

Legitimation durch Kommunikation?

Die gesellschaftliche Debatte über Ingenieurprojekte

Professor Dr. Frank Brettschneider, Universitätsprofessor für Kommunikationswissenschaft, Universität Hohenheim, Stuttgart, Deutschland



„Stuttgart 21“ ist zum Symbol für Proteste gegen Großprojekte in Deutschland geworden. Vor allem Infrastrukturprojekte aus den Bereichen Verkehr und Energie stoßen auf den Widerstand von Teilen der Bevölkerung. Überall artikulieren lokale Bürgerinitiativen ihren Unmut. Umwelt- und Naturschutzverbände springen ihnen bei. Und in der Regel werden die Konflikte auch von Parteien aufgegriffen, teilweise für bevorstehende Wahlen instrumentalisiert. Nicht selten eskaliert die Auseinandersetzung, Fronten verhärten sich, und ein sachlicher Austausch findet kaum noch statt. Solche Proteste stellen Projektträger vor Herausforderungen: Sie müssen ihre Positionen frühzeitig und verständlich erklären. Sie müssen das Gespräch mit den Bürgern und mit den vielfältigen Interessengruppen suchen. Sie müssen sämtliche Kommunikationsinstrumente – Flyer, Internet-Auftritte, Medienberichterstattung, Informationsveranstaltungen, Social Media und Social Networks – orchestriert einsetzen, um ihre Kernbotschaften zu platzieren und in den Dialog zu treten.

Legitimation through communication? The social debate on engineering projects: *“Stuttgart 21” has become a symbol of the protests against large-scale projects in Germany. Transport and energy infrastructure projects, in particular, encounter resistance from some sections of the public. Everywhere local civic action groups are voicing their resentment. Environmental and nature conservation groups are quick to give them assistance. As a rule, the conflicts are also taken up by political parties and, in some cases, exploited in the run-up to elections. The dispute often escalates, positions become entrenched and an objective dialogue hardly takes place any more. Protests confront project management organizations with challenges. They have to explain their positions clearly and in good time. They have to enter into dialogue with the general public and the many different stakeholder groups. They have to make coordinated use of all the means of communication at their disposal – flyers, websites, media coverage, information meetings, social media and social networks – to get their key messages across and begin a dialogue.*

Vor allem Infrastrukturprojekte aus den Bereichen Verkehr und Energie stoßen immer wieder auf Protest in Teilen der Bevölkerung: Flughafenerweiterungen, der Ausbau von Autobahnen und Eisenbahnstrecken, die Fehmarnbelt-Querung, der Bau von Kohle- oder Gaskraftwerken, Stromüberlandleitungen, CO₂-Endlager, Fracking, das Pumpspeicherkraftwerk in Atdorf. Die Liste ließe sich fortsetzen. Stets artikulieren lokale Bürgerinitiativen ihren Unmut. Umwelt- und Naturschutzverbände springen ihnen bei. Und in der Regel werden die Konflikte auch von Parteien aufgegriffen, teilweise für Wahlen instrumentalisiert. Nicht selten eskaliert die Auseinandersetzung, ein sachlicher Austausch findet dann kaum noch statt. [1]

Infrastrukturprojekte zwischen Protest und Akzeptanz

In den öffentlichen Auseinandersetzungen werden nicht nur die Projekte selbst und die Expertise der Fachleute (unter anderem der Ingenieure) infrage gestellt. Die Kritik schließt auch die Vorhabenträger sowie die Entscheidungen der Parlamente, der Genehmigungsbehörden und gelegentlich auch der Gerichte ein. Sich verschärfende Auseinandersetzungen über Infrastrukturprojekte in Deutschland können sich auf unterschiedlichen Ebenen negativ auswirken [2]:

➔ 1. Gesellschaftliche Folgen. Notwendige Infrastruktur wird nicht oder nur mit großen zeitlichen Verzögerungen realisiert. Das hat negative Folgen für den Wirtschaftsstandort. Vor allem in

den Bereichen Energieversorgung und Verkehr sind wir auf eine funktionsfähige Infrastruktur angewiesen.

- ➔ 2. Folgen für die Vorhabenträger. Die Vorhabenträger können einen Reputationsschaden erleiden. Ein in Diskredit gebrachter Ruf kann die Realisierung weiterer Projekte gefährden.
- ➔ 3. Folgen für Projekte. Die Realisierung einzelner Infrastrukturprojekte verzögert sich. Die Kosten steigen. Infrastrukturprojekte werden aus einer Konfliktsicht wahrgenommen.

Laut einer repräsentativen Befragung des Instituts für Demoskopie Allensbach aus dem Jahr 2011 haben 76 % der Befragten generell Verständnis dafür, wenn Menschen gegen „große Bauprojekte“ protestieren: „Schon auf den bloßen Begriff, großes Bauprojekt“ reagiert die Mehrheit spontan negativ – trotz der Assoziationen mit Arbeitsplätzen, Fortschritt und Wachstum“ [3]. Für folgende Infrastrukturprojekte sieht eine Mehrheit nur geringen oder gar keinen Bedarf: Bau und Erneuerung von Energietrassen (45 % der Bundesbürger sehen hier nur einen geringen Bedarf, 43 % einen großen Bedarf), neue Anlagen zur Müllentsorgung (58 %/29 %), Bau von Kohlekraftwerken (74%/15 %). Für andere Infrastrukturprojekte erkennt hingegen eine Mehrheit der Bundesbürger grundsätzlich einen großen Bedarf an: Bau von Energieversorgungsanlagen für erneuerbare Energien (85 % der Befragten sehen hier einen großen Bedarf), Bau und Modernisierung von Krankenhäusern (76 %), Erneuerung und Ausbau des Straßennetzes (55 %), Erneuerung und Ausbau des Schienennetzes (52 %).

Brettschneider:

Legitimation durch Kommunikation? Die gesellschaftliche Debatte über Ingenieurprojekte

Eine Mehrheit würde den Bau oder Ausbau folgender Infrastruktur in ihrer Region ablehnen: Bau beziehungsweise Erneuerung von Energietrasse (51 % würden den Bau oder Ausbau in ihrer Region ablehnen), Bau von Kläranlagen (53 %), Bau von Gaskraftwerken (64 %), Ausbau von Wasserstraßen (65 %), Flughafenbau beziehungsweise -erweiterung (77 %) und Bau von Kohlekraftwerken (81 %). Das Phänomen der Ablehnung von Infrastrukturprojekten in der eigenen Region – selbst bei allgemeiner Anerkennung der Notwendigkeit eines Ausbaus – ist auch als NIMBY- (Not-in-my-Backyard) oder Sankt-Florians-Prinzip bekannt. Den Protest gegen Infrastrukturprojekte nur damit zu erklären, würde jedoch zu kurz greifen. Die Proteste haben zahlreiche Ursachen:

- 1. NIMBY-Effekt. Anwohner sehen durch das Projekt eine Einschränkung ihrer eigenen Lebensqualität: Der Fluglärm beeinträchtigt das Wohlbefinden oder ein Strommast verschandelt den Ausblick. Dieser Protest ist am stärksten motiviert. Daher bleibt er oft auch nach Ausgleichsmaßnahmen (zum Beispiel Schallschutz, finanzielle Kompensation) bestehen.
- 2. Projektbezogene Gründe. Menschen kritisieren einzelne Aspekte eines Projekts: Sie stufen die Auswirkungen auf Umwelt und Natur als nicht vertretbar ein. Ihnen sind die Kosten eines Projekts zu hoch, oder sie stellen seinen Nutzen infrage. Oft wird auch ein vermeintlich zu hohes Risiko kritisiert. Dabei verwenden Laien meist absolute Maßstäbe zur Beurteilung dieser Aspekte, während Experten Risiken anhand von Wahrscheinlichkeiten oder Vergleichen bewerten [4].
- 3. „Verborgene Gründe“. Mitunter werden einzelne Aspekte eines Projekts kritisiert, obwohl die Wurzeln des Protests ganz woanders liegen. So nehmen einige Menschen Infrastrukturprojekte als Angriff auf die „kulturelle Identität“ ihrer Region wahr. Oder die Beschleunigung des eigenen Lebens wird als unangenehm empfunden. Selten werden diese Gründe explizit geäußert, obwohl sie ein wesentliches Motiv hinter dem Protest sind.
- 4. Vertrauensverlust in Wirtschaft und Politik. Protest wird durch mangelndes Vertrauen in „die Politik“ und „die Wirtschaft“ verschärft. Die negative Grundstimmung gegenüber Unternehmen überträgt sich dann auf die von ihnen betriebenen Projekte.
- 5. Art der Kommunikation und Intransparenz formaler Verfahren. Oft wird die Art des Umgangs von Politikern und/oder von Vorhabenträgern mit „der Bürgerschaft“ bemängelt. Diese würden „die Bürger“ von oben herab behandeln und ihre Einwände nicht ernst nehmen. Das Gefühl, nicht „auf Augenhöhe“ behandelt zu werden, hängt auch mit der Konstruktion formaler Verfahren zusammen, in denen rechtliche Fragen im Mittelpunkt stehen. Die dort übliche Fachsprache (juristisch, ingenieurtechnisch) wird als unverständlich und als distanzierend wahrgenommen. Dies wird mit dem Vorwurf verbunden, Informationen seien unvollständig, sie seien zu spät

oder gar nicht zur Verfügung gestellt worden. Gelegentlich wird den Beteiligten auch bewusste Falschinformation unterstellt.

Vorhabenträger müssen sich auf diese veränderte Ausgangslage für Infrastrukturprojekte einstellen. Neben Formen der Bürgerbeteiligung kommt der Kommunikation zwischen Vorhabenträgern, Politik, Verwaltung und Bürgern dabei eine entscheidende Bedeutung zu. Das Kommunikationsmanagement muss daher permanenter Bestandteil des Projektmanagements sein – von der „Grundlagenermittlung“ bis zur „Objektbetreuung und Dokumentation“.

Kommunikationsmanagement für Infrastrukturprojekte

Proteste gegen Infrastrukturprojekte können auch durch das Verhalten der Vorhabenträger begünstigt werden. Insbesondere dann, wenn eine systematische interne und externe Kommunikation nicht als notwendig erachtet wird. Der Ruf nach der „Kommunikation“ kommt zu spät, wenn sich Proteste bereits verstetigt haben. Projektkommunikation muss mehr sein als Krisenkommunikation. Im besten Fall verhindert sie, dass es überhaupt zu Krisensituationen kommt. Damit sie erfolgreich sein kann, sind einige Grundregeln zu beachten:

- Der Projektträger muss frühzeitig und dauerhaft kommunizieren – nicht nur bis zur Planfeststellung, sondern bis zur Einweihungsfeier.
 - Der Projektträger muss proaktiv kommunizieren – ehrlich, offen und transparent.
 - Der Projektträger muss den Dialog suchen. Dazu gehört zunächst das Zuhören – und dann das Erklären. Einwänden, Vorschlägen und Sorgen von Bürgern ist mit Respekt und Wertschätzung zu begegnen.
 - Der Projektträger muss sein Vorgehen immer wieder erklären – in jeder Phase des Projekts. Dazu gehört auch die Diskussion von Alternativen und das Erläutern, warum welche Alternativen verworfen wurden.
 - Infrastrukturprojekte sind komplex – in technischer, wirtschaftlicher und rechtlicher Hinsicht. Projektträger müssen daher ihre Botschaften klar und verständlich formulieren. Fachsprache muss übersetzt werden.
 - Die Botschaften sollten sich nicht nur auf „harte Fakten“ beziehen, sondern „Herz“ und „Verstand“ ansprechen. Dazu zählt auch das Erzählen interessanter Geschichten rund um das Projekt.
 - Die Botschaften müssen visualisiert werden: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“.
 - Die unterschiedlichen Kommunikationsinstrumente müssen aufeinander abgestimmt sein. Neben der klassischen Pressearbeit sind die Sozialen Netzwerke des Web 2.0 zu nutzen. Vor allem aber gilt: Wichtiger als alles andere ist das direkte persönliche Gespräch mit den Anspruchsgruppen (Anwohner, Initiativen, Mitarbeiter, Politik und Verwaltung, Journalisten).
- Für die Kommunikation in den einzelnen Projektphasen sind darüber hinaus Besonderheiten zu beachten.

Phase 1: Grundlagenermittlung

In dieser Phase werden die organisatorischen Grundlagen für die Projektkommunikation geschaffen. Der Vorhabenträger muss klären, wer in welchem Umfang sowohl für die interne als auch für die externe Kommunikation verantwortlich ist. Die entsprechende Einheit ist mit Kompetenzen, Personal und finanziellen Ressourcen auszustatten. Es ist auch zu klären, welche Projektverantwortlichen auf die Kommunikation mit der Öffentlichkeit und den Medien vorbereitet werden müssen. Der Kommunikationsverantwortliche ist von Anfang an fester Bestandteil der Projektleitung. Er kann das „Gesicht“ des Projekts gegenüber der Öffentlichkeit sein. Diese Funktion kann aber auch ein Vorstandsmitglied übernehmen. Dabei sollte es sich um eine Person handeln, die komplexe Sachverhalte – etwa Ingenieursplanungen oder die Finanzierung eines Projekts – auf allgemeinverständliche Art und Weise erklären kann. Neben der Aufbauorganisation ist auch die Ablauforganisation festzulegen:

- ➔ Wie laufen in welchen Situationen die Kommunikationswege?
- ➔ Wer berichtet wem?
- ➔ Wie wird die Kommunikation der an einem Projekt beteiligten Organisationen koordiniert?

Dies gilt für die gesamte Kommunikation im Allgemeinen und für die Krisenkommunikation im Besonderen. Die Abläufe im Krisenfall sind in einem Handbuch für die Krisenkommunikation festzuhalten und ständig fortzuschreiben.

Phase 2: Vorplanung

In dieser Phase werden die inhaltlichen Grundlagen der Projektkommunikation geschaffen. Sie beginnt mit einer gründlichen Stakeholder- und Themenanalyse. Die relevanten Anspruchsgruppen werden identifiziert: Anwohner, betroffene Bürger, lokale Initiativen, Mitarbeiter, lokale, regionale und überregionale Medien, Kommunal-, Landes- und Bundespolitiker, Verwaltung und Genehmigungsbehörden, Wirtschaftsverbände, Lieferanten und Dienstleister, Nicht-Regierungs-Organisationen (NRO), vor allem Umwelt- und Naturschutzverbände. Dabei ist auch zu analysieren, welche Positionen sie zum geplanten Vorhaben wahrscheinlich vertreten werden. Darüber hinaus ist das Projekt mithilfe einer Themenlandkarte in Dimensionen zu gliedern: Folgen für die Umwelt, Folgen für die Wirtschaft, Umgang mit Bürgern / Stil der Kommunikation sowie Bedeutung für Energie beziehungsweise Verkehr. Eine solche Themenlandkarte ist notwendig, um die Aussagen der Anspruchsgruppen (Stakeholder-Mapping), die Medienberichterstattung (Inhaltsanalyse) und die Diskussionen in Social Networks (Social Media Monitoring) systematisch aufeinander beziehen zu können. Auch ist zu erfassen, welche Themen kommunikative Risiken in sich bergen und welche Themen positiv besetzt sind. Für die Analyse können auch schon erste Fokusgruppen und/oder Bürgerdialoge sinnvoll sein. Sie dienen dazu, die Sichtweise der Betroffenen zu erfahren und zu verstehen.

Brettschneider:**Legitimation durch Kommunikation? Die gesellschaftliche Debatte über Ingenieurprojekte**

Sie können um repräsentative Bevölkerungsbefragungen ergänzt werden. Die Analyse endet aber nicht in der Vorplanungsphase. Vielmehr ist sie fortzuschreiben, um die Kommunikationsstrategie bei Bedarf anpassen zu können.

Nach der Analyse wird eine Kommunikationsstrategie entwickelt. In ihr werden Anspruchsgruppen, Botschaften und Kommunikationsinstrumente aufeinander abgestimmt. In dieser Phase sind die Mitarbeiter, die Verwaltung und die betroffenen Bürger von besonderer Bedeutung. Für die Entwicklung der Kommunikationsstrategie sind folgende Fragen zu klären:

- ➔ Welche Kommunikationsziele sollen erreicht werden?
- ➔ Welche Themen müssen in den Mittelpunkt gerückt werden (Themenmanagement, Projekt-Framing)?
- ➔ Wie lauten die Kernbotschaften?
- ➔ Welche Kommunikationsinstrumente werden eingesetzt?
- ➔ Und auf welche Ereignisse muss Rücksicht genommen werden?

Besondere Aufmerksamkeit verdienen die Kernbotschaften. Dazu zählt auch, den Anspruchsgruppen die Ziele deutlich zu machen, die mit dem Infrastrukturprojekt erreicht werden sollen. Dabei genügt es nicht, betriebswirtschaftliche Ziele zu formulieren. Wichtig ist vielmehr der Bezug von Unternehmenszielen zum gesellschaftlichen Nutzen des Projekts (ökonomisch, ökologisch, soziokulturell). Dies ist auch notwendig, um den im Protest geltend gemachten Individualinteressen (NIMBY) Gemeinwohlinteressen gegenüberzustellen. Im Fall der Energiegewende ist dies beispielsweise die Erhöhung des Anteils der erneuerbaren Energien am Energiemix, im Fall der Verkehrsinfrastruktur die Erhöhung der Mobilität von Menschen und Gütern. Für die Zielerreichung kommen immer mehrere Alternativen in Betracht. Die konkreten Alternativen sind in dieser Phase noch nicht zu benennen; es sollten aber unbedingt die Kriterien transparent gemacht werden, die zur Bewertung unterschiedlicher Alternativen herangezogen werden: vor allem Eignung für die Zielerreichung, Umweltverträglichkeit, Anwohnerschutz, Kosten, technische und bauphysikalische Realisierbarkeit. Zudem sind die Kommunikationsinstrumente aufeinander abzustimmen (Homepage, Einsatz von Social Media (unter anderem Youtube) und Social Networks (unter anderem Facebook), Pressegespräche, Pressekonferenzen, Pressemitteilungen, Dialogveranstaltungen mit Betroffenen etc.). Die Kommunikationsstrategie ist unterjährig fortzuschreiben.

Phase 3: Entwurfsplanung

Die Umsetzung der Kommunikationsstrategie ist während der Entwurfsplanung zu forcieren. Anders als in Phase 2 geht es nun um die Kommunikation von Varianten. Lösungen sind nie „alternativlos“, werden aber oft so dargestellt. Besser ist es, die Vor- und Nachteile der Varianten transparent gegenüberzustellen. Auch muss deutlich gemacht

werden, welche Überlegungen zur ausgewählten Variante geführt haben. Beispiel: Herkömmliche Stromüberlandleitungen sind nicht alternativlos. Technisch sind in der Regel auch Erdkabel möglich. Sie haben jedoch den Nachteil, ein Vielfaches der herkömmlichen Leitungen zu kosten. Wenn das gesellschaftlich gewünscht wird, muss die Gesellschaft (also der Steuerzahler) auch die Kosten tragen. Ebenso wichtig wie die Diskussion von Alternativen ist die offensive Kommunikation möglicher technischer Risiken und deren Beherrschung.

Für die gewählte Variante gilt: Pläne und Technikunterlagen müssen vereinfacht dargestellt werden. Visualisierungen sind in dieser Phase besonders wichtig. Das Gleiche gilt für das Übersetzen von Fachbegriffen; komplexe Sachverhalte müssen verständlich kommuniziert werden. Für Bauingenieure ist das „Überwurfbaubauwerk“ ein gängiger Fachbegriff, für die Bevölkerung ist „Brücke“ die verständlichere Übersetzung. Auch ist ein Anwohnerdialog aufzusetzen.

Phase 4: Genehmigungsplanung

In dieser Phase müssen die den Genehmigungsbehörden vorzulegenden Unterlagen in erster Linie rechtssicher sein. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass sie auch unverständlich sein müssen. Wieschon in den vorangegangenen Phasen muss auch hier die Fachsprache für die öffentliche Diskussion in eine verständliche Sprache übersetzt werden. Ingenieure sind daher für das Auftreten in Anhörungen zu schulen. Zudem muss immer wieder kommuniziert werden (übrigens nicht nur vom Vorhabenträger, sondern auch von Politik und Verwaltung), was in dieser Phase entschieden wird – und was nicht. Das Erläutern von Verfahren darf jedoch nicht „von oben herab“ erfolgen.

Phase 5: Ausführungsplanung

Hier gilt das Gleiche wie in den Phasen 3 und 4: Verständlich kommunizieren, mit Bildern arbeiten, Pläne verdichtet visualisieren, den Dialog suchen.

Phasen 6 und 7: Vorbereitung und Mitwirkung bei der Vergabe

Auch hinsichtlich der Vergabeverfahren ist das Vorgehen der Öffentlichkeit zu erläutern. Inhaltlich liegt der Fokus zum einen auf technischen Fragen: Welche Ingenieur- und Bauleistungen müssen erbracht werden? Wie erfolgt die Auswahl unter den Anbietern? Zum anderen geht es um die Bedeutung der Vergaben für die regionale Wirtschaft und den regionalen Arbeitsmarkt: Können Unternehmen aus der Region berücksichtigt werden? Was bedeutet dies für den Arbeitsmarkt? Und wie profitiert die Wirtschaftsregion von dem Projekt?

Phase 8: Bauausführung

In dieser Phase geht es darum, die Anwohner über den Stand der Arbeiten auf dem Laufenden zu hal-

ten. Sie müssen auch darüber informiert werden, welche Baumaßnahmen unmittelbar bevorstehen. Für Beschwerden oder Nachfragen von Seiten der Anwohner sollte spätestens jetzt ein Ombudsmann rund um die Uhr ansprechbar sein.

Menschen bewerten „Technik“ in der Regel positiver, wenn sie auf persönliche Erfahrungen zurückgreifen können – statt nur auf abstrakte Vorstellungen angewiesen zu sein. Daher sollte die Baustelle für die Öffentlichkeit positiv erlebbar gemacht werden. Hierfür stehen die Instrumente des Baustellenmarketings zur Verfügung: Baustellenbesichtigungen, Tage der offenen Tür, Kultur-Events an und in der Baustelle, Veranstaltungen für Kinder (zum Beispiel Schulführungen). Events sind besonders für Meilensteine geeignet, gegebenenfalls eine Abbruchparty oder eine Feier beim Tunneldurchschlag. Zudem sollte ein Informations- und Besucherzentrum eingerichtet werden, von dem aus die Baustelle besichtigt werden kann. Webcams sollten Livebilder von der Baustelle übertragen. Dabei gilt immer wieder: Die Öffentlichkeit interessiert sich nicht nur für „harte Fakten“, wie die Menge des zu transportierenden Erdaushubs oder das Gewicht des zu verbauenden Stahls; sie interessiert sich auch für „Geschichten“ über am Bau beteiligte Menschen.

Phase 9: Objektbetreuung und Dokumentation

In der abschließenden Phase steht die Eröffnungsfeier für das Infrastrukturprojekt im Mittelpunkt. Es sollen aber auch exemplarisch Ingenieurleistungen kommuniziert werden. Dabei ist insbesondere ein Zusammenhang zwischen einzelnen Ingenieurleistungen und dem gesellschaftlichen Wohlstand herzustellen. Die Planungs- und Bauphasen als Erfolgsgeschichte helfen, den „guten Ruf“ der Ingenieure auf- und auszubauen. Und der „gute Ruf“ ist wiederum Ausgangspunkt für die Kommunikation beim nächsten Infrastrukturprojekt.

Legitimation durch Kommunikation

Mit Protesten werden Infrastrukturprojekte weiterhin leben müssen, denn sie berühren vielfältige Interessen. Sehr wahrscheinlich stehen Bürgerinitiativen auch künftig Projekten vor der eigenen Haustür skeptisch gegenüber. In der Frühphase eines Projekts sind sie aber selten unversöhnliche Gegner. Oft suchen sie zunächst das Gespräch, um ihre Bedenken und Interessen geltend zu machen. Das sollte nicht von vornherein als „störend“ abgetan werden. Ein transparenter Faktencheck zu Beginn eines Projekts kann die Basis für konstruktive Gespräche schaffen. [5]

Diese Gespräche müssen um eine Diskussion über die Ziele ergänzt werden, die mit einem Infrastrukturprojekt verfolgt werden sollen. In solchen Gesprächen sollten Vorhabenträger und Bürger, Parlamente, Verwaltungen und Bürgerinitiativen ihre Standpunkte darlegen können und versuchen, einen Interessenausgleich herbeizuführen. Nicht

immer wird dies gelingen. Aber von dem ernsthaften und ehrlichen Versuch wird es abhängen, ob das Ergebnis von möglichst vielen Menschen akzeptiert wird.

Für all dies – und damit für die gesellschaftliche Akzeptanz von Infrastrukturprojekten – ist die Kommunikation der Vorhabenträger von enormer Bedeutung. Das proaktive Kommunizieren mit allen relevanten Anspruchsgruppen endet nicht mit dem Planfeststellungsbeschluss. Gerade bei Infrastrukturprojekten genügt der Verweis darauf, dass sich Parlamente wiederholt und mit großer Mehrheit für ein Projekt ausgesprochen haben, nicht mehr. Selbst wenn, wie im Fall von „Stuttgart 21“, sämtliche damit befassten Parlamente im Rahmen zahlreicher Sitzungen sowie die Gerichte im Rahmen von Planfeststellungsverfahren eindeutige Entscheidungen getroffen haben, muss neben diese „Legitimation durch Verfahren“ die „Legitimation durch Kommunikation“ treten. Diese ersetzt die unabdingbare rechtsstaatliche „Legitimation durch Verfahren“ nicht, sondern sie ergänzt sie. Dafür werden Ressourcen benötigt. Sie nicht bereitzustellen, kann am Ende sowohl den Vorhabenträger als auch die gesamte Gesellschaft teuer zu stehen kommen.

Quellenverzeichnis

- [1] Brettschneider, F.: Kommunikation und Meinungsbildung bei Großprojekten. Aus Politik und Zeitgeschichte 61, S. 40-47, (2011).
- [2] Der Beitrag basiert auf den Ergebnissen der VDI-Expertengruppe „Kommunikation“ der VDI-Initiative „Gesellschaftliche Akzeptanz von Infrastrukturprojekten“.
- [3] Köcher, R.: Wie stehen die Bürger zu großen Infrastrukturvorhaben? Vortrag auf der Gemeinschaftsveranstaltung: Deutschland im Investitionsstau. Wege zu mehr Akzeptanz für große Infrastrukturmaßnahmen. BDI, HDB und BDS/BBZ, Berlin, 12.09.2011.
- [4] Renn, O.: Perception of risks. Toxicology Letters 149, S. 405-413, (2004).
- [5] Ewen, C.: Her mit der Akzeptanz! Erfolgsbedingungen moderierter Beteiligung im Planungsprozess. Natur und Landschaft 84, Nr. 4, S. 159-163, (2009).