen auszuwählen. Netzwerkanalysen können relevante Fürsprecher- und Gegner:innen identifizieren (Walter & Hanke, 2020).

Die sächsische Bevölkerung gibt an, dass ausführliche Informationen ihre Meinung zu verschiedenen Anlagearten kaum ändern würde (Tabelle 5.2). Dass diese Selbstwahrnehmung zutrifft, ist jedoch nicht sicher. Akzeptanzgenese erfolgt nicht als bewusster Entscheidungsprozess. Kommunikation kann diesen Prozess, wie jede Meinungsbildung, beeinflussen. Dabei darf sie nicht ausschließlich rationale, technikerklärende Informationen vermitteln. Sie muss, um erfolgreich zu sein, die individuellen Interessen der jeweiligen Zielgruppe befriedigen. Die integrierende Wirkung von Kommunikation als verständigungsorientierte Handlung hilft Unternehmen, die sich als Teil der Gesellschaft begreifen, Unentschlossene zu überzeugen. Die Wahrnehmung des Unternehmens als Teil der Gesellschaft ginge mit einer Veränderung der eigenen Anspruchshaltung einher. Die stärkere Ausrichtung auf das Handeln für das Gemeinwohl anstelle einer Maximierung des Profits würde bedeuten, zu akzeptieren, „dass nicht alles, was erlaubt ist, auch machbar ist. Machbar ist heute nur noch, was vermittelbar ist“ (Sasse, 2015, S. 337). Diesen Korridor des Vermittelbaren zu erweitern, ist das Ziel der in dieser Arbeit aufgezeigten strategischen Akzeptanzkommunikation.

Tabelle 5.2 Veränderung der Akzeptanz durch ausführliche Information nach ausgewählten Anlagearten. $N_{min} = 304$, $N_{max} = 378$; Mittelwert von eins für *stark verschlechtern*, zwei für *leicht verschlechtern*, drei für *nicht verändern*, vier für *leicht verbessern* und fünf für *stark verbessern*

Anlageart	Wie sehr würde sich Ihre Meinung dazu verändern, wenn Sie über jeden Projektschritt ausführlich informiert werden?					\bar{X}_{AV}
	stark verschlechtern	leicht verschlechtern	nicht verändern	leicht verbessern	stark verbessern	
	%					
Kohlekraftwerk	1,7	3,7	63,3	23,9	7,3	3,3
Windkraftanlage	1,3	5,7	56,0	28,6	8,4	3,4
Tagebau	0,2	4,4	62,5	27,2	5,6	3,3

FK 4: Wissenstransfer mittels Webapplikation Akzeptanz-O-Meter

Um den Wissenstransfer der in dieser Forschung gewonnen Erkenntnisse zu befördern, wurde die Webapplikation *Akzeptanz-O-Meter* entwickelt. Ihre Praxistauglichkeit wurde im Rahmen dieser Arbeit ebenfalls geprüft. Die vier befragten

Unternehmen waren aufgefordert, eine Bewertung anhand von acht Kategorien vorzunehmen (Tabelle 5.3). Bereits die Befragung von 133 in Sachsen tätigen Unternehmen in FK 3 hatte ergeben, dass 33,3 % der befragten Unternehmen nicht wissen, welche Maßnahmen in der Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden sollten. Dieses Defizit kann das *Akzeptanz-O-Meter* mindern. Sowohl bei der MIBRAG/MIBRAG Neue Energie GmbH als auch bei eins energie in sachsen GmbH & Co. KG waren die Kommunikationsverantwortlichen anwesend und bewerteten die Maßnahmenvorschläge der Webapplikation mit *sehr gut* oder *gut*. Mit jeweils 19 von 20 Punkten wurden die Bedienfreundlichkeit sowie der Akzeptanzvorhersage- und Informationswert bewertet. Jeweils 18 Punkte wurden bei den Maßnahmenvorschlägen und dem Gesamteindruck vergeben. Die Kategorien Gestaltung und Erläuterungen wurden mit jeweils 17 Punkten bewertet, der Informationswert – aufgrund der langjährigen Erfahrung der Unternehmensrepräsentant:innen – mit 14 Punkten.

Nach Kenntnisstand der Unternehmensrepräsentant:innen ist das *Akzeptanz-O-Meter* einzigartig. Es ist praxisrelevant, bietet Orientierung bezüglich der (In-) Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber den Projekten, unterstützt die Verantwortlichen bei Unternehmensentscheidungen maßgeblich und ist wegen der Maßnahmenvorschläge als Arbeitsgrundlage für die externe Kommunikationsarbeit geeignet. Dabei wurde der Nutzen insbesondere für regional noch nicht tätige Unternehmen hervorgehoben. Zudem äußerte ein:e Vertreter:in, dass sie die Applikation zusätzlich als Argumentationshilfe nutzen würde, um bei der Budgetplanung unternehmensintern Gelder für die Akzeptanzkommunikation zu akquirieren

Künftig gilt es, das *Akzeptanz-O-Meter* einem weiteren Kreis von Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Dies soll geschehen, wenn die Applikation überarbeitet wurde. Dabei sollen die Anmerkungen der Unternehmensvertreter:innen berücksichtigt und die empfohlenen Maßnahmen nochmals genauer betrachtet werden: Die Bewertung anhand der Media Richness Theorie soll durch weitere Wissenschaftler:innen vorgenommen oder der Analytic Hierarchy Process (Saaty, 2008) angewandt werden, um eine objektive Einstufung der Empfehlungen zu sichern. Die Inklusion weiterer Landkreise und kreisfreier Städte außerhalb Sachsens würde das Anwendungspotenzial stark erhöhen. Dies erfordert weitere Markt- und Meinungsforschung.

Nach Abschluss der Überarbeitung könnte das *Akzeptanz-O-Meter* als kostenlose Webapplikation ohne Zugangsbeschränkung bereitgestellt werden, indem der Login entfällt. Das Angebot kann den Unternehmen über Interessenverbände der Industrie wie die Industrie- und Handelskammern bekanntgemacht werden.

Tabelle 5.3 Bewertungen der Kategorien durch Unternehmensrepräsentant:innen. Punktzahl von eins für *sehr schlecht*, zwei für *schlecht*, drei für *in Ordnung*, vier für *gut* bis fünf für *sehr gut* (Interview mit Unternehmensrepräsentant:innen)

Kategorie	Bewertung						Σ in den Kategorien
	MIBRAG/MIBRAG Neue Energie GmbH	Unternehmen X	eins energie in Sachsen GmbH & Co. KG	Unternehmen Y			
Bedienfreundlichkeit	5	5	4	5			19
Gestaltung	5	3	5	4			17
Akzeptanzvorhersage- wert	5	4	5	5			19
Erläuterungen	5	5	4	3			17
Maßnahmenvor- schläge	4	5	5	4			18
Informationswert	5	5	5	4			19
Neuigkeitswert	3	3	4	4			14
Gesamteindruck	5	4	5	4			18
Σ der Unternehmens- bewertung	37	34	37	33			141 von maximal 160

5.2 Kritische Reflexion und Forschungsdesiderata

Das betrachtete Akzeptanzsubjekt *sächsische Bevölkerung* sollte in folgenden Untersuchungen weiter spezifiziert werden: Erstens können unter Beachtung der rechtlichen Vorgaben auch Minderjährige inkludiert werden. Sie engagieren sich bspw. in der Fridays for Future-Bewegung und sind die Wähler-, Entscheidungs-, Auszubildenden, Studierenden und Arbeitnehmer:innen von morgen. Zweitens kann sich an Gesellschafts- und Zielgruppentypologien wie den Sinus-Milieus (Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH, o. D.) orientiert und drittens die Befragungsgebiete detaillierter betrachtet werden. Die Befragungsgebiete standen nicht im Fokus dieser Arbeit, dennoch konnten ortsabhängige Unterschiede festgestellt werden. Die Aussagen dazu können allerdings noch nicht als repräsentativ klassifiziert werden, da jeweils eine höhere Anzahl an Befragten notwendig gewesen wäre. Bei weiterführenden Untersuchungen sollte dies deshalb intensiver beleuchtet sowie die Gründe für die Unterschiede ermittelt werden.

Die repräsentativen Ergebnisse bezüglich der (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung gegenüber den betrachteten Anlagearten bleiben in ihrer Prognosewirkung begrenzt (Endruweit, 1986; Cremer et al., 2008; Pietzner, 2015). Dies liegt einerseits daran, dass es schwierig ist, aus Befragungen auf die Wirklichkeit bei Vorhabensumsetzung zu schließen (Ott, 2002). Die Erforschung der „Zusammenhänge zwischen gegenwärtigen Einstellungen und späterem Verhalten“ (Cremer et al., 2008, S. 46) sowie der möglichen Diskrepanz zwischen ihnen (Herrmann, 1999) bleiben auch nach dieser Arbeit notwendig. Ullrich (2008) spricht zudem von einer „systematischen Schiefelage“ (S. 25), da Handlungen, die auf Inakzeptanz schließen lassen, besser zu beobachten sind als jene, die von Akzeptanz zeugen. Zum anderen konnte und kann nur die gegenwärtige Situation, eingebettet in den aktuellen Akzeptanzkontext erfasst werden (Endruweit, 1986; Pietzner, 2015). Die Umfrage wurde im Jahr 2019 durchgeführt, mittlerweile könnten andere Meinungen vorherrschen. Kommt es in Zukunft zu kritischen Ereignissen wie Unfällen, kann dies kurzfristig zu Änderungen des (In-)Akzeptanzniveaus führen (Hunnius, 1988). Dies konnte bereits bei der Atomkraft nachgewiesen werden (Mackenthun, 2007) und ist bspw. auch bei Windkraftanlagen denkbar, wenn diese brennen, ihre Flügel brechen oder Menschen durch Eiswurf verletzt werden.

Durch die abgewandelte Inakzeptanz-Akzeptanz-Skala wurde eine differenzierte Ermittlung des (In-)Akzeptanzniveaus ermöglicht, eine eindeutige Selbstzuordnung zu den acht Stufen ist für die Befragten jedoch schwierig. Lässt die dichotome oder trichotome Abfrage kaum Raum für Abstufungen bei Unsicherheit, sind bei der achtstufigen Skala die Übergänge und Unterschiede zwischen den Stufen zum Teil marginal (Lindow, 2016). Die Zuordnung der acht Stufen in

drei (In-)Akzeptanzausprägungen ist nicht in gleicher Anzahl möglich, drückt aber trotzdem die (In-)Akzeptanz aus. Wäre nur eine Einteilung in Inakzeptanz, Gleichgültigkeit und Akzeptanz abgefragt worden, wären die Angaben der Bevölkerung weniger differenziert und möglicherweise anders ausgefallen.

Für die vorliegende Untersuchung wurden als Akzeptanzobjekte elf Anlagearten abgefragt. In weiteren Untersuchungen sollte weiter differenziert werden, bspw. in Off- und On-Shore-Windkraftanlagen, solartechnische Dachanlagen und Solarparks sowie Tiefen- und oberflächennahe Geothermie. Das Spektrum lässt sich um neue Anlagearten wie Flugwindkraftanlagen (EnerKíte GmbH, o. D.), vertikale (Jüttemann, 2020) oder schaufellose Windkraftanlage (Yáñez Villarreal, 2018), Solid-State Wind-Energy Transformer (Epstein, 2019), Electrostatic Wind Energy Converter (Djairam et al., 2005) und neue Gewinnungsarten wie Tiefsee- (TUBAF, 2015; Goedecke, 2017) und Weltraumbergbau (Goedecke, 2017; TUBAF, 2021) erweitern. Von der vorgeschlagenen Präzisierung abgesehen, fehlt es in Deutschland an einer kontinuierlichen und umfangreichen Industrieakzeptanzmessung (iit, 2015), welche alle Branchen und deren zum Teil neuartige Techniken abbildet.

Bei der Unternehmensbefragung konnten 133 Fälle betrachtet werden. Der Rücklauf ist üblich, überraschte dennoch: Nach Vorträgen zur (In-)Akzeptanz gegenüber dem Energie- und Rohstoffsektor auf Branchen- und wissenschaftlichen Konferenzen wurde stets großes Interesse der Unternehmensvertreter:innen gegenüber der Autorin geäußert, die die hohe Bedeutung der Forschung für ihr Unternehmenswohl unterstrichen. Diese Einsicht und der wahrgenommene Legitimationszwang sind aber offenbar nicht derart groß oder nur bei einem Teil der Unternehmen gegeben, weshalb die Rücklaufquote überraschte.

Den befragten Unternehmen scheint die Bedeutung des Stakeholder:innenmanagements und die Diversität der Anspruchsgruppen nicht vollumfänglich bewusst zu sein. Deshalb wurde zusätzlich zu den für diese Arbeit ursprünglich geplanten Inhalten eine grundlegende Übersicht der für Unternehmensprojekte relevanten Stakeholder:innen(-gruppen) erarbeitet. Sie ist in weiteren Veröffentlichungen zu erweitern sowie Bewertungen z. B. anhand der Kriterien Macht/Interesse (Spang, 2013), Macht/Legitimität/Dringlichkeit (Mitchell et al., 1997), Ausmaß/Wahrscheinlichkeit der Auswirkungen (Olander, 2007), Bedrohungs-/Kooperationspotenzial (Savage et al., 1991) oder Berechnungen mittels Vested interest-Impact Index (Bourne & Walker, 2005) vorzunehmen.

Die Forschung zur Akzeptanzkommunikation steht noch am Anfang (Höhne et al., 2018b), daher ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei dem Maßnahmenkatalog um *eine* Auflistung handelt, welche keinen Anspruch auf Vollständigkeit

hat. Zudem basiert die Bewertung anhand der Media Richness Theory auf individueller Bewertung, andere Kommunikationswissenschaftler:innen könnten zu anderen Ergebnissen gelangen. Die Umwandlung des in dieser Arbeit vorgenommenen Scorings zu einem komplexeren Verfahren der Entscheidungswissenschaften wie dem Analytic Hierarchy Process (Saaty, 2008) könnte dies verbessern und dabei die Parameter der Media Richness Theorie durch die Einbeziehung mehrerer Expert:innen wichten.

Bei der Befragung der Kommunikationsexpert:innen hätte explizit erfragt werden können, welche Maßnahmen nicht geeignet sind, um Akzeptanz zu steigern, womit die noch immer umfangreiche Liste gekürzt hätte werden können. Bei dieser Befragung ist, wie bei der Methode allgemein, zu beachten, dass es sich um Erfahrungswissen handelt und kein empirischer Beweis für die Aussagen gegeben ist (Bogner et al., 2014). Folglich äußerten die Expert:innen sich unterschiedlich bezüglich der Bedeutung von Wissen sowie Beteiligungsmöglichkeiten. Diese abgefragten Faktoren geben zudem nur einen Teil der Akzeptanzfaktoren wieder. Dabei fehlt es auch an Nachweisen, dass und wie ein Faktor, dessen Einfluss bei erneuerbarer Energieumwandlungsanlage W nachgewiesen wurde, auch bei erneuerbarer Energieumwandlungsanlage X oder der fossilen Energieumwandlungsanlage Y oder Rohstoffgewinnungsanlage Z Einfluss nimmt.

Bei der Übertragung der Forschungsergebnisse durch die Unternehmen in ihr Handeln wird das Controlling der Kommunikationsaktivitäten herausfordernd. Zum einen, da es „keine Garantie [gibt], dass eine bestimmte Intervention bei allen Angesprochenen gleichermaßen zu einer höheren Akzeptanz führt“ (Schäfer & Keppler, 2013, S. 42) und zum anderen, da schwer zu evaluieren ist, ob eine Änderung in der Einstellung oder Akzeptanz wegen einer Kommunikationsmaßnahme eintrat oder andere Einflüsse dazu führten (Besson, 2008). Die Forschungslage in diesem Bereich sollte deshalb um Ex-post-Studien oder Wertbaumanalysen erweitert werden. Letzteres Verfahren dient der Erfassung von relevanten Beurteilungskriterien für die Entscheidungsfindung (von Winterfeldt, 1999; Renn, 2015c), welche bspw. mittels Multiattribute Utility-Analyse gewichtet werden können (von Winterfeldt, 1999), sodass der Prozess der Entscheidungsfindung verhältnismäßig genau nachgezeichnet und zukünftig in das Projekt- und Kommunikationsmanagement einbezogen werden kann.

Derzeit zeigt sich in Wissenschaft und Praxis die Tendenz, dass Kommunikationsmanagement nachhaltig zu gestalten. Unter nachhaltigem Kommunikationsmanagement wird eine ganzheitliche und integrationsorientierte Herangehensweise verstanden, bei der innerhalb der Kommunikation positive Einflussfaktoren wie die Botschaften oder die Art der Kommunikation verstärkt berücksichtigt,

negative reduziert sowie die Prozesse effektiver gestaltet und langfristige Wirkungen angestrebt werden (Vonier, 2013). Die Auseinandersetzung mit nachhaltigem Kommunikationsmanagement kann insbesondere bei KMU und Verbänden zu einer höheren Akzeptanz durch Kommunikation beitragen, die das Aufwand-Nutzen-Verhältnis verbessert, und so die geringeren Ressourcen der KMU berücksichtigt.

Der Wissenstransfer in die Wirtschaft mit dem *Akzeptanz-O-Meter* kann aufgrund der Interviews mit den Unternehmensrepräsentant:innen als geglückt beschrieben werden. Die Vertreter:innen gaben aber auch Hinweise zum Verbesserungspotenzial. Die Anregungen lassen sich über zusätzliche Informationsfelder umsetzen: Erläuterungen zu den (In-)Akzeptanzstufen, Beispiele zu den Maßnahmen sowie Erklärungen zu ihrer Bewertung. Der Wunsch, die Datenbank regelmäßig zu aktualisieren sowie auf andere Bundesländer auszuweiten, kann nur durch weiterführende Forschung erfüllt werden. Dadurch könnte sichergestellt werden, dass die Nutzer:innen die Applikation langfristig anwenden.

Unabhängig von der Unterstützung für Unternehmen durch diese Forschung und der aus ihr entstandenen Applikation können Maßnahmen auch direkt bei den Verbraucher:innen ansetzen. Zu prüfen wäre dabei bspw. das aus der Verhaltensökonomie stammende Konzept des Nudging (Sunstein & Thaler, 2003). *Nudge* kann mit Schubs, Stubs oder Anstoß übersetzt werden (Renn, 2015b; Huber-Heim, 2017). Kern ist, das Verhalten von Personen gezielt und verdeckt, allerdings nicht erzwungen zu beeinflussen, indem die gemeinwohlförderliche Option als simpler präsentiert wird (Sunstein & Thaler, 2003; Renn, 2015b). So könnte der *Bulldozereffekt* (Renn, 2015b) minimiert werden, indem der Durchführungswillen genutzt wird: Fragen wie *Werden Sie Ihr Kind impfen lassen?* führen zu einer höheren Anzahl an Impfungen (Sunstein, 2014). Fragen wie *Werden Sie sich am Beteiligungsverfahren zum neuen Windpark beteiligen?* könnten folglich dazu führen, dass mehr Personen diese Veranstaltungen besuchen. Weiterhin können soziale Normen durch finanzielle Beteiligung inkludiert werden: Die Förderung von Kindern ist ein positives Motiv, finanzielle Unterstützung von Kindergärten und Projekte mit Grundschulen, die direkt mit Projekten verbunden sind, könnten – obwohl sie dem kinderlosen Anteil der Gesellschaft keinen direkten Nutzen bringen – positiv für die Akzeptanz des Vorhabens wirken. Die Offenlegung von Informationen, teils auch über getroffene Entscheidungen, kann ebenso akzeptanzfördernd sein: Geschieht die kommunale Versorgung durch lokale Energieumwandlung und werden die dabei erzielten Gewinne gemeinwohlorientiert durch kommunale Träger eingesetzt, sollten diese Effekte anhand spezifischer Vorstellung von Projekten und Energiebilanzen kommuniziert werden.

Es bleibt festzustellen, dass bei künftigen Energie- und Rohstoffprojekten im Freistaat Sachsen weiterhin Plakate mit Slogans wie „STOPPT WINDRAD-WAHNSINN“ (Lehmann, 2015) oder „KIES IST MIES“ (NEIN zum Sand- und Kiesabbau in Königshain, Claußnitz & Altmittweida, 2020b) zu sehen sein werden. 100 %-ige Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung zu erreichen, ist unmöglich, weil es immer Individuen gibt, in deren Wahrnehmung die Nachteile überwiegen. In dieser Arbeit konnte gleichwohl durch ein differenziertes Bild der (In-)Akzeptanz der sächsischen Bevölkerung sowie der Situation der Unternehmer:innen und die Bestimmung der potenziell akzeptanzsteigernden (Kommunikations-)Maßnahmen dazu beigetragen werden, dass bei Beachtung der Erkenntnisse sowie gezielter Ansprache und Überzeugung der bisher Unentschlossenen das Akzeptanzniveau bei der Bevölkerung steigen und somit die Transformation des Energiesystems ebenso wie die heimische Rohstoffversorgung gesichert werden kann.

Open Access Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>) veröffentlicht, welche die Nutzung, Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en) und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und angeben, ob Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist für die oben aufgeführten Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.



Literaturverzeichnis

- Ab Egg, F. & Poser, H. (2015). Finanzielle Bürgerbeteiligungen am Beispiel der Energieversorgung. In G. Bentele, R. Bohse, U. Hitschfeld & F. Krebber (Hrsg.), *Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft: Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation* (S. 215–226). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06167-8_15
- acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V. (2011). *AKZEPTANZ VON TECHNIK UND INFRASTRUKTUREN: ANMERKUNGEN ZU EINEM AKTUELLEN GESELLSCHAFTLICHEN PROBLEM*. Springer Verlag.
- acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V. (2017). *Akademien veröffentlichen Stellungnahme „Rohstoffe für die Energiewende“*. <http://www.acatech.de/allgemein/akademien-veroeffentlichen-stellungnahme-rohstoffe-fuer-die-energiewende/>
- acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V. (2021, 4. März). *Arbeitskreis Technik und Gesellschaft*. <http://www.acatech.de/themennetzwerke/themennetzwerk-gesellschaft-und-technik/arbeitskreis-technik-und-gesellschaft/>
- acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V., Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina & Union der deutschen Akademien der Wissenschaften (2017). *Rohstoffe für die Energiewende: Wege zu einer sicheren und nachhaltigen Versorgung*. acatech, Deutsche Akademie der Naturforscher Leopoldina e. V. – Nationale Akademie der Wissenschaften & Union der deutschen Akademien der Wissenschaften e. V. <http://www.acatech.de/publikation/rohstoffe-fuer-die-energiewende-wege-zu-einer-sicheren-und-nachhaltigen-versorgung/download-pdf>
- Achilles, C. (2018). Erfolgreiche Akzeptanzkommunikation nach der Finanzkrise. In S. Höhne, U. Mehner & T. Zimmerling (Hrsg.), *Akzeptanzkommunikation* (S. 25–31). DPRG.
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (2012). *Bürger stehen weiterhin hinter dem Ausbau der Erneuerbaren Energien*. AEE. http://www.unendlich-viel-energie.de/media/file/85.aee_RenewsKompakt_Akzeptanzumfrage2012.pdf
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (2016). *DIE AKZEPTANZ FÜR ERNEUERBARE ENERGIEN IM SPIEGEL VON UMFRAGEN IN INDUSTRIE-STAATEN: STARKER RÜCKHALT FÜR ERNEUERBARE ENERGIEN IN LÄNDERN DER WESTLICHEN WELT* (RENEWS KOMPAKT, 29). AEE. http://www.unendlich-viel-energie.de/media/file/426.AEE_RK29_Internationale_Akzeptanzumfragen_Mrz16.pdf

- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (2019). *BUNDESLÄNDER MIT NEUER ENERGIE: Statusreport Föderal-Erneuerbar 2019/2020*. AEE. http://www.unendlich-viel-energie.de/media/file/3621.AEE_Bundesl%C3%A4nder_Statusbericht_2019-20_online.pdf
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (2021, 7. Januar). *Zustimmung für den Ausbau der Erneuerbaren Energien bleibt hoch*. <http://www.unendlich-viel-energie.de/themen/akzeptanz-erneuerbarer/akzeptanz-umfrage/zustimmung-fuer-den-ausbau-der-erneuerbaren-energien-bleibt-hoch?fbclid=IwAR0KACvyFrzcl0B4cUitNYUfAWpdShPtRbJWr5iiF8rLnu74voOsnReNoo>
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-a). *Anzahl der Unternehmen der Erneuerbare-Energien-Branche (2018)*. http://www.foederal-erneuerbar.de/landesinfo/bundesland/SN/kategorie/wirtschaft/auswahl/218-anzahl_der_unternehm/#goto_218
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-b). *Bruttobeschäftigung Erneuerbare Energien (2016)*. http://www.foederal-erneuerbar.de/uebersicht/bundeslaender/BW%7CBY%7CB%7CBB%7CHB%7CHH%7CHE%7CMV%7CNI%7CNRW%7CRLP%7CSL%7CSN%7CST%7CSH%7CTH%7CD/kategorie/alle/auswahl/563-bruttobeschaeftigung/#goto_563
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-c). *Gesellschaftliche Akzeptanz des Ausbaus Erneuerbarer Energien (2010, in %)*. http://www.foederal-erneuerbar.de/uebersicht/bundeslaender/BW%7CBY%7CB%7CBB%7CHB%7CHH%7CHE%7CMV%7CNI%7CNRW%7CRLP%7CSL%7CSN%7CST%7CSH%7CTH%7CD/kategorie/alle/auswahl/230-gesellschaftliche_ak/#goto_230
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-d). *Gesellschaftliche Akzeptanz Erneuerbarer Energien in der Nachbarschaft (2012, in %)*. http://www.foederal-erneuerbar.de/uebersicht/bundeslaender/BW%7CBY%7CB%7CBB%7CHB%7CHH%7CHE%7CMV%7CNI%7CNRW%7CRLP%7CSL%7CSN%7CST%7CSH%7CTH%7CD/kategorie/alle/auswahl/229-gesellschaftliche_ak/#goto_229
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-e). *Gesellschaftliche Akzeptanz Erneuerbarer Energien in der Nachbarschaft – Biomasseanlagen (2012, in %)*. http://www.foederal-erneuerbar.de/uebersicht/bundeslaender/BW%7CBY%7CB%7CBB%7CHB%7CHH%7CHE%7CMV%7CNI%7CNRW%7CRLP%7CSL%7CSN%7CST%7CSH%7CTH%7CD/kategorie/alle/auswahl/349-gesellschaftliche_ak/#goto_349
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-f). *Gesellschaftliche Akzeptanz Erneuerbarer Energien in der Nachbarschaft – Solarparks (2012, in %)*. http://www.foederal-erneuerbar.de/uebersicht/bundeslaender/BW%7CBY%7CB%7CBB%7CHB%7CHH%7CHE%7CMV%7CNI%7CNRW%7CRLP%7CSL%7CSN%7CST%7CSH%7CTH%7CD/kategorie/alle/auswahl/347-gesellschaftliche_ak/#goto_347
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-g). *Gesellschaftliche Akzeptanz Erneuerbarer Energien in der Nachbarschaft – Windenergieanlagen (2012, in %)*. http://www.foederal-erneuerbar.de/uebersicht/bundeslaender/BW%7CBY%7CB%7CBB%7CHB%7CHH%7CHE%7CMV%7CNI%7CNRW%7CRLP%7CSL%7CSN%7CST%7CSH%7CTH%7CD/kategorie/alle/auswahl/348-akzeptanz_von_energi/#goto_348

- AEE – Agentur für Erneuerbare Energie e. V. (o. D.-h). *Gesellschaftliche Akzeptanz von Kohlekraftwerken in der Nachbarschaft* (2012, in %). http://www.foederal-erneuerbar.de/uebersicht/bundeslaender/BW%7CBY%7CB%7CBB%7CHB%7CHH%7CHE%7CMV%7CNI%7CNRW%7CRLP%7CSL%7CSN%7CST%7CSH%7CTH%7CD/kategorie/alle/auswahl/378-gesellschaftliche_ak/#goto_378
- AEE – Agentur für Erneuerbare Energien e. V. (o. D.-i). *Sachsen (SN)*. <http://www.foederal-erneuerbar.de/landesinfo/bundesland/SN/kategorie/top+10>
- Agricola, G. (1557/2015). *De re metallica libri XII: Zwölf Bücher vom Berg- und Hüttenwesen* (4. Aufl.). marixverlag.
- Aiwanger, H. (2019). Drei Fragen an Hubert Aiwanger: Minister für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie. In AEE (Hrsg.), *BUNDESLÄNDER MIT NEUER ENERGIE: Statusreport Föederal-Erneuerbar 2019/2020*. http://www.unendlich-viel-energie.de/media/file/3621.AEE_Bundesl%C3%A4nder_Statusbericht_2019-20_online.pdf
- Altenburger, R. (2016). Gesellschaftliche Verantwortung und Stakeholdermanagement: Strategische Herausforderungen und Chancen. In R. Altenburger & R. H. Mesicek (Hrsg.), *CSR und Stakeholdermanagement: Strategische Herausforderungen und Chancen der Stakeholdereinbindung* (S. 13–27). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-46560-8_2
- Althaus, M. (2012). Schnelle Energiewende – bedroht durch Wutbürger und Umweltverbände? Protest, Beteiligung und politisches Risikopotenzial für Großprojekte im Kraftwerk- und Netzausbau. *Wissenschaftliche Beiträge*, 16, 103–114. https://opus4.kobv.de/opus4-th-wildau/files/103/WB2012_13_Althaus.pdf
- Amann, M. (2020, 22. Juni). Windkraftgegner sammeln sich. *Süddeutsche Zeitung*. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/fuerstenfeldbruck/jesenwang-windkraftanlage-protest-1.4944394>
- Andor, M. A., Frondel, M. & Rinne, S. (2015). *Wie unbeliebt ist Kohle und wie beliebt sind die Erneuerbaren? Eine empirische Regionalanalyse der energiepolitischen Präferenzen deutscher Haushalte* (Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung, 93). Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung. <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/116775/1/834475081.pdf>
- Angerer, G., Buchholz, P., Gutzmer, J., Hagelüken, C., Herzig, P., Littke, R., Thauer, R. K. & Wellmer, F.-W. (2016). *Rohstoffe für die Energieversorgung der Zukunft: Geologie – Märkte – Umwelteinflüsse*. acatech, Deutsche Akademie der Naturforscher Leopoldina e. V. & Union der deutschen Akademien der Wissenschaften e. V. https://energystemefuture.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/PDFs/ESYS_Analyse_Rohstoffe_fuer_die_Energieversorgung.pdf
- Apitz, G. (2016, 17. Oktober). Die Regierung will sie, die Bürger nicht: Streit um Windräder in Mittelsachen. *Leipziger Volkszeitung*. <http://www.lvz.de/Region/Doebeln/Die-Regierung-will-sie-die-Buerger-nicht-Streit-um-Windraeder-in-Mittelsachen>
- Arbeitsgemeinschaft Mittelstand (2019). *DER MITTELSTAND: JAHRESMITTELSTANDSBERICHT 2019*. Arbeitsgemeinschaft Mittelstand. http://www.arbeitsgemeinschaft-mittelstand.de/content/Berichte/JMB_2019.pdf
- Arbeitsgemeinschaft Mittelstand (2021). *MITTELSTANDSBERICHT 2021: DIE RICHTIGEN LEHREN AUS DER PANDEMIE ZIEHEN*. Arbeitsgemeinschaft Mittelstand. http://www.arbeitsgemeinschaft-mittelstand.de/content/Berichte/AG_Mittelstand_Jahresmittelstandsbericht_2021_Final.pdf

- Arning, K., Gaul, S. & Ziefle, M. (2010). "Same Same but Different": How Service Contexts of Mobile Technologies Shape Usage Motives and Barriers. In G. Leitner, M. Hitz & A. Holzinger (Hrsg.), *HCI in Work & Learning, Life & Leisure* (S. 34–54). Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-642-16607-5_3
- Aschenbrand, E., Kühne, O. & Weber, F. (2017). Rohstoffgewinnung in Deutschland: Auseinandersetzungen und Konflikte – Eine Analyse aus sozialkonstruktivistischer Perspektive. *UmweltWirtschaftsForum*, 25, 177–188. <https://doi.org/10.1007/s00550-017-0438-7>
- Auler, F. & Huberty, A. (2019). *Content Distribution: So verbreiten Sie Ihren Content effektiv in Ihren Zielgruppen*. Springer Gabler.
- Avenarius, H. (2000). *PUBLIC RELATIONS: DIE GRUNDFORM DER GESELLSCHAFTLICHEN KOMMUNIKATION* (2. Aufl.). Primus.
- Balint, S. (2020, 14. August). Protest gegen Kohlekraftwerk Datteln 4 beeinflusst Feierabendverkehr. *Ruhr Nachrichten*. <http://www.ruhrnachrichten.de/olfen/protest-gegen-kohlekraftwerk-datteln-4-beeinflusst-feierabendverkehr-1546503.html>
- Bastian, N., Brüggmann, M., Louven, S. & Volkery, C. (2021, 27. Juni). Das große Spiel um die Vorräte: Europa will für E-Autobatterien Lithium fördern – doch die Bürger wehren sich. *Handelsblatt*. <http://www.handelsblatt.com/politik/international/rohstoffe-das-grosse-spiel-um-die-vorraete-europa-will-fuer-e-autobatterien-lithium-foerdern-doch-die-buerger-wehren-sich/27445716.html?ticket=ST3357141-p3fzVugaOHRieeQvXpK-ap2>
- Bauer, M. J., Freeden, W., Jacobi, H. & Neu, T. (2018). Ausblick: Schlüsselemente, Herausforderungen, Chancen und Perspektiven. In M. Bauer, W. Freeden, H. Jacobi & T. Neu (Hrsg.), *Handbuch Oberflächennahe Geothermie* (S. 797–805). Springer Spektrum. https://doi.org/10.1007/978-3-662-50307-2_28
- Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (2011). *Bayerisches Energiekonzept „Energie innovativ“*. Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie. http://www.km.bayern.de/download/8714_bayerisches_energiekonzept.pdf
- BDI – Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. (2010). *Für eine strategische und ganzheitliche Rohstoffpolitik: BDI-Strategiepapier zur Rohstoffsicherheit*. BDI – Abteilung Energie und Rohstoffe. https://bdi.eu/media/presse/publikationen/energie-und-rohstoffe/BDI_Rohstoffsicherheit.pdf
- Bechmann, G., Frederichs, G. & Gloede, F. (1985). Analysen zu den gesellschaftlichen Bedingungen eines verstärkten Kohleeinsatzes. In R. Coenen (Hrsg.), *Steinkohle – Technikfolgenabschätzung ihres verstärkten Einsatzes in der Bundesrepublik Deutschland* (S. 355–412). Springer-Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-82243-8>
- Becker, F. A. (2016). *Die Energiewende durch bürgerschaftliches Engagement: Möglichkeiten digitaler Visualisierungen. Eine Analyse in der Region Südwest-falen*. Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH. https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/6351/file/WSA9_Becker.pdf
- Becker, J. (2019, 6. Oktober). Warum es beim Ausbau der Windkraft so häufig knallt. *Freie Presse*. <http://www.freipresse.de/warum-es-beim-ausbau-der-windkraft-so-h-ufig-knallt-artikel10629619>
- Becker, S., Bues, A. & Naumann, M. (2016). Zur Analyse lokaler energiepolitischer Konflikte: Skizze eines Analysewerkzeugs. *RAUMFORSCHUNG UND RAUMORDNUNG*, 74, 39–49. <https://link.springer.com/article/https://doi.org/10.1007/s13147-016-0380-0>

- Becker, S., Bues, A., Naumann, M. & Betancourt, C. (2014). *Die Analyse lokaler energiepolitischer Konflikte und das Entstehen neuer Organisationsformen: Theoretische Zugänge und aktuelle Herausforderungen* (EnerLOG Working Paper, 1). Leibniz-Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung. http://www.geo.fu-berlin.de/geog/fachrichtungen/anthrogeog/g-t-g/ehemalige-MitarbeiterInnen/naumann/EnerLOG_wp1_Sep_t2014.pdf
- Bellmann, K. & Himpel, F. (2006). *Fallstudien zum Produktionsmanagement*. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler | GWV Fachverlage GmbH.
- Bentele, G. (2016). Öffentlichkeit, Akzeptanz und Transparenz: Zur Rolle der Medien in Beteiligungsprozessen. In M. Glaab (Hrsg.), *Politik mit Bürgern – Politik für Bürger: Praxis und Perspektiven einer neuen Beteiligungskultur* (S. 75–90). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12984-2_5
- Bentele, G., Bohse, R., Hitschfeld, U. & Krebber, F. (2015). Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft – Gedanken, Analysen, Thesen. In G. Bentele, R. Bohse, U. Hitschfeld & F. Krebber (Hrsg.), *Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft: Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation* (S. 1–22). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06167-8_1
- Berndt, R. (2005). *Marketingstrategie und Marketingpolitik* (4., vollst. überarb. u. erw. Aufl.). Springer-Verlag.
- Bertelsmann Stiftung (2017). *QUALITÄT VON BÜRGERBETEILIGUNG: 10 GRUNDSÄTZE*. Bertelsmann Stiftung. http://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/Projekte/Vielfaeltige_Demokratie_gestalten/Qualitaet_von_Buergerbeteiligung_Plakat_geht.pdf
- Besson, N. A. (2008). *Strategische PR-Evaluation: Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit* (3. überarb. & erw. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- BGR – Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (2020a). *BGR ENERGIESTUDIE 2019: Daten und Entwicklungen der deutschen und globalen Energieversorgung*. BGR. http://www.bgr.bund.de/DE/Themen/Energie/Downloads/energiestudie_2019.pdf
- BGR – Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (2020b). *Deutschland – Rohstoffsituation 2019*. http://www.bgr.bund.de/DE/Themen/Min_rohstoffe/Downloads/roh-sit-2019.pdf
- BGR – Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (o. D.-a). *Energierohstoffe*. http://www.bgr.bund.de/DE/Themen/Energie/energie_node.html
- BGR – Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (o. D.-b). *Programm: 3. BGR-Rohstoffkonferenz am 29. und 30. November 2017 – Heimische mineralische Rohstoffe*. http://www.bgr.bund.de/DE/Themen/Min_rohstoffe/Downloads/2017_11_29_Veranstaltung_Rohstoffkonferenz_Programm.pdf
- BILD (2021, 20. April). Klimaaktivisten besetzen Wald. *BILD*. <http://www.bild.de/regional/stuttgart/stuttgart-aktuell/im-kreis-ravensburg-klimaaktivisten-besetzen-wald-76126432.bild.html#fromWall>
- Bleicher, A. & David, M. (2015). *Keine Angst vor der Öffentlichkeit – Beteiligungen im Rahmen der Energie- und Rohstoffgewinnung in Deutschland*. Deutscher Markscheider-Verein e. V. http://www.ufz.de/export/data/2/93158_Bleicher%20David_2015_Bergbau_Energie_Rohstoffe.pdf
- BMBF – Bundesministerium für Bildung und Forschung (2018). *Bundesbericht Forschung und Innovation 2018: Forschungs- und innovationspolitische Ziele und Maßnahmen*.

- Geschäftsstelle Bundesbericht Forschung und Innovation. http://www.bmbf.de/upload_filestore/pub/BuFi_2018_Hauptband.pdf
- Boddenberg, S. (2020, 27. Januar). Lithiumabbau für E-Autos raubt Dörfern in Chile das Wasser. *Deutsche Welle*. <http://www.dw.com/de/zunehmender-lithium-abbau-verst%C3%A4rkt-wassermangel-in-chiles-atacama-w%C3%BCste/a-52039450>
- Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (2014). *Interviews mit Experten: Eine praxisorientierte Einführung*. Springer Fachmedien.
- Bohsem, G. (2014, 17. November). Dauerhaftes Fracking-Moratorium: Wir Hobbits. *Süddeutsche Zeitung*. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/dauerhaftes-fracking-moratorium-wir-hobbits-1.2224364>
- Borg, A. (2017). Akzeptanz von Geothermieprojekten – Kommunikation als bedeutsames Instrument. *World of Mining – Surface & Underground* 69(1), 47–52. <https://mining-report.de/akzeptanz-von-geothermieprojekten-kommunikation-als-bedeutsames-instrument/>
- Borg, A., Jakobs, E.-A. & Zieffle, M. (2018). Kommunikation und Akzeptanz. In M. Bauer, W. Freeden, H. Jacobi & T. Neu (Hrsg.), *Handbuch Oberflächennahe Geothermie* (S. 691–713). Springer Spektrum. https://doi.org/10.1007/978-3-662-50307-2_23
- Bosse, J. (2017). „Zurück in der Grube. Ende Gelände 2“ – Die Anti-Kohlebewegung in der Lausitz im Mai 2016. *FORSCHUNGSJOURNAL SOZIALE BEWEGUNGEN*, 30(1), 88–92. <https://doi.org/10.1515/fjsb-2017-0011>
- Böttcher, J. (2012). Vorwort. In J. Böttcher (Hrsg.), *Handbuch Offshore-Windenergie: Rechtliche, technische und wirtschaftliche Aspekte* (S. V–VII). Oldenbourg Wissenschaftsverlag. <https://doi.org/10.1524/9783486717761>
- Bourne, L. & Walker, D. H. T. (2005). VISUALISING AND MAPPING STAKEHOLDER INFLUENCE. *Management Decision*, 43(5), 649–660. <https://doi.org/10.1108/00251740510597680>
- Bovet, J. & Lienhoop, N. (2017). Trägt die wirtschaftliche Teilhabe an Flächen für die Windkraftnutzung zur Akzeptanz bei? Zum Gesetzesentwurf eines Bürger- und Gemeindebeteiligungsgesetz unter Berücksichtigung von empirischen Befragungen. In J. Schippl, A. Grunwald & O. Renn (Hrsg.), *Die Energiewende verstehen – orientieren – gestalten: Erkenntnisse aus der Helmholtz-Allianz ENERGY-TRANS* (S. 569–592). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845278957-569>
- BP (2020). *Statistical Review of World Energy: 2020 | 69th edition*. BP p.l.c. <http://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2020-full-report.pdf>
- Brand, K.-W. (2010). Die Neuerfindung des Bürgers: Soziale Bewegungen und bürgerschaftliches Engagement in der Bundesrepublik. In T. Olk, A. Klein & B. Hartnuß (Hrsg.), *Engagementpolitik: Die Entwicklung der Zivilgesellschaft als politische Aufgabe* (S. 123–152). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92117-4_5
- Brettschneider, F. & Müller, U. (2018). *Bau- und Infrastrukturprojekte: Erfolgsfaktor „Projekt-Kommunikation“: Eine Befragung von Vorhabenträgern / Projektwerbern in Deutschland und Österreich*. Universität Hohenheim. http://www.uni-hohenheim.de/uploads/media/Studie_Projekt-Kommunikation_Bauprojekte.pdf

- Brettschneider, F. (2012). Legitimation durch Kommunikation? Die gesellschaftliche Debatte über Ingenieurprojekte. *mining+geo*, 3, 435–439. <https://dggg.de/images/PDF-Dokumente/01%20brettschneider%20-%20grossprojekte.pdf>
- Brettschneider, F. (2013). Großprojekte zwischen Protest und Akzeptanz: Legitimation durch Kommunikation. In F. Brettschneider & W. Schuster (Hrsg.), *Stuttgart 21: Ein Großprojekt zwischen Protest und Akzeptanz* (S. 319–328). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-01380-6_12
- Brettschneider, F. (2014). Infrastrukturprojekte zwischen Protest und Akzeptanz – Über die Bedeutung der Projektkommunikation. In H. J. Hennecke & V. Kronenberg (Hrsg.), *Großprojekte als unternehmerische und politische Herausforderung* (S. 59–64). Bonner Akademie für Forschung und Lehre praktischer Politik (BAPP) GmbH. <http://www.bapp-bonn.de/wp-content/uploads/Grossprojekte-als-unternehmerische-und-politische-Herausforderung.pdf>
- Brettschneider, F. (2015). Richtig kommunizieren. „Stuttgart 21“ und die Lehren für die Kommunikation bei Infrastruktur- und Bauprojekten. In G. Bentele, R. Bohse, U. Hitschfeld & F. Krebber (Hrsg.), *Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft: Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation* (S. 281–299). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06167-8_21
- Brettschneider, F. (2016). Erfolgsbedingungen für Kommunikation und Bürgerbeteiligung bei Großprojekten. In M. Glaab (Hrsg.), *Politik mit Bürgern – Politik für Bürger: Praxis und Perspektiven einer neuen Beteiligungskultur* (S. 219–238). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-12984-2_13
- Briese, D. & Westhäuser, M. (2013). Zukunftsperspektiven und Herausforderungen der Offshore-Windenergie. In J. Böttcher (Hrsg.), *Handbuch Offshore-Windenergie: Rechtliche, technische und wirtschaftliche Aspekte* (S. 1–32). Oldenbourg Wissenschaftsverlag. <https://doi.org/10.1524/9783486717761>
- Bues, H.-J., Stelkens, V. V. & Streck, M. (2016). Stakeholdermanagement bei der Flughafen München GmbH – gesellschaftliche Akzeptanz als strategischer Erfolgsfaktor. In R. Altenburger & R. H. Mesicek (Hrsg.), *CSR und Stakeholdermanagement: Strategische Herausforderungen und Chancen der Stakeholdereinbindung* (S. 121–135). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-46560-8_8
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (o. D.). *Das Erneuerbare-Energien-Gesetz*. <http://www.erneuerbare-energien.de/EE/Redaktion/DE/Dossier/eeg.html>
- Bundesverband Wärmepumpe e. V. (o. D.). *ERDWÄRME*. <http://www.waermepumpe.de/waermepumpe/erdwaerme/>
- Bürgerinitiative Gegenwind Wiederau (o. D.). *gegenwind-wiederau – Startseite*. <http://www.gegenwind-wiederau.de/>
- Bürgerinitiative Rettet den Odenwald (2017, 12. März). *Karte der Bürgerinitiativen in Deutschland*. <http://rettet-den-odenwald.de/2017/03/karte-der-buergerinitiativen-in-deutschland/>
- Burkart, R. & Lang, A. (1992). Die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas – Eine kommentierte Textcollage. In R. Burkart & W. Hömberg (Hrsg.), *Kommunikationstheorien: Ein Textbuch zur Einführung* (S. 40–64). Braumüller.
- Burkart, R. (1993). *Public Relations als Konfliktmanagement: Ein Konzept für verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit, untersucht am Beispiel der Planung von Sonderabfalldeponien in Niederösterreich*. Braumüller.

- Burkart, R. (2012). Verständigungsorientierte Öffentlichkeitsarbeit. In W. Hömberg, D. Hahn, T. B. Schaffer (Hrsg.), *Kommunikation und Verständigung: Theorie – Empirie – Praxis* (2. Aufl., S. 17–37). VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-94356-5_2
- Burkart, R. (2019). *Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären Sozialwissenschaft* (5., überarb. & aktual. Aufl.). Böhlau.
- BWE – Bundesverband WindEnergie e. V. (2015). *Bedarfsgerechte Befeuerung: Mehr Akzeptanz für Windparks* (Whitepaper 02). BWE. http://www.energiegenossenschaft-mainkinzigtal.de/images/Downloads/WID_Whitepaper_2-2015_-_Bedarfsgerechte_Befeuerung.pdf
- BWE – Bundesverband WindEnergie e. V. (2017). *Möglichkeiten zur Wiederverwertung von Rotorblättern von Onshore-Windenergieanlagen*. BWE. http://www.wind-energie.de/fileadmin/redaktion/dokumente/hintergrundpapiere-oeffentlich/themen/Technik/20171221_hintergrundpapier_moeglichkeiten_des_recyclings_von_rotorblaetter.pdf
- BWE – Bundesverband WindEnergie e. V. (2018a). *Gemeinsam gewinnen – Windenergie vor Ort: Ein Grundlagenpapier zu den Themen Wertschöpfung, Bürgerbeteiligung und Akzeptanz*. BWE. <https://publikationen.windindustrie-in-deutschland.de/gemeinsam-gewinnen-windenergie-vor-ort/60797084>
- BWE – Bundesverband WindEnergie e. V. (2018b). *Leistungsfähigkeit der Windenergie*. BWE. http://www.wind-energie.de/fileadmin/redaktion/dokumente/publikationen-oeffentlich/themen/01-mensch-und-umwelt/01-windkraft-vor-ort/bwe-infografik_-_wie_viele_haushalte_-_20170316.pdf
- BWE – Bundesverband WindEnergie e. V. (o. D.). *5 Gründe für Windenergie*. BWE. http://www.wind-energie.de/fileadmin/redaktion/dokumente/publikationen-oeffentlich/themen/01-mensch-und-umwelt/01-windkraft-vor-ort/5_Gruende_fuer_Windenergie.pdf
- C.A.R.M.E.N – Centrales Agrar-Rohstoff- Marketing- und Energie-Netzwerk e. V. (2014). *AKZEPTANZ FÜR ERNEUERBARE ENERGIEN: Ein Leitfaden* (3. Aufl.). C.A.R.M.E.N.
- CDU, Bündnis 90/Die Grünen, SPD (o. D.). *Gemeinsam für Sachsen: KOALITIONS-VERTRAG 2019 BIS 2024*. CDU, Bündnis 90/Die Grünen & SPD. http://www.staatsregierung.sachsen.de/download/Koalitionsvertrag_2019-2024-2.pdf
- Christoph, A. (2020, 15. September). Protest gegen Tagebau bei Königshain. *Freie Presse*. <http://www.freiepresse.de/mittelsachsen/mittweida/protest-gegen-tagebau-bei-koenigshain-artikel11084213>
- Cobb, M. D. (2005). Framing Effects on Public Opinion about Nanotechnology. *Science Communication*, 27(2), 221–239. <https://doi.org/10.1177/1075547005281473>
- CONOSCOPE GmbH (2021, 16. Juni). *Unternehmen – CONOSCOPE*. <http://www.conoscope.de/>
- Corcoran, S. (2009, 16. Dezember). *Defining Earned, Owned, And Paid Media*. https://go.rester.com/blogs/09-12-16-defining_earned_owned_and_paid_media/
- Cremer, C., Esken, A., Fishedick, M., Gruber, E., Idrissova, F., Kuckshinrichs, W., Linßen, J., Pietzner, K., Radgen, P., Roser, A., Schnepf, N., Schumann, D., Supersberger, N., Zapp, P. & Süßbauer, E. (2008). *Sozioökonomische Begleitforschung zur gesellschaftlichen Akzeptanz von Carbon Capture and Storage (CCS) auf nationaler und internationaler Ebene*. BSR Sustainability GmbH, Forschungszentrum Jülich GmbH – Systemforschung und Technologische Entwicklung, Fraunhofer Institut System- und

- Innovationsforschung & Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH. https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/2989/file/2989_Akzeptanz_CCS.pdf
- Crome, K. (2018, 12. April). *Recycling: Wie werden Rotorblätter entsorgt?* http://www.energieagentur.nrw/blogs/erneuerbare/beitraege/recycling-wie-werden-rotorblaetter-entsorgt/?fbclid=IwAR0PMEf6BsUlpqEXzk8Kiq3Zc9WzxeSVUcseuMSfNOG488sFZg5Lv5n_8Qs
- Daft, R. L. & Lengel, R. H. (1983). *Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design*. Department of Management Texas A&M University. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.469.3265&rep=rep1&type=pdf>
- Davis, F. D. (1985). *A TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL FOR EMPIRICALLY TESTING NEW END-USER INFORMATION SYSTEMS: THEORY AND RESULTS* (Dissertationsschrift, Massachusetts Institute of Technology). DSpace@MIT. <http://hdl.handle.net/1721.1/15192>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). USER ACCEPTANCE OF COMPUTER TECHNOLOGY: A COMPARISON OF TWO THEORETICAL MODELS. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, J. J. (1995). THE EFFECTS OF MESSAGE FRAMING ON RESPONSE TO ENVIRONMENTAL COMMUNICATIONS. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72(2), 285–299. <https://doi.org/10.1177/107769909507200203>
- de Vries, C. & Hoffmann, I. (2017). *Ist Rechts das neue Links? Rechtskonservative Wähler in Frankreich und Europa. Was sie ausmacht und was sie unterscheidet*. Bertelsmann Stiftung. http://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/user_upload/EZ_eupinions_2017_02_DT.pdf
- Dear, M. (1992). Understanding and Overcoming the NIMBY Syndrome. *Journal of the American Planning Association*, 58(3), 288–301. <https://doi.org/10.1080/01944369208975808>
- Deinhardt, A. & Dilger, G. (2018). Rechtliche und politische Rahmenbedingungen für oberflächennahe Geothermieprojekte. In M. Bauer, W. Freeden, H. Jacobi & T. Neu (Hrsg.), *Handbuch Oberflächennahe Geothermie* (S. 323–334). Springer Spektrum. https://doi.org/10.1007/978-3-662-50307-2_8
- DERA & BGR – Deutsche Rohstoffagentur & Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (2017). DERA veröffentlicht neue Liste zu potenziell kritischen Rohstoffen: Risiken bei der Beschaffung von Rohstoffen nehmen zu. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 68(10), 455. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2009). *„Jenseits der Krise – Substanz und Zukunft des Industriestandorts Deutschlands“ aus Sicht der Industrie-unternehmen, 2009: Ergebnisse der DIHK-Umfrage bei den Industrie- und Handelskammern*. Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. <http://www.yumpu.com/de/document/read/6173254/jenseits-der-krise-deutscher-industrie-und-handelskammertag>
- Devine-Wright, P. (2007). *Reconsidering public attitudes and public acceptance of renewable energy technologies: a critical review*. University of Manchester – School of Environment and Development. https://geography.exeter.ac.uk/beyond_nimbyism/deliverables/bn_wp1_4.pdf

- Devine-Wright, P. (2009). Rethinking NIMBYism: The Role of Place Attachment and Place Identity in Explaining Place-protective Action. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 19(6), 426–441. <https://doi.org/10.1002/casp.1004>
- Di Nucci, M. R. (2016). NIMBY oder IMBY: Akzeptanz, Freiwilligkeit und Kompensationen in der Standortsuche für die Endlagerung radioaktiver Abfälle. In A. Brunnengraber (Hrsg.), *Problemfälle Endlager: Gesellschaftliche Herausforderungen im Umgang mit Atom Müll* (S. 119–144). Nomos. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.5771/9783845278131-118>
- Dietrich, G. (2021, 5. Januar). *Why Communicators Must (Finally) Embrace the PESO Model*. <https://spinsucks.com/communication/pr-pros-must-embrace-the-peso-model/>
- Diskurs Communication GmbH (o. D.). *Category Energiewende*. <https://diskurs-communication.de/category/themen-monitor/themenmonitor-energiewende/>
- Djairam, D., Hubacz, A. N., Morshuis, P. H. F., Marijnisen, J. C. M. & Smit, J. J. (2005, 18. November). *The development of an electrostatic wind energy converter (EWICON)*. International Conference on Future Power Systems, Amsterdam. <https://doi.org/10.1109/FPS.2005.204208>
- Domradio (2021, 19. April). *Philippinische Kirche protestiert gegen neue Lizenzen im Bergbau: „Nutzt nur den Unternehmen“*. <http://www.domradio.de/themen/weltkirche/2021-04-19/nutzt-nur-den-unternehmen-philippinische-kirche-protestiert-gegen-neue-lizenzen-im-bergbau>
- DPRG – Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. (2018). *AK Akzeptanz-kommunikation: 5. November 2018 – Berlin*. DPRG. https://dprg-online.de/wp-content/uploads/2018/11/Def_Vision_Mission.pdf
- Drebenstedt, C. & Kleeberg, K. (2021). *Vom Salz des Lebens – eine Reise in die Welt der Rohstoffe*. <https://tu-freiberg.de/vom-salz-des-lebens>
- Drebenstedt, C. (2018). „Auf ein Wort“: Zukunft braucht Rohstoffe und Bergbau. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 69(2), 50. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Drebenstedt, C. (2020). „Auf ein Wort“: Bergbau ist Tod? – Es lebe der Bergbau! *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 71(8), 338–339. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Dyllick, T. (1989). *Management der Umweltbeziehungen: Öffentliche Auseinandersetzungen als Herausforderung*. Gabler Verlag.
- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Ehrenfeld, J. R. & Nash, J. (1998). *Building Trust and Legitimacy: An Assessment of Changes Brought about by Responsible Care*, MIT Forum on Chemicals and Society am 11. & 12. Juni 1998, Cambridge.
- eins energie in sachsen GmbH & Co. KG (o. D.-a). *Beteiligungen*. http://www.eins.de/ueber_eins/portrait/beteiligungen/
- eins energie in sachsen GmbH & Co. KG (o. D.-b). *eins energie – Strom, Erdgas & Internet aus einer Hand*. <http://www.eins.de>
- eins energie in sachsen GmbH & Co. KG (o. D.-c). *Leitbild*. http://www.eins.de/ueber_eins/portrait/philosophie/
- eins energie in sachsen GmbH & Co. KG (o. D.-d). *Zahlen und Fakten, Geschäftsberichte*. http://www.eins.de/ueber_eins/portrait/berichte-kennzahlen/

- Einwiller, S. (2014). Reputation und Image: Grundlagen, Einflussmöglichkeiten, Management. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie – Management – Wertschöpfung* (2. Aufl., S. 371–391). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4543-3_17
- Eiselt, J. (2012). *Dezentrale Energiewende: Chancen und Herausforderungen*. Springer Vieweg.
- Elsen, M. (2019, 3. Februar). *MEDIA RICHNESS THEORY (MEDIENREICH-HALTIGKEITSTHEORIE)*. <https://ceonaires.com/wiki/wirtschaftsinformatik/media-richness-theory/>
- Ende Gelände (o. D.). *Ende Gelände – Kohle stoppen. Klima schützen*. <http://www.ende-gelae.de/>
- Endruweit, G. (1986). Sozialverträglichkeits- und Akzeptanzforschung als methodologisches Problem. In H. Jungermann, W. Pfaffenberger, G. Schäfer & W. Wild (Hrsg.), *DIE ANALYSE DER SOZIALVERTRÄGLICHKEIT FÜR TECHNOLOGIEPOLITIK: PERSPEKTIVEN UND INTERPRETATIONEN* (S. 80–91). High Tech Verlag.
- EnergieAgentur.NRW GmbH (2019, 23. Mai). *Was bedeuten die Begriffe „Disko-Effekt“ und „Schlagschatten“?* <http://www.energieagentur.nrw/blogs/erneuerbare/faq/was-bedeutendie-begriffe-disko-effekt-und-schlagschatten/>
- EnergieAgentur.NRW GmbH (o. D.). *50 Solarsiedlungen in NRW*. <http://www.energieregion.nrw.de/solarsiedlungen/50-solarsiedlungen-in-nrw-5527.asp>
- EnerKite GmbH (o. D.). *Flugwindkraftanlagen*. <http://www.enerkite.de>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Epstein, R. I. (2019). A solid-state wind-energy transformer. *Applied Physics Letters*, 115, 1–5. <https://doi.org/10.1063/1.5109776>
- Esaiasson, P. (2014). NIMBYism – A re-examination of the phenomenon. *Social Science Research*, 48, 185–195. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2014.06.005>
- Europäische Kommission (2010). *Spezial-Eurobarometer 340: Wissenschaft und Technologie*. https://data.europa.eu/data/datasets/s806_73_1_ebs340?locale=de
- Europäische Kommission (2017, 30. August). *SME definition | Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*. https://ec.europa.eu/growth/smes/sme-definition_en
- Ewen, C., Borchardt, D., Richter, S. & Hammerbacher, R. (2012). *Risikostudie Fracking: Übersichtsfassung der Studie „Sicherheit und Umweltverträglichkeit der Fracking-Technologie für die Erdgasgewinnung aus unkonventionellen Quellen“*. team ewen – Konflikt- und Prozessmanagement. <http://docplayer.org/27513936-Sicherheit-und-umweltvertraeglichkeit-der-fracking-technologie-fuer-die-erdgasgewinnung-aus-unkonventionellen-quellen.html>
- FA Wind – Fachagentur zur Förderung eines natur- und umweltverträglichen Ausbaus der Windenergie an Land e. V. (2017). *Umfrage zur Akzeptanz der Windenergie an Land Herbst 2017: Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage zur Akzeptanz der Nutzung und des Ausbaus der Windenergie an Land in Deutschland*. FA Wind. https://fachagentur-windenergie.de/fileadmin/files/Veroeffentlichungen/FA_Wind_Umfrageergebnisse_Herbst_2017.pdf
- Faget, J. (2019, 3. Mai). Lithium: Der Streit um Portugals weißes Gold. *Deutsche Welle*. <http://www.dw.com/de/lithium-der-streit-um-portugals-wei%C3%9Fes-gold/a-48569669>

- Fischer, B., Moser, P. & Schenk, K. (2015). *Zukunftsfelder der Energieversorgung: Entwicklungsoptionen, Interessenlagen und Strukturen in drei erneuerbaren Entwicklungspfaden*. Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung & Institut dezentrale Energietechnologien gGmbH. http://transformation-des-energiesystems.de/sites/default/files/EnGeno-Arbeitspapier_0215.pdf
- Fishbein, M. (1966). A Consideration of Beliefs, Attitudes, and their Relationship. In I. D. Steiner & M. Fishbein (Hrsg.), *Current studies in social psychology* (S. 107–120). Holt, Rinehart & Winston.
- Flach, G., Kautzleben, H. & Steinitz, K. (2005). Sichere Versorgung der Menschheit mit Energie und Rohstoffen. Zwischenbericht Teil II zur Tätigkeit des ad-hoc-Arbeitskreises Energieversorgung der Leibniz-Sozietät. *Sitzungsberichte der Leibniz-Sozietät*, 82, 161–210. https://leibnizsozietat.de/wp-content/uploads/2012/11/01_flach.pdf
- Freeman, R. E. & Reed, D. L. (1983). Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. *California Management Review*, 25(3), 88–106. <https://doi.org/10.2307/41165018>
- Frey, B. S. (1997). Unerwünschte Projekte, Kompensation und Akzeptanz. *Analyse & Kritik*, 19(1), 3–14. <https://doi.org/10.1515/auk-1997-0101>
- Frondel, M. & Sommer, S. (2018). Schwindende Akzeptanz für die Energiewende? Ergebnisse einer wiederholten Bürgerbefragung. *Zeitschrift für Energiewirtschaft*, 43, 27–38. <https://doi.org/10.1007/s12398-018-0240-4>
- Fuchs, D., Gölz, S., Graf, A., Gumbert, T., Klobasa, M., Ruddat, M. & Sonnberger, M. (2016). *Abschlussbericht: Komplementäre Nutzung verschiedener Energieversorgungskonzepte als Motor gesellschaftlicher Akzeptanz und individueller Partizipation zur Transformation eines robusten Energiesystems – Entwicklung eines integrierten Versorgungsszenarios (KomMA-P)*. Institut für sozial-ökologische Forschung gGmbH. http://www.transformation-des-energiesystems.de/sites/default/files/KomMA_P_Abschlussbericht.pdf
- Gabriel, J. & Meyer, S. (2012). *Zukunft der Stromerzeugung im europäischen Vergleich (Hans-Böckler-Stiftung, 246)*. Hans-Böckler-Stiftung. http://www.econstor.eu/bitstream/10419/116701/1/hbs_arbp_246.pdf
- Gabriel, J., Meyer, S. & Wellbrock, P. (2011). *Zukunft der Stromerzeugung im europäischen Vergleich: Auswirkungen der europäischen Investitionsbedingungen auf die Beschäftigung in der deutschen Stromwirtschaft*. Bremer Energie Institut. <http://www.yumpu.com/de/document/read/23281079/pdf-bericht-bremer-energie-institut>
- Gabriel, S. (2015). Geleitwort von Sigmar Gabriel: Bundesminister für Wirtschaft und Energie. In G. Fahrenschon, A. G. Kirchhoff & D. B. Simmert (Hrsg.), *Mittelstand – Motor und Zukunft der deutschen Wirtschaft: Erfolgskonzepte für Management, Finanzierung und Organisation* (S. V–VI). Springer Fachmedien. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-09049-4>
- Gailling, L. & Röhring, A. (2015). Was ist dezentral an der Energiewende? Infrastrukturen erneuerbarer Energien als Herausforderungen und Chancen für ländliche Räume. *RAUM-FORSCHUNG UND RAUMORDNUNG*, 73, 31–43. <https://doi.org/10.1007/s13147-014-0322-7>
- Gandenberger, C., Glöser, S., Marscheider-Weidemann, F., Ostertag, K. & Walz, R. (2012). *Die Versorgung der deutschen Wirtschaft mit Roh- und Werkstoffen für Hochtechnologien – Präzisierung und Weiterentwicklung der deutschen Rohstoffstrategie*. Büro

- für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab150.pdf>
- Gebhardt, H. & Schweizer, G. (1995). *Zuhause in der Großstadt: Ortsbindung und räumliche Identifikation im Verdichtungsraum*. Geographisches Institut zu Köln.
- Goedecke, M. (2017). „Rohstoffbewusstsein und gesellschaftliche Akzeptanz sind unverzichtbare Grundlage des modernen Bergbaus“, MineLife am 16. November 2017, Görlitz. http://www.oba.sachsen.de/download/9_DrManfredGoedecke.pdf
- Goedecke, M., Kleeberg, K. & Wunderlich, H.-J. (2017). „Wohlstand JA – Industrie Nein“: Industrieakzeptanz ist wichtiger Standortfaktor. *Wirtschaft Südwestsachen*, 4, 30–31. <http://www.chemnitz.ihk24.de/share/flipping-book/3695322/flippingbook.pdf>
- Google (o. D.-a). *Akzeptanzkommunikation Energie*. https://scholar.google.de/scholar?hl=de&as_sdt=0%2C5&q=Akzeptanzkommunikation+Energie+%&btnG= [zuletzt abgerufen 2021, 24. Mai]
- Google (o. D.-b). *Akzeptanzkommunikation Rohstoffe*. https://scholar.google.de/scholar?hl=de&as_sdt=0%2C5&q=Akzeptanzkommunikation+Rohstoffe+%&btnG=&aq=Akzeptanzkommunikation+Rohstoffe [zuletzt abgerufen 2021, 24. Mai]
- Greenpeace e. V. (2013). *Tod aus dem Schlot: Wie Kohlekraftwerke unsere Gesundheit ruinieren*. Greenpeace e. V. <http://www.greenpeace.de/sites/http://www.greenpeace.de/files/publications/greenpeace-studie-tod-aus-dem-schlot-s01652.pdf>
- Gross, C. (2007). Community perspectives of wind energy in Australia: The application of a justice and community fairness framework to increase social acceptance. *Energy Policy*, 35(5), 2727–2736. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2006.12.013>
- Grunwald, A. (2005). Zur Rolle von Akzeptanz und Akzeptabilität von Technik bei der Bewältigung von Technikkonflikten. *Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis*, 14(3), 54–60. <https://tatup.de/index.php/tatup/article/view/3572/6453>
- Grünwald, R., Ahmels, P., Banthien, H., Bimesdörfer, K., Grünert, J. & Revermann, C. (2015). *Handlungsmöglichkeiten für Kommunikation und Beteiligung beim Stromnetzausbau: Ein Praxishandbuch für Abgeordnete (TAB-Hintergrundpapier, 20)*. Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Hintergrundpapier-hp020.pdf>
- Günther, M. (2020). *Auseinandersetzung mit der bisherigen Forschung zur gesellschaftlichen Akzeptanz und deren beeinflussenden Faktoren im Rohstoff- und Energiesektor* (Literaturarbeit, TUBAF) [nicht öffentlich zugänglich].
- Haber, T. E. (2008). *Resistenz gegenüber Innovationen*. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler | GWV Fachverlage GmbH.
- Habermas, J. (1981/2016). *Theorie des kommunikativen Handelns (Bd. 1): Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung* (10. Aufl.). Suhrkamp.
- Haedrich, G. (1982). Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. In G. Haedrich, G. Barthenheier & H. Kleinert (Hrsg.), *Öffentlichkeitsarbeit: Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft* (S. 67–75). Walter de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110860450-007>
- Hagedorn, F., Meyer, H. H., Braun, M.-L. & Heming, M. (2004). *TV-Medien und Nachhaltigkeit. Kurz-Studie zur Ermittlung von Formen, Hemmnissen und Potenzialen der Darstellung von Nachhaltigkeitsthemen in ausgewählten deutschen Fernseh-Programmen*. Rat für NACHHALTIGE Entwicklung. http://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/migration/documents/Studie_TV-Medien_und_Nachhaltigkeit_Juli_2004_06.pdf

- Haller, A. (2015). Integrierte Berichterstattung im Mittelstand. In G. Fahrenschon, A. G. Kirchhoff & D. B. Simmert (Hrsg.), *Mittelstand – Motor und Zukunft der deutschen Wirtschaft: Erfolgskonzepte für Management, Finanzierung und Organisation* (S. 199–216). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09049-4_17
- Halwachs, E., von Streit, A. & Utz, A. (2017). *AKZEPTANZ DER ENERGIEWENDE IM OBERLAND. ERGEBNISSE EINER PASSANTENBEFRAGUNG IN AUSGEWÄHLTEN GEMEINDEN DER MODELLREGION OBERLAND (Innovationen für nachhaltiges Land- und Energiemanagement auf regionaler Ebene, 6)*. LMU München – Department für Geographie, Lehr- und Forschungseinheit Mensch-Umweltbeziehungen. https://inola-region.de/download/akna5v9ba5kp0e41nc6oba37dtk/INOLA_Arbeitsbericht_Nr6_2018-01-30neu.pdf
- Hanisch, K. & Messinger-Zimmer, S. (2017). „Also ich traue da überhaupt gar keinem.“ Die Konflikte aus Perspektive der Unbeteiligten. In C. Hoeft, S. Messinger-Zimmer & J. Zilles (Hrsg.), *BÜRGERPROTESTE IN ZEITEN DER ENERGIEWENDE: Lokale Konflikte um Windkraft, Stromtrassen und Fracking* (S. 169–180). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839438152>
- Hasebrink, U. & Schmidt, J.-H. (2012). *Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung: Konzept für eine regelmäßig durchzuführende bevölkerungs-repräsentative Befragung im Rahmen des Vorhabens „Erfassung und Darstellung der Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland“ (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 24)*. Hans-Bredow-Institut. <http://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/59105af0016943f9b8b29e1525b1b37e699c444f.pdf>
- Hauff, J., Heider, C., Arms, H., Gerber, J. & Schilling, M. (2011). Gesellschaftliche Akzeptanz als Säule der energiepolitischen Zielsetzung. *Energiewirtschaftliche Tagesfragen*, 61(10), S. 85–87. <http://www.tib.eu/de/suchen/id/BLSE:RN299829170/Gesellschaftliche-Akzeptanz-als-Saule-der-energiepolitischen?cHash=7e012322c0b6f678f983e8aec503774>
- Hegele, H. & Knapke, E. (2014). Geothermiebranche Deutschland. In M. Bauer, W. Freeden, H. Jacobi & T. Neu (Hrsg.), *Handbuch Tiefe Geothermie: Prospektion, Exploration, Realisierung, Nutzung* (S. 791–811). Springer Spektrum. https://doi.org/10.1007/978-3-642-54511-5_26
- HeidelbergCement AG (2020). *Geschäftsbericht 2019*. HeidelbergCement AG. http://www.heidelbergcement.com/system/files_force/assets/document/7f/dd/geschaeftsbericht_2019.pdf?download=1
- HeidelbergCement AG (o. D.-a). *Gebiet Sachsen*. <http://www.heidelbergcement.de/de/sand-kies/sachsen>
- HeidelbergCement AG (o. D.-b). *HeidelbergCement in Deutschland*. <http://www.heidelbergcement.de/de>
- Heidelberger Sand und Kies GmbH (o. D.). *GEWINNUNG UND AUFBEREITUNG VON SAND UND KIES*. Heidelberger Sand und Kies GmbH. http://www.heidelbergcement.de/system/files_force/assets/document/32/04/rz_hc_suk_flyer_gewinnung_dinl_6s_web.pdf?download=1
- Hemmati, M. (2002). *MULTI-STAKEHOLDER PROCESSES FOR GOVERNANCE AND SUSTAINABILITY: BEYOND DEADLOCK AND CONFLICT*. Earthscan Publications Ltd.

- Hennecke, H. J. & Kronenberg, V. (2014). Großprojekte als unternehmerische und politische Herausforderung. In H. J. Hennecke & V. Kronenberg (Hrsg.), *Großprojekte als unternehmerische und politische Herausforderung* (S. 13–20). Bonner Akademie für Forschung und Lehre. <http://www.bapp-bonn.de/wp-content/uploads/Grossprojekte-als-unt-ernehmerische-und-politische-Herausforderung.pdf>
- Hennen, L. (1994). *Ist die (deutsche) Öffentlichkeit "technikfeindlich"? Ergebnisse der Meinungs- und der Medienforschung: Erster Sachstandsbericht im Rahmen des Monitoring-Projektes "Technikakzeptanz und Kontroversen über Technik"* (TAB-Arbeitsbericht, 24). Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab024.pdf>
- Hennen, L. (1997). *Ambivalenz und Widersprüche: Die Einstellung der deutschen Bevölkerung zur Technik – Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage des TAB – Zweiter Sachstandsbericht* (TAB-Arbeitsbericht, 54). Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab054.pdf>
- Hennen, L. (2002). *Positive Veränderung des Meinungsklimas – konstante Einstellungsmuster: Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage des TAB zur Einstellung der deutschen Bevölkerung zur Technik – Dritter Sachstandsbericht* (TAB-Arbeitsbericht, 84). Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab083.pdf>
- Hildebrand, J. (2011). *Akzeptanz von Erneuerbaren Energien aus sozial- und verhaltenswissenschaftlicher Perspektive*. IG Windkraft. <http://www.igwindkraft.at/mmedia/download/2011.10.27/1319726859.pdf>
- Hillebrand, M. & Erdmann, K.-H. (2015). *Die Entwicklung der Akzeptanz des Nationalparks Eifel bei der lokalen Bevölkerung: Eine Untersuchung zehn Jahre nach dessen Ausweisung*. Bundesamt für Naturschutz. <http://www.nationalpark-eifel.de/cache/dl-Diplomarbeit-Hillebrand-2013-a84bcefe01dc15f0ae081aec2f6749a1.pdf>
- Himmelberger, J. J., Ratick, S. J. & White, A. L. (1991). Compensation for Risks: Host Community Benefits in Siting Locally Unwanted Facilities. *Environmental Management*, 15(5), 647–656. <https://doi.org/10.1007/BF02589624>
- Hirschfeld, M. & Heidrich, B. (2013). Die Bedeutung regionaler Governance-Prozesse für den Ausbau des Höchstspannungsnetzes. In B. Klagge & C. Arbach (Hrsg.), *Governance-Prozesse für erneuerbare Energien* (S. 94–113). Verlag der ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung. http://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/ab/ab_005/ab_005_gesamt.pdf
- Hirschl, B., Hoffmann, E. & Wetzig, F. (2004). Erneuerbare Energien zwischen Klima- und Naturschutz. *Ökologisches Wirtschaften*, 19(5), 10–11. <https://doi.org/10.14512/oew.v19i5.346>
- Hitschfeld, U. & Lachmann, H. (2013). *Akzeptanz als strategischer Erfolgsfaktor*. Bonner Universitäts-Buchdruckerei.
- Hofinger, G. (2001). Formen von „Akzeptanz“ – Sichtweisen auf ein Biosphärenreservat. *Umweltpsychologie*, 5(1), 10–27. http://www.researchgate.net/profile/Gesine-Hofinger/publication/255730470_Formen_von_Akzeptanz_Sichtweisen_auf_ein_Biosphaerenreservat/links/574eb6b208ae65bd57c4f0d5/Formen-von-Akzeptanz-Sichtweisen-auf-ein-Biosphaerenreservat.pdf

- Höhne, S., Mehner, U. & Zimmerling, T. (2018a). *Akzeptanzkommunikation*. DPRG.
- Höhne, S., Mehner, U. & Zimmerling, T. (2018b). Vorwort. In S. Höhne, U. Mehner & T. Zimmerling (Hrsg.), *Akzeptanzkommunikation* (S. 1). DPRG.
- Hook, S. (2006). *Landschaftsveränderungen im südlichen Oberrheingebiet und Schwarzwald – Wahrnehmung kulturtechnischer Maßnahmen seit Beginn der 19. Jahrhunderts* (Dissertationsschrift, Albert-Ludwigs-Universität Freiberg i. Brsg.). FreiDok plus. <https://freidok.uni-freiburg.de/fedora/objects/freidok:3434/datastreams/FILE1/content>
- Horak, C. & Speckbacher, G. (2013). Ziele und Strategien. In R. Simsa, M. Meyer & C. Badelt (Hrsg.), *Handbuch der Nonprofit-Organisation: Strukturen und Management* (5., überarb. Aufl., S. 159–182). Schäffer-Poeschel.
- Huber-Heim, K. (2017). Emotionalisierung in der Internen CSR-Kommunikation. In R. Wagner, N. Roschker & A. Moutchnik (Hrsg.), *CSR und Interne Kommunikation: Forschungsansätze und Praxisbeiträge* (S. 127–140). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-52871-6_8
- Hubig, C. (2014). Vertrauen und Glaubwürdigkeit als konstituierende Elemente der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie – Management – Wertschöpfung* (2. Aufl., S. 351–369). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4543-3_16
- Hübner, G. (2016). *Akzeptanz von erneuerbaren Energien*. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg – Institut für Psychologie. <https://docplayer.org/63314475-Akzeptanz-von-erneuerbaren-energien.html>
- Hubricht, H. (2018, 23. August). Großschirma: Gegenwind für Windprojekt. *Freie Presse*. <http://www.freipresse.de/gro-schirma-gegenwind-f-r-windprojekt-artikel10292534>
- Huijts, N. M. A., Molin, E. J. E. & Steg, L. (2012). Psychological factors influencing sustainable energy technology acceptance: a review-based comprehensive framework. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 16(1), 525–531. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2011.08.018>
- Hunnus, G. (1988). Technikakzeptanzforschung: Irrlicht oder Orientierungshilfe? Anmerkungen zur Forschungspraxis. In D. Jaufmann & E. Kistler (Hrsg.), *Sind die Deutschen technikfeindlich? Erkenntnis oder Vorurteil* (S. 115–119). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-322-95585-2_7
- Hüsing, B., Bierhals, R., Bührlen, B., Friedewald, M., Kimpeler, S., Menrad, K., Wengel, J., Zimmer, R. & Zoche, P. (2002). *Technikakzeptanz und Nachfragemuster als Standortvorteil: Abschlussbericht an das Bundesministerium für Bildung und Forschung, Referat Z22, vertreten durch den Projektträger VDI/VDE-Technologiezentrum Informationstechnik GmbH*. Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung. http://publica.fraunhofer.de/eprints/urn_nbn_de_0011-h-69221.pdf
- IfD-Allensbach (2004). *Studie 'Umwelt 2004': Gesamtergebnisse im Überblick*. IfD-Allensbach. http://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/studien/6572_Umwelt_2004.pdf
- iit – Institut für Innovation und Technik (2015). *Abschlussbericht „Akzeptanz der Industrie am Wirtschaftsstandort Deutschland – Stand der Forschung, Erfahrungen und Handlungsansätze“*. Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. <http://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Studien/akzeptanz-industrie-deutschland.pdf>
- Imhof, K. (2006). Mediengesellschaft und Medialisierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 54(2), 191–215. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2006-2-191>

- INDUSTRIEMAGAZIN (2021, 9. April). Deutschland testet Abbau von Mangan im Pazifik – Greenpeace protestiert. *INDUSTRIEMAGAZIN*. <https://industriemagazin.at/a/deutschland-testet-abbau-von-mangan-im-pazifik-greenpeace-protestiert>
- Informationszentrum Mobilfunk (o. D.). *Rohstoffe im Handy – die inneren Werte zählen*. <http://www.informationszentrum-mobilfunk.de/umwelt/mobilfunkendgeraete/herstellung>
- Infratest dimap (2012). *Was Bürger können – Ergebnisse einer Repräsentativstudie von Infratest dimap*. Infratest dimap. http://www.infratest-dimap.de/fileadmin/news_import/Was_Buerger_koennen-Analyse.pdf
- Institut für Mittelstandsforschung Bonn (2016, 1. Januar). *KMU-Definition des IfM Bonn*. <http://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-des-ifm-bonn>
- Institut für Stadt- und Regionalforschung (2001). *GROSSPROJEKTE ALS INSTRUMENTE DER STADTENTWICKLUNGSPOLITIK UND -PLANUNG*. Technische Universität Wien – Institut für Stadt- und Regionalforschung. <https://docplayer.org/14350999-Grossprojekte-als-instrument-der-stadtentwicklungspolitik-und-planung.html>
- International Energy Agency (2020). *Electricity Information: Overview*. <http://www.iea.org/reports/electricity-information-overview>
- Jäger, W. (2017). Geleitwort. In B. Kirf, K.-N. Eicke & S. Schömburg (Hrsg.), *Unternehmenskommunikation im Zeitalter der digitalen Transformation: Wie Unternehmen interne und externe Stakeholder heute und in Zukunft erreichen* (S. VII–VIII). Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-15364-9>
- Jarren, O. & Röttger, U. (2004). Steuerung, Reflexion und Interpenetration: Kernelemente einer strukturationstheoretisch begründeten PR-Theorie. In U. Röttger (Hrsg.), *Theorien der Public Relations: Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung* (S. 25–45). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-663-11643-1_2
- Jenssen, T. (2010). *Einsatz der Bioenergie in Abhängigkeit von der Raum- und Siedlungsstruktur: Wärmetechnologien zwischen technischer Machbarkeit, ökonomischer Tragfähigkeit, ökologischer Wirksamkeit und sozialer Akzeptanz*. Vieweg+Teubner Research.
- Jobert, A., Laborgne, R. & Mimler, S. (2007). Local acceptance of wind energy: Factors of success identified in French and German case studies. *Energy Policy*, 35(5), 2751–2760. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2006.12.005>
- Joffe, H. (2003). Risk: From perception to social representation. *British Journal of Social Psychology*, 42(1), 55–73. <https://doi.org/10.1348/014466603763276126>
- Junge, B. (2021, 11. August). Proteste gegen neue Bergbauprojekte in Mittelsachsen. *Freie Presse*. <http://www.freiepresse.de/chemnitz/proteste-gegen-neue-bergbauprojekte-artikel11652390>
- Jüttemann, P. (2020, 30. Dezember). *Vertikale Windkraftanlagen*. <http://www.klein-windkraftanlagen.com/technik/vertikale-windkraftanlagen/>
- Kabisch, S. & Linke, S. (2001). Vom Bergbaurevier zur Seenlandschaft: Chancen und Defizite aus Bewohnersicht. *UFZ-MAGAZIN LEBENSRAUME*, 8, 37–39. [https://www.ufz.de/index.php?de=20939&pub_data\[function\]=showFile&pub_data\[PUB_ID\]=6460](https://www.ufz.de/index.php?de=20939&pub_data[function]=showFile&pub_data[PUB_ID]=6460)
- Kalka, R. & Schlabbers, M. (2014). *Konzept einer Stakeholderkommunikation in Unternehmenskrisen am Beispiel von zivilgesellschaftlichen Bewegungen bei Industrie- und Infrastrukturprojekten*. Fachhochschule Düsseldorf. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hbz:due62-opus-8779>

- Kalkoffen, G. (2011). Status und Aussichten der weltweiten Öl- und Gasproduktion. Welt-Energie-Prognose bis 2030. In P. Kausch, M. Bertau, J. Gutzmer & J. Matschullat (Hrsg.), *Energie und Rohstoffe: Gestaltung unserer nachhaltigen Zukunft* (S. 9–25). Spektrum Akademischer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-8274-2798-4_2
- Kannenberg, A. (2021, 7. April). Deutschland erforscht Manganabbau im Pazifik – Greenpeace protestiert. *heise online*. <http://www.heise.de/news/Deutschland-erforscht-Mangan-abbau-im-Pazifik-Greenpeace-protestiert-6007444.html>
- Kanning, H., Buhr, N. & Steinkraus, K. (2009). Erneuerbare Energien – Räumliche Dimensionen, neue Akteurslandschaften und planerische (Mit)Gestaltungspotenziale am Beispiel des Biogaspfads. *RAUMFORSCHUNG UND RAUMORDNUNG*, 67(2), 142–156. <https://doi.org/10.1007/BF03185702>
- Kapeller, S. (2016). *Infrastrukturkonflikte und Demokratie auf Gemeindeebene: Eine Analyse von sechs Fallbeispielen zu Konflikten um Windkraftprojekte in Niederösterreich in Hinblick auf Partizipation und Entscheidungsfindungsprozesse*. AIT Austrian Institute of Technology GmbH & Innovation Systems.
- Karmasin, M. & Weder, F. (2014). Stakeholder-Management als kommunikatives Beziehungsmanagement: Netzwerktheoretische Grundlagen der Unternehmenskommunikation. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie – Management – Wertschöpfung* (2. Aufl., S. 81–103). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4543-3_3
- Karmasin, M. (2007). Stakeholder-Management als Grundlage der Unternehmenskommunikation. In M. Piwinger & A. Zerfaß (Hrsg.), *HANDBUCH UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION* (S. 71–87). Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9164-5_3
- Karpenstein, H. & Rüppel, H. (2010). Windkraft – Wirtschaftskraft für Kommunen. *Zeitschrift für Neues Energierecht*, 1, 24–33. <https://online.ruw.de/suche/zner/Windkraft--Wirtschaftskraft-fuer-Kommunen-62bf553b3a4317ccf12bdbb7f0996810>
- Karpenstein-Machan, M., Wüste, A. & Schmuck, P. (2013). Erfolgreiche Umsetzung von Bioenergieidörfern in Deutschland – Was sind die Erfolgsfaktoren? *Berichte über Landwirtschaft – Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft*, 91(2), 1–25. <https://doi.org/10.12767/buel.v91i2.21>
- Keppler, D. (2007). Regionale Einflussfaktoren auf den Ausbau erneuerbarer Energien: Ergebnisse einer Fallstudie in der Brandenburger Energieregion Lausitz. *GAIA – Ökologische Perspektiven für Wissenschaft und Gesellschaft*, 16(4), 289–296. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.14279/depositonce-4464>
- Keppler, D. (2013). *Handlungsmöglichkeiten regionaler Akteure beim Ausbau erneuerbarer Energien: Grenzen regionalwissenschaftlich fundierter Empfehlungen und Erweiterungsmöglichkeiten durch techniksoziologische Konzepte* (Dissertationsschrift, Technische Universität Berlin). Servicezentrum Forschungsdatenmanagement. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.14279/depositonce-3579>
- Kiefer, A., Sturm, T. & Mauch, U. (2020, 8. Juli). Reizthema Windräder: Anlagen werden immer höher. *KURIER*. <https://kurier.at/wirtschaft/reizthema-windraeder-anlagen-werden-immer-hoehher/400964651>
- Kirstler, E. (2005). Die Technikfeindlichkeitsdebatte – Zum politischen Missbrauch von Umfrageergebnissen. *Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis*, 14(3), 13–15. <https://doi.org/10.14512/tatup.14.3.13>

- Klagge, B. (2013). Governance-Prozesse für erneuerbare Energien – Akteure, Koordinations- und Steuerungsstrukturen. In B. Klagge & C. Arbach (Hrsg.), *Governance-Prozesse für erneuerbare Energien* (S. 7–16). Verlag der ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung. http://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/ab/ab_005/ab_005_gesamt.pdf
- Klagge, B., Arbach, C., Franck, E., Heidrich, B., Hirschfeld, M., Liebrecht, F., Pohl, M., Sünemann, A., Thom, S. & Wotha, B. (2013). Empfehlungen für die Weiterentwicklung der Koordinations- und Steuerungsstrukturen zum Ausbau der erneuerbaren Energien in Deutschland. In B. Klagge & C. Arbach (Hrsg.), *Governance-Prozesse für erneuerbare Energien* (S. 1–6). Verlag der ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung. http://shop.arl-net.de/media/direct/pdf/ab/ab_005/ab_005_gesamt.pdf
- Klodt, H. (2018, 19. Februar). *Infrastruktur*. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/infrastruktur-39955/version-263351>
- Kluge, J. & van Douwe, A. (2014). Akzeptanz, Information und Kommunikation – Grundlagen für den Erfolg geothermischer Projekte. *bbr*, 2, 48–52. <https://silو.tips/download/akzeptanz-information-und-kommunikation-grundlagen-fr-den-erfolg-geothermischer>
- Kneer, G. (2000). Akzeptanz von Verwaltungsentscheidungen: Ein systemtheoretischer Beitrag am Beispiel der Umweltverwaltung. In C. Rademacher & P. Wiechens (Hrsg.), *VERSTEHEN UND KRITIK: SOZIOLOGISCHE SUCHBEWEGUNGEN NACH DEM ENDE DER GEWISSEITEN* (S. 93–122). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-322-97096-1_5
- Koch, J. & Zerkawy, F. (2021). *Was nützt (D-)EITI? Die Transparenzinitiative über Rohstoffabbau in Deutschland auf dem Prüfstand*. Forum Umwelt & Entwicklung & Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft. https://foes.de/publikationen/2021/2021-01_FOES_FUE_Was_nuetzt_die_D-EITI_web.pdf
- Kollmann, T. (1998). *Akzeptanz innovativer Nutzungsgüter und -systeme: Konsequenzen für die Einführung von Telekommunikations- und Multimedia-systemen*. Springer Fachmedien.
- Kornwachs, K. (2011). *Gutachten über Methoden und Verfahren der Vermittlung, Schlichtung und Bürgerbeteiligungen und über den gegenwärtigen Diskussionsstand zwischen Protagonisten und Gegner der CO₂-Verpressung, Standorte Brandenburg*. Brandenburgische Technische Universität Cottbus – Büro für Kultur und Technik. http://www-docs.b-tu.de/fg-technikphilosophie/public/Publicationslisten/harz/K.GeoEn_2.pdf
- Kost, S. (2013). Transformation von Landschaft durch (regenerative) Energieträger: Zur Bedeutung der Bewohnersicht. In L. Gailing & M. Leibenath (Hrsg.), *Neue Energielandschaften – Neue Perspektiven der Landschaftsforschung* (S. 121–136). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19795-1_8
- Kraus, P., Britzelmaier, B., Moore, N. & Stokes, P. (2016). Corporate Social Responsibility in mittelständischen Unternehmen: Eine synoptische Betrachtung. In A. Hildebrandt & W. Landhäußer (Hrsg.), *CSR und Energiewirtschaft* (S. 273–293). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-46583-7_19
- Krebber, F. (2015). Lokale Akzeptanzdiskurse: Der kommunikative Nahraum als kritische Resonanzfläche bei Infrastrukturprojekten. In G. Bentele, R. Bohse, U. Hirschfeld & F. Krebber (Hrsg.), *Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft: Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation* (S. 113–126). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06167-8_7

- Krebber, F. (2016). *Akzeptanz durch inputorientierte Organisationskommunikation: Infrastrukturprojekte und der Wandel der Unternehmenskommunikation*. Springer Fachmedien.
- Krebber, F. (2018a). Gesellschaftliche Akzeptanz: Aufgabe für Kommunikatoren, Organisationen und das Berufsfeld. In S. Höhne, U. Mehner & T. Zimmerling (Hrsg.), *Akzeptanzkommunikation* (S. 4–13). DPRG.
- Krebber, F. (2018b, 26. November). *Definition von Akzeptanzkommunikation: DPRG-Arbeitskreis bringt erstes Ergebnis*. <https://akzeptanzblogger.de/?p=311>
- Kress, M. & Landwehr, I. (2012). *Akzeptanz Erneuerbarer Energien in EE-Regionen: Ergebnisse einer telefonischen Bevölkerungsbefragung in ausgewählten Landkreisen und Gemeinden (Diskussionspapier des Instituts für ökologische Wirtschaftsforschung, 66)*. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung. http://www.ioew.de/uploads/tx_ukioewdb/IOEW_DP_66_Akzeptanz_Erneuerbarer_Energien.pdf
- Kreutzfeldt, M. (2018, 5. August). Braunkohlekraftwerk blockiert. *taz*. <https://taz.de/Aktion-gegen-Kraftwerk-Lippendorf/15521156/>
- Kromrey, H. (1988). Akzeptanz- und Begleitforschung: Methodische Ansätze, Möglichkeiten und Grenzen. *Massacommunicat*ie, 3, 221–242. http://profkromrey.de/kromrey_akzeptanz-begleitf.pdf
- Krug, M. (2018). *Maßnahmen zur Erhöhung der sozialen Akzeptanz des Ausbaus erneuerbarer Energien – das Beispiel der Windenergie*. Agrarsoziale Gesellschaft e. V. <http://www.asg-goe.de/pdf/FT2018/FT-2018---Soziale-Akzeptanz-des-Ausbaus-erneuerbarer-Energien-am-Beispiel-der-Windenergie---Michael-Krug.pdf>
- Krugmann, K. (2015). *Erneuerbare Energie als Ökologisierungstrend im ländlichen Raum: Was macht die Energiewende mit der Agrarlandschaft und ihren Akteuren in Norddeutschland?* (Dissertationsschrift, Universität Hamburg). Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg. <https://ediss.sub.uni-hamburg.de/handle/ediss/6403>
- Kubicek, H. (2013). „Mitrede“ beim Netzausbau: Erwartungen, Wissenstand und Empfehlungen. Wissenschaftsdialog 2013 der Bundesnetzagentur. http://www.researchgate.net/publication/264081127_Mitrede_beim_Netzausbau_Erwartungen_Wissenstand_und_Empfehlungen
- Kühne, O. & Weber, F. (2016). Zur sozialen Akzeptanz der Energiewende. *UmweltWirtschaftsForum*, 24, 207–213. <https://doi.org/10.1007/s00550-016-0415-6>
- Kühne, O. (2006). *Landschaft in der Postmoderne: Das Beispiel des Saarlandes*. Deutscher Universitätsverlag.
- Kühne, O. (2008). *Distinktion – Macht – Landschaft: Zur sozialen Definition von Landschaft*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kühne, O. (2013). *Landschaftstheorie und Landschaftspraxis: Eine Einführung aus sozial-konstruktivistischer Perspektive*. Springer VS.
- Kulik, L. (2018). VRB-Jahrestagung 2017. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 69(2), 68–73 <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Landsforeningen Naboeer til Kæmpevindmøller (2017, 5. März). *Møllegrupper*. <https://lnk.dk/2017/03/05/moellegrupper/>
- Legrís, P., Ingham, J. & Collette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & Management*, 40(3), 191–204. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)
- Lehmann, S. (2015, 5. Februar). Stiller Protest gegen Windkraft. *Sächsische Zeitung*. <http://www.saechsische.de/plus/stiller-protest-gegen-windkraft-3031925.html>

- Leibenath, M. & Otto, A. (2013). Windräder in Wolfhagen – eine Fallstudie zur diskursiven Konstituierung von Landschaften. In M. Leibenath, S. Heiland, H. Kilper & S. Tzschaschel (Hrsg.), *WIE WERDEN LANDSCHAFTEN GEMACHT? Sozialwissenschaftliche Perspektiven auf die Konstituierung von Kultur-landschaften* (S. 205–236). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839419946.205>
- Leißner, J. (2020, 16. September). Wieder trifft ein Windrad-Projekt auf starken Bürgerprotest. *Freie Presse*. <http://www.freiepresse.de/mittelsachsen/floeha/wieder-trifft-ein-windrad-projekt-auf-starken-buergerprotest-artikel11086735>
- Leucht, M. (2012). *MEDIENRESONANZANALYSE ZU PROJEKTEN DER TIEFEN GEOTHERMIE IN LANDAU, BRUCHSAL, BRÜHL UND UNTERHACHING: Printbericht-erstattung der Leitmedien und ausgewählter Regional- u. Lokalzeitungen*. Europäisches Institut für Energieforschung. <http://www.yumpu.com/de/document/read/11209713/medienanalyse-pr-fur-geothermieprojekte/10>
- Lindow, M. (2016). *Die Rolle von kulturellen Ökosystemleistungen hinsichtlich der Akzeptanz der lokalen Bevölkerung in Bezug auf die Umsetzung der Wasserrahmenrichtlinie (2000/60/EG) – Eine Fallstudie an der Launzige (Sachsen)* (Masterarbeit, Universität Greifswald). Universität Greifswald – Institut für Geographie und Geologie. https://geo.uni-greifswald.de/storages/uni-greifswald/fakultaet/mnf/geowissenschaften/Arbeitsbereiche_Geographie/Nachhaltigkeitswissenschaften/Seite_MSc.Arbeiten/MA_M.Lindow.pdf
- Linke, S. (2017). Neue Landschaften und ästhetische Akzeptanzprobleme. In O. Kühne, H. Megerle & F. Weber (Hrsg.), *Landschaftsästhetik und Landschaftswandel* (S. 87–104). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15848-4_6
- Lintemeier, K. & Rademacher, L. (2016). Stakeholder Relations. Nachhaltigkeit und Dialog als strategische Erfolgsfaktoren. In R. Altenburger & R. H. Mesicek (Hrsg.), *CSR und Stakeholdermanagement: Strategische Herausforderungen und Chancen der Stakeholdereinbindung* (S. 29–58). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-46560-8_3
- Lucke, D. (1995). *Akzeptanz: Legitimität in der „Abstimmungsgesellschaft“*. Springer Fachmedien.
- Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien* (4. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mackenthun, G. (2003). *Wahrnehmung von Risiken in der Öffentlichkeit am Beispiel der Kernenergie*, 12. Fachseminar Strahlenschutz am 2. November 2007, Dresden. <http://www.geraldmackenthun.de/app/download/5798574152/Dresden+Risiken+C3%96ffentlichkeit+Kernenergie+%28Nov.+2007%29.pdf>
- Maly, C. (2014). Kommunale Möglichkeiten zur Förderung regionaler Wertschöpfung bei Windenergieprojekten. In H. Degenhart & T. Schomerus (Hrsg.), *Recht und Finanzierung von Erneuerbaren Energien: Bürgerbeteiligungsmodelle* (S. 47–58). Nomos. https://doi.org/10.5771/9783845254999_47
- Mast, C. & Stehle, H. (2016). *Energieprojekte im öffentlichen Diskurs: Erwartungen und Themeninteressen der Bevölkerung*. Springer Fachmedien.
- Mast, C. (2002). *Unternehmenskommunikation: Ein Leitfaden* (7. überarb. & erw. Aufl.). UVK Verlag.

- Matschullat, J., Bertau, M., Gutzmer, J. & Kausch, P. (2011). Vorwort der Herausgeber. In P. Kausch, M. Bertau, J. Gutzmer & J. Matschullat (Hrsg.), *Energie und Rohstoffe: Gestaltung unserer nachhaltigen Zukunft* (S. vii–viii). Spektrum Akademischer Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-8274-2798-4>
- Matthiesen, U. (2002). NIMBY und LULU am Stadtrand – Bürgergesellschaftliche Streitformen um lokale Raumnutzungen und Raumkodierungen im engeren Verflechtungsraum. In U. Matthiesen (Hrsg.), *An den Rändern der deutschen Hauptstadt: Suburbanisierungsprozesse, Milieubildungen und biographische Muster in der Metropolregion Berlin-Brandenburg* (S. 173–185). Leske + Budrich, Opladen. https://doi.org/10.1007/978-3-322-92261-8_13
- Mautz, R. (2012). Atomausstieg und was dann? Probleme staatlicher Steuerung der Energiewende. *der moderne staat – Zeitschrift für Public Policy, Recht und Management*, 5(1), 149–168. <http://www.budrich-journals.de/index.php/dms/article/view/10466>
- MDR & kb (2020, 16. Oktober). Protest gegen Erweiterung des Kieswerks Ottendorf-Okrilla wächst. *MDR*. <http://www.mdr.de/sachsen/dresden/meissen/protest-erweiterung-kieswerk-wuerschnitz-100.html>
- MDR (2020, 31. Dezember). *Sachsen setzt weiter auf Bergbau*. <http://www.mdr.de/sachsen/bergbau-sachsen-aufschwung-100~amp.html>
- MDR (o. D.). *Seen werden zu Touristen-Magneten*. <https://reportage.mdr.de/was-die-braunkohle-mit-uns-macht#11389>
- MDR SACHSEN (2021, 24. Juni). Breite Ablehnung gegen AfD-Kampagne für Atomkraftwerke in Sachsen. *MDR*. <http://www.mdr.de/nachrichten/sachsen/politik/afd-will-kernenergie-in-sachsen-100.html>
- Meier, J. (2019, 14. Juni). Der deutsche Don Quijote gewinnt meist. *DER TAGES-SPIEGEL*. <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/erfolgreiche-proteste-gegen-windkraft-der-deutsche-don-qui-jote-gewinnt-meist/24456760.html>
- Meister, H.-P. & Oldenburg, F. (2008). *Beteiligung – ein Programm für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft*. Physica-Verlag.
- Messinger-Zimmer, S. & Zilles, J. (2016). (De-)zentrale Energiewende und soziale Konflikte: Regionale Konflikte um die Vertretung des Gemeinwohls. *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung*, 85(4), 41–51. https://elibrary.duncker-humboldt.com/r/?item_type=journal_article&item_id=4916&mode=download
- Mey, G. & Mruck, K. (2014). Qualitative Forschung: Analysen und Diskussionen – Zur Einführung in den Themenband: Hintergrund, Konzept, Erfahrungen und Reflexionen zum „Berliner Methodentreffen Qualitative Forschung“. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Qualitative Forschung: Analysen und Diskussionen – 10 Jahre Berliner Methodentreffen* (S. 9–32). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-05538-7_1
- MIBRAG – Mitteldeutsche Braunkohlengesellschaft mbH (2018). *MEHR ALS NUR KOHLE. MIBRAG IN ZAHLEN UND FAKTEN*. MIBRAG. <https://braunkohle.de/wp-content/uploads/2019/04/MIBRAG-in-Zahlen-und-Fakten.pdf>
- MIBRAG (2020, 14. Dezember). *MIBRAG – Mitteldeutsche Braunkohlengesellschaft mbH*. <http://www.mibrag.de>
- MIBRAG (2021a, 25. Februar). *TOCHTERUNTERNEHMEN UND BETEILIGUNGEN*. <http://www.mibrag.de/ueber-mibrag/mibrag-gruppe>
- MIBRAG (2021b, 25. Februar). *ÜBER MIBRAG*. <http://www.mibrag.de/de-de/ueber-mibrag>

- MIBRAG (2021c, 7. Januar). *STANDORTE*. <http://www.mibrag.de/de-de/ueber-mibrag/standorte>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R. & Wood, D. J. (1997). TOWARD A THEORY OF STAKEHOLDER IDENTIFICATION AND SALIENCE: DEFINING THE PRINCIPLE OF WHO AND WHAT REALLY COUNTS. *Academy of Management Review*, 22(4), 853–896. <https://doi.org/10.2307/259247>
- MittweidaForFuture (2019, 30. November). *Globaler Klimastreik*. <https://mittweidaforfuture.de/2019/11/30/globaler-klimastreik/>
- Moidl, S. (2011). Perspektiven der Windkraftnutzung und wirtschaftliche Impulse der Windkraftbranche in Österreich. IG Windkraft. http://www.igwindkraft.at/media.php?filename=download%3D%2F2011.10.25%2F1319530162.pdf&m=111025%20PA%200%CC%88sterreicher%20wollen%20Windkraft_Wirtschaftsfaktorstudie_Folien_satz_web.pdf
- Moody, R. (2015). *Schmutzige Geschäfte: Deutsche Investitionen im Bergbausektor*. Heinrich-Böll-Stiftung. http://www.boell.de/sites/default/files/2014-0deutsche-investitionen_bergbausektor.pdf
- Muschick, S. (2015). Vorwort. In RWE Stiftung für Energie und Gesellschaft gGmbH (Hrsg.), *Akzeptanz, Partizipation und Bürgerbeteiligung: Dokumentation zum Debattenstand und zur praktischen Umsetzung* (S. 2). <https://docplayer.org/17462073-Akzeptanz-partizipation-und-buergerbeteiligung-dokumentation-zum-debattenstand-und-zur-praktischen-umsetzung.html>
- Nagel, M. (2016). *Polarisierung im politischen Diskurs: Eine Netzwerkanalyse zum Konflikt um „Stuttgart 21“*. Springer Fachmedien.
- NEIN zum Sand- und Kiesabbau in Königshain, Claußnitz & Altmittweida (2020a, 12. September). • *Die Landschaft wird nachhaltig geschädigt*. • *Lebensräume für Tiere und Pflanzen werden zerstört*. • *Die Böden werden für immer vernichtet*. • *Die reichhaltigen Grundwasservorkommen werden gefährdet*. *All diese Dinge sind Folgen vom Sand- und Kiesabbau! Und genau das wollen wir NICHT! Wir wollen...* [Foto enthalten] [Status Update]. Facebook. http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=100165515176715&id=100153221844611
- NEIN zum Sand- und Kiesabbau in Königshain, Claußnitz & Altmittweida (2020b, 14. September). *Hier ist der Kreativität keine Grenze gesetzt! Super Vorbereitung für die bevorstehenden Demos in Altmittweida und Wiederau* [Foto enthalten] [Status Update]. Facebook. http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=109126634280603&id=100153221844611
- NEIN zum Sand- und Kiesabbau in Königshain, Claußnitz & Altmittweida (2020c, 29. September). „*Wir kämpfen für eine Zukunft ohne Kiesgrube. Für uns, unsere Kinder und Enkelkinder. Sie sollen ohne Lärm und Dreck aufwachsen!*“ *Diese Aussage ist mir heute zur 2. Demonstration in Wiederau mehrfach zu Ohren gekommen. Auch hier wurde klar gemacht, dass...* [Foto enthalten] [Status Update]. Facebook. http://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=141769831016283&id=100153221844611
- Neugebauer, R. (2017). Energie und Rohstoffe: Lebensgrundlagen einer Industriegesellschaft. In R. Neugebauer (Hrsg.), *Ressourceneffizienz: Schlüsseltechnologien für Wirtschaft & Gesellschaft* (S. 9–21). Springer Vieweg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-52889-1_2

- Neukirch, M. (2014). *Konflikte um den Ausbau der Stromnetze: Status und Entwicklung heterogener Protestkonstellationen (Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationsforschung)*. Universität Stuttgart – Institut für Sozialwissenschaften. <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/91490/1/77643909X.pdf>
- Nippa, M., Lee, R. P., Gloaguen, S., Meschke, S. & Hanebuth, A. (2013). *Kohle – Akzeptanzdiskussionen im Zeichen der Energiewende: Denkanstöße aus der Wissenschaft* (2. Aufl.). TUBAF. <https://tu-freiberg.de/sites/default/files/media/deutsches-energirohstoffzentrum-21645/Publikationen/Studie/studie-kohle-akzeptanzdiskussionen-auflage-2.pdf>
- Nippa, N. (2015). *Perspektiven der Kohlenutzung in Deutschland – 2014: Meinungsvielfalt trotz Polarisierung*. Verband Bergbau, Geologie und Umwelt e. V. http://www.vbgu.de/fileadmin/downloads/AkzeptanzstudieIIkomplett_13.03.2015.pdf
- Noelle-Neumann, E., Wilke, J. & Schulz, W. (2014). *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (2. Aufl.). Fischer.
- Öhrlund, I. (2012). *Future Metal Demand from Photovoltaic Cells and Wind Turbines: Investigating the Potential Risk of Disabling a Shift to Renewable Energy Systems*. Europäisches Parlament. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/471604/IPOL-JOIN_ET\(2011\)471604_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/471604/IPOL-JOIN_ET(2011)471604_EN.pdf)
- Olander, S. (2007). Stakeholder impact analysis in construction project management. *CONSTRUCTION MANAGEMENT AND ECONOMICS*, 25(3), 277–287. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.1080/01446190600879125>
- Olbrecht, T. (2010). *Akzeptanz von E-Learning: Eine Auseinandersetzung mit dem Technologieakzeptanzmodell zur Analyse individueller und sozialer Einflussfaktoren* (Dissertationsschrift, Friedrich-Schiller-Universität Jena). Digitale Bibliothek Thüringen. http://www.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00021996/Olbrecht/Dissertation.pdf
- Ott, K. (2002). Akzeptanzdefizite im Naturschutz. *Schriftenreihe des Deutschen Rates für Landespflege*, 74, 75–81. http://www.landespflege.de/schriften/DRL_SR74.pdf
- Palazzo, B. (2000). *Interkulturelle Unternehmensethik: Deutsche und amerikanische Modelle im Vergleich*. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH.
- Palazzo, G. & Scherer, A. G. (2006). Corporate Legitimacy as Deliberation: A Communicative Framework. *Journal of Business Ethics*, 66, 71–88. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9044-2>
- Pälchen, W. & Lapp, M. (2018). Motor der Industrialisierung, Klimazeuge und Schmuttelkind: Steinkohle ist das „Gestein des Jahres 2018“. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 69(2), 87. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Pasqualetti, M. J. (2001). Wind Energy Landscapes: Society and Technology in the California Desert. *Society and Natural Resources*, 14(8), 689–699. <https://doi.org/10.1080/08941920152524882>
- Petermann, T. & Scherz, C. (2005). TA und (Technik-)Akzeptanz(-forschung). *Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis*, 14(3), 45–53. <https://doi.org/10.14512/tatup.14.3.45>
- Pietzner, K. (2015). Gesellschaftliche Akzeptanz. In M. Fishedick, K. Görner & M. Thomeczek (Hrsg.), *CO2: Abtrennung, Speicherung, Nutzung – Ganzheitliche Bewertung im Bereich von Energiewirtschaft und Industrie* (S. 671–697). Springer Vieweg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-19528-0_14
- Plöger, S. & Böttcher, F. (2015). *Klimafakten*. Westend.

- Popp, M. (2018). Die interne Kommunikation im Wandel. In S. Höhne, U. Mehner & T. Zimmerling (Hrsg.), *Akzeptanzkommunikation* (S. 38–44). DPRG.
- Pörksen, B. & Detel, H. (2012). *DER ENTFESSELTE SKANDAL: DAS ENDE DER KONTROLLE IM DIGITALEN ZEITALTER*. Herbert von Halem.
- Prager, K. (2002). *Akzeptanz von Maßnahmen zur Umsetzung einer umweltschonenden Landwirtschaft bei Landwirten und Beratern in Brandenburg* (Sozial-wissenschaftliche Schriften zur Landnutzung und ländlichen Entwicklung, 48). Margraf Verlag.
- Preisendörfer, P. (2011). *Organisationssoziologie: Grundlagen, Theorien und Problemstellungen* (3. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (2018, 21. Dezember). *Steinkohlebergbau ist Geschichte*. <http://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/steinkohlebergbau-ist-geschichte-1563902>
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (o. D.). *Abschied von der Kohleverstromung*. <http://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/kohleausstiegsgesetz-1716678>
- Price, V., Tewksbury, D., Powers, E. (1997). Switching Trains of Thought: The Impact of News Frames on Readers' Cognitive Responses. *Communication Research*, 24(5), 481–506. <https://doi.org/10.1177/009365097024005002>
- PVS Solarstrom (2020, 7. März). *CIS/CIGS – DÜNNSCHICHTMODULE AUF DEM WEG*. <https://photovoltaiksolarstrom.com/photovoltaiklexikon/cis-cigs/>
- Quiring, O. (2006). *Methodische Aspekte der Akzeptanzforschung bei interaktiven Medientechnologien*. Universität München – Kommunikations- und Medienforschung. https://epub.uni-muenchen.de/1348/1/mbk_6.pdf
- Rasmussen, B. (o. D.). *Fragments of wind turbine blades await burial at the Casper Regional Landfill in Wyoming* [Artikelbild]. http://www.bloomberg.com/news/features/2020-02-05/wind-turbine-blades-can-t-be-recycled-so-they-re-piling-up-in-landfills?fbclid=IwAR0HIR4WBwKO69wxYQtrqyMUX9LtwHTAATNy7J5ediLsgc7u5nFd5_RIINM
- Rau, I., Walter, G. & Zoellner, J. (2011). Wahrnehmung von Bürgerprotesten im Bereich erneuerbarer Energien: Von NIMBY-Opposition zu kommunaler Emanzipation. *Umweltpsychologie*, 15(2), 37–51. http://www.wiso-net.de/document/UMPS__609DA399C6ACEE27792C8809AD599459
- Rayner, S. & Cantor, R. (1987). How Fair Is Safe Enough? The Cultural Approach to Societal Technology Choice. *Risk Analysis*, 7(1), 3–10. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1987.tb00963.x>
- RDB (2018). Rohstoffpolitik der Bundesregierung – quo vadis? *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 69(4), 168–169. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Reller, A. (2012). Ressourcenstrategie: Lässt sich die Rohstoffsituation bewerten? Universität Augsburg. http://www.gdch.de/fileadmin/downloads/Netzwerk_und_Strukturen/Fachgruppen/Seniorexperten/PDF/Tagungen/4_SEC_Jahrestreffen/4SECJT_Reller2.pdf
- Renn, O. & Zwick, M. M. (1997). *Risiko- und Technikakzeptanz*. Springer Verlag.
- Renn, O. (1986a). Akzeptanzforschung: Technik in der gesellschaftlichen Auseinandersetzung. *Chemie in unserer Zeit*, 20(2), 44–52. <https://elib.uni-stuttgart.de/bitstream/11682/7243/1/ren40.pdf>
- Renn, O. (1986b). Technik in der gesellschaftlichen Auseinandersetzung – Überblick über die Ergebnisse der Akzeptanzforschung. *Umwelt, Wirtschaft, Gesellschaft: Wege zu einem*

- neuen Grundverständnis, 2, 274–283. <https://elib.uni-stuttgart.de/bitstream/11682/7284/1/ren77.pdf>
- Renn, O. (1987). Soziale Verträglichkeit von Energiesystemen. *Technologiefolgenabschätzung: Methoden, Inhalte und Wirkungen*, 127–136. <https://elib.uni-stuttgart.de/bitstream/11682/7349/1/ren157.pdf>
- Renn, O. (1992). *Die Bedeutung der Kommunikation und Mediation bei der Entscheidung über Risiken. Umweltrecht in der Praxis*, 4, 275–308. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.18419/opus-8706>
- Renn, O. (2005). Technikakzeptanz: Lehren und Rückschlüsse der Akzeptanzforschung für die Bewältigung des technischen Wandels. *Technikfolgenabschätzung – Theorie und Praxis*, 14(3), 29–38. <https://tatup.de/index.php/tatup/article/view/3564/6437>
- Renn, O. (2006). *Bürgerbeteiligung: Aktueller Forschungsstand und Folgerungen für die praktische Umsetzung*. Dialogik gGmbH & Universität Stuttgart.
- Renn, O. (2015a). Akzeptanz und Energiewende: Bürgerbeteiligung als Voraussetzung für gelingende Transformationsprozesse. *JCSW*, 56, 133–154. <https://www.uni-muenster.de/Ejournals/index.php/jcsw/article/view/1544/1446>
- Renn, O. (2015b). *Aspekte der Energiewende aus sozialwissenschaftlicher Perspektive (Analyse aus der Schriftenreihe Energiesysteme der Zukunft)*. Universität Stuttgart. <http://www.acatech.de/publikation/aspekte-der-energiewende-aus-sozialwissenschaftlicher-perspektive/download-pdf?lang=de>
- Renn, O. (2015c). Die Wertbaumanalyse: Ein diskursives Verfahren zur Bildung und Begründung kollektiv wirksamer Bewertungsmuster. In M. Niederberger & S. Wassermann (Hrsg.), *Methoden der Experten- und Stakeholdereinbindung in der sozialwissenschaftlichen Forschung* (S. 165–188). Springer VS. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-658-01687-6_9
- Renn, O. (o. D.). *Widerstand gegen Kernenergie und seine Ursachen*. Universität Stuttgart. <https://elib.uni-stuttgart.de/bitstream/11682/7393/1/ren79.pdf>
- Renn, O., Köck, W., Schweizer, P.-J., Bovet, J., Benighaus, C., Scheel, O. & Schröter, R. (2017). Öffentlichkeitsbeteiligung bei Planungsvorhaben der Energiewende. In J. Schippl, A. Grunwald & O. Renn (Hrsg.), *Die Energiewende verstehen – orientieren – gestalten: Erkenntnisse aus der Helmholtz-Allianz ENERGY-TRANS* (S. 547–568). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845278957-547>
- Rentsch, G. (1988). *DIE AKZEPTANZ EINES SCHUTZGEBIETES: Untersucht am Beispiel der Einstellung der lokalen Bevölkerung zum Nationalpark Bayerischer Wald*. Michael Laßleben.
- Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule Aachen (o. D.). *Technikakzeptanz – IAW*. <https://iaw-aachen.de/index.php/de/Technikakzeptanz.html>
- Richter, P. (2021, 3. Mai). Gegen Kiesabbau: Der Altdorfer Wald wird zum Ort des Protests. *schwäbische*. http://www.schwaebische.de/landkreis/landkreis-ravensburg/vogt_artikel,-gegen-kiesabbau-der-aldorfer-wald-wird-zum-ort-des-protests-_arid,11359034.html
- Riede, M. (2012). *Determinanten erfolgreicher Stakeholderdialoge: Erfolgsfaktoren von Dialogverfahren zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen*. kassel university press GmbH.
- Rienstra, S. A., Rietveld, P. & Verhoef, E. T. (1999). The social support for policy measures in passenger transport. A statistical analysis for the Netherlands. *Transportation Research*, 4(3), 181–200. [https://doi.org/10.1016/S1361-9209\(99\)00005-X](https://doi.org/10.1016/S1361-9209(99)00005-X)

- Rogall, H., Bustamante, S. & Katharina, G. (2016). CSR und nachhaltige Energiewirtschaft. In A. Hildebrandt & W. Landhäußer (Hrsg.), *CSR und Energiewirtschaft* (S. 81–101). Springer-Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-662-46583-7_6
- Rogers, E. M. (1962/2003). *Diffusion of innovations* (5. Aufl.). Free Press.
- Röglin, H.-C. & von Grebmer, K. (1988). *Pharma-Industrie und Öffentlichkeit: Ansätze zu einem neuen Kommunikationskonzept*. Buchverlag Basler Zeitung.
- RohstoffWissen! – Initiative zur Förderung der Rohstoffkultur e. V. (2019a, 24. Januar). *RohstoffWissen!: Home*. <http://www.rohstoffwissen.org/>
- RohstoffWissen! – Initiative zur Förderung der Rohstoffkultur e. V. (2019b, 21. Februar). *Wissen – der Rohstoff um den wir uns weitaus mehr kümmern müssen als in der Vergangenheit*. <http://www.rohstoffwissen.org/initiative/situation-herausforderung/?L=0>
- Röisch, A. (2021, 7. März). Protest gegen Gesteinsabbau. *Volksstimme*. <http://www.volksstimme.de/lokal/oebisfelde/tagebau-protest-gegen-gesteins-abbau>
- Rolle, C. (2011). Industrieforderungen an eine sichere Rohstoffversorgung. In P. Kausch, M. Bertau, J. Gutzmeyer & J. Matschullat (Hrsg.), *Energie und Rohstoffe: Gestaltung unserer nachhaltigen Zukunft* (S. 41–57). Spektrum Akademischer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-8274-2798-4_4
- Roßnagel, A., Ewen, C., Götz, K., Hefter, T., Hentschel, A., Hüge, A. & Schönfelder, C. (2014). Mit Interessengegensätzen fair umgehen – zum Einbezug der Öffentlichkeit in Entscheidungsprozesse zu dezentralen Energieanlagen. *Zeitschrift für Neues Energierecht*, 18(4), 329–337. http://www.team-ewen.de/files/documents/rossnagel_ewen_et_al_2014_-_mit_interessengegensaetzen_fair_umgehen.pdf
- Röttger, U. (2000). *Public Relations – Organisation und Profession: Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion*. Westdeutscher Verlag.
- Rugenstein, J. (2017). „Das Ziel ist Beschleunigung und Akzeptanz.“ Die Konflikte aus Perspektive der Unternehmen. In C. Hoeft, S. Messinger-Zimmer & J. Zilles (Hrsg.), *BÜRGERPROTESTE IN ZEITEN DER ENERGIEWENDE: Lokale Konflikte um Windkraft, Stromtrassen und Fracking* (S. 153–168). transcript Verlag. <https://doi.org/10.14361/9783839438152>
- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83–98. <https://doi.org/10.1504/IJSSCI.2008.017590>
- Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (2019, 26. Juli). *Staatssekretär Stefan Brangs hat gestern seinen brandenburgischen Amtskollegen Hendrik Fischer in Schlalach (Landkreis Potsdam-Mittelmark) besucht. Der dortige Windpark gilt als echtes Vorzeigeprojekt in Sachen Windkraft. Die 22 Windräder erzeugen in etwa den Strom, den eine Stadt mit 80.000 Einwohnern... [Foto enthalten] [Status Update]* <http://www.facebook.com/smwa.sachsen/posts/2486716751415158>
- Sandhu, S. (2014). Public Relations und gesellschaftliche Kommunikation: Legitimation im Diskurs. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie – Management – Wertschöpfung* (2. Aufl., S. 1161–1183). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4543-3_58
- Sasse, M. (2015). Machbar ist nur, was vermittelbar ist! Wie es einem der größten Infrastrukturprojekte Deutschlands gelungen ist, vor Ort Akzeptanz zu finden – und das entgegen allen gesellschaftlichen Trends. In G. Bentele, R. Bohse, U. Hirschfeld & F. Krebber

- (Hrsg.), *Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft: Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation* (S. 337–348). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06167-8_24
- Sauer, A., Luz, F., Suda, M. & Weiland, U. (2005). *Steigerung der Akzeptanz von FFH-Gebieten: Abschlussbericht*. Bundesamt für Naturschutz. <http://www.bfn.de/fileadmin/BfN/service/Dokumente/skripten/Skript144.pdf>
- Savage, G. T., Nix, T. W., Whitehead, C. J. & J. D. Blair (1991). Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders. *Academy of Management Executive*, 5(2), 61–75. <https://doi.org/10.5465/ame.1991.4274682>
- Schäfer, M. & Keppler, D. (2013). *Modelle der technikorientierten Akzeptanzforschung: Überblick und Reflexion am Beispiel eines Forschungsprojekts zur Implementierung innovativer technischer Energieeffizienz-Maßnahmen*. Zentrum Technik und Gesellschaft. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.14279/depositonce-4461>
- Schepers, J. & Wetzels, M. (2007). A meta-analysis of the technology acceptance model: Investigating subjective norm and moderation effects. *Information & Management*, 44(1), 90–103. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.10.007>
- Scheufele, B. (2003). *FRAMES – FRAMING – FRAMING-EFFEKTE: THEORETISCHE UND METHODISCHE GRUNDLEGUNG DES FRAMINGANSATZES SOWIE EMPIRISCHE BEFUNDE ZUR NACHRICHTENPRODUKTION*. Westdeutscher Verlag.
- Schildt, A. (2001). Das Jahrhundert der Massenmedien: Ansichten zu einer künftigen Geschichte der Öffentlichkeit. *Geschichte und Gesellschaft*, 27(2), 177–206. <http://www.jstor.org/stable/40186024>
- Schimank, U. (2005). *Differenzierung und Integration der modernen Gesellschaft: Beiträge zur akteurzentrierten Differenzierungstheorie I*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schlegel, S. & Bausch, C. (2007). „Akzeptanz und Strategien für den Ausbau Erneuerbarer Energien auf kommunaler und regionaler Ebene“. Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung gGmbH. https://ecologic.eu/sites/files/publication/2016/991-verbundprojekt_izt_endbericht-teilprojekt_zw_akzeptanz_ecologic.pdf
- Schlicht, A. (2014). Kommunikation bei Infrastrukturprojekten. In G. Bentele, M. Piwinger, & G. Schönborn (Hrsg.), *Kommunikationsmanagement: Strategien, Wissen, Lösungen* (Artikel 7.47). Luchterhand Neuwied.
- Schlohmann, K. (2012). *Innovatorenorientierte Akzeptanzforschung bei innovativen Medientechnologien*. Gabler Verlag.
- Schmid, J. & Schuppli, F. (2009). *AKZEPTANZ DURCH KOOPERATION? Eine vergleichende Fallstudie zum Einfluss kooperativer Planungsprozesse auf die lokale Akzeptanz und die ihr zu Grunde liegenden Voraussetzungen, am Beispiel von Windenergieprojekten in der Schweiz* (Lizentialarbeit, Universität Bern). IG WINDLAND. http://www.windland.ch/doku_wind/umfragen/Lizarbeit_windenergie_2009_kurz.pdf
- Schmidt, A., Thuß, S. & Donsbach, W. (2013). Ein Volt für alle Fälle? Strategischer Einsatz von Frames zur Legitimation unterschiedlicher Stromnetzausbau-Szenarien. *Zeitschrift für Politikberatung*, 6(3–4), 137–148. <https://www.jstor.org/stable/24234961>
- Schmidt, B. F. & Lyczek, B. (2008). Die Rolle der Kommunikation in der Wertschöpfung der Unternehmung. In M. Meckel & B. F. Schmid (Hrsg.), *Unternehmenskommunikation: Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung* (2., überarb. & erw. Aufl., S. 3–150). Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9883-5_1

- Schmidtke, D. (2016). Einleitung. In D. Häfner (Hrsg.), *KONZERN. MACHT. PROTEST. ÜBER KÜNSTLICHE BÜRGERINITIATIVEN* (S. 4–7). Rosa-Luxemburg-Stiftung. http://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/sonst_publicationen/Materialien16_Konzern.Macht.Protest.pdf
- Schnelle, K. & Voigt, M. (2012). *ENERGIEWENDE UND BÜRGERBETEILIGUNG: ÖFFENTLICHE AKZEPTANZ VON INFRASTRUKTURPROJEKTEN AM BEISPIEL DER „THÜRINGER STROMBRÜCKE“*. German Watch, DAKT & Heinrich Böll Stiftung Thüringen e. V. http://www.boell-thueringen.de/sites/default/files/energiewende_und_buergerbeteiligung.pdf
- Schönauer, A.-L. (2013). Industriefeindlichkeit in Deutschland: Zur Akzeptanz von Großprojekten. *WISO direkt – Analysen und Konzepte zur Wirtschafts- und Sozialpolitik*, 1–4. <https://library.fes.de/pdf-files/wiso/10097.pdf>
- Schönauer, A.-L. (2017). *Industriefeindlichkeit in Deutschland: Eine empirische Analyse aus sozialwissenschaftlicher Perspektive*. Springer Fachmedien.
- Schubert, D. K. J. (2016). *Bewertung von Szenarien für Energiesysteme: Potenziale, Grenzen und Akzeptanz* (Dissertationsschrift, Technische Universität Dresden). Qucosa. [https://tud.qucosa.de/landing-page/?tx_dlf\[id\]=https%3A%2F%2Ftud.qucosa.de%2Fapi%2Fqucosa%253A29470%2Fmets](https://tud.qucosa.de/landing-page/?tx_dlf[id]=https%3A%2F%2Ftud.qucosa.de%2Fapi%2Fqucosa%253A29470%2Fmets)
- Schubert, D. K. J., Meyer, T., von Selasinsky, A., Schmidt, A., Thuß, S., Erdmann, N. & Erndt, M. (2013). *Der Stromausfall in München: Einfluss auf Zahlungsbereitschaften für Versorgungssicherheit und auf die Akzeptanz Erneuerbarer Energien* (Schriften des Lehrstuhls für Energiewirtschaft, TU Dresden, Bd. 2). Technische Universität Dresden. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-117777>
- Schweizer-Ries, P. & Rau, I. & Zoellner, J. (2010a). *Abschlussbericht „Umweltpsychologische Untersuchung der Akzeptanz von Maßnahmen zur Netzintegration Erneuerbarer Energien in der Region Wahle – Mecklar (Niedersachsen und Hessen)“*. Forschungsgruppe Umweltpsychologie. <http://docplayer.org/60748243-Abschlussbericht-forschung-sgruppe-umweltpsychologie.html>
- Schweizer-Ries, P., Rau, I., Zoellner, J., Nolting, K., Rupp, J. & Keppler, D. (2010b). *„Aktivität und Teilhabe – Akzeptanz Erneuerbarer Energien durch Beteiligung steigern“*. Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung. http://www.izt.de/fileadmin/downloads/pdf/Abschlussbericht_Aktivitaet_Teilhabe_FKZ_0325052.pdf
- Seiler, R. (2014). *Akzeptanz von einwohnerbezogenen Nahverkehrsabgaben zur Finanzierung des öffentlichen Personennahverkehrs: Bewertungsbedingungen von Grundbesitzabgabe und Bürgerticket am Beispiel Leipzig* (Diplomarbeit, Technische Universität Dresden). Qucosa. <https://tud.qucosa.de/api/qucosa%3A28636/attachment/ATT-0/>
- Seliger, A. (2021, 8. April). Grönland stimmt gegen Bergbauprojekt Kuannersuit. *heise online*. <http://www.heise.de/tp/features/Groenland-stimmt-gegen-Bergbauprojekt-Kuannersuit-6008591.html>
- Selle, K. (2006). Bürgerschaftliche Teilhabe in Quartier und Stadt: Anspruch und Wirklichkeiten – Oder: Es ist nicht alle Tage Sonntag. *vhw Teilhabe im Quartier – Anspruch und Wirklichkeiten*, 4, 234–241. http://www.vhw.de/fileadmin/user_upload/08_publicationen/verbandszeitschrift/2000_2014/PDF_Dokumente/2006/FW_4_2006_Selle_Buerger-schaftliche_Teilhabe_in_Quartier_und_St.pdf
- Setton, D. (2012). DIE ANTI-KOHL- KAMPAGNE DER KLIMA-ALLIANZ DEUTSCHLAND. In Lorentz, B. & Meier, J. (Hrsg.), *STRATEGISCHE PHILANTHROPIE ZUM*

- KLIMASCHUTZ: Ansätze am Beispiel der Stiftung Mercator und der European Climate Foundation* (S. 22–23). Stiftung&Sponsoring Verlag. http://www.stiftung-mercator.de/content/uploads/2020/12/Strategische_Philanthropie_Klimaschutz.pdf
- Setton, D., Matuschke, I., & Renn, O. (2017). *SOZIALES NACHHALTIGKEITS-BAROMETER DER ENERGIEWENDE 2017: Kernaussagen und Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse*. Institute for Advanced Sustainability Studies e. V. https://100-prozent-erneuerbar.de/wp-content/uploads/2017_Soziales-Nachh.Barometer.pdf
- Shen, F. (2004). EFFECTS OF NEWS FRAMES AND SCHEMAS ON INDIVIDUALS' ISSUE INTERPRETATIONS AND ATTITUDES. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(2), 400–416. <https://doi.org/10.1177/107769900408100211>
- Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH (o. D.). *Sinus-Milieus@Deutschland*. <https://www.sinus-institut.de/sinus-losungen/sinus-milieus-deutschland/>
- Sonnberger, M. & Ruddat, M. (2016). *Die gesellschaftliche Wahrnehmung der Energiewende – Ergebnisse einer deutschlandweiten Repräsentativbefragung* (Stuttgarter Beiträge zur Risiko- und Nachhaltigkeitsforschung, 34). Universität Stuttgart – Zentrum für interdisziplinäre Risiko- und Innovationsforschung. <https://elib.uni-stuttgart.de/bitstream/11682/9035/1/Sonnberger%20%26%20Ruddat%20%282016%29%20-%20Die%20gesellschaftliche%20Wahrnehmung%20oder%20Energiewende%20-V2.pdf>
- Spang, K. & Clausen, W. (2016). Stakeholdermanagement. In K. Spang (Hrsg.), *Projektmanagement von Verkehrsinfrastrukturprojekten* (S. 203–242). Springer Vieweg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-46458-8_8
- Spang, K. (2016). Einführung und Grundlagen. In K. Spang (Hrsg.), *Projektmanagement von Verkehrsinfrastrukturprojekten* (S. 1–14). Springer Vieweg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-46458-8_1
- Spiegel, E. (1998). Konsensfindung und Konfliktbewältigung durch Verhandlungslösungen in der Umweltpolitik. *The Planning Review*, 34(133), 4–13. <https://doi.org/10.1080/02513625.1998.10556671>
- Stademann-Steffen, I., Ingold, K. & Rieder, S. (2018). 7 Synthese. In I. Stademann-Steffen, K. Ingold, S. Rieder, C. Dermont, L. Kammermann & C. Strotz, *Akzeptanz erneuerbarer Energie*. <https://energypolicy.ch/wp-content/uploads/2018/07/NFP71-AEE-Kapitel-7.pdf>
- Statistisches Bundesamt (2019a). *Gemeindeverzeichnis: Alle politisch selbständigen Gemeinden (mit Gemeindeverband) in Deutschland nach Fläche, Bevölkerung, Bevölkerungsdichte und der Postleitzahl des Verwaltungssitzes der Gemeinde. Ergänzt um die geografischen Mittelpunktkoordinaten, Reisegebiete und Grad der Verstädterung*. Statistisches Bundesamt. <http://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=abrufabelle&levelindex=2&levelid=1602079953915&auswahloperation=abrufabelle&auspraegung=Auswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=12111-0104&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb> [zuletzt abgerufen 2019, 6. Oktober].
- Statistisches Bundesamt (2019b). *STATISTISCHES JAHRBUCH: DEUTSCHLAND UND INTERNATIONALES 2019b*. Statistisches Bundesamt. http://www.destatis.de/DE/The men/Querschnitt/Jahrbuch/statistisches-jahrbuch-2019b-dl.pdf;jsessionid=7F39B65BB C005C4DDE62F24AA1EC8C5A.live?22?__blob=publicationFile
- Stegg, H. (2003). Internationale Konflikte im Energiesektor und Strategien zu deren Minderung. *Die Friedens-Warte*, 78(4), 345–371. <http://www.jstor.org/stable/23773804>

- Steinbach, V. & Brandenburg, T. (2017). DERA-Rohstoffmonitoring – Screening der internationalen Rohstoffmärkte. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 68(9), 417–421. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Steinbach, V., Buchholz, P., Elsner, H. & Wilken, H. (2011). Verfügbarkeit von Rohstoffen mit Blick auf Zukunftstechnologien. In P. Kausch, M. Bertau, J. Gutzmer & J. Matschulat (Hrsg.), *Energie und Rohstoffe: Gestaltung unserer nachhaltigen Zukunft* (S. 169–179). Spektrum Akademischer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-8274-2798-4_13
- Steuer, P. (2013). Regenerative Energien in Bayern aus Sicht eines Investors. In W. Kufeld (Hrsg.), *Klimawandel und Nutzung von regenerativen Energien als Herausforderungen für die Raumordnung* (S. 33–49). Verlag der ARL – Akademie für Raumforschung und Landesplanung. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0156-38309>
- sto, Reuters, dapd, AFP & dpa (2011, 26. März). Atomstreit trifft Koalition mit voller Wucht. *SPIEGEL*. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/rekord-demos-in-deutschland-atomstreit-trifft-koalition-mit-voller-wucht-a-753371.html>
- Stoefs, E. & Mathijs, E. (2009). Framing as strategy for effective communication about Fair Trade products in Flanders. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 7(4), 223–234. <https://doi.org/10.3763/ijas.2009.0445>
- Stoll, S. (1999). *Akzeptanzprobleme bei der Ausweisung von Großschutzgebieten: Ursachenanalyse und Ansätze zu Handlungsstrategien*. Peter Lang.
- Stolle, M. (2002). *Ergebnisse der repräsentativen Bevölkerungsumfragen 2001/2002 und regionalisierten telefonischen Befragung 2002*. Institut für Technikfolgen-abschätzung und Systemanalyse im Forschungszentrum Karlsruhe. http://www.bundestag.de/resource/blob/389014/b59d98d96d0013fe894d603cc665724f/kmat_12-26-data.pdf
- Strohmaier, H. (2012). *Lokale Akzeptanz von europarechtlichen Vorgaben im Bereich der Erneuerbaren Energien: Das Beispiel Feldheim unter besonderer Berücksichtigung der Windkraft* (Masterarbeit, Europa-Universität Viadrina Frankfurt). Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder). http://www.kuwi.europa-uni.de/de/lehrstuhl/vs/politik2/Hinweise-fuer-Studierende/beispielarbeiten/Masterarbeit_Heike-Strohmaier.pdf
- Strub, P. & Ziegler, C. (2009). *CODE OF CONDUCT FÜR WINDKRAFTPROJEKTE: MACHBARKEITSSTUDIE – Schlussbericht*. International Atomic Energy Agency. https://inis.iaea.org/collection/NCLCollectionStore/_Public/43/006/43006754.pdf
- Sunstein, C. R. & Thaler, R. H. (2003). Libertarian Paternalism Is Not an Oxymoron. *University of Chicago Law Review*, 70(4), 1159–1202. <https://doi.org/10.2307/1600573>
- Sunstein, C. R. (2014). Nudging: A very short guide. *Journal of Consumer Policy*, 37, 583–588. <https://doi.org/10.1007/s10603-014-9273-1>
- Süptitz, J. & Schlereth, C. (2017). Fracking: Messung der gesellschaftlichen Akzeptanz und der Wirkung akzeptanzsteigernder Maßnahmen. *Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung*, 69(4), 405–439. <https://doi.org/10.1007/s41471-017-0035-z>
- SurveyMonkey (o. D.). *Stichprobenrechner*. <http://www.surveymonkey.de/mp/sample-size-calculator/>
- SZ & dpa (2020, 30. Juni). Protest gegen Kohleabbau in Dresden. *Sächsische Zeitung*. <http://www.saechsische.de/protest-vor-dem-landtag-gegen-kohleabbau-sachsen-dresden-520455.html>
- Széli, G. (1992). Neue Technologien und alte Technokratiedebatte – Anmerkungen zum Verhältnis von Technisierung, Sachzwang, Ermessensspielraum und Bürgerprotest. In W.

- Ehler (Hrsg.), *Sozialverträgliche Technikgestaltung und/oder Technisierung von Sachzwang?* (S. 29–51). Westdeutscher Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-322-94231-9_2
- Tenfelde, K. (1979). Bergarbeiterkultur in Deutschland: Ein Überblick. *Geschichte und Gesellschaft*, 5(1), 12–53. <http://www.jstor.org/stable/40185120>
- Terium, P. (2012). Vorwort. In RWE Aktiengesellschaft (Hrsg.), *AKZEPTANZ FÜR GROSS-PROJEKTE: Eine Standortbestimmung über Chancen und Grenzen der Bürgerbeteiligung in Deutschland* (S. 7). <http://www.rwe.com/web/cms/mediablob/de/1716208/data/1701408/4/rwe/ueber-rwe/akzeptanzstudie/Akzeptanzstudie-als-PDF-herunterladen.pdf>
- Theis, T. N. (2007). *Energy-conserving classical computation: prospects and challenges*. IBM T. J. Watson Research Center. https://pitpas1.phas.ubc.ca/varchive/asilomar/pitp_a_silomar_theis.pdf
- Theuvsen, L. (2014). Alle Macht den Stakeholdern? Das Management von Anspruchsgruppen in zivilgesellschaftlichen Organisationen. In A. E. Zimmer & R. Simsa (Hrsg.), *Forschung zu Zivilgesellschaft, NPOs und Engagement: Quo vadis?* (S. 245–259). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06177-7_14
- Thyen, E. (2015). Man kann *nicht* nicht kommunizieren: Projektkommunikation in der Energiewende. In G. Bentele, R. Bohse, U. Hitschfeld & F. Krebber (Hrsg.), *Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft: Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation* (S. 349–364). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-06167-8_25
- Tischer, M., Stöhr, M., Lurz, M., Karg, L. & Ansbacher, P. (2006). *Auf dem Weg zur 100% REGION: HANDBUCH FÜR EINE NACHHALTIGE ENERGIEVERSORGUNG VON REGIONEN*. B.A.U.M Consult GmbH.
- Trattnigg, R. & Schneider, P. (2011). Mit mehr Demokratie aus der Umweltkrise? Ein Vorwort. *Wissenschaft & Umwelt*, 14, 6–7. https://files.fwu.at/Wissenschaft_Umwelt/14_2011/Demokratie_und_Umweltkrise_Vorwort.pdf
- Tschernjadjev, S. (2018). Russische und deutsche Wissenschaftler erklärten, warum Kohle zum Driver der Entwicklung der Energiewirtschaft werden kann. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 69(5), 231. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- TUBAF – Technische Universität Bergakademie Freiberg (2015, 3. März). *Bergbau am Meeresboden: Rohstoffe aus dem Schwarzen Meer fördern*. <https://idw-online.de/de/news?print=1&id=626630>
- TUBAF – Technische Universität Bergakademie Freiberg (2021, 30. Juli). „*Space Resources*“ – von der Erde zum Mond und zurück: Neue Perspektiven für Nachhaltigkeit. <https://tu-freiberg.de/presse/space-resources-von-der-erde-zum-mond-und-zur-ueck-neue-perspektiven-fuer-nachhaltigkeit>
- TUBAF – Technische Universität Bergakademie Freiberg (o. D.-a). 8. *BERGBAU-KOLLOQUIUM: Bergbau und Spezialtiefbau*. TUBAF – Institut für Bergbau und Spezialtiefbau. https://tu-freiberg.de/sites/default/files/media/bergbaukolloquium-2018-30921/20181102_programm.pdf
- TUBAF – Technische Universität Bergakademie Freiberg (o. D.-b). *Themen 2019: 4. Internationales Freiburger Fachkolloquium Mittelständischer Bergbau 01.–02. Oktober 2019*. <https://tu-freiberg.de/fakultaet3/tiefbau/symposium-freibergbau/kolloquium-2019/themen-2019>

- tz (2019, 25. September). „Kies gibt es auch woanders“ – Proteste gegen Rodung im Forst Kasten. tz. <http://www.tz.de/muenchen/stadt/thalkirchen-obersending-forstenried-fuerstenried-solln-ort43351/kies-gibt-es-auch-woanders-proteste-gegen-rodung-im-forst-kasten-13038747.html>
- Ullrich, C. G. (2008). *Die Akzeptanz des Wohlfahrtsstaates: Präferenzen, Konflikte, Deutungsmuster*. VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH.
- Ulrich, P. (1977). *Die Großunternehmung als quasi-öffentliche Institution: Eine politische Theorie der Unternehmung*. Schäffer-Poeschel Verlag.
- Van der Horst, D. (2007). NIMBY or not? Exploring the relevance of location and the politics of voiced opinions in renewable energy siting controversies. *Energy Policy*, 35(5), 2705–2714. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2006.12.012>
- Vassiliadis, M. (2014). Vorwort. In H. J. Hennecke & V. Kronenberg (Hrsg.), *Großprojekte als unternehmerische und politische Herausforderung* (S. 6–9). Bonner Akademie für Forschung und Lehre. <http://www.bapp-bonn.de/wp-content/uploads/Grossprojekte-als-unternehmerische-und-politische-Herausforderung.pdf>
- Vatter, A. & Heidelberg, A. (2013). Volksentscheide nach dem NIMBY-Prinzip? – Eine Analyse des Abstimmungsverhaltens zu Stuttgart 21. *Politische Vierteljahres-schrift*, 54(2), 317–336. <http://www.jstor.org/stable/24201234>
- Vatter, A. & Heidelberg, A. (2014). Volksentscheide nach dem Sankt-Florians-Prinzip? Das Abstimmungsverhalten zu Stuttgart 21 und großen Infrastrukturprojekten in der Schweiz im Vergleich. In L. P. Feld, P. M. Huber, O. Jung, H.-J. Lauth & F. Wittreck (Hrsg.), *Jahrbuch für direkte Demokratie 2013* (S. 9–54). Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845254555-9>
- VDI – Verein Deutscher Ingenieure & Bundesverband deutscher Pressesprecher (2014). *Technische Großprojekte und Akzeptanz: Gemeinsame Aufgabe von Ingenieuren und Kommunikatoren*. Bundesverband der Kommunikatoren e. V. <http://bdkom.de/sites/default/files/VDI%20BdP%20Erkl%C3%A4rung%20Technische%20Gro%C3%9Fprojekte%20und%20Akzeptanz.pdf>
- VDI – Verein Deutscher Ingenieure e. V. (2014). *VDI 7001. Kommunikation und Öffentlichkeitsbeteiligung bei Planung und Bau von Infrastrukturprojekten: Standards für die Leistungsphasen der Ingenieure*. <http://www.vdi.de/richtlinien/details/vdi-mt-7001-kommunikation-und-oeffentlichkeitsbeteiligung-bei-bau-und-infrastrukturprojekten-standards-fuer-die-leistungsphasen-der-ingenieure>
- VDI – Verein Deutscher Ingenieure e. V. (2015). *VDI 7000. Frühe Öffentlichkeitsbeteiligung bei Industrie- und Infrastrukturprojekten*. <http://www.vdi.de/richtlinien/details/vdi-7000-fruehe-oeffentlichkeitsbeteiligung-bei-industrie-und-infrastrukturprojekten>
- VDI – Verein Deutscher Ingenieure e. V. (2017). Falsche Maßstäbe an Kohle angelegt. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 68(9), 386. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Verčič, A. T., Verčič, D. & Sriramesh, K. (2012). Internal communication. Definition, parameters, and the future. *Public Relations Review*, 38(2), 233–230. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.019>

- Vishwanath, A. (2009). From Belief-Importance to Intention: The Impact of Framing on Technology Adoption. *Communication Monographs*, 76(2), 177–206. <https://doi.org/10.1080/03637750902828438>
- von Ackeren, M. (2019, 20. Juni). Chefin des CDU-Wirtschaftsrats: Notfalls müssen wir den Atomausstieg umkehren. *FOCUS online*. http://www.focus.de/politik/focus-online-interview-praesidentin-des-cdu-wirtschaftsrats-astrid-hamker-notfalls-atomausstieg-umk-ehren_id_10846192.html
- von La Roche, W. (2013). *Einführung in den praktischen Journalismus: Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege* (19., neu bearb. Aufl.). Springer Fachmedien.
- von Hartlieb, P. (2020). Rohstoffe: Basis der Energiewende, Gesundheitsschutz & Moore – Teil 2. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 71(4), 163–171. <https://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- von Winterfeldt, D. (1999). On the Relevance of Behavioral Decision Research for Decision Analysis. In J. Shanteau, B. A. Mellers & D. A. Schum (Hrsg.), *DECISION SCIENCE AND TECHNOLOGY: Reflections on the Contributions of Ward Edwards* (S. 133–154). Springer Science+Business. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-5089-1_8
- Vonier, M. (2013). *Nachhaltiges Kommunikationsmanagement zur Erlangung sozialer Akzeptanz von Bau- und Infrastrukturprojekten dargestellt anhand einer Fallstudie zweier Kraftwerksprojekte* (Dissertationsschrift, Universität St. Gallen). DOCPLAYER. <https://docplayer.org/182298989-Vorgelegt-von-monika-vonier-aus-oesterreich-genehmigt-auf-antrag-von-herrn-prof-dr-thomas-dyllick-und-frau-prof-dr.html>
- VRB – Vereinigung Rohstoffe und Bergbau e. V. (2017). Industrie 4.0 – Klares Bekenntnis zum heimischen Bergbau notwendig. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 68(12), 566. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Walk, H., Keppler, D. & Nölting, B. (2011). Die Suche nach Wegen für eine Energiewende in Ostdeutschland: Eine Herausforderung für die sozialwissenschaftliche Energieforschung. In D. Keppler, B. Nölting & C. Schröder (Hrsg.), *Neue Energie im Osten – Gestaltung des Umbruchs: Perspektiven für eine zukunftsfähige sozial-ökologische Energiewende* (S. 49–71). Peter Lang Verlag. https://depositonce.tu-berlin.de/bitstream/11303/5001/1/walk_et_al.pdf
- Walter, S. & Hanke, K.-J. (2020). Opinion Leaders in the Digital Age – Social Network Analysis for Renewable Energies on Twitter. *Mining Report Glückauf*, 156(6), 587–598. <https://mining-report.de/english/opinion-leaders-in-the-digital-age-social-network-analysis-for-renewable-energies-on-twitter/>
- Walter, S. (2018, 13. Februar). *DAS PROJEKT SOCIAL NATURE*. <http://social-nature.de/das-projekt-social-nature>
- Walter, S. (2021, 27. Juni). *ARCHE Naturprojekt*. <http://www.hochschulwettbewerb.net/2020/mittweida/>
- Warren, C. R., Lumsden, C., O’Dowd, S. & Birnie, R. V. (2005). ‘Green on Green’: Public perceptions of wind power in Scotland and Ireland. *Journal of Environmental Planning and Management*, 48(6), 853–875. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.1080/09640560500294376>
- Watzlawick, P., Beavin, J. H. & Jackson, D. D. (1967/2011). *Menschliche Kommunikation: Formen Störungen Paradoxien* (12. Aufl.). Hans Huber Verlag.
- Weber, F., Jenal, C. & Kühne, O. (2017). Die Gewinnung mineralischer Rohstoffe als land-schaftsästhetische Herausforderung: Eine Annäherung aus sozial-konstruktivistischer

- Perspektive. In O. Kühne, H. Megerle & F. Weber (Hrsg.), *Landschaftsästhetik und Landschaftswandel* (S. 245–266). Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-15848-4_14
- Wedig, M. (2019, 27. Februar). *Zum Zustand des deutschen Bergbaus und Auslandsbergbaus und seiner Perspektiven*. Surfacingmining 2019, Freiberg. <https://tu-freiberg.de/en/fakult3/bbstb/tagebau/institute/bergbau-und-spezialtiefbau/chair-of-surface-mining/institute>
- Weischer, C. (2007). *Sozialforschung*. UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Wellmer, F.-W., Gutzmer, J., Kullik, M. & Erlach, B. (2017). Die Energiewende braucht verlässliche Rahmenbedingungen für den Metallergbergbau. *GAIA – Ökologische Perspektiven für Wissenschaft und Gesellschaft*, 26(3), 233–236. <https://doi.org/10.14512/gaia.26.3.4>
- Weyer, H.-J. (2018). Rohstoffwissen! „Initiative zur Förderung der Rohstoffkultur“. *bergbau – Zeitschrift für Rohstoffgewinnung, Energie, Umwelt*, 69(3), 134–136. <http://www.rdb-ev.de/zeitschrift.html>
- Wilk, M. (2016). Akzeptanz statt Protest: Mediations- und Dialogverfahren, Schlichtungen und Runde Tische – der Versuch, Protest und Widerstand zu kanalisieren. In D. Häfner (Hrsg.), *KONZERN. MACHT. PROTEST. ÜBER KÜNSTLICHE BÜRGERINITIATIVEN* (S. 51–56). Rosa-Luxemburg-Stiftung. http://www.rosalux.de/fileadmin/rls_uploads/pdfs/sonst_publicationen/Materialien16_Konzern.Macht.Protest.pdf
- Windkraft-Journal (2016, 28. September). *Siemens präsentiert Low-Noise-Windturbine auf der WindEnergy 2016 in Hamburg*. <http://www.windkraft-journal.de/2016/09/28/siemens-paesentiert-low-noise-windturbine-aud-der-windenergy-2016-in-hamburg/92704>
- windwahn (o. D.). *Karte der Bürgerinitiativen*. <http://www.windwahn.com/karte-der-buergerinitiativen/>
- Wohlfahrt, J. (2004). *Akzeptanz und Wirkungen von Mobile-Business-Anwendungen*. Kovač.
- Wolkersdorfer, C., Walter, S. & Mugova, E. (2022). Perceptions on Mine Water and Mine Flooding – An Example from abandoned West German Hard Coal Mining Regions. *Resources Policy*, 79, 1–19. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103035>
- Wolsink, M. (1989) Attitudes and Expectancies about Wind Turbines and Wind Farms. *Wind Engineering*, 13(4), 196–206. <http://www.jstor.org/stable/43749385>
- Wolsink, M. (1994). Entanglement of Interests and Motives: Assumptions behind the NIMBY-Theory on Facility Siting. *Urban Studies*, 31(6), 851–867. <https://doi.org/10.1080/00420989420080711>
- Wolsink, M. (2000). Wind power and the NIMBY-myth: institutional capacity and the limited significance of public support. *Renewable Energy*, 21(1), 49–64. [https://doi.org/10.1016/S0960-1481\(99\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0960-1481(99)00130-5)
- Wolsink, M. (2007a). Planning of renewables schemes: Deliberative and fair decision-making on landscape issues instead of reproachful accusations of non-cooperation. *Energy Policy*, 35, 2692–2704. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.1016/j.enpol.2006.12.002>
- Wolsink, M. (2007b). Wind power implementation: The nature of public attitudes: Equity and fairness instead of ‘backyard motives’. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 11(6), 1188–1207. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2005.10.005>
- Wolsink, M. (2012). Undesired reinforcement of harmful ‘self-evident truths’ concerning the implementation of wind power. *Energy Policy*, 48, 83–87. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2012.06.010>

- Wolter H.-J. & Hauser H.-E. (2001). Die Bedeutung des Eigentümerunternehmens in Deutschland – Eine Auseinandersetzung mit der qualitativen und quantitativen Definition des Mittelstands. In Mittelstandsforschung Bonn (Hrsg.), *Jahrbuch zur Mittelstandsforschung* (S. 25–77). Deutscher Universitätsverlag. http://www.ifm-bonn.org/fileadmin/data/redaktion/publikationen/ifm_schriften/dokumente/90_nf_2.pdf
- Wüerst, A. (2015). Sichere Mittelstandsfinanzierung erfordert Finanzmarktregulierung mit Augenmaß. In G. Fahrenschoen, A. G. Kirchhoff & D. B. Simmert (Hrsg.), *Mittelstand – Motor und Zukunft der deutschen Wirtschaft: Erfolgskonzepte für Management, Finanzierung und Organisation* (S. 13–25). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09049-4_2
- Wunderlich, C. (2012). Akzeptanz und Bürgerbeteiligung für Erneuerbare Energien: Erkenntnisse aus Akzeptanz- und Partizipationsforschung (Renews Spezial der AEE, 60). AEE. http://www.unendlich-viel-energie.de/media/file/170.60_Renews_Spezial_Akzeptanz_online_final.pdf
- Würtenberger, T. (1993). Konfliktlösung durch Akzeptanz-Management. In H. Zilleßen, P. C. Diemel & W. Strubelt (Hrsg.), *DIE MODERNISIERUNG DER DEMOKRATIE: INTERNATIONALE ANSÄTZE* (S. 72–86). Westdeutscher Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-322-87766-6>
- Wüstenhagen, R., Wolsink, M. & Burer, M. J. (2007). Social acceptance of renewable energy innovation: An Introduction to the concept. *Energy Policy*, 35, 2683–2691. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2006.12.001>
- Wyputta, A. (2012, 27. November). Die Holzdiebe von Hambach. *taz*. <https://taz.de/Protest-gegen-Braunkohleabbau/15078513/>
- Yáñez Villareal, D. J. (2018). *VIV resonant wind generators*. Vortex. https://vortexbladeless.com/?smd_process_download=1&download_id=3900
- Zaubrecher, B. S., Kowalewski, S. & Ziefle, M. (2014). The Willingness to Adopt Technologies: a Cross-Sectional Study on the Influence of Technical Self-efficacy on Acceptance. In M. Kurosu (Hrsg.), *Human-Computer Interaction. Applications and Services. HCI 2014*. Lecture Notes in Computer Science, 8512, S. 764–775. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07227-2_73
- Zentrum für Sonnenenergie- und Wasserstoff-Forschung Baden-Württemberg (2017, 13. Juni). // *Kurzstudie zur Medienberichterstattung*. <http://www.zsw-bw.de/presse/aktuelles/detailansicht/news/detail/News/kurzstudie-zur-medienberichterstattung.html>
- Zepf, V., Reller, A., Rennie, C., Ashfield, M., Simmons, J. & BP (2014). *Materials critical to the energy industry: An introduction* (2. Aufl.). Universität Augsburg & BP p.l.c. http://www.drvolkerzepf.de/app/download/11633904993/2014+ESC_Materials_handbook_BP+2nd+edition.pdf?t=1607953267
- Zerfaß, A. & Piwinger, M. (2014). Unternehmenskommunikation als Werttreiber und Erfolgsfaktor. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie – Management – Wertschöpfung* (2. Aufl., S. 1–18). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4543-3_1
- Zerfaß, A. (2010). *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit: Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations* (3., aktual. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Zerfaß, A. (2014). Unternehmenskommunikation und Kommunikationsmanagement: Strategie, Management und Controlling. In A. Zerfaß & M. Piwinger (Hrsg.), *Handbuch*

- Unternehmenskommunikation: Strategie – Management – Wertschöpfung* (2. Aufl., S. 21–79). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-4543-3_2
- Zerfaß, A. (2016). Geleitwort. In G. Bentele (Hrsg.), *Akzeptanz durch inputorientierte Organisationskommunikation: Infrastrukturprojekte und der Wandel der Unternehmenskommunikation* (S. 5–6). Springer Fachmedien. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.1007/978-3-658-12969-9>
- Ziekow, J. (2008). *Möglichkeiten zur Verbesserung der Standortbedingungen für kleinere und mittlere Unternehmen durch Einführung von Genehmigungsfiktionen*. Duncker & Humblot GmbH.
- Zoellner, J., Rau, I. & Schweizer-Ries, P. (2009). „Akzeptanz Erneuerbarer Energien und sozialwissenschaftliche Fragen“: Forschungsprojekt der Forschungsgruppe *Umweltpsychologie an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg*. Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg – Institut für Psychologie I. <https://doi.org/10.2314/GBV:612638286>
- Zoellner, J., Rau, I. & Schweizer-Ries, P. (2011). Beteiligungsprozesse und Entwicklungschancen für Kommunen und Regionen. *Ökologisches Wirtschaften*, 3, 25–27. <https://doi.org/10.14512/oew.v26i3.1141>
- Zöller, K. (2005). *Akzeptanz durch Dialog? Eine wirtschaftsgeographische Untersuchung deutscher und amerikanischer Chemiedialoge (Stuttgarter Beiträge zur Risiko- und Nachhaltigkeitsforschung)*. Universität Stuttgart – Institut für Sozialwissenschaften. https://elib.uni-stuttgart.de/bitstream/11682/5499/1/AB04_Zoeller_Chemiedialoge.pdf
- Zöller, K. K. (2004). *Stakeholder-Dialoge zur Sicherung des neuen Standortfaktors „Akzeptanz“ bei deutschen und amerikanischen Chemieunternehmen. Eine wirtschaftsgeographische Untersuchung* (Dissertationsschrift, Universität Köln). Kölner UniversitätsPublikationsServer. <https://kups.ub.uni-koeln.de/1292/1/Ganz251004.pdf>