



## Akzeptanz von Projekten in Wirtschaft und Gesellschaft

Das Büro Hitschfeld untersucht in einer repräsentativen, monatlichen Befragung Aspekte des Themas „Akzeptanz“

---

März 2013

---

## Inhalt

	<b>Seite</b>
Intention	3
Zusammenfassung – Diskussion	4
Die zentralen Ergebnisse in graphischer Darstellung	5
Methode und Randbedingungen	16
Impressum	17

## Intention

Das Büro Hitschfeld arbeitet seit über 15 Jahren an der Schnittstelle von Politik, Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung. Seit vielen Jahren beschäftigt sich die Leipziger Unternehmensberatung auch mit dem Thema Erwerb und Sicherung von Akzeptanz.

Akzeptanz für Projekte in Wirtschaft und Gesellschaft entsteht nicht primär während formaler Verfahren, sondern ist ein Bewusstseinsprozess, der von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst und sehr stark von der Kommunikation für und mit der Öffentlichkeit geprägt wird. Jedes Projekt muss intensiv analysiert und individuell bearbeitet werden. Lösungsansätze des Akzeptanzmanagements „von der Stange“ führen meist in eine Sackgasse.

Das Büro Hitschfeld baut dabei auf ein eigenes Instrumentarium, Public Consensus Engineering (PCE), mit folgenden Zielen:

- Schaffung und Sicherung von Akzeptanz über den Projektzyklus hinweg,
- Minimierung unvermeidlicher Widerstände auf ein handhabbares Maß und
- Schutz von Unternehmen und handelnden Personen.

Unsere Erfahrungen zeigen, dass sich viele Aspekte des Themas Akzeptanzsicherung und -erwerb sehr dynamisch verändern. Deshalb untersuchen wir seit September 2012 im Rahmen eines langfristig angelegten, repräsentativen Meinungsforschungsprojekts diese Themen. Jeden Monat stellen wir die gewonnenen Informationen öffentlich zur Diskussion. Das Forschungsprojekt schließt an die Studie zum Thema „Glaubwürdigkeit“ an, die wir bereits im Mai 2012 veröffentlicht haben.

Leipzig, im März 2013

## Zusammenfassung – Diskussion

März-Umfrage bringt drei zentrale Befunde:

1.  
Die Bereitschaft zum bürgerschaftlichen Engagement (in allen von uns abgefragten Facetten) korreliert stark mit den Merkmalen „Alter“ und „Bildungsgrad“. Je älter die Befragten sind und je höher deren Bildungsgrad ist, desto ausgeprägter ist das Bekenntnis, sich im Rahmen eines Projektes zu engagieren.
2.  
Der zentrale Impuls zum Engagement ist persönliche Betroffenheit! Ohne direkte Betroffenheit wollen sich uneingeschränkt nur rund 10 Prozent der Befragten engagieren (siehe Aussage 1). Dieser Wert steigt auf das Dreifache, wenn es um ein Thema geht, das den Befragten, seine Familie oder seine Region unmittelbar betrifft.
3.  
Wir diagnostizieren einen leichten Rückgang bei der Bereitschaft zum bürgerschaftlichen Engagement in den von uns abgefragten Facetten im zeitlichen Vergleich. Ob es sich um einen stabilen Trend oder nur eine saisonale Schwankung handelt, werden die Erhebungen der kommenden Monate zeigen.

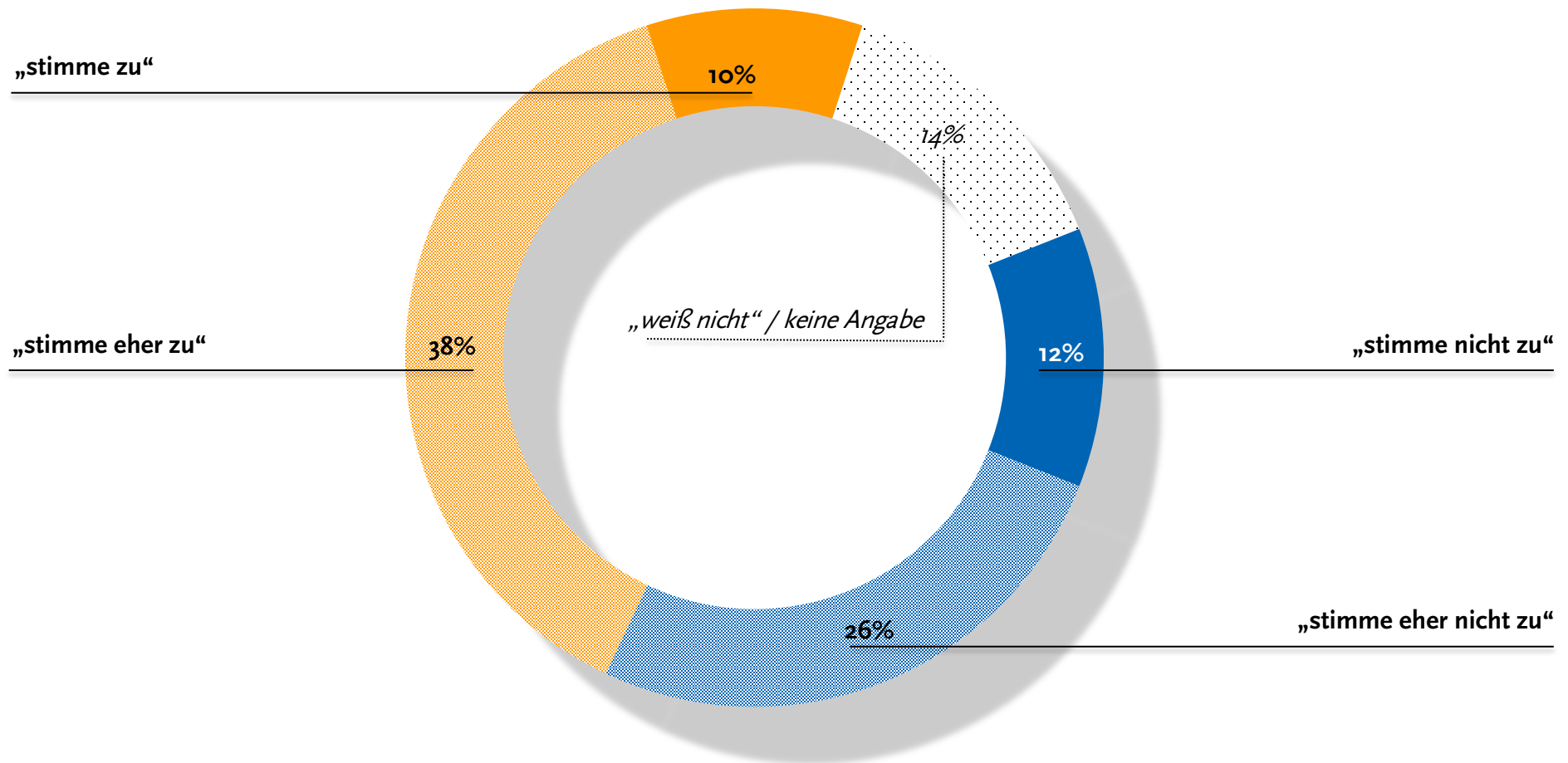
## Ergebnisse 03/2013

### Die zentralen Daten in grafischer Darstellung

Aussage 1\*:

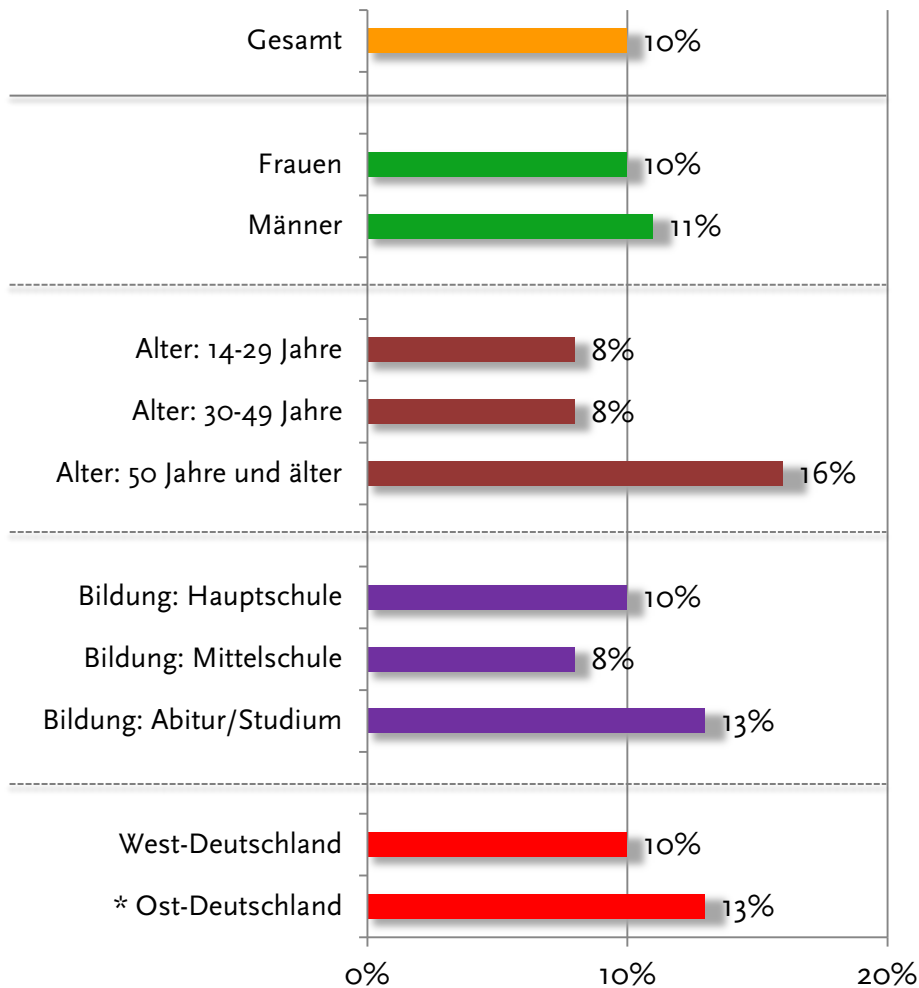
„Wenn es sich um ein Thema von überregionaler Bedeutung handelt, auch wenn mein persönliches Umfeld davon nicht direkt betroffen wäre, würde ich mich für oder gegen das Projekt engagieren.“

\* Zum Intro: siehe Seite 16



## Aussage 1:

„Wenn es sich um ein Thema von überregionaler Bedeutung handelt, auch wenn mein persönliches Umfeld davon nicht direkt betroffen wäre, würde ich mich für oder gegen das Projekt engagieren.“



## „stimme zu“

10 Prozent aller Befragten stimmen der Aussage zu.

Heraus sticht die markant erhöhte Bereitschaft der über 50jährigen. In diesem Alterssegment ist sie doppelt so hoch wie bei den 14- bis 49jährigen

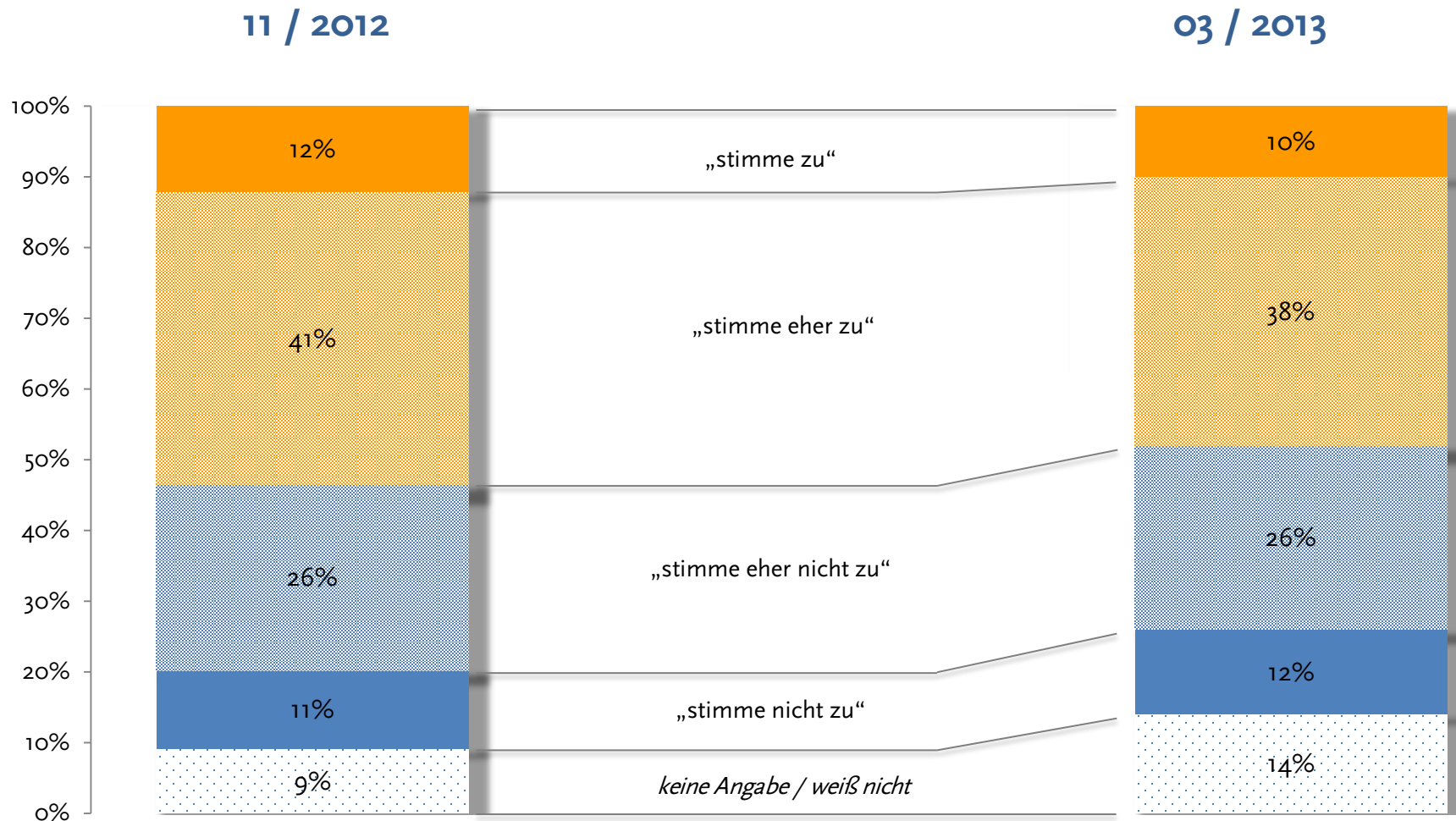
Ein ähnlicher Effekt – auf niedrigerem Niveau – zeigt sich in den unterschiedlichen Bildungssegmenten: Befragte mit Abitur/Studium zeigen eine deutlich höhere Bereitschaft als Befragte mit Haupt- oder Mittelschulabschluss.

\*) siehe Hinweis zur Methode Seite 16

## zeitliche Entwicklung

Aussage 1:

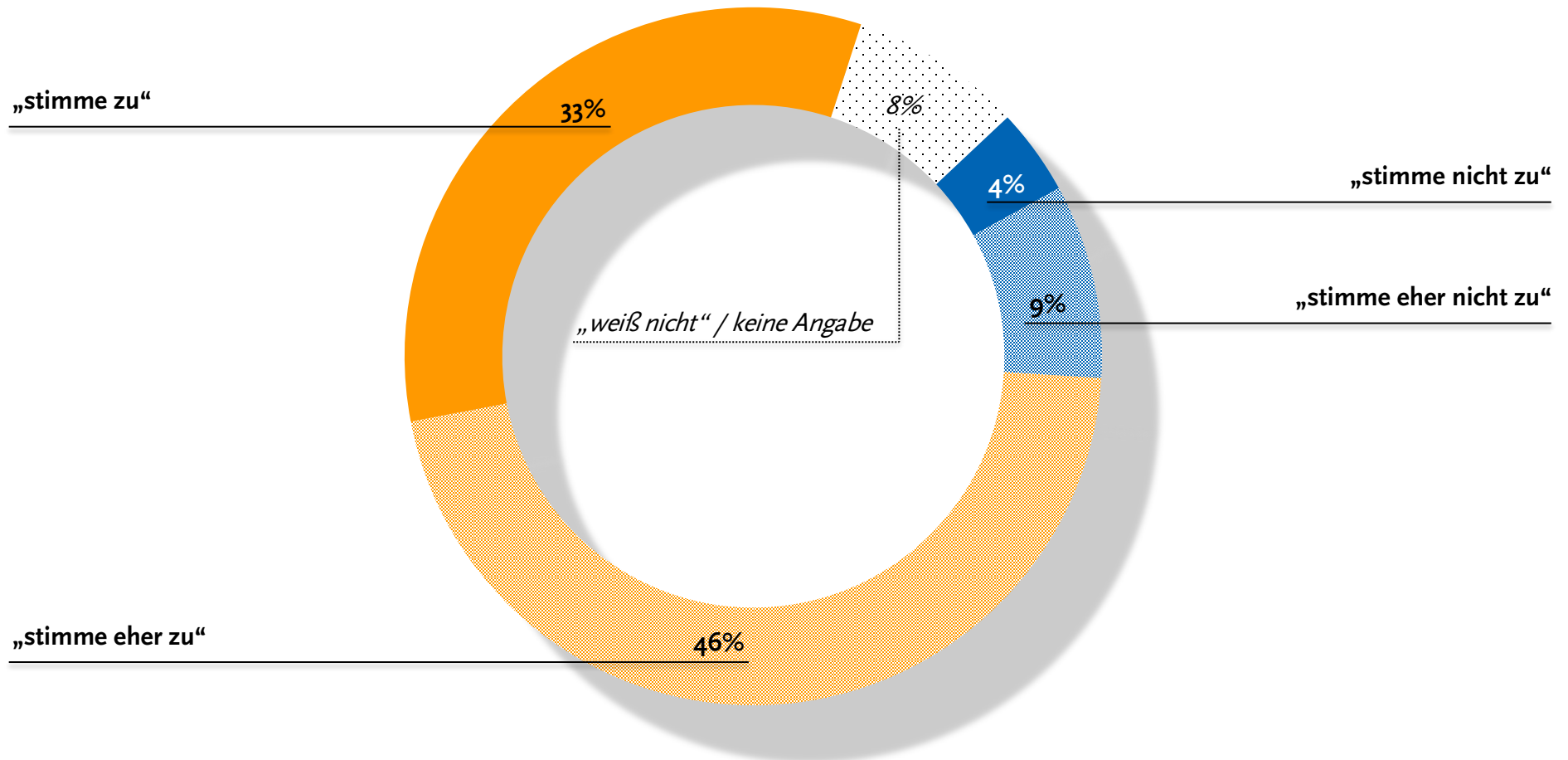
„Wenn es sich um ein Thema von überregionaler Bedeutung handelt, auch wenn mein persönliches Umfeld davon nicht direkt betroffen wäre, würde ich mich für oder gegen das Projekt engagieren.“





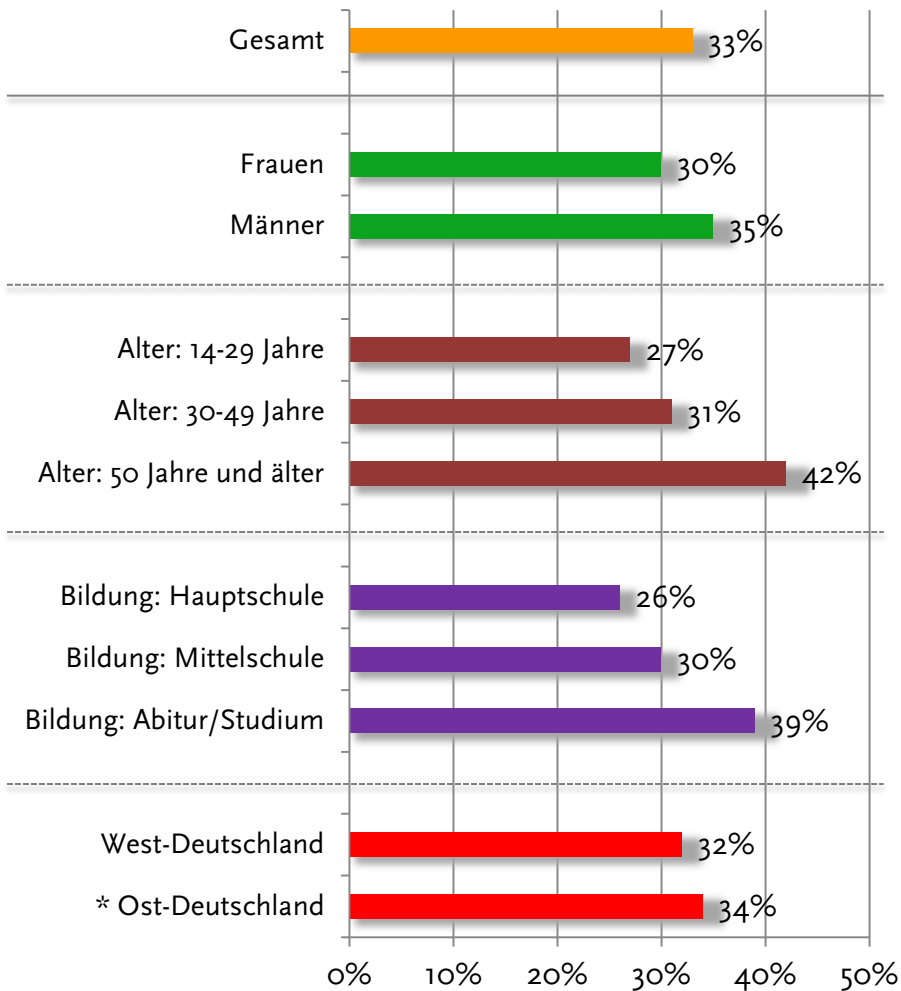
Aussage 2:

„Wenn es sich um ein Thema handelt, von dem ich, meine Familie oder meine Region betroffen wäre, würde ich mich für oder gegen das Projekt engagieren.“



## Aussage 2:

„Wenn es sich um ein Thema handelt, von dem ich, meine Familie oder meine Region betroffen wäre, würde ich mich für oder gegen das Projekt engagieren.“



### „stimme zu“

33 Prozent aller Befragten stimmen der Aussage zu.

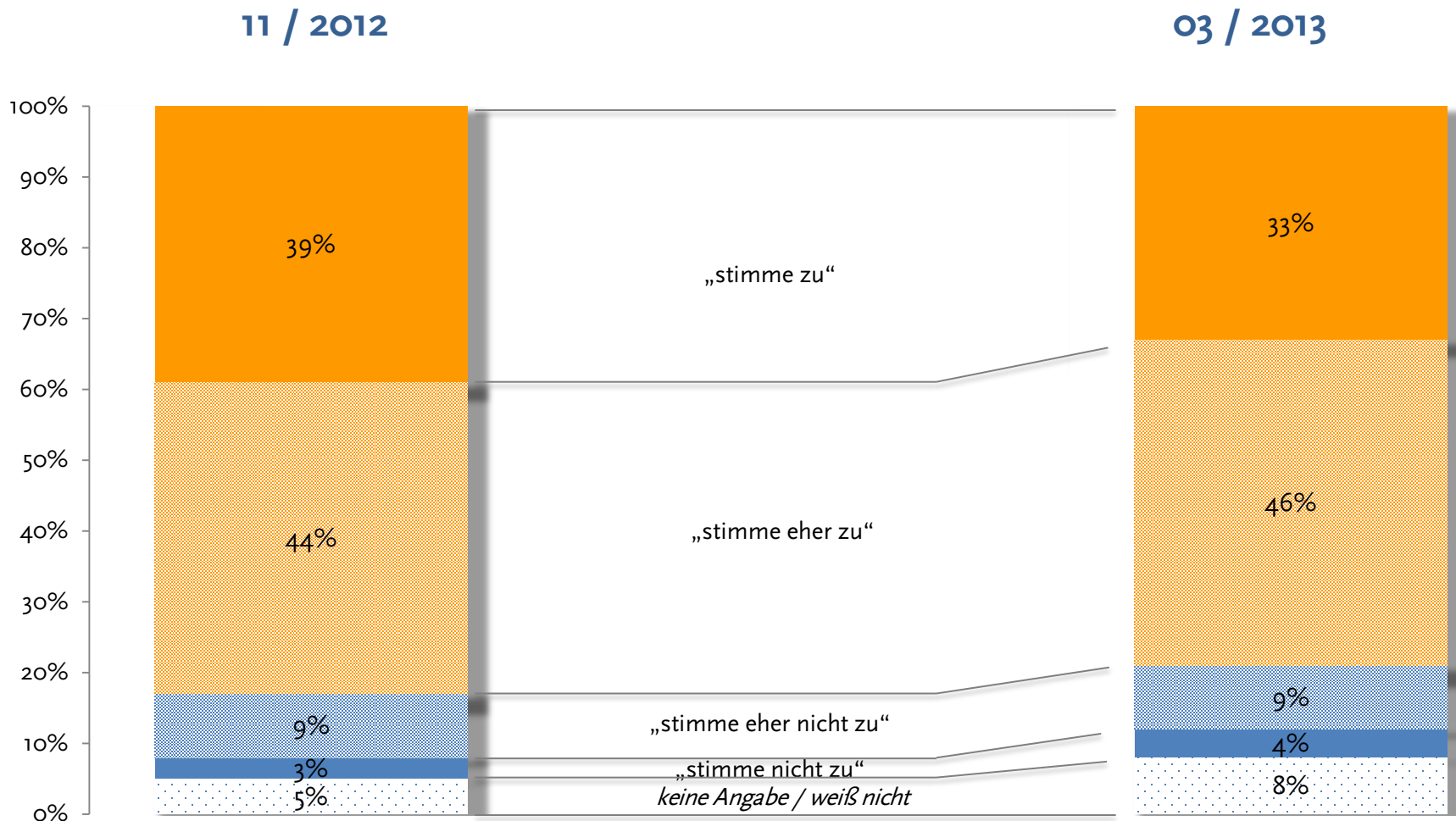
Erneut deutliche Unterschiede in den einzelnen Gruppen der Segmente „Alter“ und „Bildung“

\*) siehe Hinweis zur Methode Seite 16

## zeitliche Entwicklung

Aussage 2:

„Wenn es sich um ein Thema handelt, von dem ich, meine Familie oder meine Region betroffen wäre, würde ich mich für oder gegen das Projekt engagieren.“



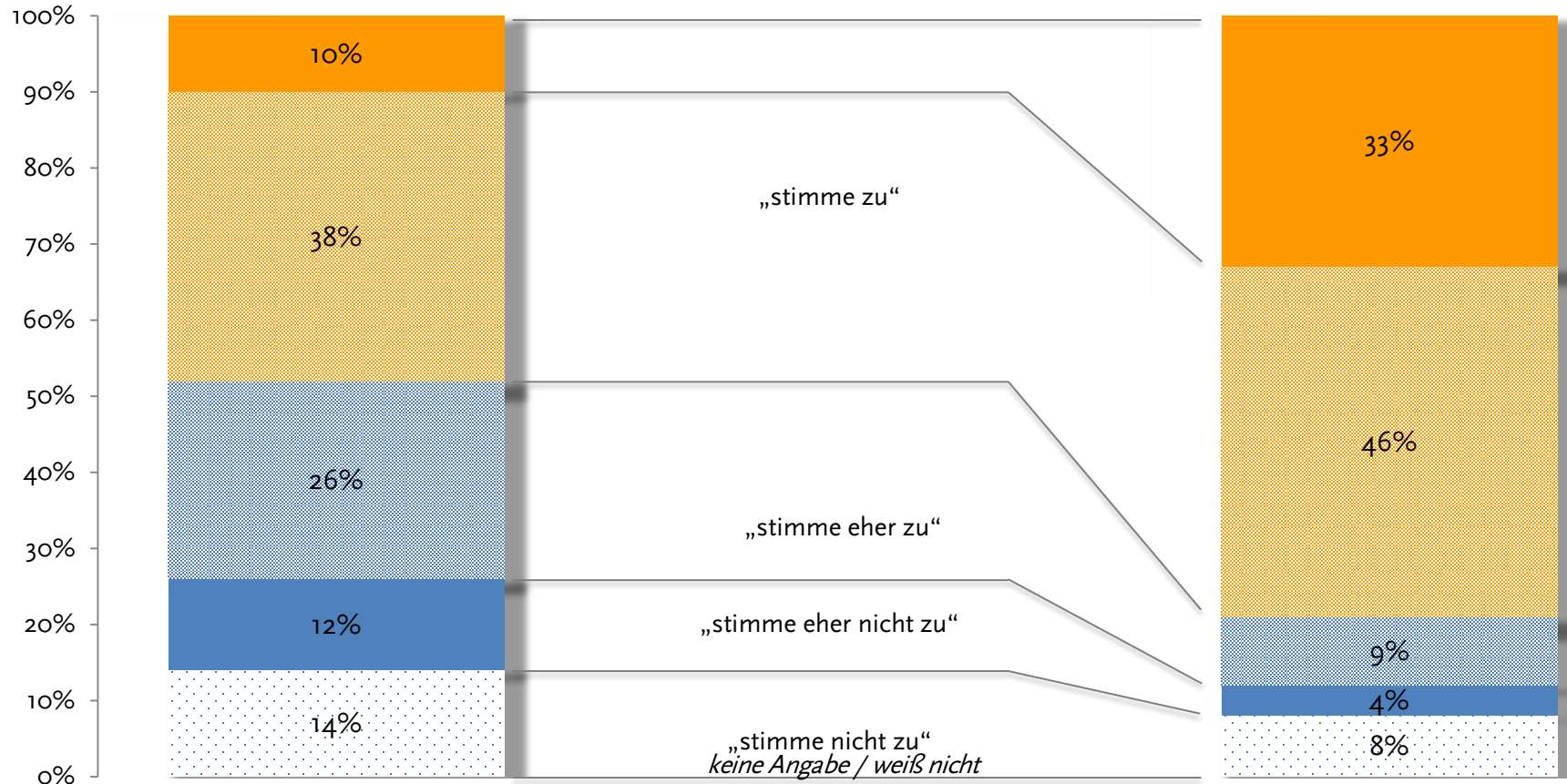
Gegenüberstellung  
(03/2013)

**Projekt überregional:**  
„Würde mich engagieren, wenn ...“

**Projekt lokal/regional:**  
„Würde mich engagieren, wenn ...“

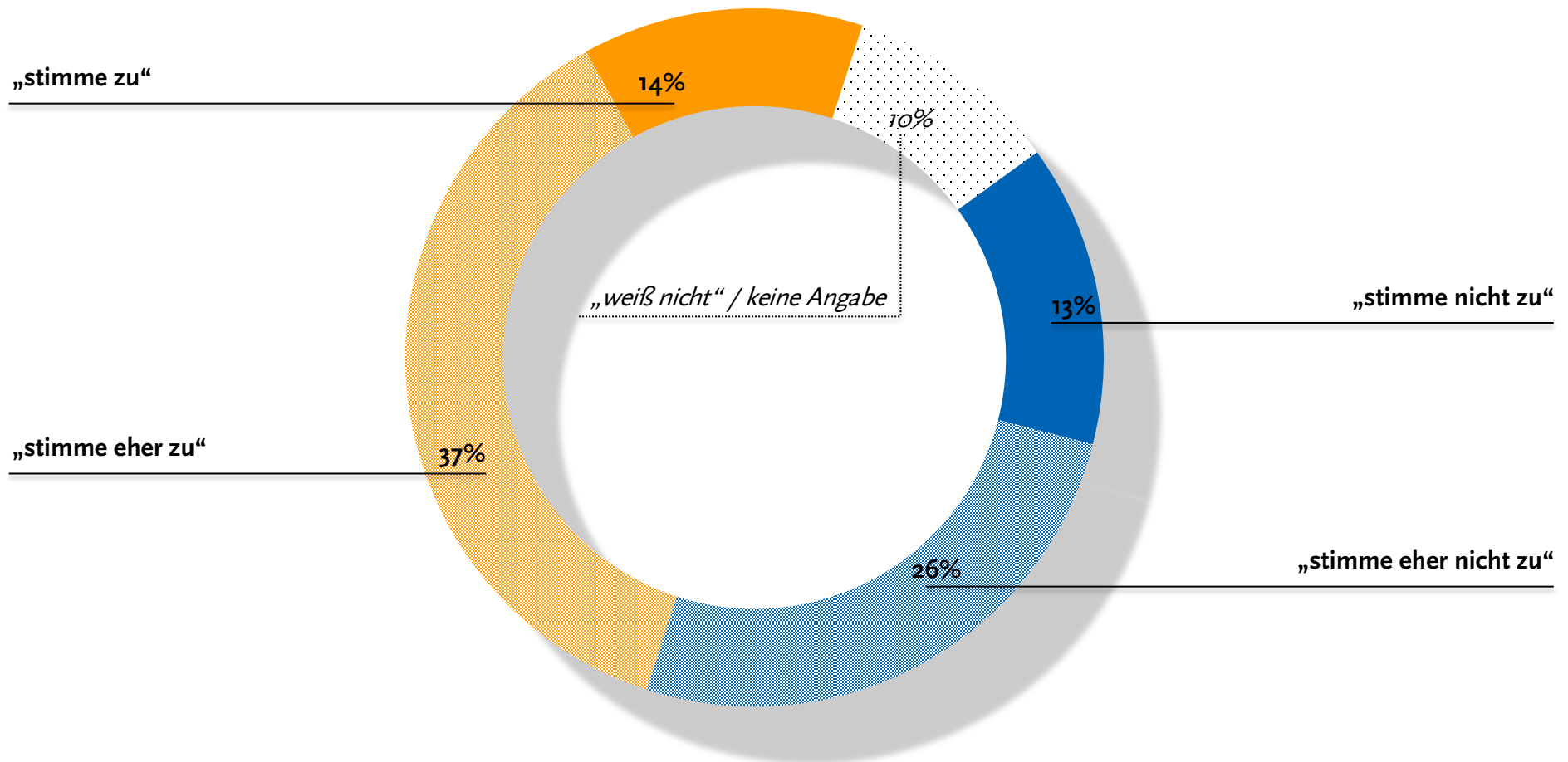
*... das Thema von überregionaler Bedeutung wäre, auch wenn mein persönliches Umfeld nicht direkt betroffen wäre.“*

*... ich, meine Familie oder meine Region betroffen wäre.“*



Aussage 3:

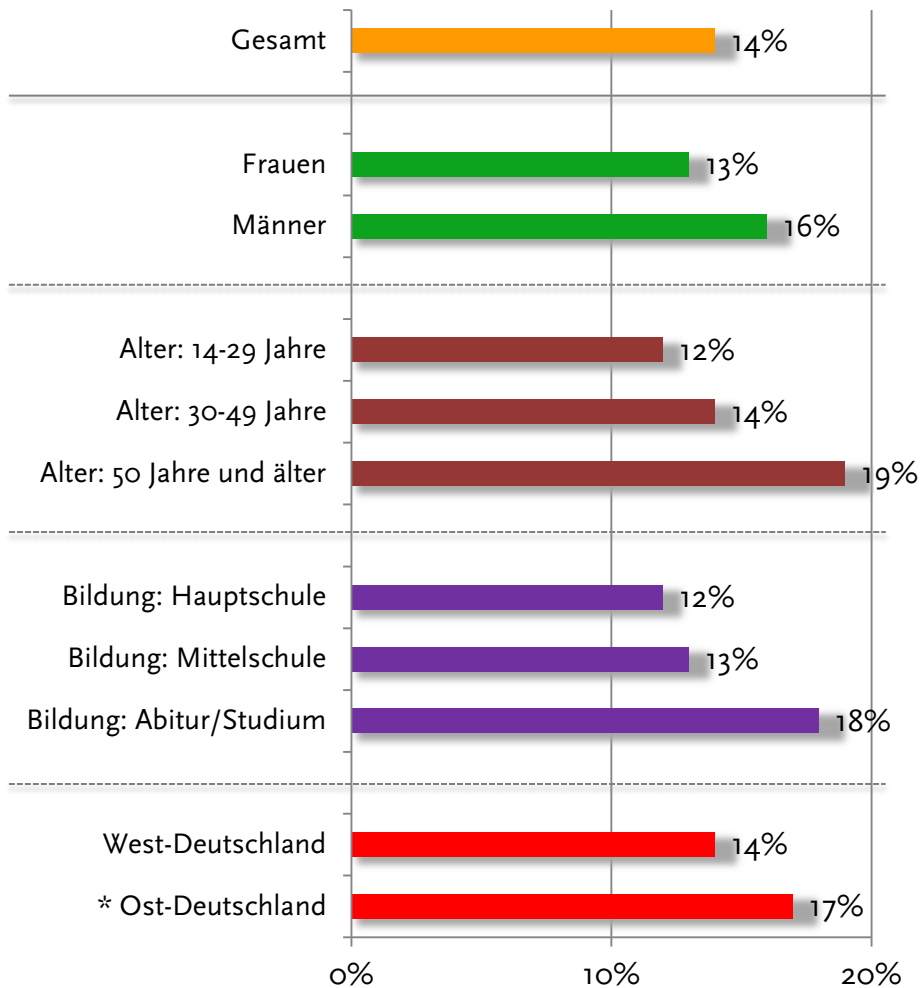
„Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen.“



Aussage 3:

„Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen.“

„stimme zu“



14 Prozent aller Befragten stimmen im März dieser Aussage uneingeschränkt zu und würden sich demnach für oder gegen öffentliche und private Vorhaben engagieren sowie Zeit und Geld dafür einsetzen.

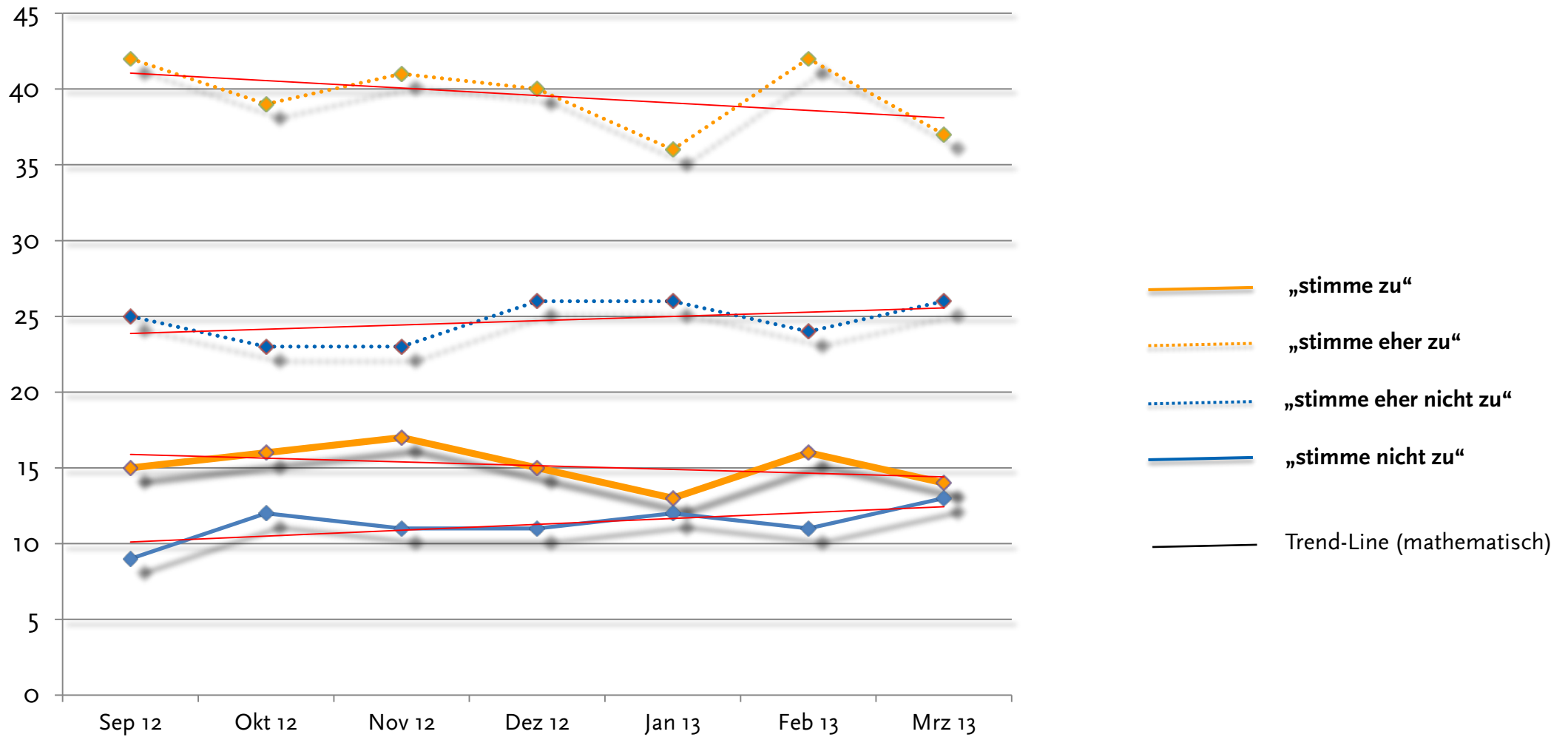
Auch hier wieder das bekannte Muster: Mit steigendem Alter und höherem formalem Bildungsabschluss steht die Bereitschaft sich zu engagieren.

\*) siehe Hinweis zur Methode Seite 16

Aussage 3:

„Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen.“

Zeitreihe: 9/2012 – 03/2013



## Methode und Randbedingungen für die repräsentative Befragung

Das Büro Hitschfeld hat im September 2012 damit begonnen, kontinuierlich (im Monatsabstand) Fragen zum Thema Akzeptanz zu stellen, um diesen Forschungsgegenstand aus unterschiedlichsten Blickwinkeln beleuchten zu können.

Grundgesamtheit ist jeweils die deutschsprachige Bevölkerung zwischen 14 und 64 Jahren im Bundesgebiet, die durch Aussteuerung zentraler soziodemographischer Merkmale repräsentativ abgebildet wird.

Für die Befragung „ März 2013“ wurden in den Wochen 11 + 12 insgesamt 1011 Mitglieder eines Online-Panels im Rahmen einer Mehrthemen-Befragung interviewt.

Auf die gestellten Fragen haben wir im Rahmen der Mehrthemenbefragung mit folgender Erläuterung hingeführt:

*„Und nun etwas ganz anderes... Die Realisierbarkeit öffentlicher und privater Vorhaben (z.B. Bau von Stromtrassen, Verkehrsinfrastruktur, Kraftwerke, Windparks etc.) hängt immer stärker von der Akzeptanz der Bevölkerung ab. Die Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger bei der Projektplanung gilt als Schlüssel für eine hohe Zustimmung. Dazu nun drei Fragen:“*

### Hinweise:

Die Zahlen der grafischen Darstellung geben grundsätzlich Prozentwerte an und sind gerundet, wobei es zu Rundungsfehlern kommen kann (Summe größer/kleiner als 100).

Bei der Gegenüberstellung „Ost-/Westdeutschland ist zu beachten, dass sich die zugrunde liegenden Fallzahlen für Ostdeutschland im zweistelligen Bereich bewegen.



## Impressum

- ➔ Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
- ➔ Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Hitschfeld Büro für strategische Beratung GmbH.
- ➔ Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.
- ➔ Feldinstitut: Marketagent.com online reSEARCH GmbH
- ➔ Ansprechpartner:  
Büro Hitschfeld: Uwe Hitschfeld – Tel.: 0341 305585 11