

# WIE DIE KOMMUNALWIRTSCHAFT LOKALE AKZEPTANZ GENERIEREN KANN

Widerstand gegenüber Veränderungen lässt sich nicht „brechen“ – aber durch gute Kommunikation auflösen und sogar vermeiden. Kommunale Unternehmen können durch effektive Kommunikationsstrategien die Akzeptanz und den Beteiligungswillen für Energie- und Wärmewende-Projekte stärken. **Sponsored Post von Lots\* Gesellschaft für verändernde Kommunikation mbH**

Ob neue Windkraftanlagen oder Wärmeplanung: Kommunikation spielt bei der Planung und Umsetzung von Infrastrukturprojekten eine entscheidende Rolle – das gilt umso mehr, je komplexer das Vorhaben ist und je mehr Stakeholder:innen es hat.

Bei der Kommunikation geht es um weit mehr als darum, positiv über das Vorhaben zu berichten. Es geht darum, in einen offenen Dialog mit den verschiedenen Interessengruppen zu gehen und dabei auch kritischen Stimmen konstruktiv Raum zu geben. All das sollte so früh wie möglich beginnen, damit ein Projekt erfolgreich umgesetzt werden kann. Denn je weiter die Planung voranschreitet, desto lauter werden mögliche Sorgen von Öffentlichkeit, politischen Vertreter:innen oder anderen Stakeholder:innen. Allerdings lässt sich zunehmend schwieriger auf sie eingehen. In frühen Planungsphasen hingegen können Projektverantwortliche besser auf Konfliktpotenziale reagieren.

## 6 Tipps für die frühzeitige, gezielte Kommunikation

- **Bezug zur Lebensrealität herstellen:** Zeigen Sie, wie das geplante Infrastrukturprojekt die Bürger:innen direkt betrifft. Legen Sie dabei einen Fokus auf die langfristigen Vorteile für Bevölkerung und Umwelt.
- **Lokale Besonderheiten kennen:** Nehmen Sie alle Bedenken ernst und berücksichtigen Sie spezifische lokale Herausforderungen – auch dafür sind gute Beziehungen zu Stakeholder:innen vor Ort wertvoll, denn sie bringen lokale Kenntnisse mit.
- **Transparent sein:** Informieren Sie klar über feststehende Fakten wie Kosten, Einsparungen und Eigentumsrechte. Nutzen Sie dafür auch visuelle Erklärmittel wie Infografiken und Übersichtskarten.

- **Gemeinsames Zielbild festlegen und fokussieren:** Die Stakeholder:innen-Liste bei Infrastrukturprojekten ist umfangreich, und alle haben unterschiedliche Perspektiven und Anliegen. Das „issue-focused“ Stakeholder-Management hilft, das gemeinsame Zielbild aller für die Akzeptanzkommunikation im Blick zu behalten.
- **Passende Beteiligungsformate nutzen:** Die Möglichkeiten, Stakeholder:innen einzubinden, sind vielfältig und sollten individuell zum Projekt ausgewählt und gegebenenfalls kombiniert werden, zum Beispiel digitale Varianten wie Online-Beteiligungstools mit Formaten vor Ort, etwa Infomärkten.
- **Erwartungen einordnen:** Kommunizieren Sie die Grenzen von Beteiligungsformaten klar, um keine unerfüllbaren Erwartungen zu wecken. Auch projektbegleitende Bürger:innen-Beiräte oder Lenkungsgremien können helfen, engagierte Bürger:innen in Projekte einzubeziehen.

### Datenbasierte Kommunikation schafft Akzeptanz

Besonders bei kontroversen Themen gibt es erprobte Vorgehensweisen, die die Akzeptanz steigern. Zum Beispiel der datenbasierte Kommunikationsansatz, der sich von klassischer Projektkommunikation unterscheidet: Annahmen über die Einstellungen und Bedürfnisse von Stakeholder:innen basieren häufig auf externen Einschätzungen. Das kann zu Missverständnissen in der Kommunikation und zu Fehlsteuerungen im Projekt führen.

Der datenbasierte Ansatz hingegen nutzt verfügbare, aktuelle Daten, um Informationen zielgerichtet weiterzugeben, Feedback einzuholen und so die Akzeptanz wirklich zu steigern – und das auch bei den „leisen Stimmen“, die häufig vernachlässigt werden oder sich nicht aktiv zu Wort melden. Bei Projekten mit hohem politischem und öffentlichem Druck hilft datenbasierte Kommunikation zudem, sachbezogen und neutral zu kommunizieren und Manipulation sowie Fehlinterpretationen vorzubeugen.

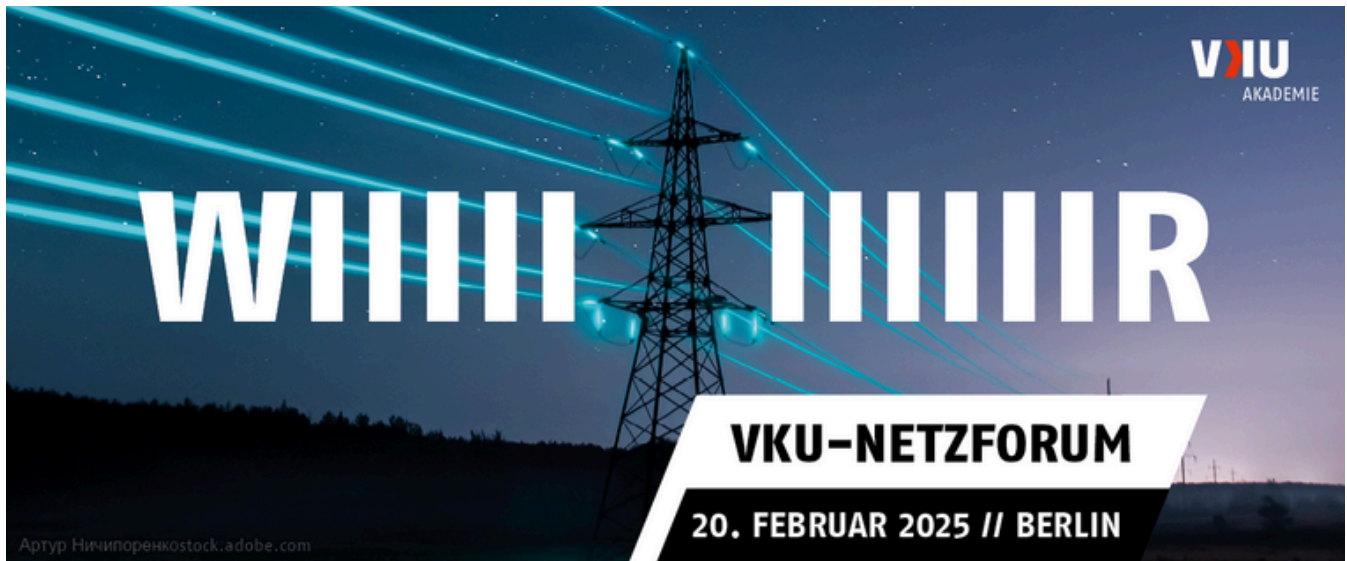
### Individuelle, emotionale Ansprache mit Storytelling

Für eine erfolgreiche Akzeptanzkommunikation bietet sich Storytelling an: Denn eine einprägsame Geschichte übermittelt die Projektbotschaft nachhaltig und überzeugend und hilft, sie situativ in das lokale Leben der Menschen vor Ort einzuordnen. Wer authentisch und klar erzählt, stärkt die Akzeptanz.

---

Sie möchten mehr über Akzeptanzkommunikation für nachhaltige Wenden erfahren? [Dr.-Ing. Stefanie Walter](#) ist Kommunikationsberaterin bei Lots\*. Ihr Beratungsschwerpunkt liegt auf Akzeptanz- und Projektkommunikation sowie Stakeholder:innen-Management.

Am 20. Februar 2025 gibt Lots\*in Stefanie Walter beim [VKU-Netzforum 2025](#) in einem Vortrag weitere Impulse dazu, wie Sie die Menschen vor Ort für Veränderungen gewinnen.



[VKU-Netzforum 2025](#)

## SIE HABEN NOCH FRAGEN?

### LinkedIn Lots\*

<https://www.linkedin.com/company/lots-gesellschaft-für-verändernde-kommunikation-mbh/>

### LinkedIn

[Vernetzen Sie sich mit Stefanie Walter](#)

### Profil auf KommunalDigital

[Lots\\* Gesellschaft für verändernde Kommunikation mbH](#)

### Website

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



**Dr.-Ing. Stefanie Walter**

Kommunikationsberaterin



+49 162 9717092 >

walter@lots.de >

## NOCH MEHR? FOLGEN SIE UNS IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN!



LinkedIn VKU KommunalDigital



YouTube VKU KommunalDigital



Teaserbild Mediathek © Lots\* Gesellschaft für verändernde Kommunikation mbH  
Foto Dr.-Ing. Stefanie Walter © Lots\* Gesellschaft für verändernde Kommunikation mbH

### > Interessiert?

Registrieren Sie sich jetzt oder kontaktieren Sie uns.

Jetzt registrieren

Kontakt