

**Von der Landingpage bis zur
Infoveranstaltung: Wie man die
Akzeptanz bei Windpark-Anwohnern
und Meinungsführern erhöht**

28. Windenergietage Potsdam

Über uns

- » gegründet 2004
- » spezialisiert auf Public Relations für erneuerbare Energien und verwandte Technologiethemata
- » Leistungsspektrum: Konzept & Beratung, Pressearbeit, Events, Corporate Publishing, Websites, Social Media, Content-Marketing
- » namhafte nationale und internationale Kunden
- » bereits dreimal vom Bundeswirtschaftsministerium als junges, innovatives Unternehmen ausgezeichnet



Unsere Kunden (Auswahl)



„Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier von der CDU hatte nach einem "Windkraftgipfel" Anfang September angekündigt, zusammen mit den Ländern in den kommenden Monaten ein Maßnahmenprogramm zu erarbeiten, um den schleppenden Ausbau der Windkraft an Land wieder zu beschleunigen. Dabei soll es etwa darum gehen, mehr Flächen für Windkraftanlagen verfügbar zu machen und Genehmigungsverfahren zu beschleunigen. **Außerdem soll die Akzeptanz von Windparks erhöht werden.**“

dpa-Meldung vom 21.10.2019

Akzeptanz schaffen: Frühzeitig, transparent und glaubwürdig kommunizieren

Zentrales Element: Informationsveranstaltung

- » Projekt bekannt machen
- » Planungen vorstellen
- » Dialog mit den Anwohnern
- » Fragen beantworten
- » Vertrauen herstellen
- » Bürgerinitiativen zuvorkommen

Konzept entwickeln

- » **Setzen Sie sich ein Ziel**
- » **Definieren Sie Ihre Botschaften**
- » **Legen Sie die Zielgruppen fest**
- » **Ermitteln Sie Gegner, Befürworter und die Stimmung vor Ort**
- » **Ermitteln Sie Ihre Ressourcen (finanziell, personell)**
- » **Legen Sie eine kritische Sprachregelung fest**

Vorbereitungen

- » **Zeitplan festlegen**

- » **Eventuell Projektgruppe ins Leben rufen**
 - Bürger einbeziehen

- » **Multiplikatoren einbinden**
 - Zum Beispiel: Gemeinderäte, Behörden und Meinungsführer vor Ort informieren

Landingpage erstellen

- » **Informieren Sie die Öffentlichkeit über das Projekt**
 - Projektdetails und -entwicklungen
 - Zeitplan
 - Ansprechpartner

- » **Nutzen Sie die Landingpage für die Öffentlichkeitsarbeit**
 - Pressemitteilungen, News, Termine
 - Aktivitäten vor Ort
 - Engagement

OSTWIND
An Energie gewinnen.

Wald-Windpark Bahren West

Fakten Standort Wertschöpfung Schall und Schatten Arten- und Naturschutz Aktuelles Kontakt

Im südöstlichen Teil Brandenburgs entsteht derzeit mit dem Windpark Bahren West eines der ambitioniertesten Wald-Windprojekte Europas.

FAKTEN

 20 Vestas V150	 100 MW Gesamtleistung	 100.000 versorgte Haushalte	 225.000 t CO ₂ -Einsparung	 2.850.000 € für Mensch und Natur
---	--	--	--	---







Quelle: <https://www.windpark-bahren-west.de/>

Landingpage Beispiel



» Ausgewählte Projekte » Forst Briesnig

Windpark Forst Briesnig

 Aktuelles	 Standort	 Anlagentyp	 Visualisierungen
 Zeitplan	 Hintergrund	 Fragen und Antworten	

ABO Wind hat einen Windpark mit fünf Anlagen auf dem Gebiet der Gemeinde Forst in Brandenburg errichtet. Das zum Ortsteil Briesnig gehörende Areal wurde bereits 2003 als Windeignungsgebiet ausgewiesen. 2018 hat ABO Wind das Projekt von Vattenfall erworben. Die Windräder stehen auf dem Gelände der rekultivierten Bergbaufolgelandschaft des Tagebaus Jänschwalde und erzeugen so viel sauberen Strom wie rund 14.000 Haushalte verbrauchen. Das vermeidet den jährlichen Ausstoß von mehr als 35.500 Tonnen Kohlendioxid.

Im Zuge der Planungen haben wir uns um größtmögliche Transparenz bemüht. Diese Website bietet deshalb Wissenswertes über das Projekt, Hintergrundinformationen sowie Antworten auf häufige Fragen. Wenn Sie darüber hinaus etwas wissen möchten, wenden Sie sich gerne an uns.

[Aktuelles](#)

Ansprechpartner



Alexander Seidel

☎ +49 30 992 969-1042

📠 +49 30 992 969-109

alexander.seidel@abo-wind.de

Downloads

Standortkarte:
[Windpark Forst Briesnig \(pdf\)](#)

Poster der Infomesse:
[Allgemeine Poster zur Windenergie \(pdf\)](#)

[Poster zum Projekt Forst Briesnig \(pdf\)](#)

[Poster Visualisierungen zum Projekt Forst Briesnig \(pdf\)](#)

Organisation der Informationsveranstaltung

- » **Legen Sie einen passenden Termin fest**
- » **Recherchieren Sie geeignete Räumlichkeiten**
- » **Benennen Sie einen Veranstaltungsleiter oder Moderator**
- » **Legen Sie die Zuständigkeiten fest**
 - Bestimmen Sie, wer sich um welche Aufgaben kümmert (z.B. Ansprechpartner für die Referenten, für Journalisten, für die externen Dienstleister, etc.)
 - Nutzen Sie Checklisten, Stabslisten oder einen Ablaufplan

Wählen Sie ein geeignetes Format

Vortrag

- » **Vorteile:** Direkte Ansprache, viele Informationen, umfassende Thematik, Bildpräsentation
- » **Nachteile:** Kaum Dialog, stattdessen „einseitige Beschallung“, kritische Anmerkungen werden ggf. von der ganzen Runde gehört, ggf. Hemmungen bei den Zuhörern, Fragen zu stellen

Wählen Sie ein geeignetes Format

Podiumsdiskussion

- » **Vorteile:** Experten einbinden, vielfältige Aspekte aufgreifen, Debatte forcieren
- » **Nachteile:** Hoher Abstimmungsaufwand, einzelne Referenten könnten gezielt angegriffen werden, kritische Anmerkungen werden ggf. von der ganzen Runde gehört, ggf. Hemmungen bei den Zuhörern, Fragen zu stellen, dadurch kaum Dialog

Wählen Sie ein geeignetes Format

Thementische

- » **Vorteile:** Gespräche auf Augenhöhe, dadurch weniger Hemmungen, individueller Austausch, Inhalte können von den Referenten individuell vermittelt werden
- » **Nachteile:** Überblick kann verloren gehen, umfassende Koordination notwendig, Aussagen/Botschaften müssen mehrfach wiederholt werden, sehr viele Referenten notwendig

Wählen Sie ein geeignetes Format

Unsere Empfehlung

- » Formate mischen, z.B. mit einer kurzen Einführung beginnen und dann Thementische einrichten

Programm

» Themen und Referenten

- Zum Beispiel: Infraschall, Schlagschatten, Rotmilan, Ausgleichsregelungen
- Wer kann zu welchem Thema etwas sagen?

Referenten und Dienstleister auswählen

- » **Wählen Sie Referenten aus**
 - Beispiele: Experten für Infraschall, Genehmigungsverfahren, Wirtschaftlichkeit, etc.

- » **Beauftragen Sie Dienstleister und weisen Sie diese ein**
 - Zum Beispiel: Catering, Fotograf, PR-Agentur, Hausmeister, Techniker, etc.

Laden Sie gezielt zur Veranstaltung ein

- » **Erweitern und aktualisieren Sie Ihren Verteiler**
 - Laden Sie Ihre Zielgruppen ein, z.B. Politiker, Anwohner, Journalisten, Meinungsführer

- » **Fassen Sie bei den wichtigsten Kontakten nach**

Informieren Sie die Anwohner mit Terminhinweisen

- » **Veröffentlichen Sie den Termin der
Veranstaltung**
 - Lokalpresse, Amts- und Wochenblätter,
Anzeigen
 - Social Media, Websites
 - Infostände auf Festen, Märkten und Messen
 - Postwurfsendungen
 - Poster, Plakate, Flyer
 - Gehwegstopper

Pressearbeit

- » **Verfassen und verschicken Sie Pressemitteilungen**
- » **Platzieren Sie Bild- und Informationsmaterial**
- » **Sprechen Sie die Presse frühzeitig und direkt an**
- » **Führen Sie Interviews, Hintergrund- und Einzelgespräche**
- » **Stellen Sie falsche Behauptungen richtig**

Nutzen Sie Social Media

- » **Auf Facebook können Sie eine Veranstaltung erstellen, in Gruppen posten sowie Infos auf Seiten der Städte und Gemeinden teilen**
- » **Berichten Sie live mit hochwertigen Bildern von der Informationsveranstaltung**

Info-Material konzipieren

- » **Erstellen Sie FAQs und veröffentlichen Sie diese**
- » **Lassen Sie Informationsmaterial drucken**
 - Beispiele: Broschüren, Flyer, Roll-Ups, Poster, Plakate

Durchführung der Veranstaltung

- » **Kümmern Sie sich um die Gesamtkoordination**
 - letzte Absprachen, Technikcheck
 - Referenten und Dienstleister einweisen
 - Material auslegen, Roll-Ups aufstellen, etc.

- » **Begrüßen Sie die Teilnehmer, achten Sie auf den Zeitplan**

- » **Moderieren Sie mögliche Konfliktsituationen**

Nacharbeit

- » **Holen Sie Feedback von Besuchern und Referenten ein**
 - Sind Ihre Botschaften angekommen?
 - Bedanken Sie sich bei den Referenten

- » **Werten Sie die Berichterstattung aus**
 - Wie hat die Presse über die Veranstaltung berichtet? Fassen Sie ggf. nach!
 - Veröffentlichen Sie weitere Informationen auf der Website sowie Pressemitteilungen
 - Seien Sie für Nachfragen erreichbar

Fazit

- » **Informationsveranstaltungen sind optimale Gelegenheiten, um für Transparenz zu sorgen und mit seinen Zielgruppen in den Dialog zu treten**

- » **Wichtig:**
 - Frühzeitig kommunizieren
 - Passendes Format wählen
 - Auf kritische Fragen eingehen (Moderator oder Diskussionsleiter benennen!)
 - Referenten einbinden

Es ist noch lange nicht Schluss...

6. November, 18.00 Uhr:

Kölsch-Party mit kölschen Liedern zum Mitsingen,
Stand Nr. 113A

7. November, 13.00 Uhr:

Workshop „Planung einer Akzeptanzkampagne“,
Forum 16

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Krampitz Communications

PR for Renewables and Technologies

Dillenburger Str. 85, 51105 Köln

Tel.: 0221.91 24 99 49

contact@pr-krampitz.de

www.pr-krampitz.de