

# Die Kultur der Beteiligung lernen

Die Kommunikations-Experten Jörg Müller und Jarno Wittig erklären, warum engagierte Betroffene keine Wutbürger sind und wie ein professioneller Beteiligungsprozess allen nützen kann.

Text: Katharina Hölker Bilder: ddp images/dapd

Die Umsetzung von bedeutenden Investitionsprojekten wird mehr und mehr zu einer Herausforderung für alle Beteiligten. So stehen Infrastrukturvorhaben der Energie-, Verkehrs- und Immobilienwirtschaft zunehmend in der öffentlichen Kritik. Mit Blick auf den gewaltigen Netzausbau im Zuge der Energiewende ist das erst der Anfang. Insofern wird die Kommunikation mit den Beteiligten vor Ort zu einer elementaren Aufgabe für Unternehmen und öffentliche Verwaltung. Professionelle und ernst gemeinte Bürgerbeteiligung als Teil der Unternehmenskommunikation kann dabei zur akzeptierten Realisierung und zum Erhalt der Investitionsfähigkeit von Projekten führen.

**Herr Wittig, Sie kennen lokale und regionale Investitionen aus Ihren verschiedenen Aufgaben. Hat sich hier wirklich der Erklärungsbedarf erhöht und die Problematik der Akzeptanz zugespitzt?**

**Jarno Wittig:** In meiner Einschätzung schon. Neben der faktischen Zunahme von Konfliktpunkten ist parallel auch der mediale Niederschlag dazu angestiegen und der Umgang der Massenmedien mit solchen Themen hat sich gleichfalls professionalisiert. Man kann bestimmte wiederkehrende Strickmuster und Recherchestränge beobachten.

**Jörg Müller:** Das stimmt. Doch die Zuspitzung zu quantifizieren, ist schwer und auch wenig untersucht. Vielmehr merken wir – jeder Einzelne in seinem Lebensumfeld –, dass sich die kritische Distanz zu Neuem verstärkt hat. Wenn der Mensch heute von einer Baumaßnahme unmittelbar betroffen oder nur tangiert ist, so muss sein Vertrauen für die Sache stärker als je zuvor gewonnen werden.

**In der Tat kann schon die Umgestaltung einer Grünanlage von Eingaben und Protesten begleitet werden. Woran liegt das?**

**Wittig:** Ich bezeichne das als Fragmentierung der Gesellschaft: Menschen individualisieren sich mehr als früher, schließen sich eher innerhalb ihrer Milieus in Interessengruppen zusammen als in großen Bewegungen, und Protest ist nicht mehr pauschal, sondern konkret. Und wir konstatieren, dass Legalität, also die grundsätz-

liche Durchsetzbarkeit z.B. eines Kraftwerk-Neubaus, die Akzeptanz nicht ersetzt. Investoren können also nicht wie früher davon ausgehen: Gebaut wird, weil genehmigt. Das ist eine durchaus neue Qualität, der sich Unternehmen wie Behörden stellen müssen.

**Seit der Hamburger Philharmonie oder Stuttgart 21 hören und lesen wir oft von milliardenschweren Investitionen, die Bürgerkritik auf sich ziehen. Aber wie gestaltet sich die Ist-Situation auf lokaler Ebene?**

**Müller:** Das kann ich aus eigener Tätigkeit sehr gut konkret belegen. Die Leipziger Verkehrsbetriebe wussten sehr wohl, dass die ab 2013 geplante Umgestaltung der Karl-Liebknecht-Straße, einer Hauptgeschäftsstraße in Leipzig, auf Mitgestaltungsinteresse der unmittelbaren Anlieger und Händler stößt und bei unterlassener oder nicht systematisch geführter Kommunikation scheitern kann. Insofern war es idealtypisch, dass IdeenQuartier von Beginn an für die Organisation einer aktiven Beteiligungsplattform einbezogen wurde. Voraussetzung für den siebenmonatigen dichten Beteiligungsprozess im „Interessenforum“ war dabei ganz besonders, dass

»Die kritische Distanz zu Neuem hat sich verstärkt.« Jörg Müller

sowohl LVB als auch die Stadt Leipzig hohes Interesse an einer ehrlichen Partizipation hatten. Und das bisherige Ergebnis, ein von zahlreichen sinnvollen Hinweisen der Bürgerschaft und Interessengruppen optimierter und vom Leipziger Stadtrat bewilligter Gestaltungsplan, bestätigt diese Herangehensweise und schafft „Verstehen“ und breite Akzeptanz für das Vorhaben.

**Wittig:** Ich möchte mit diesem Beispiel betonen, dass es oft eine Frage der Haltung und Wertschätzung ist. Sobald interessierte Bürger merken, dass Unternehmen unehrlich oder unaufrichtig informieren, sinkt das Vertrauen und der Prozess beginnt zu holpern. Ein Beteiligungs- und Kommunikationsprozess ist eine Beziehung: Diese muss gepflegt und mit Respekt und Verantwortung geführt werden. Neben Projekten des öffentlichen Verkehrs oder der Stadtentwicklung wird dies zukünftig ganz besonders für Unternehmen

der Energiewirtschaft eine Herkulesaufgabe sein. Allein hier müssen in den kommenden Jahren 3.800 Kilometer Stromtrassen, vornehmlich Überlandleitungen, gebaut und 4.000 bereits bestehende Trassen aufgerüstet werden. Der Informations- und Erklärungsbedarf ist entsprechend enorm,

»Versprechen sind zu halten.« Jarno Wittig

doch viele Unternehmen müssen die Kultur der Bürgerbeteiligung erst noch lernen. Ganz abgesehen davon, dass diese Prozesse von Branchenvertretern mit einem mittleren einstelligen Prozentsatz der Investitionssumme für Beteiligungskommunikation bewertet werden.

**Sie haben es bis jetzt beide vermieden, das Wort „Wutbürger“ zu verwenden, das in derartigen Kontexten sehr oft fällt. Warum?**

**Müller:** Weil es an der Wahrheit vorbeigeht. Es gibt sicher eine ganz kleine Zahl von „Profiprotestlern“, also Menschen, die durchs Land touren und ihre „Dienste“ anbieten. Doch in Bürgerinitiativen sind fast ausschließlich Menschen, die ein eigenes persönliches Interesse haben. Das hat nichts mit Wut zu tun, sondern mit konkreter Betroffenheit, und wenn man so will, auch mit Verantwortungsübernahme, was doch Verwaltung und Politik seit Jahren von den Bürgerinnen und Bürgern fordern.

**Wittig:** Ich denke auch, dass die mediale Begriffsschöpfung am Kern vorbeigeht. Bei-

spielsweise habe ich mich neulich mit einem Aktivistin ausgetauscht, der gegen eine 380-KV-Freileitung vorgeht und erst beim Wort „Wutbürger“ wütend wurde. Der Mann will ganz einfach ernst genommen werden und will, dass Versprechen an ihn und andere – beispielsweise auf die Zusendung eines Protokolls – eingehalten werden. Das hat also nichts mit Wut, sondern mit Verlässlichkeit zu tun: Versprechen sind zu halten.

Vielen Dank für das Gespräch! □

## Jörg Müller



Grundstein für seine erste Agentur, spezialisiert auf partizipative Kommunikation sowie Tagungen und Messen für Ministerien und NGOs. 2007 gründete er IdeenQuartier – CSR und Kommunikation GmbH, ein Büro für Projektentwicklung im Bereich Kommunikation, Kulturmanagement und Corporate Social Responsibility. Jörg Müller ist Mitglied im United Nations Global Compact.

## Jarno Wittig M.A.



studierte nach Berufseinstieg bei der Deutschen Postbank AG Erwachsenenpädagogik sowie Kommunikations- und Medienwissenschaften an der Universität Leipzig. Als Pressesprecher und Leiter Unternehmenskommunikation

verantwortete er über fünf Jahre die Kommunikations- und Marketingaktivitäten der KWL – Kommunale Wasserwerke Leipzig GmbH. Er besuchte Management-Seminare in Leipzig und St. Gallen und arbeitete als Lehrbeauftragter für Public Relations an der Universität Leipzig. Zuletzt war er Geschäftsführer der Kommunikations- und Politik-Agentur wbpr in Potsdam.

Im IdeenQuartier verantworten Jörg Müller und Jarno Wittig zusammen mit der Politikwissenschaftlerin Gudula Kienemund Kommunikationsprojekte im Kontext von Bürgerbeteiligung und teilen ihr Know-how als Referenten auf Workshops und Tagungen.

IdeenQuartier  
CSR & Kommunikation GmbH

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.ideenquartier.org](http://www.ideenquartier.org)