

SPEICHEREINSATZ VERSUS NETZAUSBAU – METHODEN DER BÜRGERKOMMUNIKATION AM BEISPIEL DES PROJEKTS NEOS

Martin HEIN¹, Verena TÄUMER², Martina HOFMANN³, Frank ULMER⁴

Hintergrund

Als entscheidender Erfolgsfaktor bei der Umsetzung von Energiewendemaßnahmen gilt deren lokale Akzeptanz. Im Rahmen des Projekts *NEOS - Netzausbaureduzierung durch Speichereinsatz im Verteilnetz am Beispiel Netzverstärkung Ostalbkreis* wurden daher Strategien zur effektiven Bürgerkommunikation entwickelt, die zukünftig bei der Realisierung von Energiewendemaßnahmen zum Einsatz kommen können.

Erkenntnisse aus der Studie

Ergebnisse der technischen, wirtschaftlichen und regulatorischen Betrachtung als Rahmenbedingungen für die kommunikations- und wahrnehmungswissenschaftliche Begleitforschung

Durch Netzsimulationen konnte gezeigt werden, dass die geplante Netzausbaumaßnahme im 110 kV-Netz durch jeweils einen großen Batteriespeicher an zwei zentralen Netzknoten ersetzt werden kann (unter Einhaltung zulässiger technischer und regulatorischer Randbedingungen). Die sich ergebenden Speicherkosten sind, unter Einbeziehung aller Kostenreduzierungsmaßnahmen wie der bisher regulatorisch nicht möglichen Teilnahme der Speicher am Regelenergiemarkt, um das 2,5- bis 7-fache höher als die geplanten Netzausbaumaßnahmen. Weiterhin ergeben sich nach aktueller Rechtslage Unklarheiten hinsichtlich Abgaben und Steuern, was zu einer weiteren Verschlechterung der Wirtschaftlichkeit führt [1]. Diese technischen, wirtschaftlichen und regulatorischen Voraussetzungen wurden als Rahmen für die kommunikations- und wahrnehmungswissenschaftliche Begleitforschung genutzt.

Ergebnisse der kommunikations- und wahrnehmungswissenschaftlichen Begleitforschung

Die auf Basis von regionalen Bürgerbefragungen und Kommunikationsgruppenworkshops erarbeitete Kommunikationsstrategie fußt auf einer umfassenden Erfassung der Ausgangssituation. Hieraus können dann weitere Schritte abgeleitet werden. Zur Erfassung der Ausgangssituation gehört der Entwurf einer „Landkarte“ aller beteiligten Akteure und Themen. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Glaubhaftigkeit des bisherigen Gesamtauftritts des Netzbetreibers und der Behörden und eine realistische Einschätzung der Zielgruppen in der Bürgerschaft. Im Projekt NEOS gehörte hierzu die Analyse bisheriger Zeitungsartikel und Internetforen zum Thema Netzverstärkung Ostalbkreis. Weiterhin müssen die emotionale Grundeinstellung, der Wissensstand, Interessen und Bedürfnisse sowie die Bereitschaft und Möglichkeit der Zielgruppe, sich mit dem Thema zu befassen, abgefragt werden [2]. Darauf basierend können realistische Kommunikationsziele bestimmt sowie zielgruppenspezifische Botschaften und Argumente ermittelt werden. Abschließend erfolgt die Auswahl und Definition von Praxisbeispielen und Botschaftsträgern, um zusätzlich zur Argumentation eine emotionale Beziehung aufzubauen. Bei der Auswahl der Botschaftsträger ist auf ihren Status zu achten: so waren in den Bürgerbefragungen häufige Nennungen für geeignete Botschaftsträger „neutrale“ Instanzen wie BUND und NABU. Basierend auf dieser Ausgangslage wurde zu Beginn der Nutzen der Energiewende und die allgemeine Notwendigkeit von Energiewendemaßnahmen erklärt (vgl. Abbildung 1), da festgestellt werden konnte, dass es aus Sicht der Bürger als unbefriedigend empfunden wird, einzig über das Thema Netzausbau und Speichereinsatz informiert zu werden, ohne „ganzheitlich“ im Sinne der Gesamtenergiewende denken und fragen zu dürfen. Als zielführend erwies sich die Etablierung projektbegleitender, heterogen zusammengesetzter Kommunikationsgruppen zur Bewertung aller Ergebnisse des NEOS-Projekts. Diese Kommunikationsgruppen begleiteten fortlaufend den Planungsprozess und übernahmen Feedback- und Multiplikatorenfunktionen. Außerdem erlauben

¹ Hochschule Aalen – Technik und Wirtschaft, Beethovenstraße 1, 73430 Aalen, +49 7361 576 4246, martin.hein@hs-aalen.de

² Hochschule Aalen – Technik und Wirtschaft, +49 7361 576 4243, verena.taeumer@hs-aalen.de

³ Hochschule Aalen – Technik und Wirtschaft, +49 7361 576 4101, martina.hofmann@hs-aalen.de

⁴ Kommunikationsbüro Ulmer GmbH, Teckstraße 56, 70190 Stuttgart, +49 711 259 717 20, ulmer@kommunikationsbuero.com

sie Kommunikation auf Augenhöhe mit der betroffenen Bürgerschaft. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist, dass alle Beteiligten eine Erwartungshaltung an die Partizipation teilen, da diese in der Regel sehr unterschiedlich sein kann: Über Dialoge kann gesellschaftliches Engagement initiiert, Technikfolgenabschätzung betrieben oder Präferenzen, Alltags- oder Expertenwissen zur Politikberatung erhoben werden [3].

Parallel zur Arbeit mit den Kommunikationsgruppen erfolgte die Vermittlung von Grundlagenwissen bei kommunalen Amtsträgern und der Bürgerschaft zu den Themen Netzausbau und Speichereinsatz mit der Darstellung der erarbeiteten technischen, wirtschaftlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen und begleitender Forschungsergebnisse. Dies diente der betroffenen Bürgerschaft als Basis für eine möglichst neutrale Bewertung der vorgeschlagenen Maßnahmen. Wissen ist dabei Voraussetzung, um rational entscheidungsfähig zu sein und um zu verhindern, dass Bewertungen auf emotionaler Grundlage getroffen werden. Als zielführend im NEOS Projekt erwies sich bei der Vermittlung von Grundlagenwissen der Einsatz von Frequently Asked Questions (FAQs, Schlüsselfragen der Bürger) mit schnell erfassbaren Antworten und Botschaften. Außerdem konnte festgestellt werden, dass neben der frühzeitigen Einbindung der betroffenen Bürgerschaft Modelle und Ideen projektspezifisch entwickelt werden müssen. Durch direkte Teilhabe ist im Allgemeinen die Akzeptanz höher. Zuletzt ist es für den Erfolg einer kommunikationsoptimierenden Vorgehensweise nötig, dass die entsprechenden Behörden und Verwaltungsgremien, wie beispielsweise der Gemeinderat, die Notwendigkeit der geplanten Infrastrukturmaßnahme befürworten. Uneinigkeit wirkt sich negativ auf die Glaubwürdigkeit und damit die Akzeptanz in der Bürgerschaft aus.

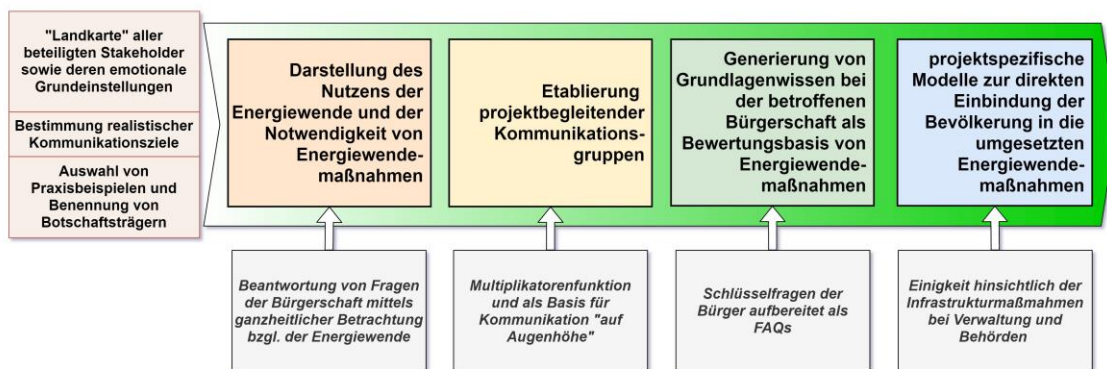


Abbildung 1: Darstellung der jeweiligen Schritte einer gelingenden Kommunikationsstrategie als Unterstützung bei der Umsetzung von Energiewendemaßnahmen abgeleitet aus dem Projekt NEOS

Fazit

Sobald die Bevölkerung vor Ort direkt von bestimmten Maßnahmen betroffen ist, kommt Emotionalität als Entscheidungsgrundlage der Bewertung ins Spiel, die sich häufig in Ablehnung aufgrund von Betroffenheit zeigt (getriggert durch den sog. NIMBY-Effekt -„Not-In-My-Backyard“) [4]. Eine begleitende Öffentlichkeitsarbeit, wie im NEOS-Projekt skizziert, kann dem effektiv entgegenwirken. So möchte die Bürgerschaft frühzeitig und umfassend über geplante Großprojekte informiert werden. Für rationale Entscheidungen der betroffenen Bürgerschaft ist es daher wichtig, Grundlagenwissen für das jeweilige Projekt aufzubereiten und zielgruppenspezifisch darzustellen.

Referenzen

- [1] K. Rudion, M. Hofmann, O. Laribi, V. Täumer und M. Hein, „Forschungsbericht BWPLUS - Netzausbaureduzierung durch Speichereinsatz im Verteilnetz am Beispiel Netzverstärkung Ostalbkreis,“ Stuttgart, Aalen, 2019.
- [2] F. Ulmer und T. Sippel, „Frühzeitige Öffentlichkeitsbeteiligung am Beispiel eines geplanten Neubaus einer 110-kV Hochspannungsleitung – Herausforderungen und Erfolgsfaktoren bei komplexen Beteiligungsprojekten,“ eNewsletter Netzwerk Bürgerbeteiligung, 2016.
- [3] U. Holzmann-Sach, „Naturverträgliche Energiewende. Voraussetzungen, Möglichkeiten und Grenzen für eine erfolgreiche Kommunikation. Eine Sicht aus der Praxis,“ TU Berlin, 2015.
- [4] H. Hermansson, „The Ethics of NIMBY Conflicts,“ Ethic Theory Moral Prac., Bd. 10, pp. 23-34, 2007.