



11.05.2016

PRESSEMITTEILUNG

Energieprojekte:

Bürger wollen Informationen – aber nicht nach „Schema F“

Kommunikation von Energiethemen: Forscher der Universität Hohenheim haben bei den Bürgern vier Erwartungstypen identifiziert, die unterschiedlich informiert werden wollen.

Die Pläne zu neuen Energieprojekten interessieren die Bürger vor Ort sehr – aber die Kommunikation darüber muss recht unterschiedlichen Erwartungen gerecht werden. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie des Fachgebiets für Kommunikationswissenschaft und Journalistik an der Universität Hohenheim. Sie haben Bürger in Baden-Württemberg zu ihren diesbezüglichen Vorstellungen befragt und verschiedene Erwartungstypen identifiziert. Die Gesamtergebnisse der Studie sind soeben als Buch erschienen.

Die Mehrzahl der Menschen in Baden-Württemberg interessiert sich sehr für Energiethemen. Besonders gefragt: das Thema erneuerbare Energien und die Energiewende, die von den meisten auch grundsätzlich mitgetragen wird. „Doch wenn es um ein konkretes Projekt geht, etwa ein Windrad oder ein Pumpspeicherwerk vor Ort, dann ist die Akzeptanz nicht mehr selbstverständlich“, berichtet Prof. Dr. Claudia Mast, Kommunikationswissenschaftlerin an der Universität Hohenheim.

Die Sichtweise der Bürger ist eine andere als die der Fachexperten. Dieser Gegensatz kann ganze Projekte lähmen. Oft wird dann der Ruf nach mehr Information, Kommunikation und Beteiligung laut. Was genau die Menschen dabei erwarten, haben die Wissenschaftler um Prof. Dr. Mast nun untersucht – und sind auf sehr unterschiedliche Erwartungshaltungen gestoßen.

Erwartungen an die Kommunikation klaffen auseinander

Für ihre Studie haben die Forscher in einem ersten Schritt zunächst 227 Bürger in ganz Baden-Württemberg nach ihren Erwartungen an die Kommunikation zu Energieprojekten befragt. „Die Teilnehmer wünschen sich eine neutrale, transparente und verständliche Kommunikation“, fasst Projektkoordinatorin Dr. Helena Stehle zusammen, „doch darüber hinaus klaffen die Erwartungen an das ‚Wie‘ der Kommunikation weit auseinander.“

Insgesamt haben Forscher vier verschiedene Erwartungstypen identifiziert:

Typ 1 – Anspruchsvoller Informationstyp: Will anspruchsvoll informiert werden, verhält sich aber

passiv und hat eine Präferenz für lokalen Bezug bei Informationen,

Typ 2 – Aktiver Dialogtyp: Informiert sich aktiv und will sich einbringen sowie sich über viele Kanäle mit anderen austauschen,

Typ 3 – Nutzenorientierter Gesprächstyp: Steht einer Beteiligung offen gegenüber, aber andere sollen auf ihn zugehen. Er präferiert die persönliche Kommunikation, legt aber wenig Wert auf Informationen mit lokalem Bezug,

Typ 4 – Verschlussener heimatverbundener Typ: Ist ein detailgenauer und eher scheuer Beobachter, der informiert, aber nicht direkt involviert werden will. Direkten Austausch lehnt er ab.

Erwartungstypen nicht gleichmäßig verteilt

Diese Erwartungstypen sind in Baden-Württemberg sehr unterschiedlich verteilt, wie eine repräsentative Bevölkerungsumfrage, die in einem zweiten Schritt durchgeführt wurde, ergab. Hierzu befragten die Forscher 1.225 Bürger in Baden-Württemberg und werteten die Ergebnisse für das Bundesland insgesamt sowie für seine vier Regierungsbezirke und zwölf IHK-Regionen – entsprechend den zwölf Industrie- und Handelskammern des Landes – aus.

Die Ergebnisse zeigen, dass in Baden-Württemberg der anspruchsvolle und der verschlossene Typ zu jeweils etwa 30 Prozent in der Bevölkerung vertreten sind, die anderen beiden zu je rund 20 Prozent. „In der Medienberichterstattung dominiert jedoch oftmals der aktive Typ, der dadurch mehr im Bewusstsein ist“, so Prof. Dr. Mast.

Auch auf Ebene der Regierungsbezirke sowie der IHK-Regionen im Land zeigen sich Unterschiede. „In Stuttgart dominiert beispielsweise der verschlossene Typ, in den Bezirken Karlsruhe, Tübingen und Freiburg ist dagegen der anspruchsvolle Informationstyp stark vertreten“, erläutert Dr. Stehle die Unterschiede. Auch die Größe des Wohnortes spiele eine Rolle: „Bei den zurückhaltenden Typen 3 und 4 kommen mehr Menschen aus Großstädten als bei den anderen Typen, beim aktiven Typ 2 dagegen verstärkt aus kleineren Ortschaften.“

Individuelle Ansprache statt Einheits-Kommunikation

„Die verschiedenen Erwartungstypen wollen individuell angesprochen werden. Die Kommunikationsangebote sollte man daher gezielt zuschneiden, damit sie zu den Menschen passen“, empfiehlt Prof. Dr. Mast. So können beispielsweise persönliche Angebote vor Ort für den aktiven Dialogtyp geschaffen und schriftliche Informationen für die zurückhaltenden Typen angeboten werden.

Um das zu schaffen, müssen die Verantwortlichen die Zusammensetzung der Bürger vor Ort näher analysieren. „Unternehmen und Politik entwickeln bei der Kommunikation von Energieprojekten gerne viele Maßnahmen für alle – aber eine einheitliche, undifferenzierte Kommunikationsstrategie funktioniert nicht“, warnt Dr. Stehle.

Hintergrund zur Studie

Die Studie „Infrastrukturprojekte im öffentlichen Diskurs“ ist Teil des Programms Bürgerbeteiligung und Zivilgesellschaft der Baden-Württemberg Stiftung. Die Wissenschaftler des Fachgebiets für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim untersuchen darin, welche Erwartungen die Menschen in Baden-Württemberg an die

Kommunikation und Beteiligung in der Energiedebatte haben.

Dafür haben sie ein dreistufiges Untersuchungsdesign entwickelt, bestehend aus drei Schritten:

1. Leitfadenterviews mit 16 ausgewählten Bürgern und 15 Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Beratung sowie Medien,
2. eine Q-Sort-Befragung von 211 zufällig ausgewählten Bürgern (jeweils mehr als 50 Bürger in den Regierungsbezirken Freiburg, Karlsruhe, Stuttgart und Tübingen in Baden-Württemberg),
3. eine repräsentative Bevölkerungsumfrage unter 1.225 Bürgern in Baden-Württemberg.

Buch zu den Gesamtergebnissen

Claudia Mast & Helena Stehle: Energieprojekte im öffentlichen Diskurs. Erwartungen und Themeninteressen der Bevölkerung, 2016, Springer VS, ISBN 978-3-658-12710-7

Themenschwerpunkt Kommunikation von Infrastrukturprojekten

An der Universität Hohenheim wird im Bereich Kommunikation von Infrastrukturprojekten schwerpunktmäßig geforscht. Weitere Informationen sind erhältlich unter:

- Infrastrukturprojekte im öffentlichen Diskurs (Fachgebiet Kommunikationswissenschaft und Journalistik):
media.uni-hohenheim.de/infrastrukturkommunikation
- Programm Bürgerbeteiligung und Zivilgesellschaft (Baden-Württemberg Stiftung):
www.bwstiftung.de/buergerbeteiligung-zivilgesellschaft/, www.beteiligungslotse.de
- Kommunikation bei Bauprojekten (Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insb. Kommunikationstheorie):
komm.uni-hohenheim.de/forschung_kommunikation_bei_bauprojekten

Text: Elsner / Klebs

Kontakt für Medien:

Prof. Dr. Dr. Claudia Mast, Universität Hohenheim, Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insbesondere Journalistik
T 0711 459 22639, E sekrkowi@uni-hohenheim.de

Dr. Helena Stehle, Universität Hohenheim, Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, insbesondere Journalistik
T 0711 459 24294, E Helena.Stehle@uni-hohenheim.de