



Akzeptanz von Projekten in Wirtschaft und Gesellschaft

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

*Zusammenfassung der Daten von
09/2012 bis 08/2013 mit 12.042 Interviews*

Inhalt

	Seite
Intention	3
Zusammenfassung – Diskussion	4
Die zentralen Ergebnisse in graphischer Darstellung	5
Methode und Randbedingungen	11
Impressum	12

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. Deshalb untersuchen wir seit September 2012 im Rahmen eines langfristig angelegten, repräsentativen Meinungsforschungsprojekts diese Themen und stellen jeden Monat die gewonnenen Informationen öffentlich zur Diskussion. Die zentralen Ergebnisse können Sie noch einmal hier nachlesen:

http://www.hitschfeld.de/htdocs/forsch_d.html

Zum Abschluss unserer monatlichen Befragungsreihe legen wir eine zusammenfassende Dokumentation vor, die wir Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen:

Teil 1: Durch die Kumulation der Daten der 12 Wellen von 09/2012 bis 08/2013 konnten wir die Datenbasis auf insgesamt 12.042 Befragte für eine monatlich wiederkehrende Frage erweitern. Mit diesen Fallzahlen sind nun Auswertungen, die auch regionale Spezifika berücksichtigen, möglich.

Teil 2: Mit insgesamt acht Fragen wurden unterschiedliche Facetten zur Thematik beleuchtet. Um „konjunkturelle Schwankungen“ auszuschließen bzw. sie zu belegen wurden diese Fragestellungen jeweils dreimal im Abstand von einem viertel Jahr wiederholt. Die Daten basieren auf jeweils gut dreitausend Interviews.

Leipzig, im August 2013

Zusammenfassung – Diskussion

- » Die Bereitschaft sich für oder gegen ein Projekt zu engagieren ist über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg auf hohem Niveau stabil. Gleiches trifft auf wesentliche Einschätzungen im Zusammenhang mit Partizipation („Frage“), Transparenz („Frage“) und öffentlichem Vertrauen („Frage“) zu. Dadurch wird sichtbar, dass aktuelle politische, kulturelle und andere gesellschaftliche Ereignisse keinen oder nur einen geringen Einfluss auf die Einstellungen der Menschen zu diesem Themenkomplex haben. Bei dem gleichbleibend hohen Aktionspotenzial handelt sich also nicht um ein Modethema (Stuttgart-21-Hype). Hier werden vielmehr stabile Einstellungen sichtbar.
- » Nennenswerte Unterschiede in den soziodemographischen Gruppen (Geschlecht, Alter, Bildung) sowie zwischen Osten und Westen gibt es nicht.
 - » Der Umstand, dass die Werte über den kompletten Zeitraum stabil sind, zeigt, dass die Themen Akzeptanz und Partizipation in breiten Bevölkerungsschichten stabil verankert sind und nicht durch kurzfristige Partikular-Diskussionen um einzelne Projekte mit hoher (Medien-)Aufmerksamkeit (Flughafen, Netzausbau, Verkehrsinfrastruktur) oder vor der Haustür (Windparks, Privatisierungen, Umgehungsstraße etc.) beeinflusst werden.
- » Weite Teile der Bevölkerung hegen ein tiefes Misstrauen gegenüber Planungsdaten und Informationspolitik rund um öffentliche und private Vorhaben. Gleichzeitig wird die Erwartung einer umfassenden Informationspolitik formuliert.
 - » Die Bemühungen von Politik, Wirtschaft und Verwaltung in der jüngsten Vergangenheit, dem Thema „Akzeptanz“ verstärkt Aufmerksamkeit zu widmen, haben offenbar bisher noch nicht die erhoffte, nachhaltige Wirkung bei den Bürgerinnen und Bürgern gezeigt.
 - » Stabile Einstellungen, wie in dieser Studie von uns nachgewiesen, können nicht durch kurzfristige Maßnahmen – zum Beispiel das „Organisieren“ von Akzeptanz im Sinne von Krisenkommunikation – verändert werden. Vielmehr müssen Politik, Wirtschaft und Verwaltung die Gewinnung und Sicherung von Akzeptanz als eine langfristige, strategische und projektbegleitende Aufgabe verstehen, für die sie auch die notwendigen Ressourcen bereitstellen müssen.

Teil 1:

monatlich wiederkehrende Frage
September 2012 bis August 2013

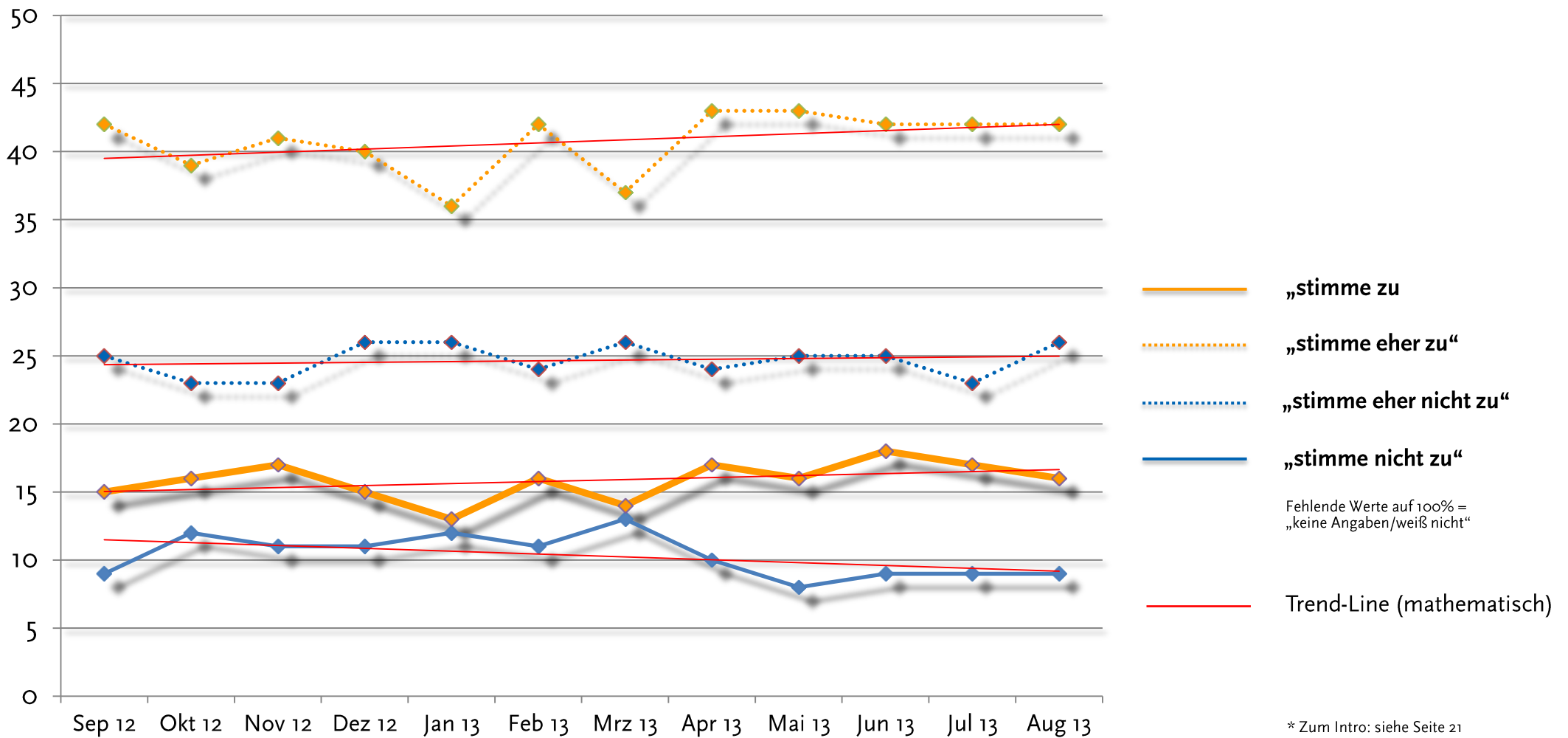
Die zentralen Daten
in grafischer Darstellung

Basis: 12.042 Interviews

Aussage:

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

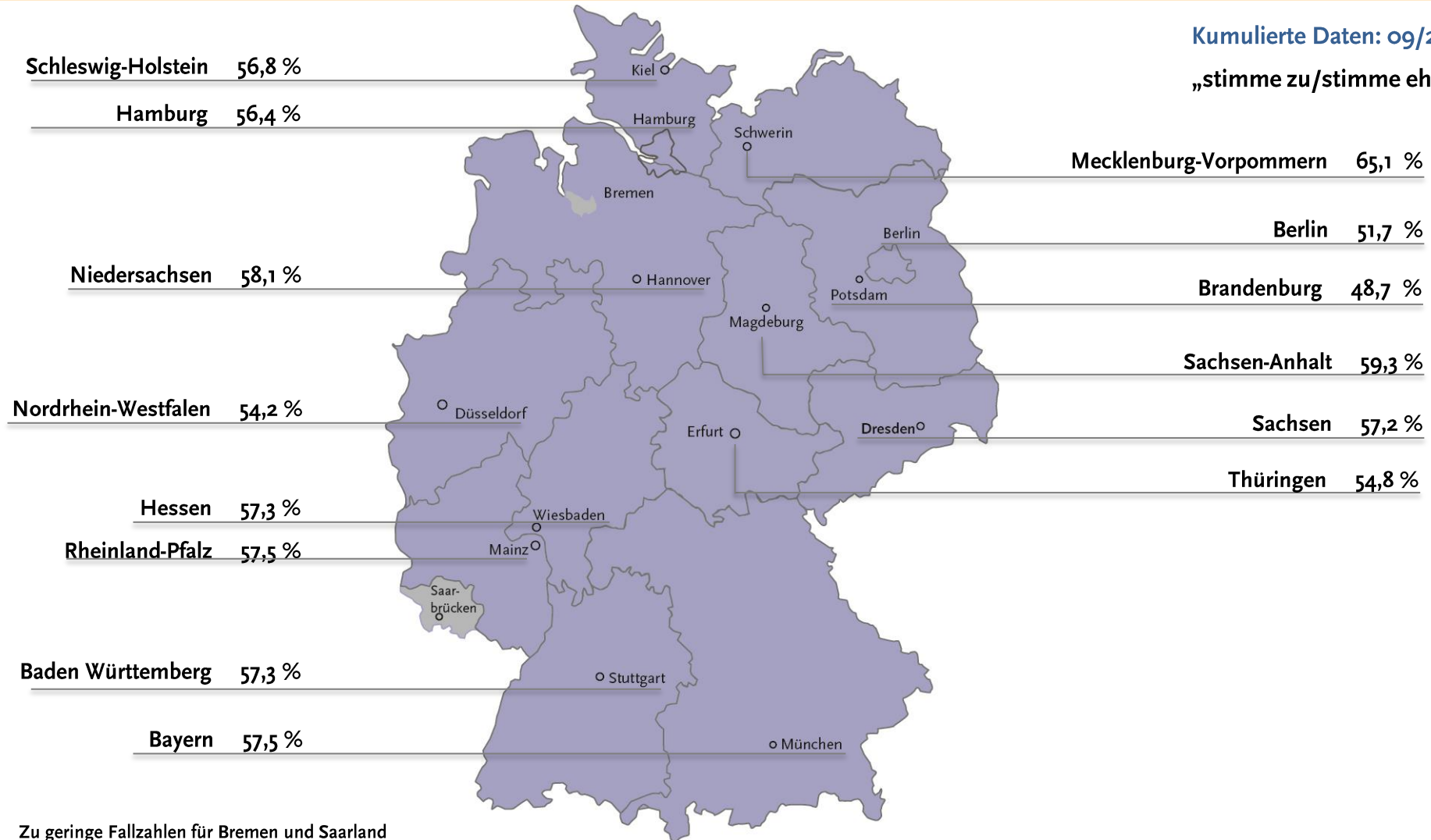
Zeitreihe: 09/2012 – 08/2013



* Zum Intro: siehe Seite 21

Aussage:

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



Aussage:

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

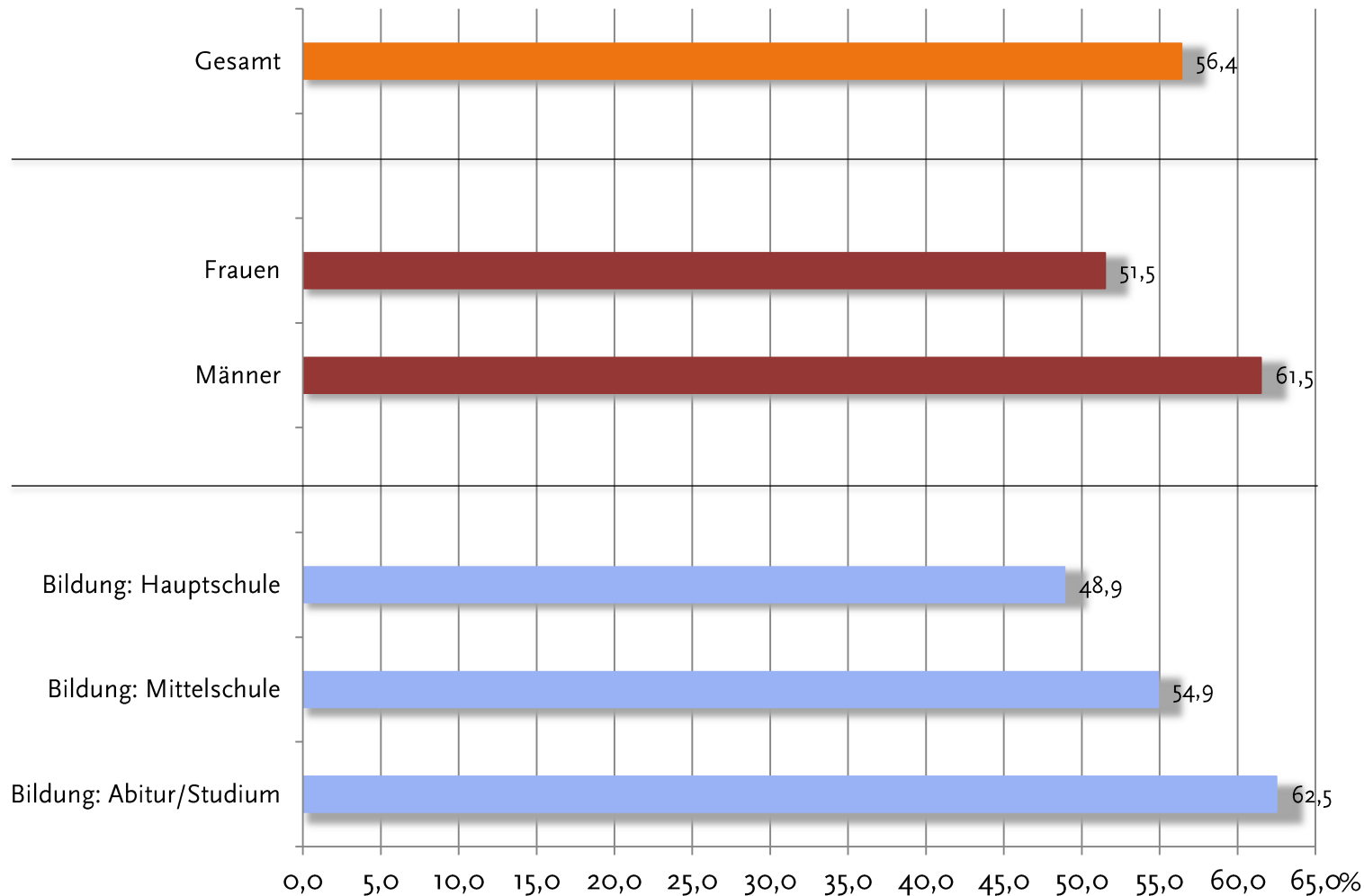


Kumulierte Daten: 09/2012 – 08/2013
„stimme zu/stimme eher zu“

BRD gesamt		56,4 %
Alte Bundesländer		56,7 %
Neue Bundesländer		55,4 %

Aussage:

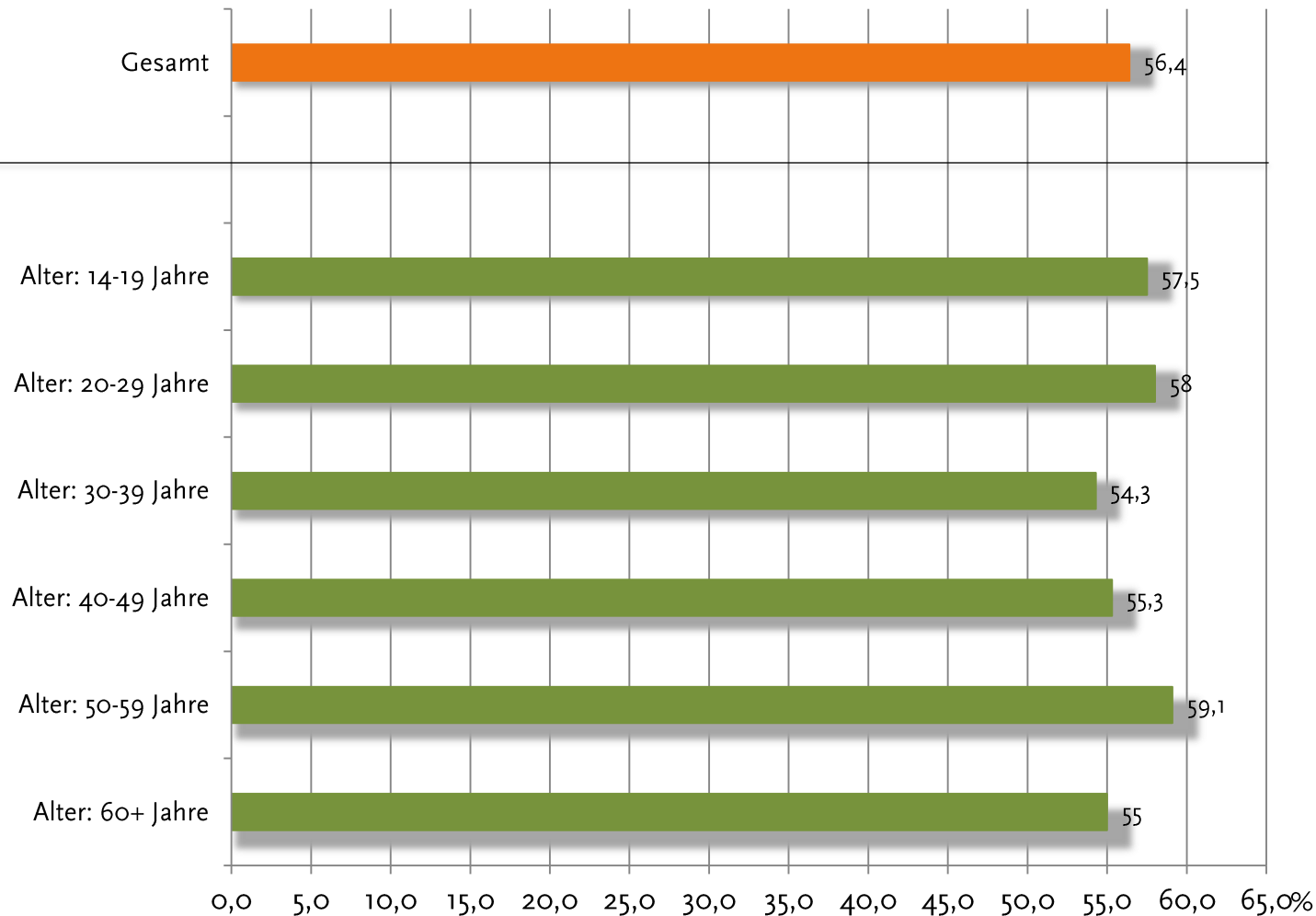
„Ich würde mich für oder gegen öffentliche oder private Vorhaben engagieren und dafür Zeit und wenn nötig auch Geld einsetzen“



„stimme zu/stimme eher zu“

Aussage:

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



„stimme zu/stimme eher zu“

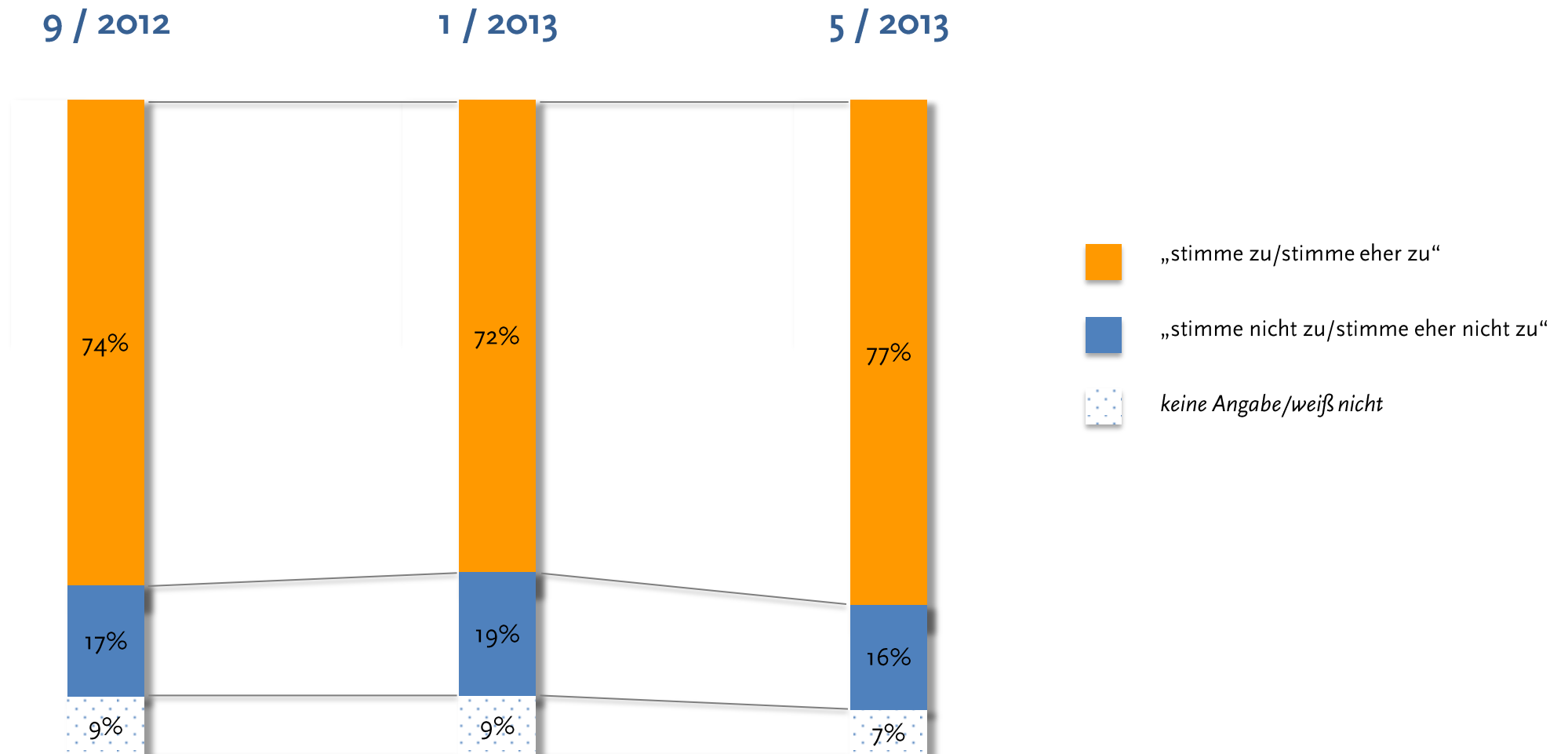
Teil 2:

Acht Fragestellungen, die jeweils dreimal im Abstand von einem viertel Jahr wiederholt wurden

Die zentralen Daten
in grafischer Darstellung

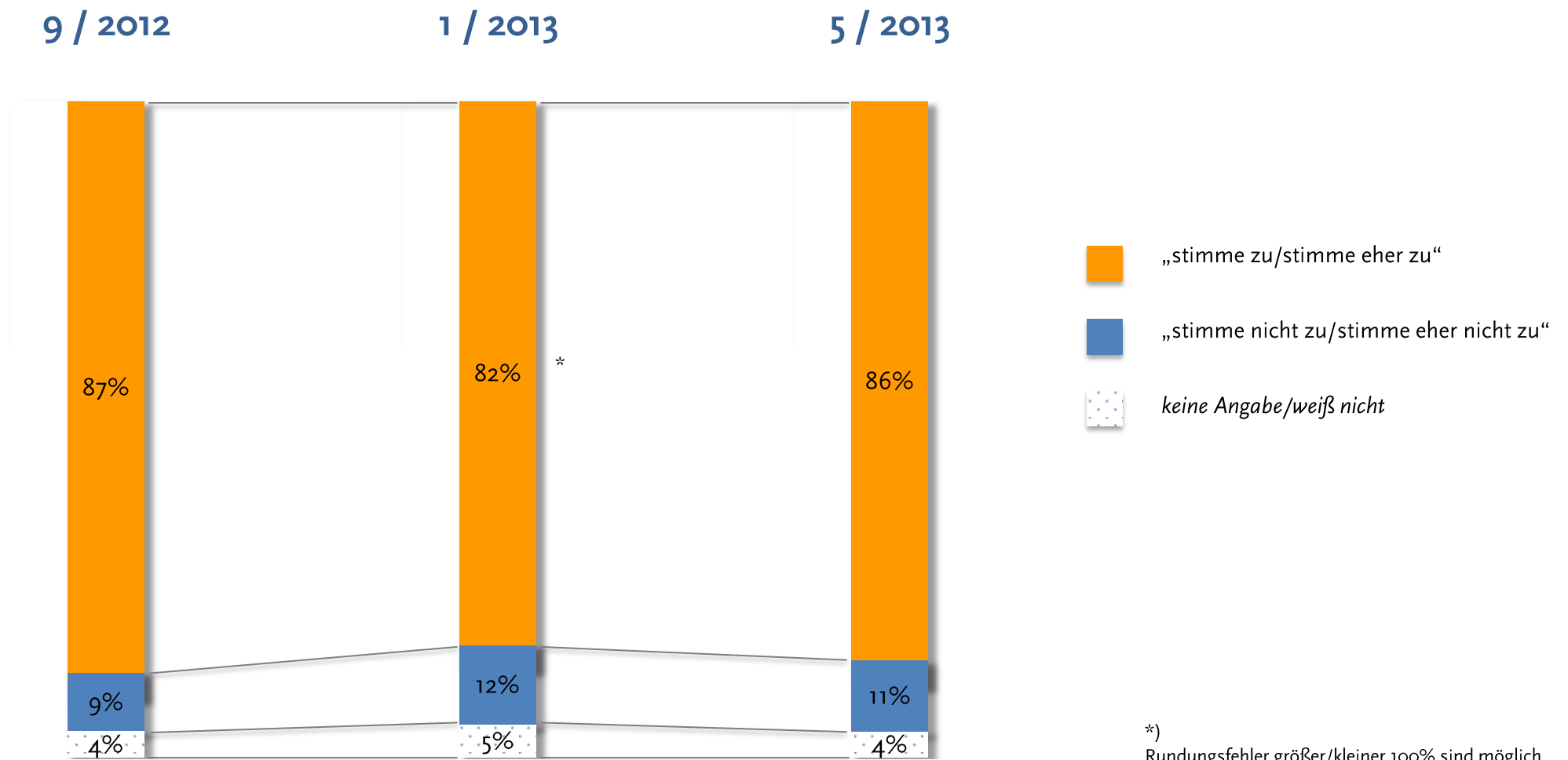
Aussage:

„Den vorgelegten Daten und Prognosen für die Genehmigungsverfahren bei solchen Projekten ist oft nicht zu trauen.“



Aussage:

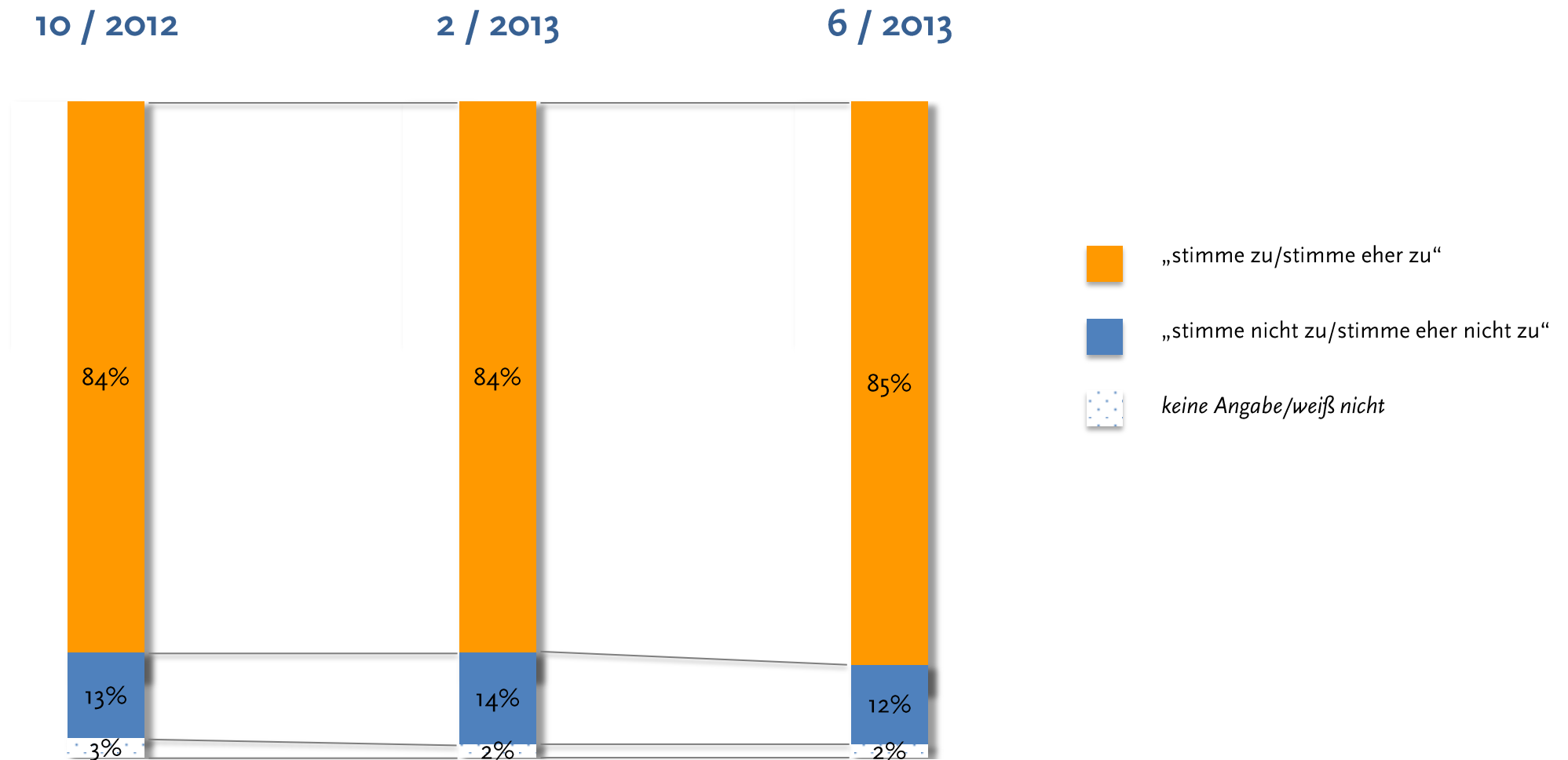
„Politik, Verwaltung und Unternehmen geben bei solchen Projekten nur so viele Informationen heraus wie unbedingt nötig.“



Aussage:

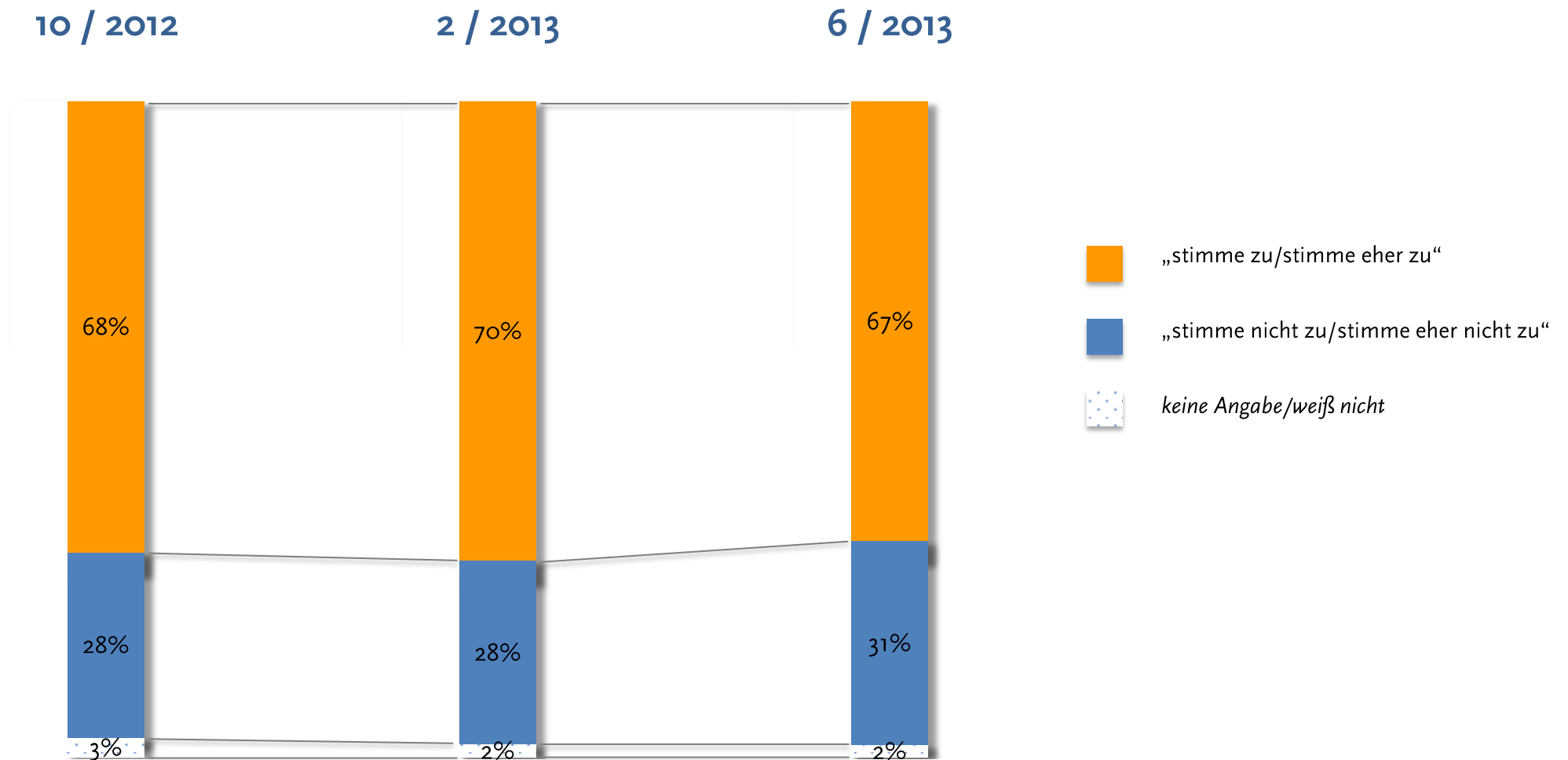
„Bei solchen Projekten zeigt sich:

Die große Politik entscheidet – und wir müssen die Folgen tragen.“



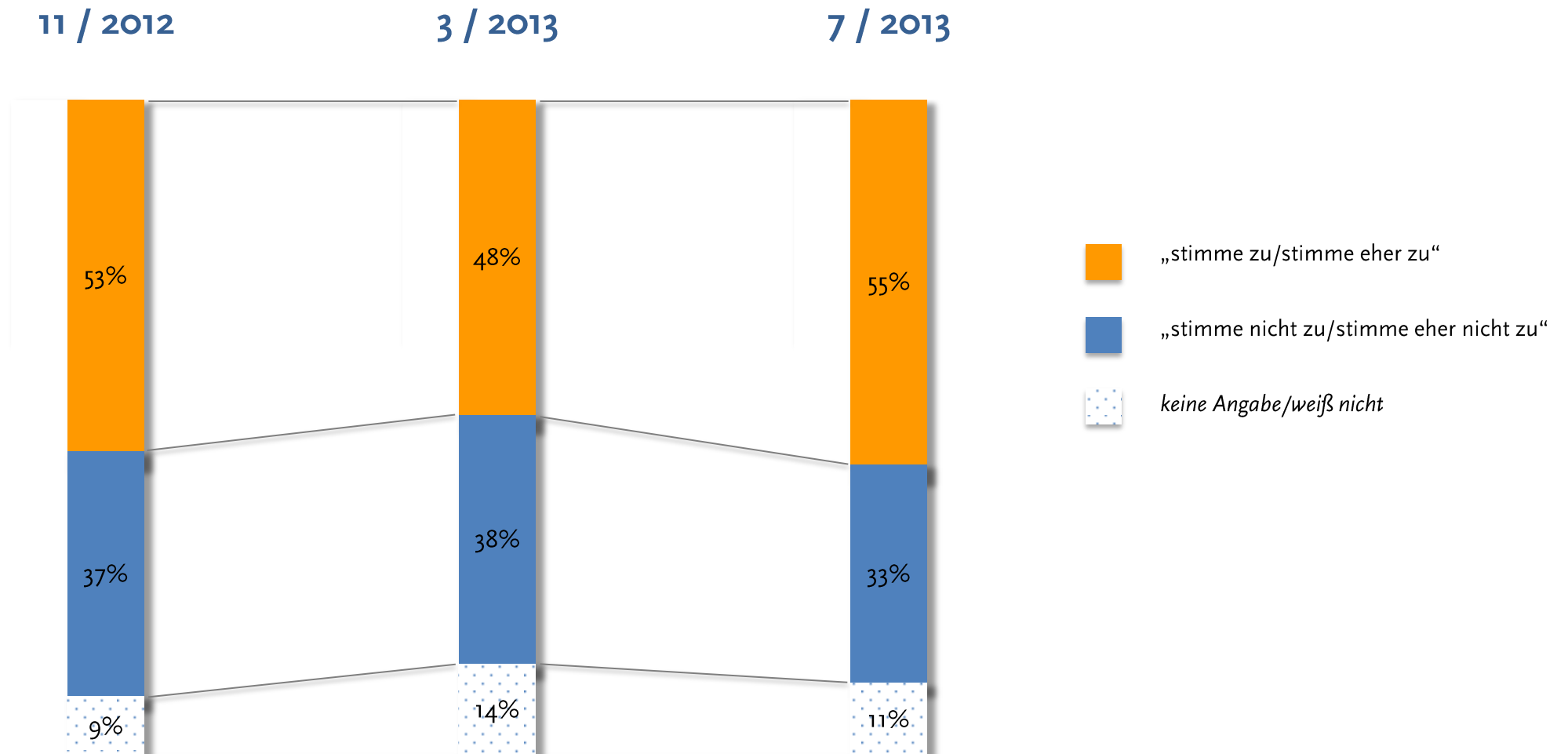
Aussage:

„Auch wenn er bei solchen Projekten unmittelbar betroffen ist: Der einfache Bürger hat praktisch keine Möglichkeiten, seiner Meinung Gehör zu verschaffen.“



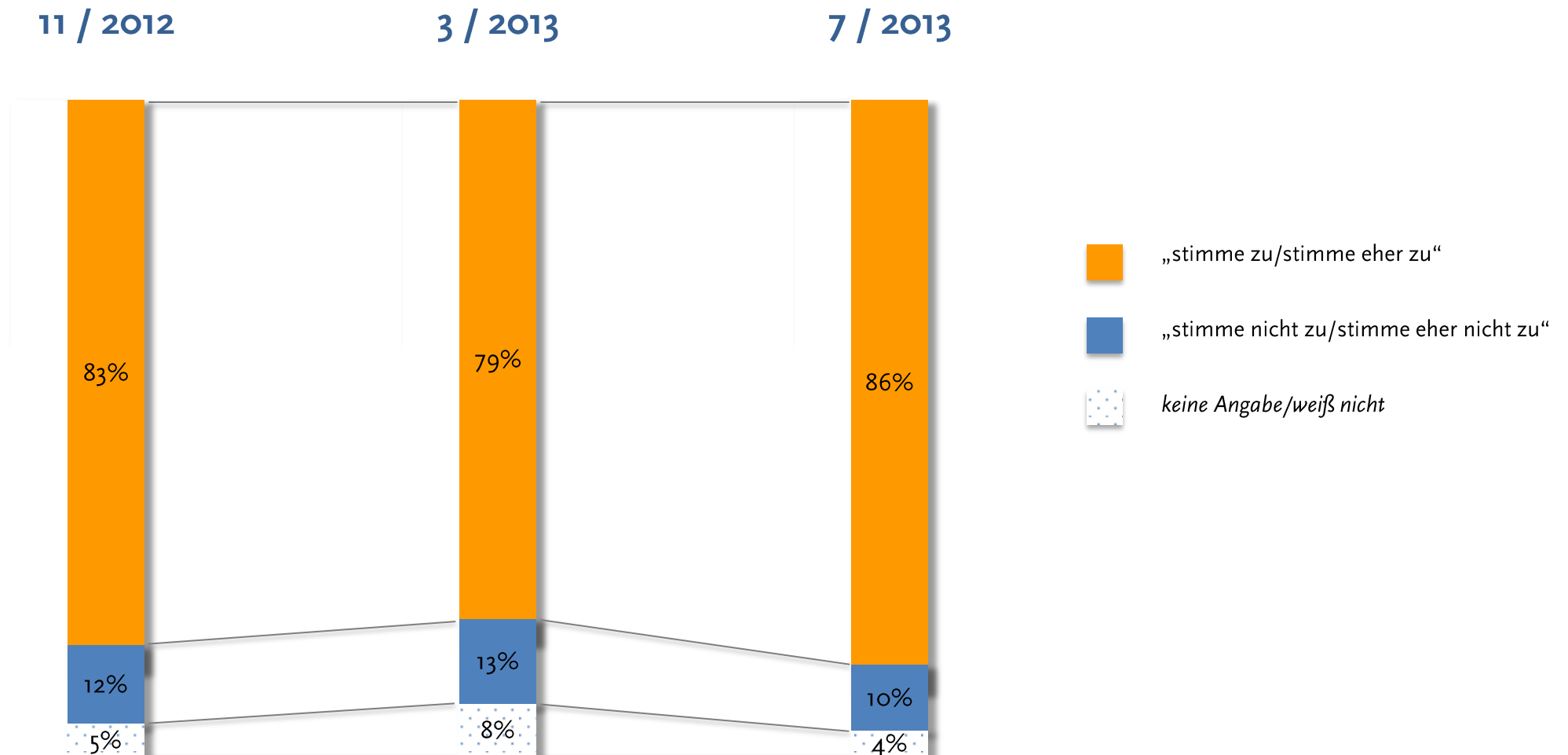
Aussage:

„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.“



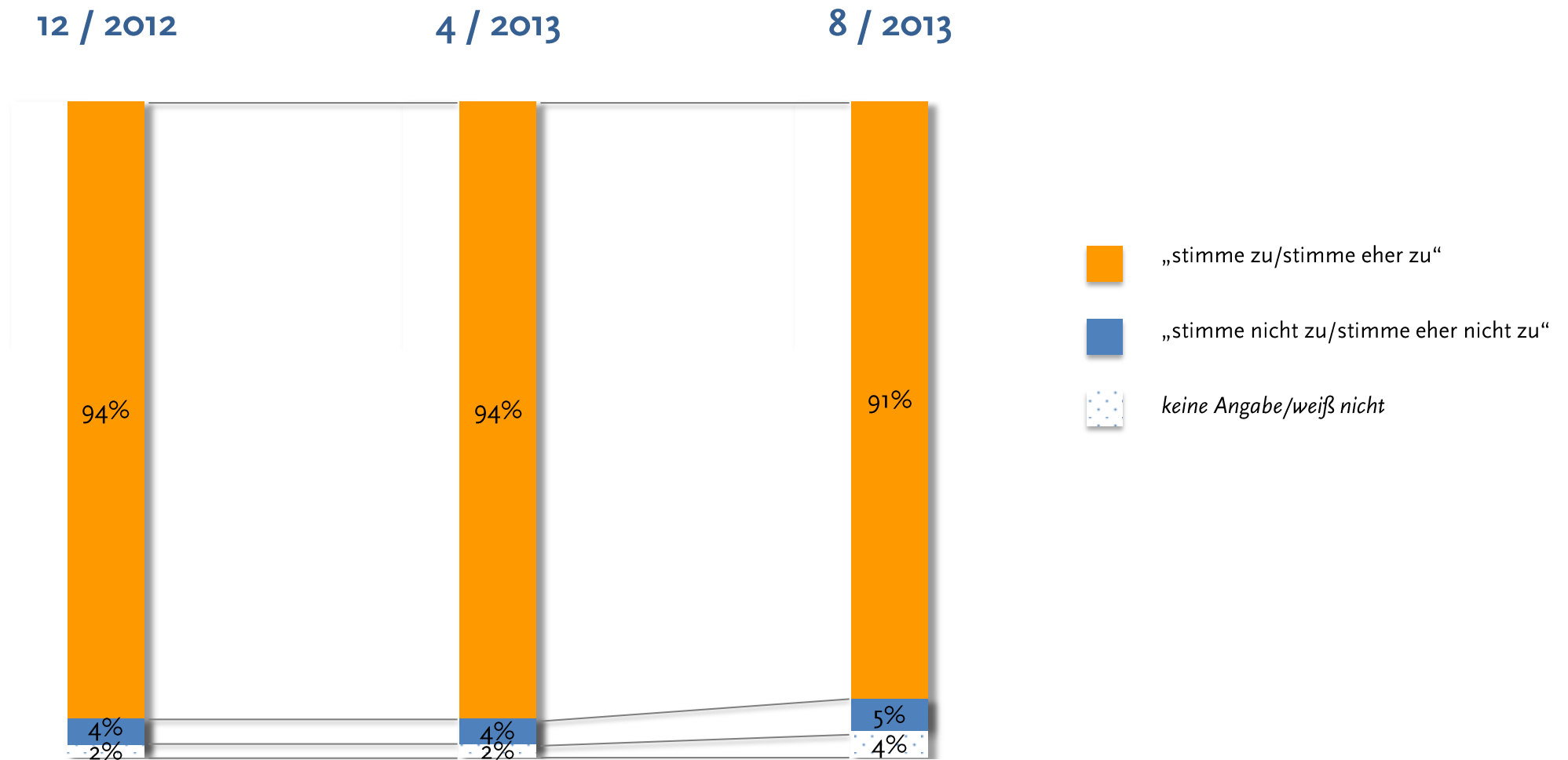
Aussage:

„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.“



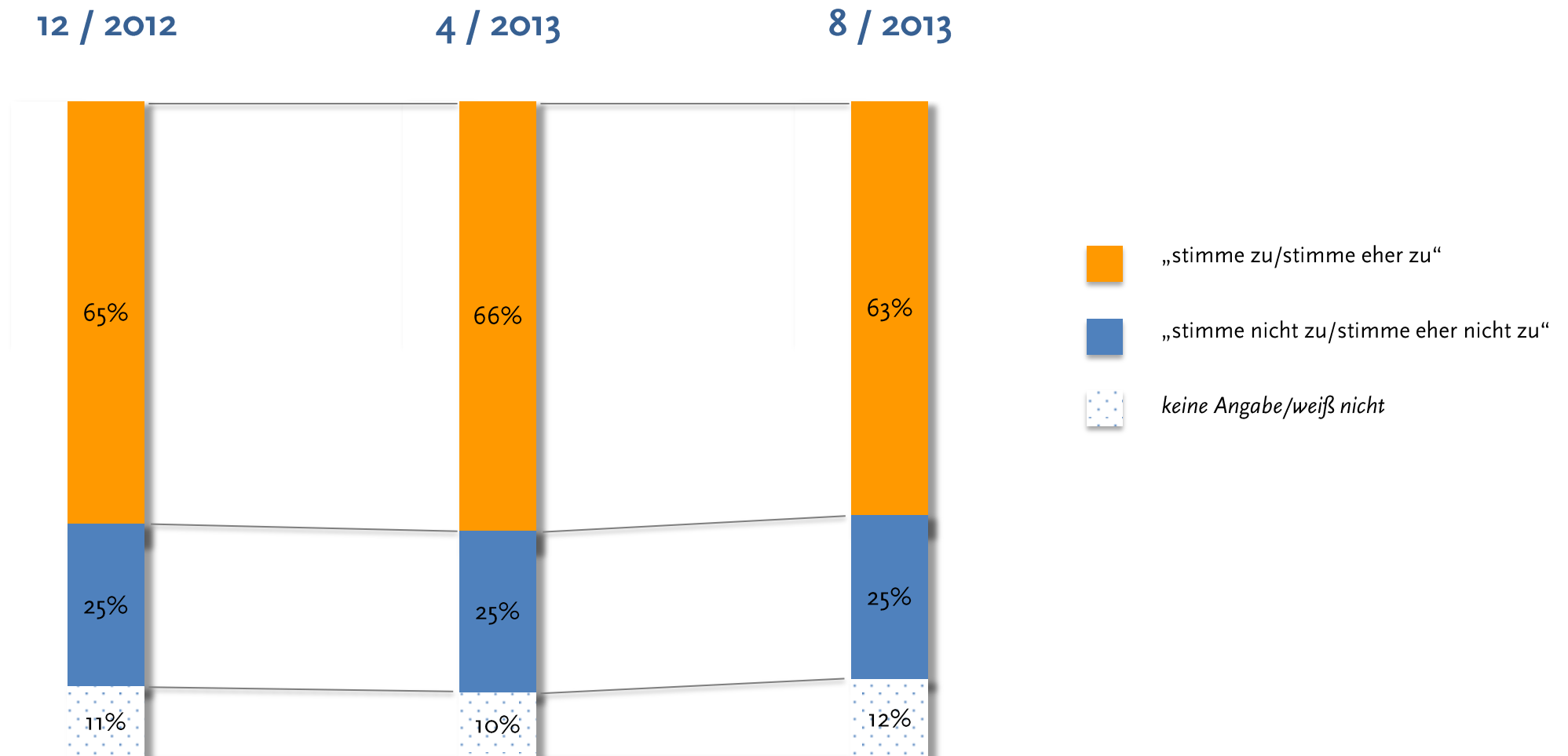
Aussage:

„Politik, Verwaltung und Unternehmen haben heute bei solchen Projekten die Pflicht, Betroffene und Bürger umfassend zu informieren.“



Aussage:

„Informationen zu solchen Projekten sind oft nicht mehr als ein Feigenblatt.“



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.

Die Frage zum Thema „Bereitschaft zum Engagement“ (Teil 1) wurden neben wechselnden Themenblöcken (Teil 2) monatlich gestellt. Für diese Auswertung wurden die Daten von September 2012 bis August 2013 mit insgesamt 12.042 Interviews zusammengefasst.

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 eine Frage:“

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: Marketarget Deutschland
- ➔ Ansprechpartner:
Büro Hitschfeld: Uwe Hitschfeld – Tel.: 0341 305585 11