

**Akzeptanz – strategischer Erfolgsfaktor für die  
Energiewirtschaft von heute**

---

Ostdeutsches Energieforum

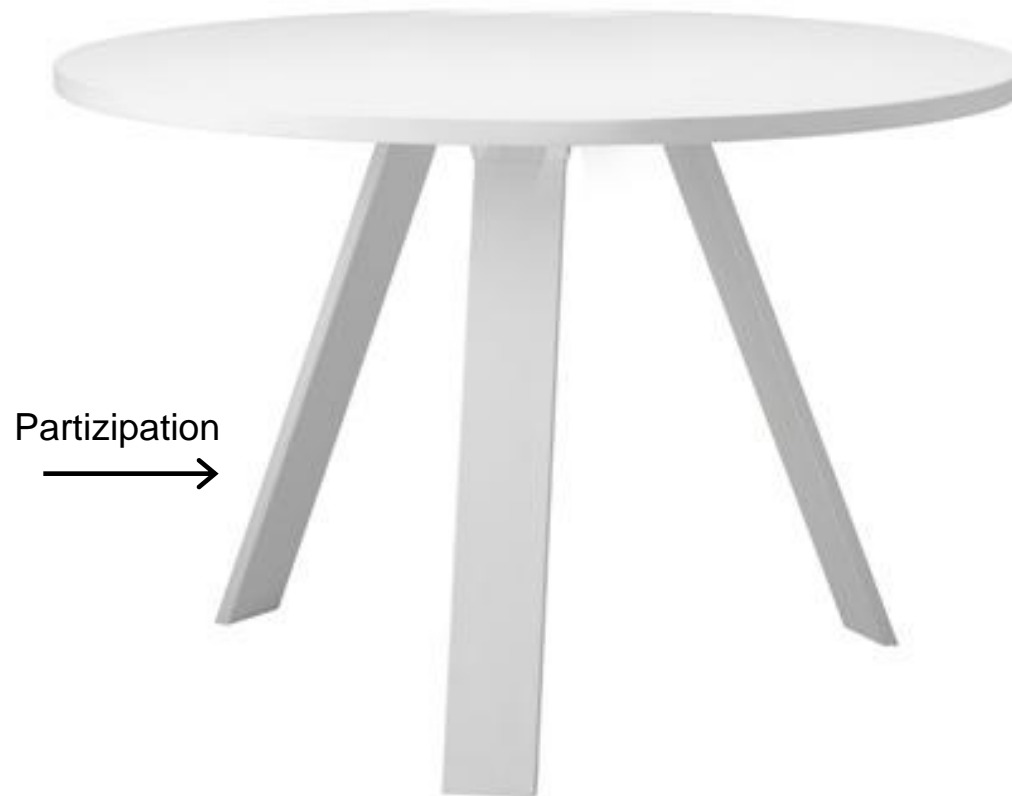
Leipzig, 29./30. April 2013

**Worum geht es?**  
**Akzeptanz, Transparenz, öffentliches Vertrauen und Partizipation**

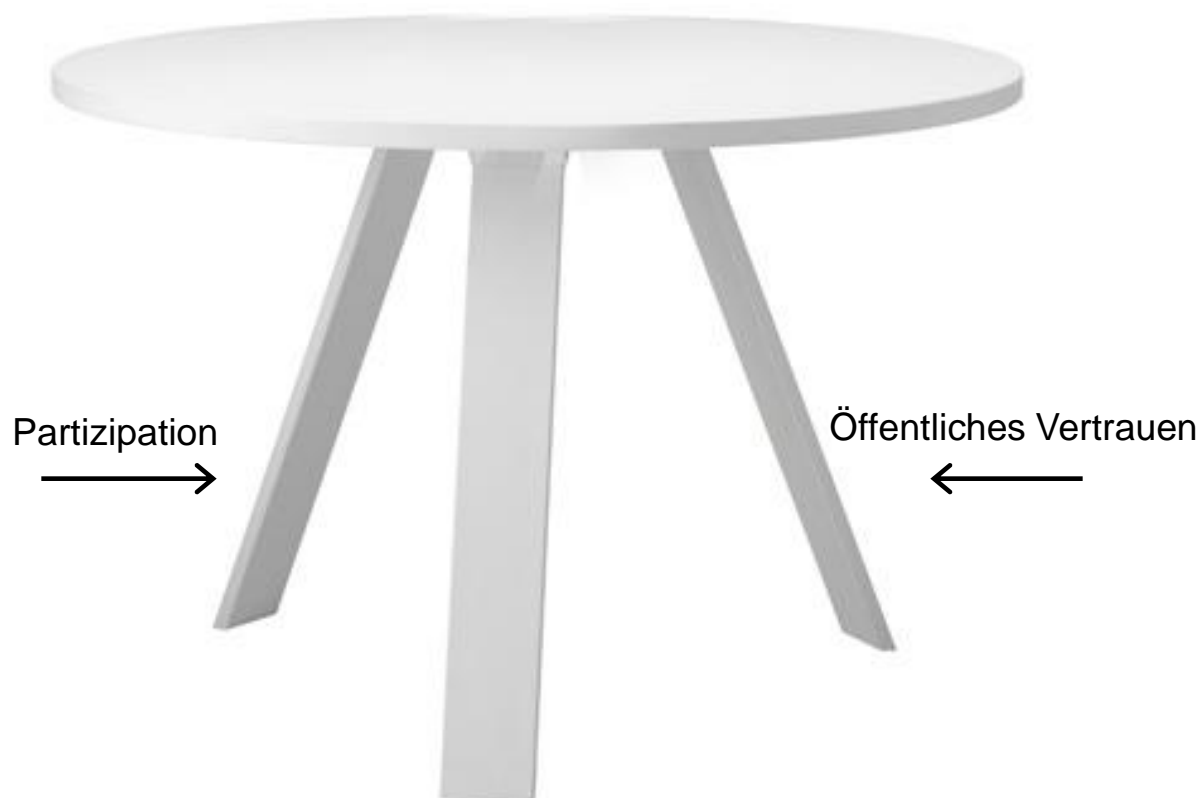
---



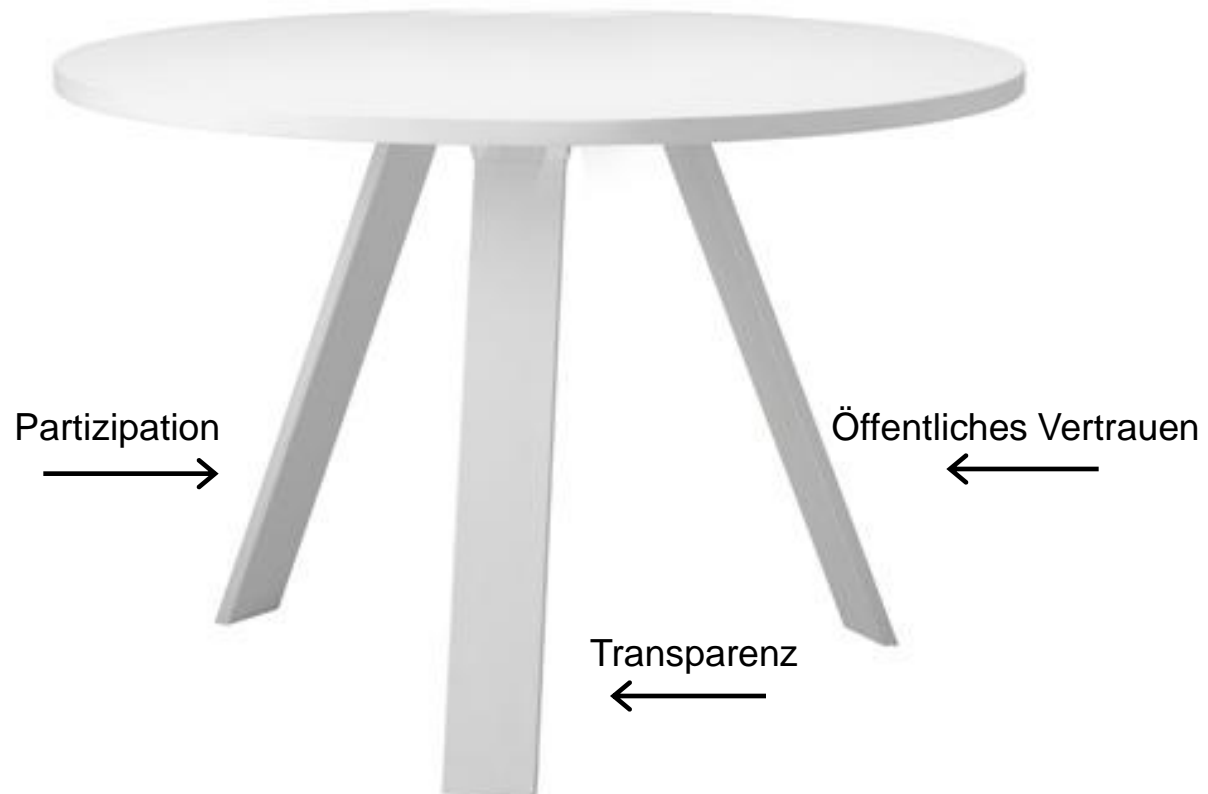
## Der Zusammenhang



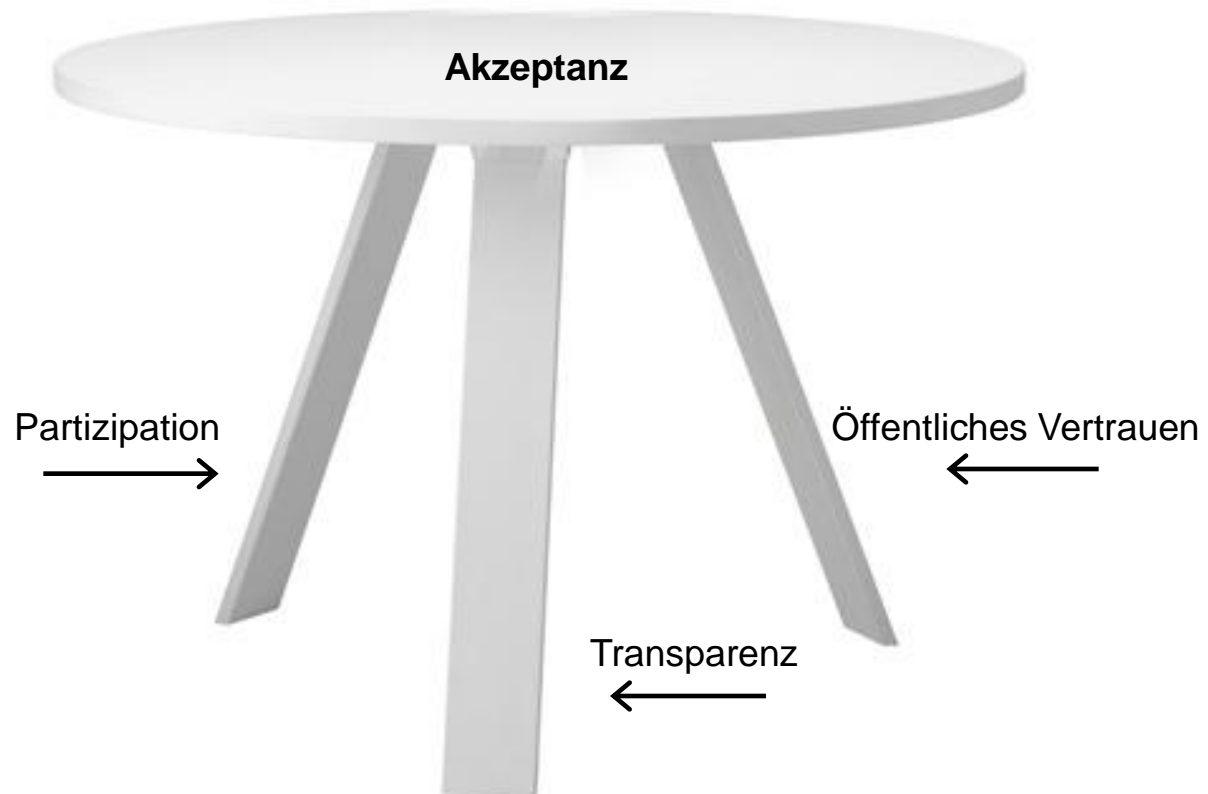
## Der Zusammenhang



## Der Zusammenhang



## Akzeptanz, Partizipation, öffentliches Vertrauen und Transparenz



## **Das Umfeld**

---

- Zunehmende Komplexität und Kompliziertheit unserer Umwelt
- Politische Kultur und Kommunikation im raschen Wandel
- Erweiterter Horizont und wachsende Bedeutung vermittelter Informationen für die Meinungsbildung

## **Vielfältige Erscheinungsformen – immer gravierendere Auswirkungen Eine - keineswegs vollständige - Aufzählung**

- Trend zu plebeszitären Politikelementen/Zurückdrängen der Parteien
- Neue Player entstehen – und verschwinden manchmal wieder
- Professionalisierung der Partizipationskultur
- Bildung strategischer Allianzen
- Beispiele machen Schule
- Medienaufmerksamkeit
- NIMBY-Effekt
- Abnehmende Bindungskraft korporativer Akteure  
(Gewerkschaften, Kirchen, Verbände, Parteien...)



## Das Umfeld

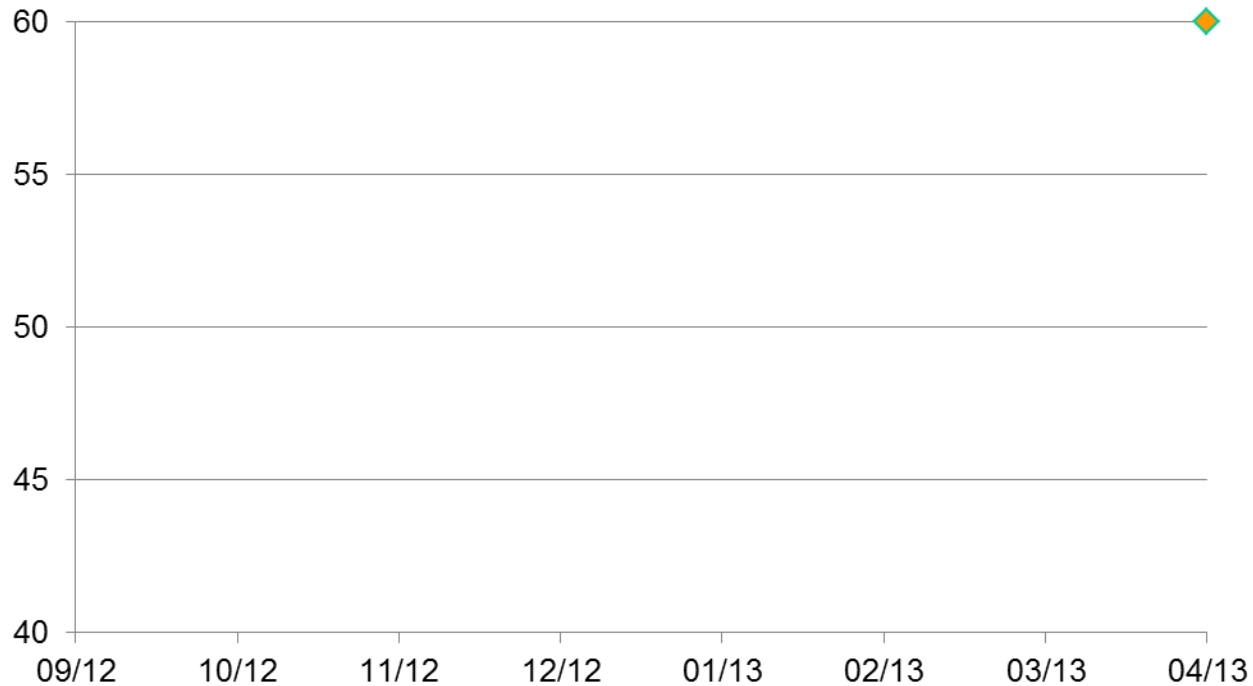
---

- ↪ Viele Bereiche der Gesellschaft – fast alle Projektgrößen und –arten sind betroffen
  
- ↪ Bindung von immer mehr Ressourcen bei Politik, Verwaltung, Unternehmen und Bürgerschaft  
(Geld, Zeit, Managementkapazität, Know-how...)
  
- ↪ Akzeptanz erringen und dauerhaft sichern ist ein Erfolgsfaktor von immer größerer Bedeutung.

## **Marktforschung**

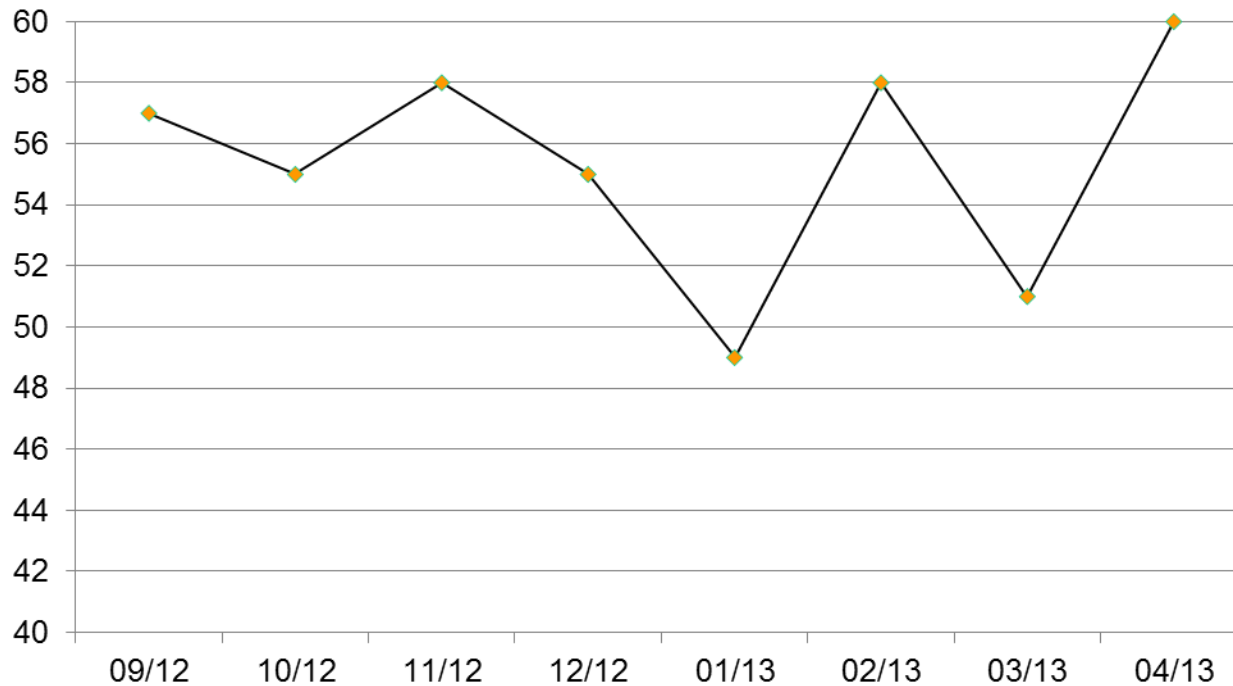
---

## Marktforschung Repräsentative Längsschnittstudie 9/12 - 4/13



**60 % der Befragten: stimme zu/stimme eher zu  
„Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben  
engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen.“**

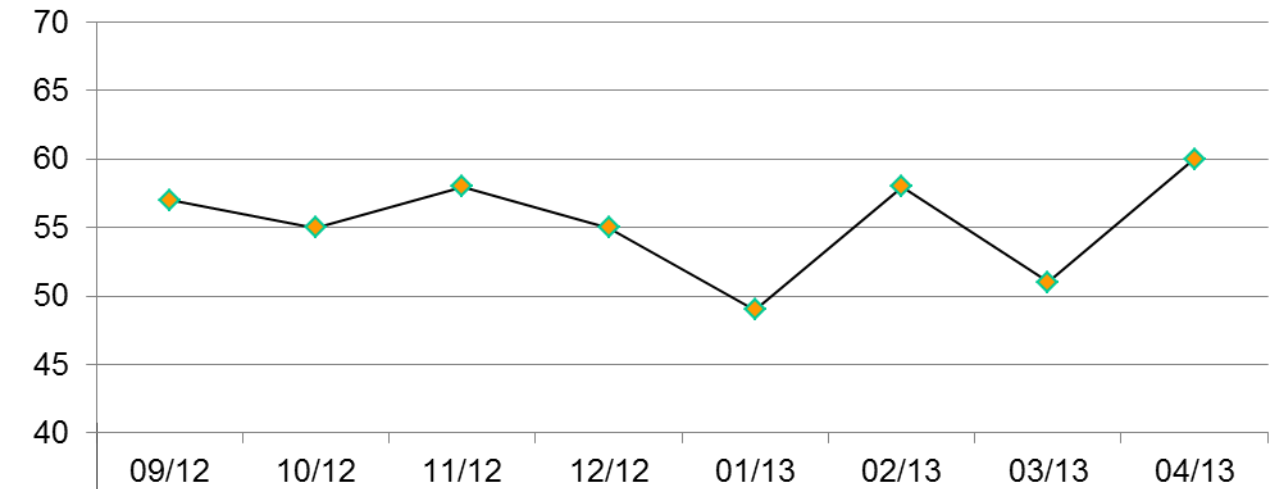
**Marktforschung**  
**Repräsentative Längsschnittstudie 9/12-4/13**



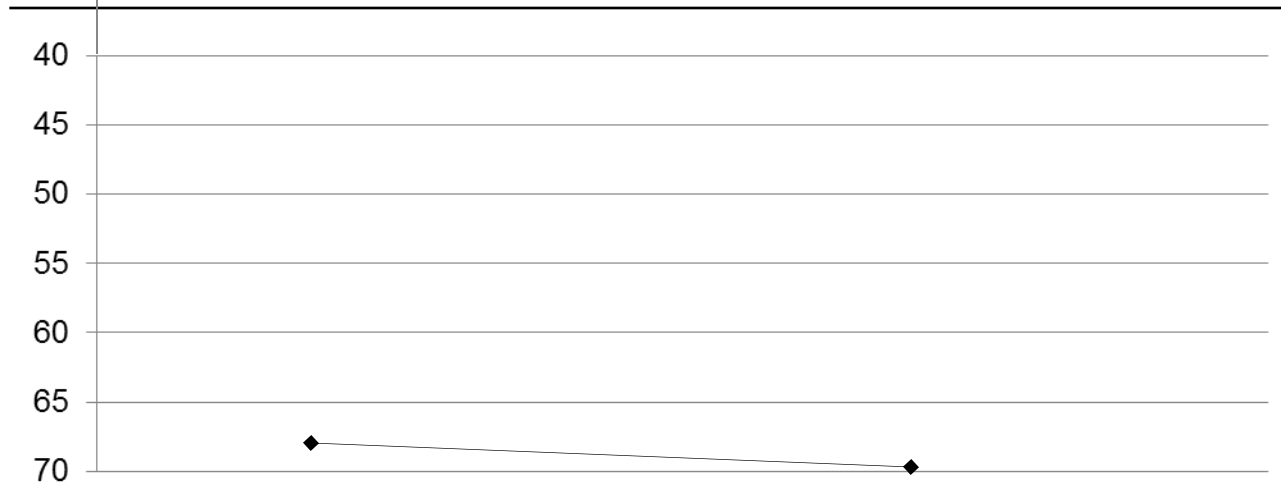
**49 % bis 60 % der Befragten: stimme zu/stimme eher zu  
„Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben  
engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen.“**

## Marktforschung

### Repräsentative Längsschnittstudie 9/12 - 4/13

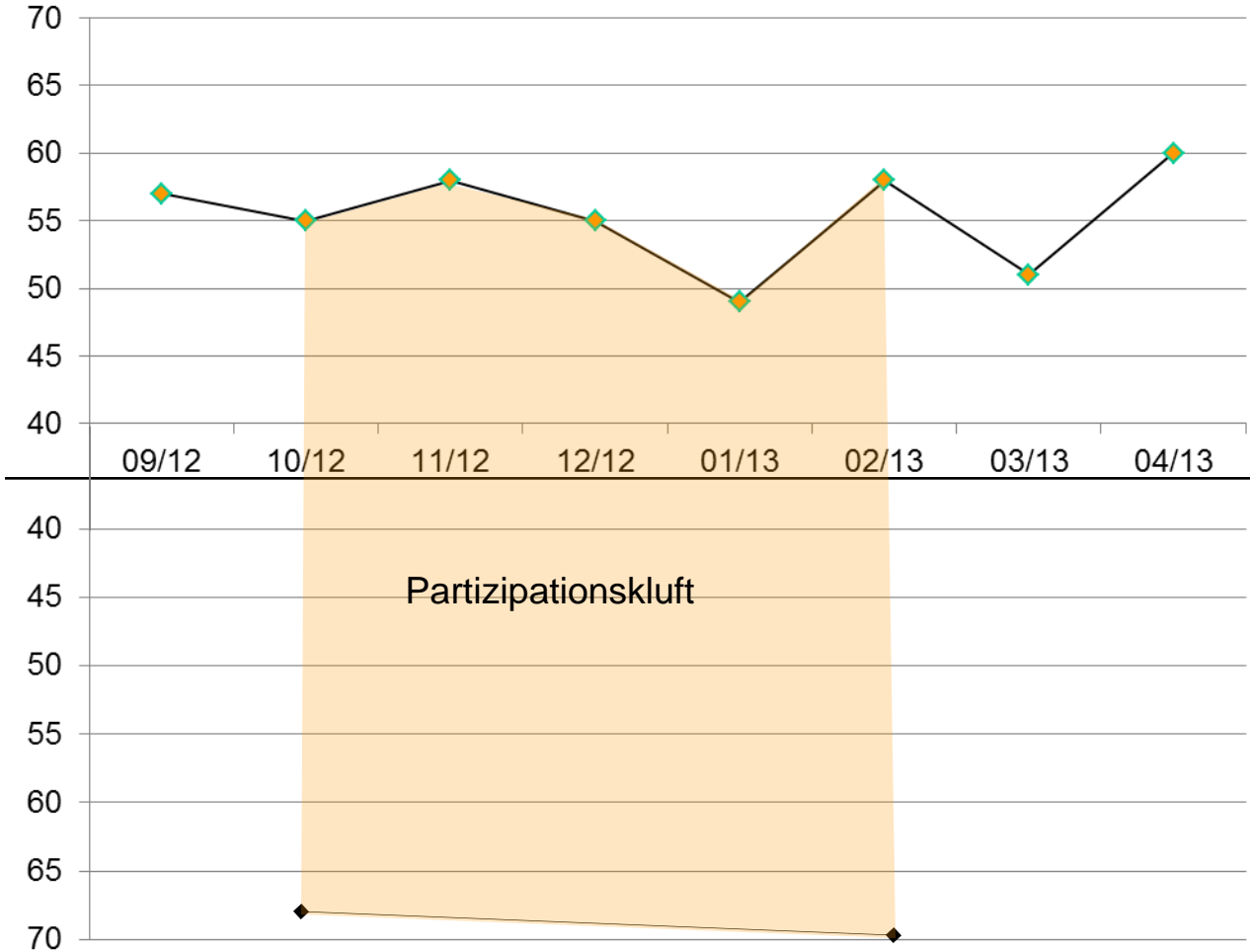


49 % bis 60 % der Befragten: stimme zu/stimme eher zu „Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen.“



67 % bis 70% der Befragten: Stimme zu/ stimme eher zu „Auch wenn er bei solchen Projekten unmittelbar betroffen ist: Der einfache Bürger hat praktisch keine Möglichkeiten, seiner Meinung Gehör zu verschaffen.“

**Marktforschung**  
**Repräsentative Längsschnittstudie 9/12 - 4/13**



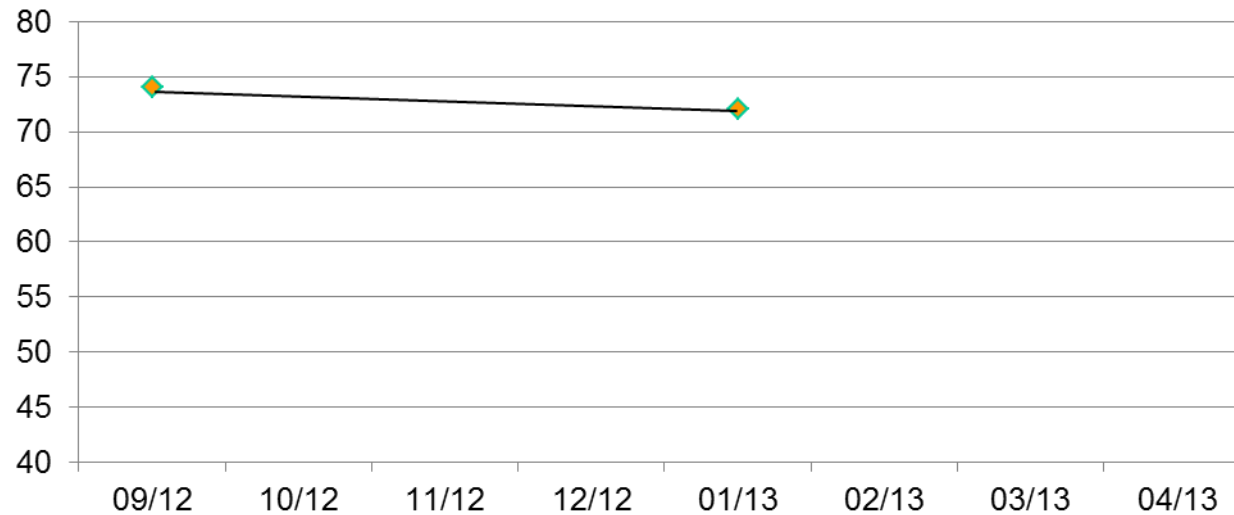
49 % bis 60 % der Befragten: stimme zu/stimme eher zu „Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen.“

67 % bis 70 % der Befragten: Stimme zu/ stimme eher zu „Auch wenn er bei solchen Projekten unmittelbar betroffen ist: Der einfache Bürger hat praktisch keine Möglichkeiten, seiner Meinung Gehör zu verschaffen.“

## Marktforschung

Repräsentative Längsschnittstudie 9/12 - 4/13...

## Öffentliches Vertrauen

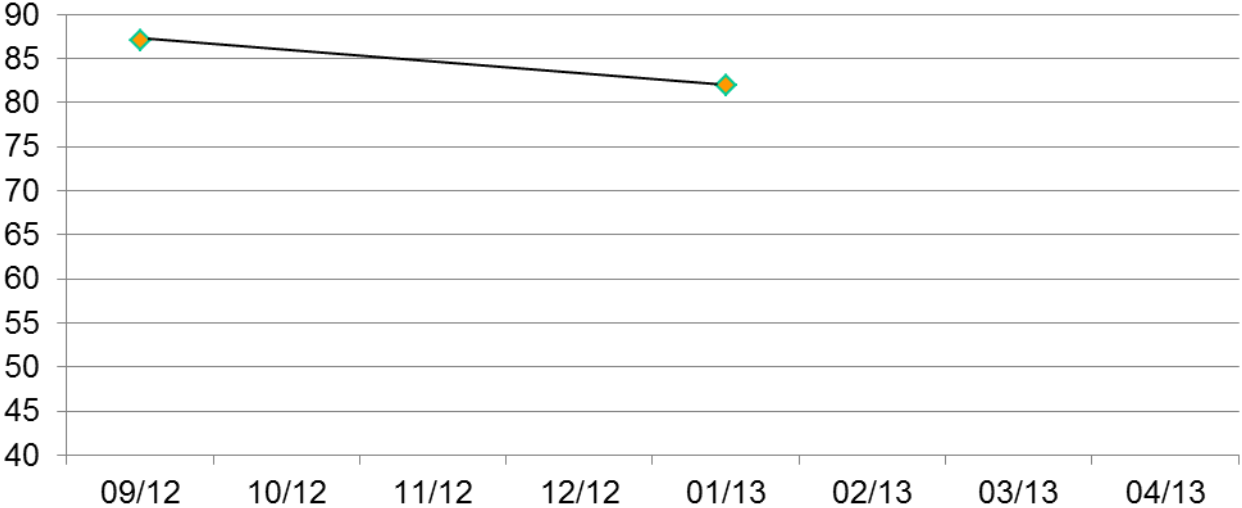


**72 % bis 74 % % der Befragten: Stimme zu/stimme eher zu  
„Den vorgelegten Daten und Prognosen für die Genehmigungsverfahren  
solcher Projekte ist oft nicht zu trauen.“**

**Marktforschung**

**Repräsentative Längsschnittstudie 9/12 - 4/13...**

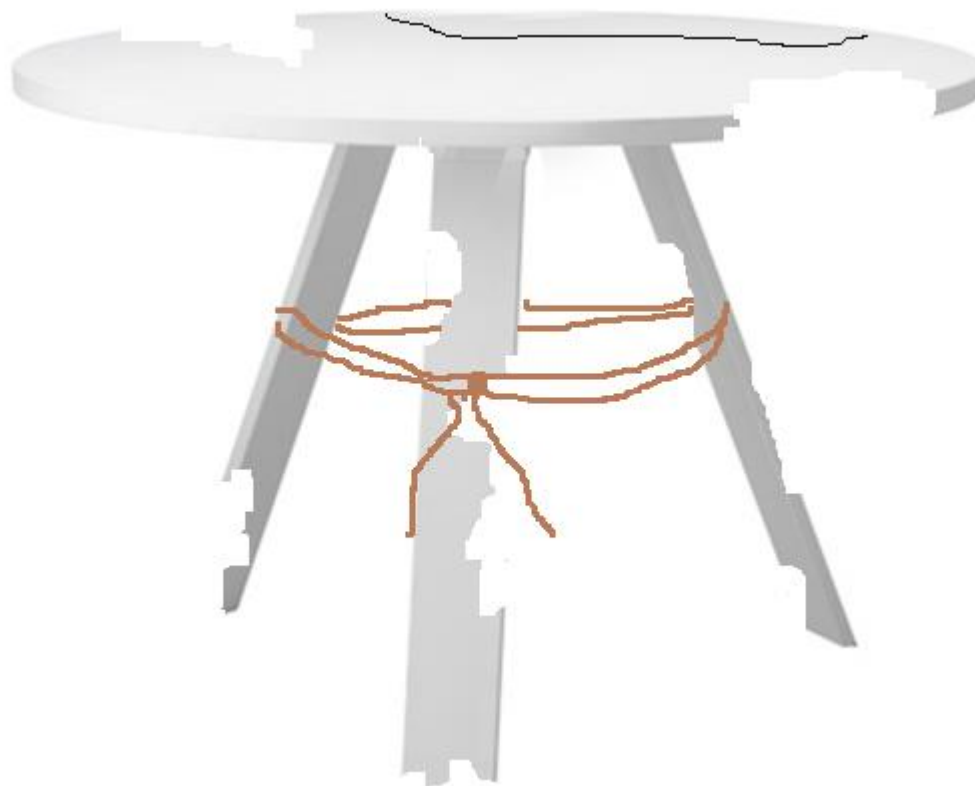
**Transparenz**



**82 % bis 87 % der Befragten: Stimme zu/stimme eher zu „Verwaltung und Unternehmen geben nur soviel Informationen heraus, wie unbedingt nötig.“**



**So stehen wir heute da!**



## **Das bedeutet: „Der Geist ist aus der Flasche!“**

- Die Akzeptanzdiskussion wird die Gesellschaft nachhaltig verändern → es gibt kein Zurück zur „guten alten Zeit“
- Akzeptanz erhält eine zentrale Dimension für unternehmerischen Erfolg
- Es geht nicht um populistische Organisation von Zustimmung, sondern um eine neue Organisation der Beziehung zwischen Angebot und Nachfrage, der Positionierung des Unternehmens in der Gesellschaft.
- Akzeptanz rasch und aktiv in den strategischen Wertekanon aller Akteure aufnehmen!

## **Gebraucht werden:**

---

- Methodenkompetenz, Verfahrenskompetenz, Sozialkompetenz und Sachkompetenz
- Bereitstellung von Ressourcen
- Klares Rollenverständnis
- Bewusstsein für Art und Dimension der Veränderung

bei allen Beteiligten

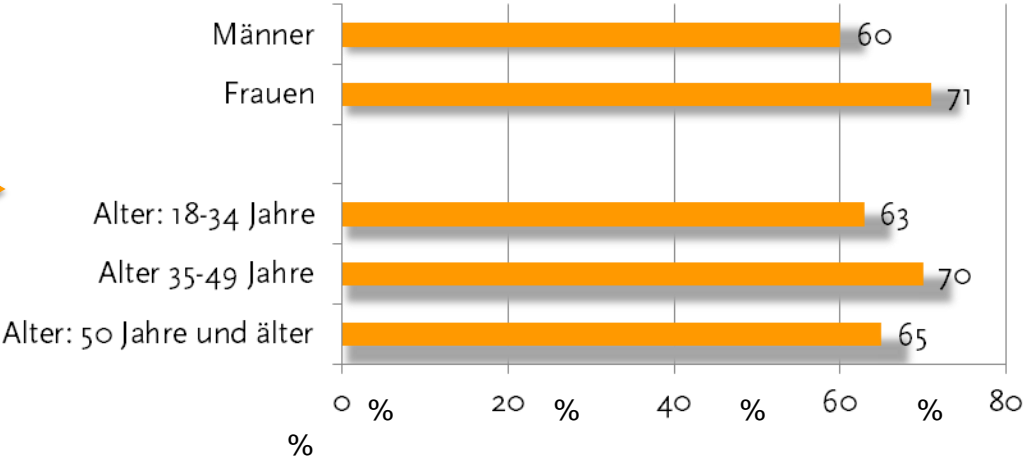
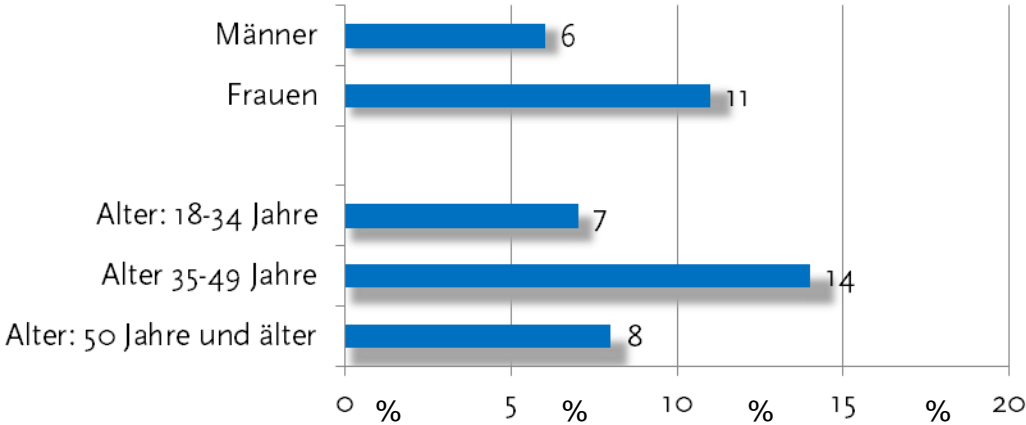
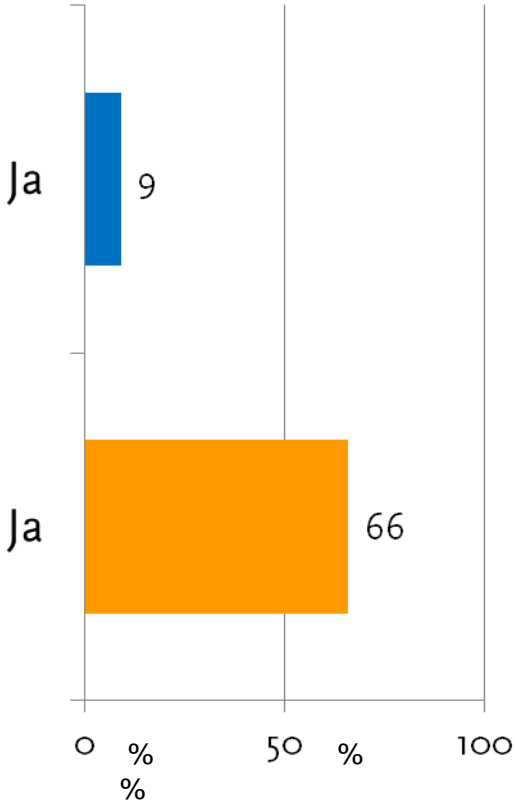
**Das bedeutet auch:**

---

- Jedes Projekt muss mit all seinen Spezifika neu und singulär betrachtet werden.

**Vergleichende Betrachtung von zwei Netzausbauprojekten**  
**Fühlen Sie sich durch Hochspannungsmasten oder Freileitungen bei Ihnen in der Region beeinträchtigt?**

■ Region „Südwest“  
 ■ Region „Mitteldeutschland“

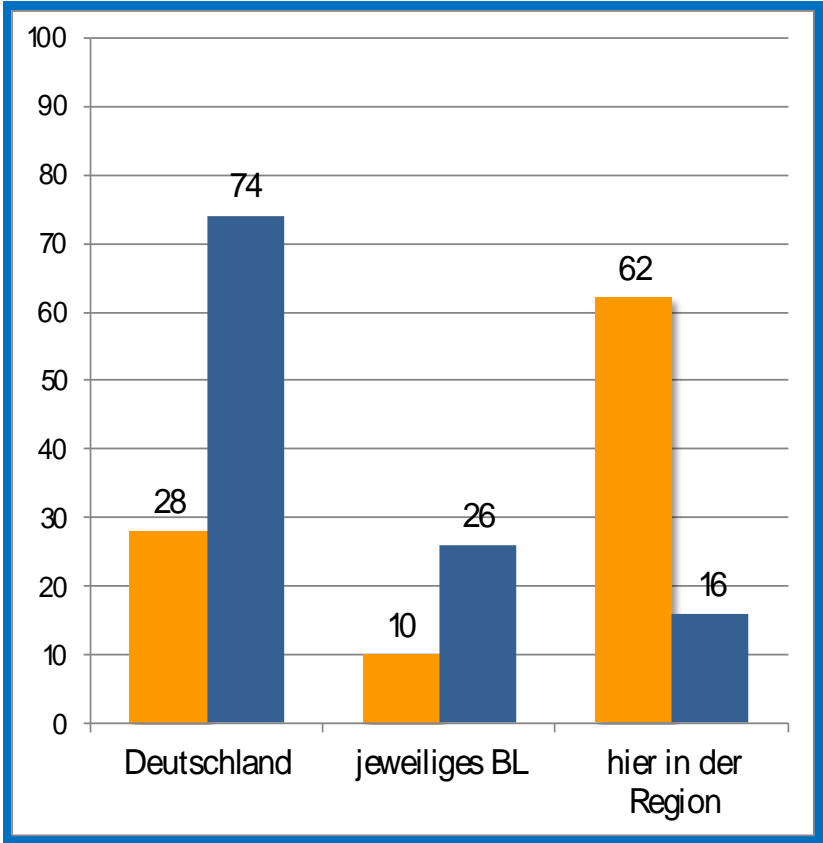
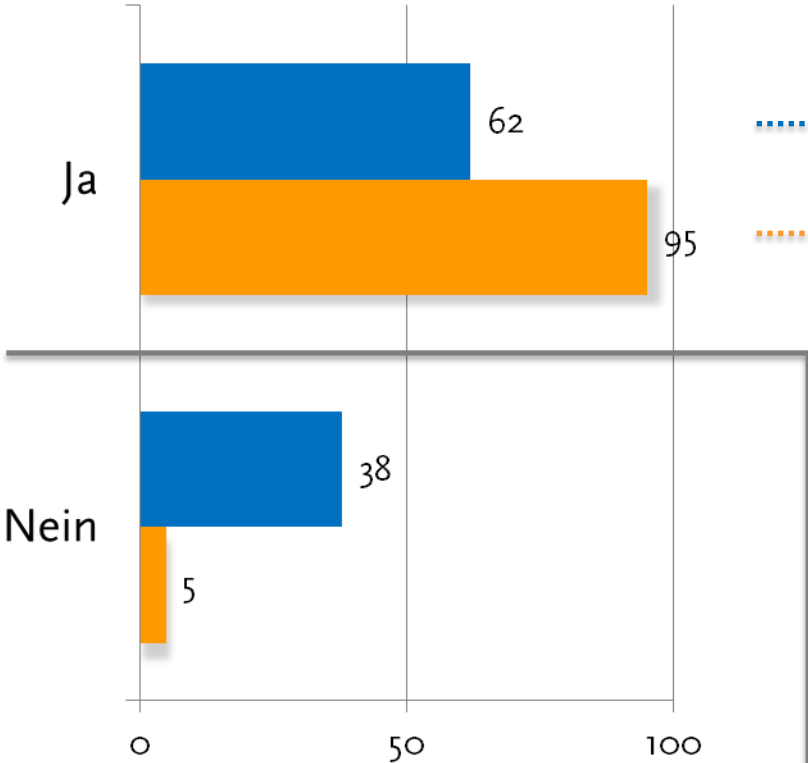


## Vergleichende Betrachtung von zwei Netzausbauprojekten

Vom Ausbau der Stromnetze zur Nutzung regenerativer Energien schon gehört?

Ging es dabei um den Ausbau in Deutschland allgemein, im Bundesland oder in Ihrer Region?

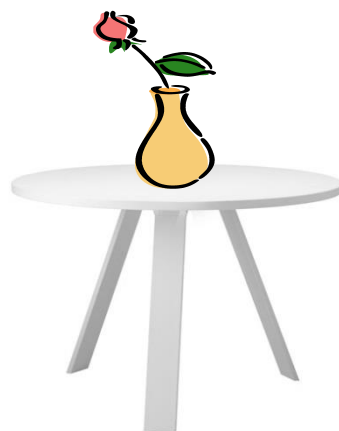
■ Region „Südwest“    ■ Region „Mitteldeutschland“



## **Das bedeutet auch:**

---

- Jedes Projekt muss mit all seinen Spezifika neu und singulär betrachtet werden.
- Es gibt keinen „goldenen Weg“.
- Wir probieren! Irrtümer und Veränderungen müssen zugelassen und nicht als Niederlagen verstanden werden. (Fehlerkultur!)



[www.hitschfeld.de](http://www.hitschfeld.de)