

22. April 2020

Windenergiebranche setzt auf Kommunikation für bessere Akzeptanz

Expertenumfrage zeigt Bereitschaft der Branche zu mehr Dialog und Beteiligung

Berlin. In der Windenergiebranche soll transparenter Kommunikation und Bürgerbeteiligung künftig eine größere Bedeutung zukommen. Mit frühzeitiger Information und regelmäßiger Kommunikation soll die Akzeptanz für die Projekte verbessert werden. Das zeigen die Ergebnisse einer Umfrage unter Geschäftsführern und Projektleitern von Unternehmen der Windenergie-Branche und Projektentwicklern.

Die Berliner Kommunikationsagentur Diskurs Communication GmbH hat im ersten Quartal des Jahres nach den Erfahrungswerten der Branchenexperten zur Akzeptanz und Kommunikation von Windenergieprojekten an Land befragt. Die Mehrheit der Umfrageteilnehmer gab an, dass sie für bessere Akzeptanz von Windenergieanlagen eine Öffentlichkeitsbeteiligung für notwendig halten, die deutlich über das gesetzlich vorgeschriebene Mindestmaß an Information und Beteiligung hinausgeht. Nur 14 Prozent der Befragten richten die Öffentlichkeitsbeteiligung bisher lediglich an den gesetzlichen Mindestvorgaben aus und planen das auch so beizubehalten.

Gegeninitiativen verzögern oft Windenergieprojekte

Die Errichtung neuer Windenergieanlagen wird häufig von Gegeninitiativen begleitet. Bei deutlich mehr als der Hälfte der befragten Windenergieexperten waren laufende Projekte oder Projekte in der Vergangenheit bereits von Verzögerungen durch Einsprüche im Genehmigungsverfahren betroffen.

44 Prozent gaben an, dass sich die Anlieger eher ablehnend gegenüber geplanten Windenergieanlagen in ihrer Umgebung verhielten. Demgegenüber haben 23 Prozent der Befragten Erfahrung mit Bürgerengagement für die Errichtung von Windenergieanlagen gemacht. Kaum Interesse seitens der Bevölkerung gab es nur bei wenigen Projekten. Die Erfahrungen zeigen, dass bei der Mehrheit der Projekte die zur Verfügung gestellten Möglichkeiten für Information, Dialog und/oder Beteiligung auch angenommen wurden.

In der Vergangenheit setzten Projektentwickler vor allem auf öffentliche Informationsveranstaltungen, um Anlieger geplanter Windenergieanlagen über die Projekte in Kenntnis zu setzen. Etwa ein Drittel der Befragten veröffentlichten Details zu den Windenergieanlagen auf den Internetpräsenzen der Unternehmen (37 Prozent), auf eigens eingerichteten Projektwebseiten (35 Prozent) oder in Rundschreiben an die Haushalte der umliegenden Kommunen. Nicht einmal die Hälfte der Experten suchte bisher den Kontakt zu den regionalen Medien für die gezielte Öffentlichkeitsarbeit. Bürgerbüros als Anlaufstellen für Fragen wurden in den seltensten Fällen eingerichtet (9 Prozent). Die wenigsten Befragten suchten zudem den direkten Dialog mit den betroffenen Anwohnern über digitale Dialogplattformen, soziale Netzwerke oder über Bürgerbüros vor Ort.

In Zukunft soll früher und intensiver kommuniziert werden

Für die Zukunft haben sich 58 Prozent der Befragten vorgenommen, die Öffentlichkeit frühzeitig über Projektvorhaben informieren. Um Gerüchten und Gegeninitiativen zuvorzukommen, planen 79 Prozent rechtzeitig den Dialog mit den Bürgern zu suchen. Die Akzeptanz der Bürger durch die Beteiligung am Planungsprozess zu erhöhen, planen 40 Prozent der Befragten. Die wenigstens Experten wollen daran festhalten, Projekte so lang wie möglich geheim zu halten und Informationen weiterhin auf das gesetzliche Mindestmaß zu beschränken. 70 Prozent wollen den Anwohnern zukünftig sogar finanzielle Beteiligungen am entstehenden Windpark in Aussicht stellen.

„Das Bewusstsein für die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit am Projekterfolg wächst innerhalb der Branche“, beurteilt Jürgen Scheurer, Geschäftsführer der Diskurs Communication, die Umfrageergebnisse anhand seiner Erfahrung. Als Branchenexperte empfiehlt er seit Jahren bei Infrastrukturprojekten auf eine frühzeitig und gut geplante Kommunikationsstrategie und die Umsetzung einer strukturierten Öffentlichkeitsarbeit von Projektbeginn an, zu setzen.

„Leider glauben immer noch manche Projektentwickler in eine professionelle Kommunikation erst dann einsteigen zu können, wenn ihnen der Wind schon ins Gesicht bläst, anstatt sich der Fragen der Anlieger rechtzeitig anzunehmen und Bedenken auszuräumen. Vor allem sogenannte alternative Fakten zur Windenergie sollten nicht unwidersprochen bleiben“, so Jürgen Scheurer. Für die regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit müssten im Rahmen der Projekte von Anfang an Budgets mit personellen und finanziellen Ressourcen eingeplant werden.

4.522 Zeichen / Wörter 560

Hintergrundinformationen

[www.diskurs-communication.de /](http://www.diskurs-communication.de/)

Ansprechpartner für Presseanfragen: Jürgen Scheurer, Tel. 030 2023536-11

presse@diskurs-communication.de

Über die Diskurs Communication GmbH

Die Diskurs Communication GmbH ist eine Agentur für strategische Kommunikation und Public Relations. Das Unternehmen mit Sitz in Berlin betreut derzeit vorwiegend Kunden aus der Energie- und Finanzbranche sowie dem öffentlich-rechtlichen Sektor bei allen Fragen strategischer Kommunikation und politischer Interessenvertretung.

***Diskurs Communication GmbH** - Sitz der Gesellschaft: Berlin - Handelsregister: Amtsgericht Charlottenburg, HRB 157232B - Geschäftsführer: Jürgen Scheurer*

Diskurs Communication GmbH
Rankestraße 32 | 10789 Berlin
www.diskurs-communication.de