



Akzeptanz

Welle II / 2017

Großveranstaltungen – Großereignisse

Oktober 2017

Inhalt

	Seite
Intention	3
Zusammenfassung – Diskussion	4
Die zentralen Ergebnisse	7
Ergebnisse nach soziodemographischen Gruppen	11
Fragebogen/Methode/Randbedingungen	26
<i>Impressum</i>	28

Intention

Das Büro Hitschfeld arbeitet seit über 20 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 Prozess, der von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst und sehr stark von der Kommunikation für die 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. Vielmehr kommt es auf eine projektspezifische möglichst optimale Verknüpfung von – meist temporär einzuordnenden – Partizipationselementen, permanenter Information und der eigentlichen Facharbeit an.

Das Büro Hitschfeld baut dabei auf eigene Instrumente und Tools und setzt diese deutschlandweit mit folgenden Zielen ein:

- Schaffung und Sicherung von Akzeptanz über den Projektzyklus hinweg
- Minimierung unvermeidlicher Widerstände auf ein handhabbares Maß
- Schutz von Unternehmen und handelnden Personen und
- Aufbau von Vertrauen und Schaffung einer Grundlage für den Einsatz von Kommunikations- und Dialogformaten.

Unsere Erfahrungen zeigen, dass sich viele Aspekte des Themas **Akzeptanzerwerb und -sicherung** sehr dynamisch verändern. Die Frage, ob die Bewerbung für ein s. g. „Großprojekt“ Akzeptanz findet, beschäftigt in den letzten Jahren die Öffentlichkeit auf unterschiedlichen politischen Ebenen. Der Erfolg einer Bewerbung – eigentlich schon der Idee sich zu bewerben - entscheidet sich zuerst daran, ob diese Idee Akzeptanz findet. Gescheiterte Olympiabewerbungen sind dafür ebenso Beispiele wie zurückgegebene Zuschlüsse für Gartenschauen.

Deshalb untersucht dieses Forschungsprojekt die Aspekte, die für die Akzeptanz von Großprojekten relevant sind.

Das Forschungsprojekt schließt an die Studie zum Thema „Glaubwürdigkeit“ aus dem Mai 2012 sowie die Längsschnittstudien an, die wir im Zeitraum 9/2012 bis 8/2013, 11/2013 bis 09/2014 sowie 01/2015 bis 12/2015 zu den Themenkomplexen „Wirtschaftliches Engagement, öffentliches Vertrauen und Transparenz“ bzw. „Einflussfaktoren auf Akzeptanz“ durchgeführt haben. Im Zeitraum 05/2016 bis 03/2017 haben wir die Akzeptanz von Technik und Technologie aus verschiedenen Blickwinkeln untersucht.

Weitere Informationen, Dokumentationen unserer Forschungsprojekte und Publikationen finden Sie unter www.hitschfeld.de.

Leipzig, im Oktober 2017

Zusammenfassung – Diskussion

Zusammenfassung – Diskussion I

Die Bevölkerung lehnt Großereignisse nicht rundheraus und pauschal ab. Vielmehr unterscheiden Bürgerinnen und Bürger zwischen den verschiedenen Ereignissen. Gartenschauen und Kulturereignisse genießen eine höhere Zustimmung (73 % und 66 %) als Sportevents (Fußball 56 %, Olympia 49 %). Besonders gering fällt die Zustimmung zu einer Bewerbung auf die Ausrichtung eines Kirchentages aus (43 %). (Siehe S. 8.)

Auffallend ist die starke Diskrepanz zwischen (unbedingter) Zustimmung und der „Zustimmung unter Vorbehalt“ (stimme eher zu). Dies deutet auf einen Vermittlungs- und Erläuterungsbedarf sowohl bei den „Pro“ als auch bei den „Kontra“-Argumenten hin (S. 9 f.).

Die positiven Argumente genießen etwas stärkere Zustimmung, dennoch erkennen wir keine Polarisierung zwischen den Positionen – eher ein „Sowohl-als-auch“.

Zusammenfassung – Diskussion II

Es gibt keine Unterschiede in der grundsätzlichen Beurteilung der einzelnen Veranstaltungen zwischen Ost und West – außer beim Kirchentag (5 % Differenz; s. S. 12 – 15).

Wer immer sich mit der Planung einer solchen Bewerbung beschäftigt, sollte sich intensiv mit der soziodemographischen Analyse befassen:

Es gibt – für jede Veranstaltung unterschiedlich – in den einzelnen Teilgruppen sehr verschiedene Zustimmungswerte zu den jeweiligen Argumenten (S. 19 ff.) und zur Grundaussage (S. 12 – 15), auf die in der jeweiligen Projektkommunikation Rücksicht genommen werden sollte.

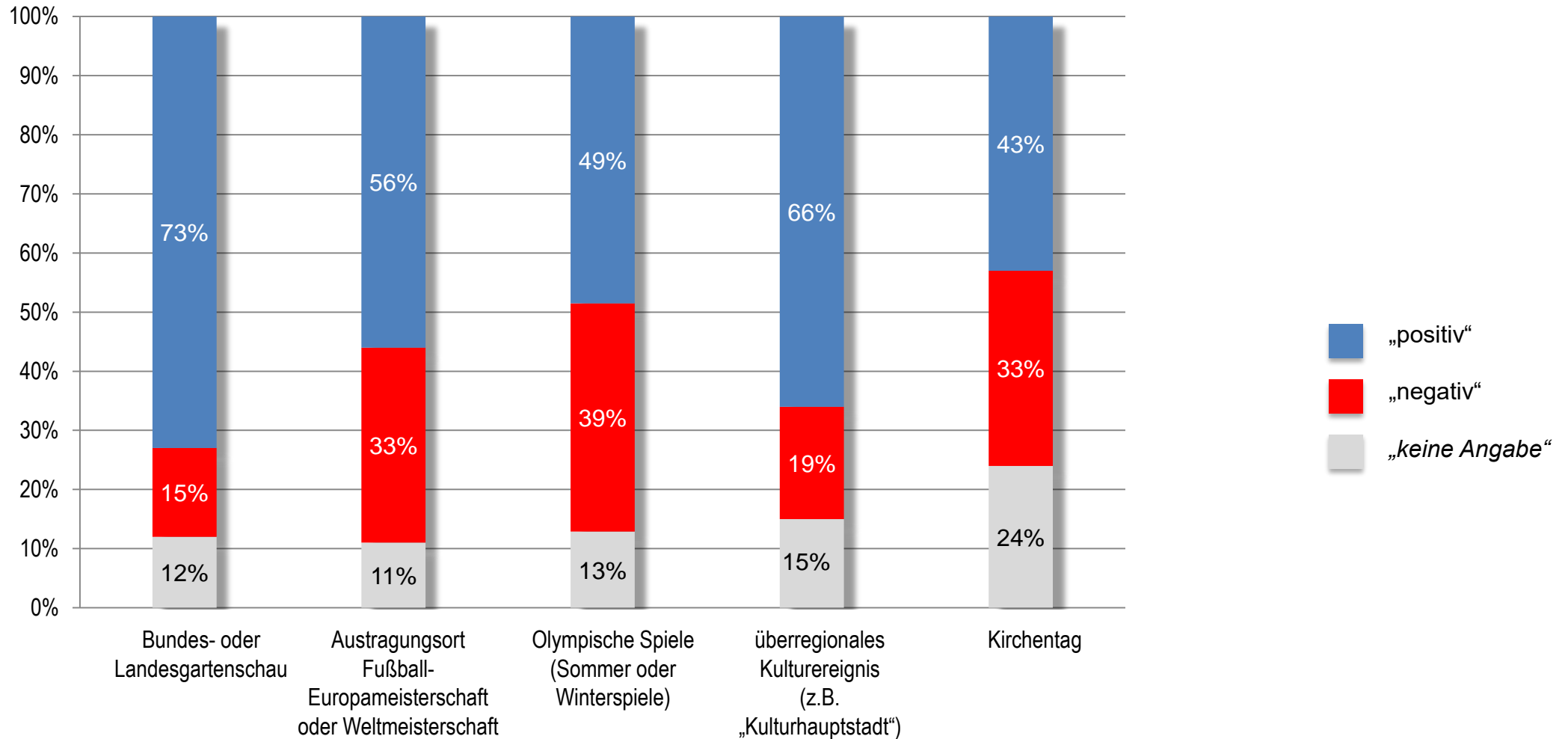
Unser Fazit:

Großereignisse können in Deutschland durchaus durchgeführt werden, sind aber keine Selbstläufer. Ihre Vorbereitung bedarf einer strategisch angelegten und differenzierten Kommunikation.

Ergebnisse Welle II/17: Oktober 2017

Die zentralen Ergebnisse

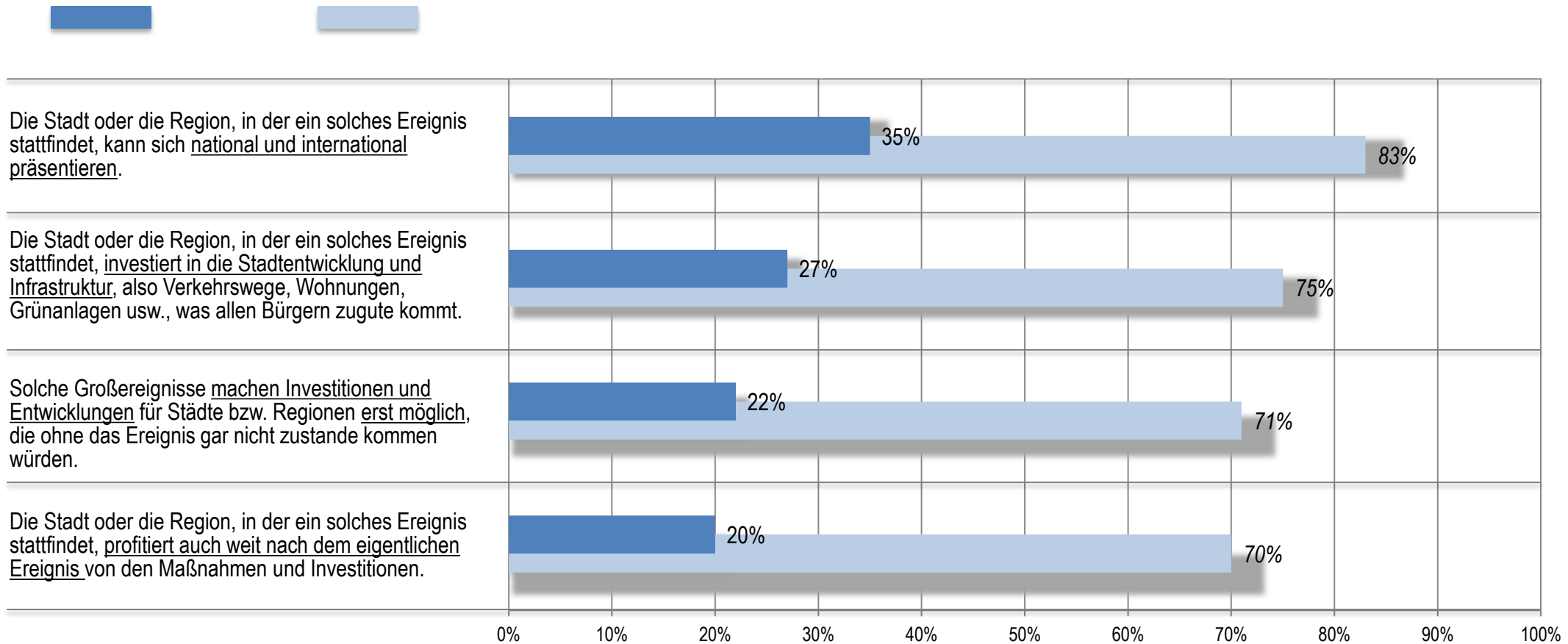
Wie würden Sie eine Bewerbung für folgende Art von Großereignis in Ihrer Stadt/Region sehen?



Argumente „Pro Großereignisse“

„stimme zu“

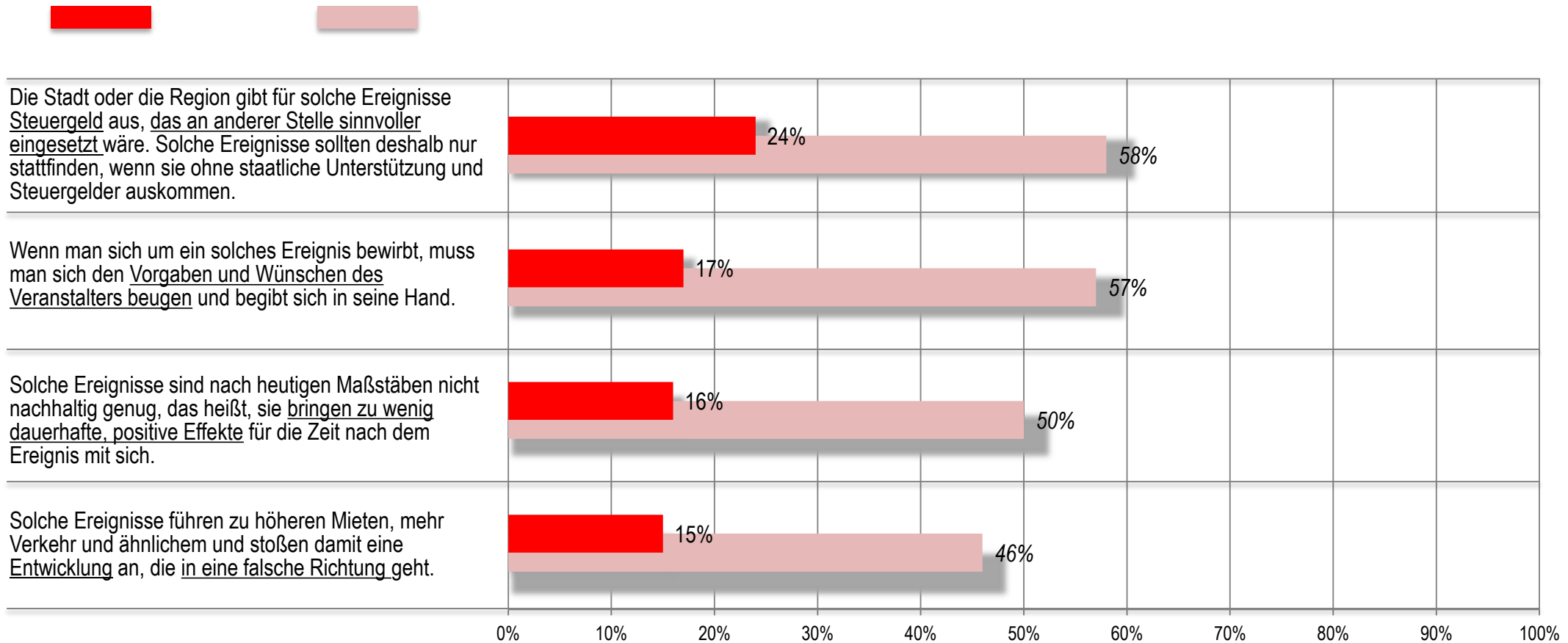
„stimme zu + stimme eher zu“



Argumente „Kontra Großereignisse“

„stimme zu“

„stimme zu + stimme eher zu“

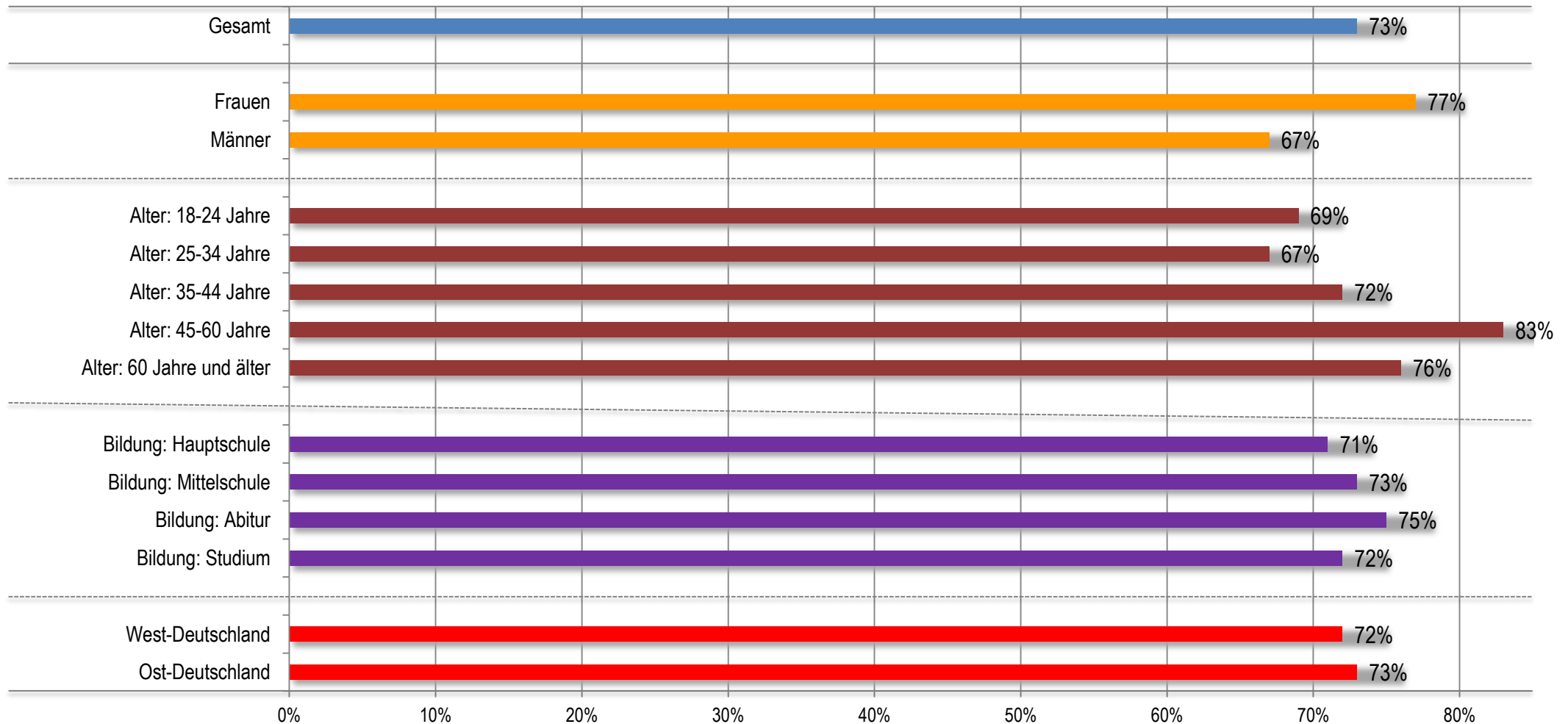


Ergebnisse Welle II/17: Oktober 2017

Die Ergebnisse in den soziodemographischen Gruppen

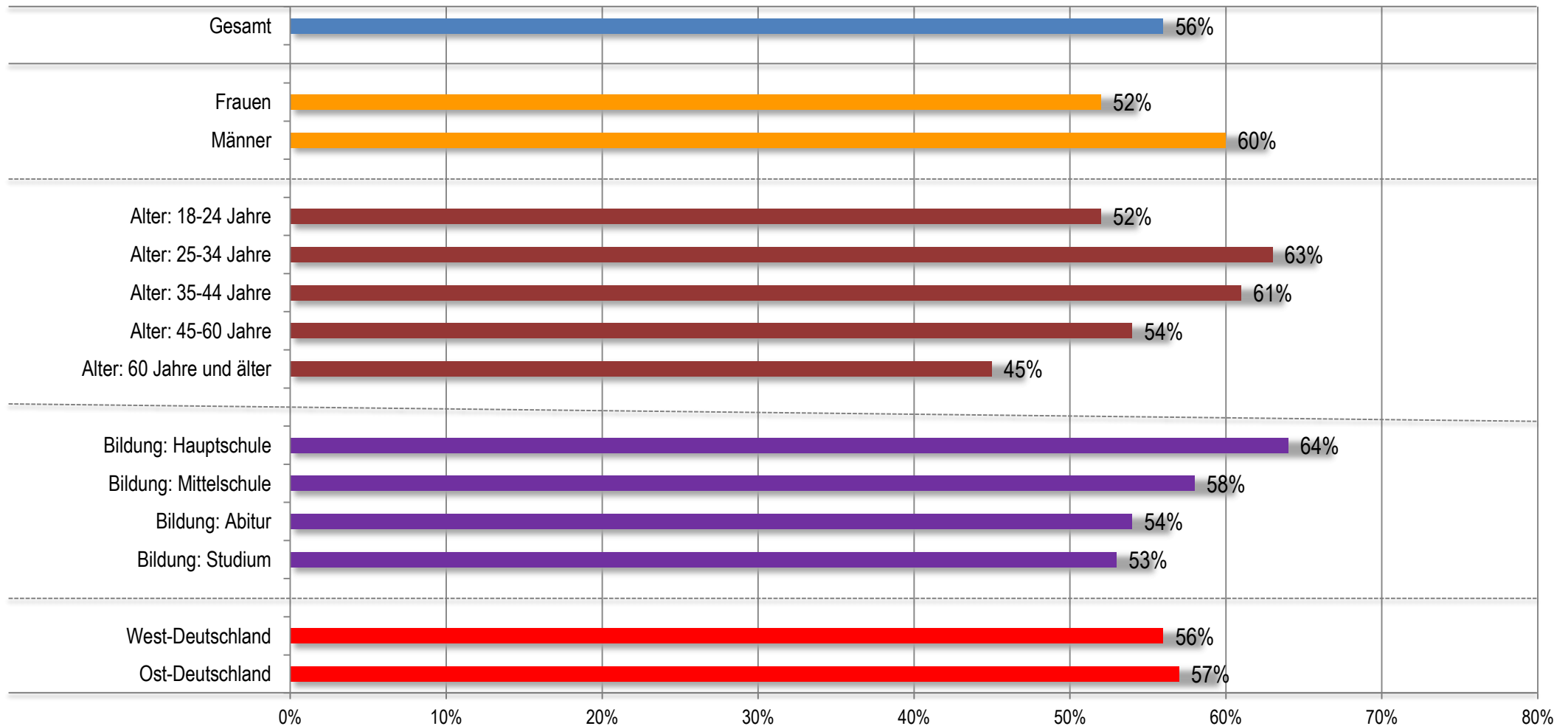
Wie wird eine Bewerbung für folgende Art von Großereignis in Ihrer Stadt/Region gesehen?

Bundes- oder Landesgartenschau: – „positiv“



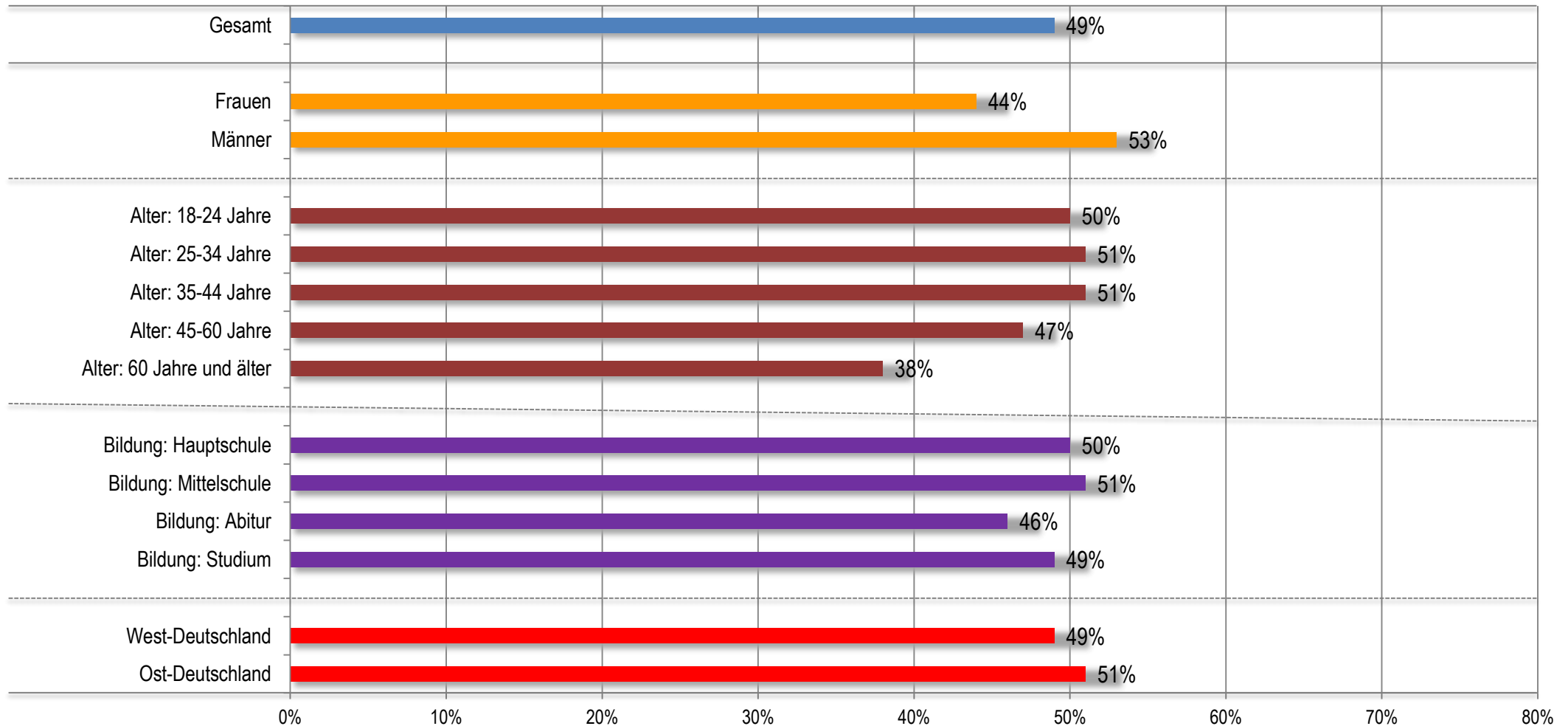
Wie wird eine Bewerbung für folgende Art von Großereignis in Ihrer Stadt/Region gesehen?

Fußball-Europameisterschaft oder Weltmeisterschaft: – „positiv“



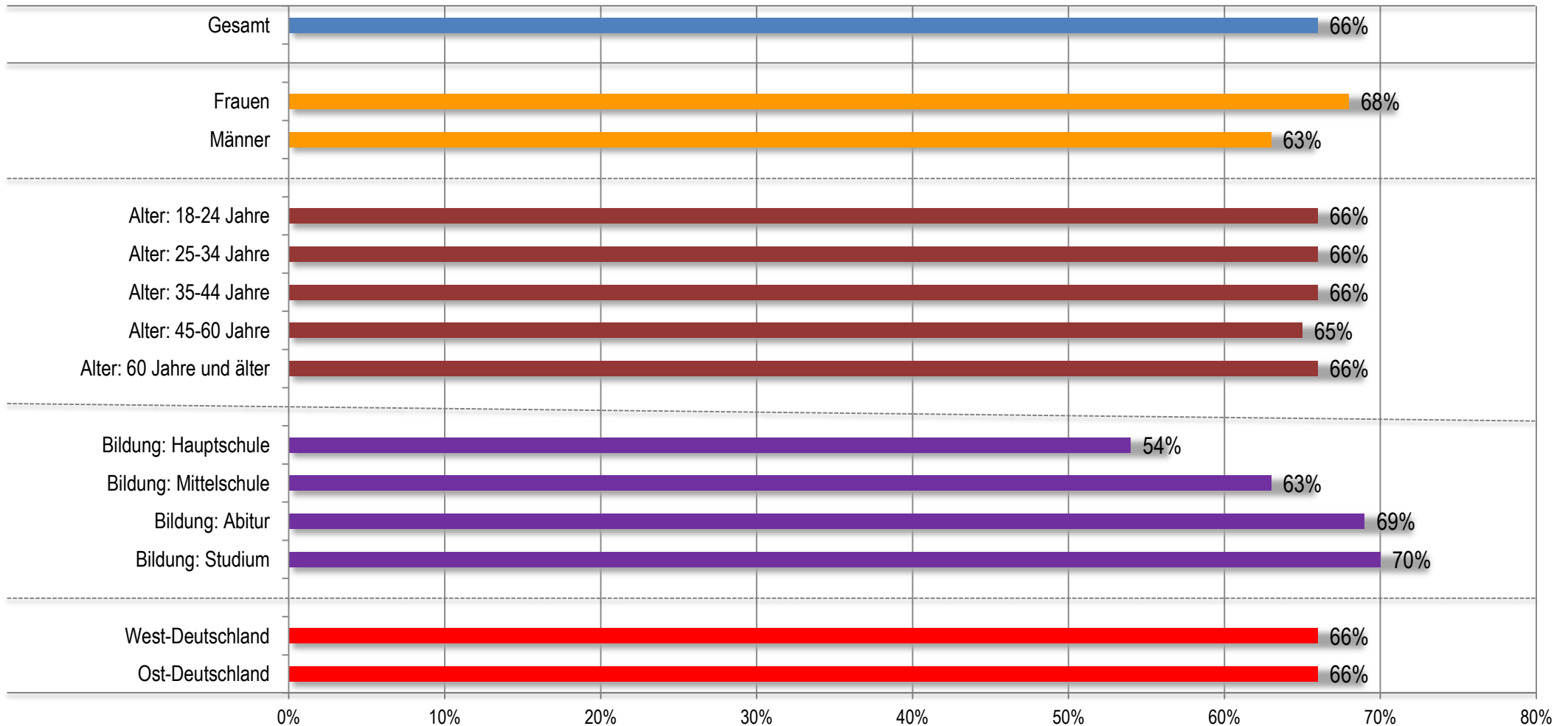
Wie wird eine Bewerbung für folgende Art von Großereignis in Ihrer Stadt/Region gesehen?

Olympische Spiele: – „positiv“



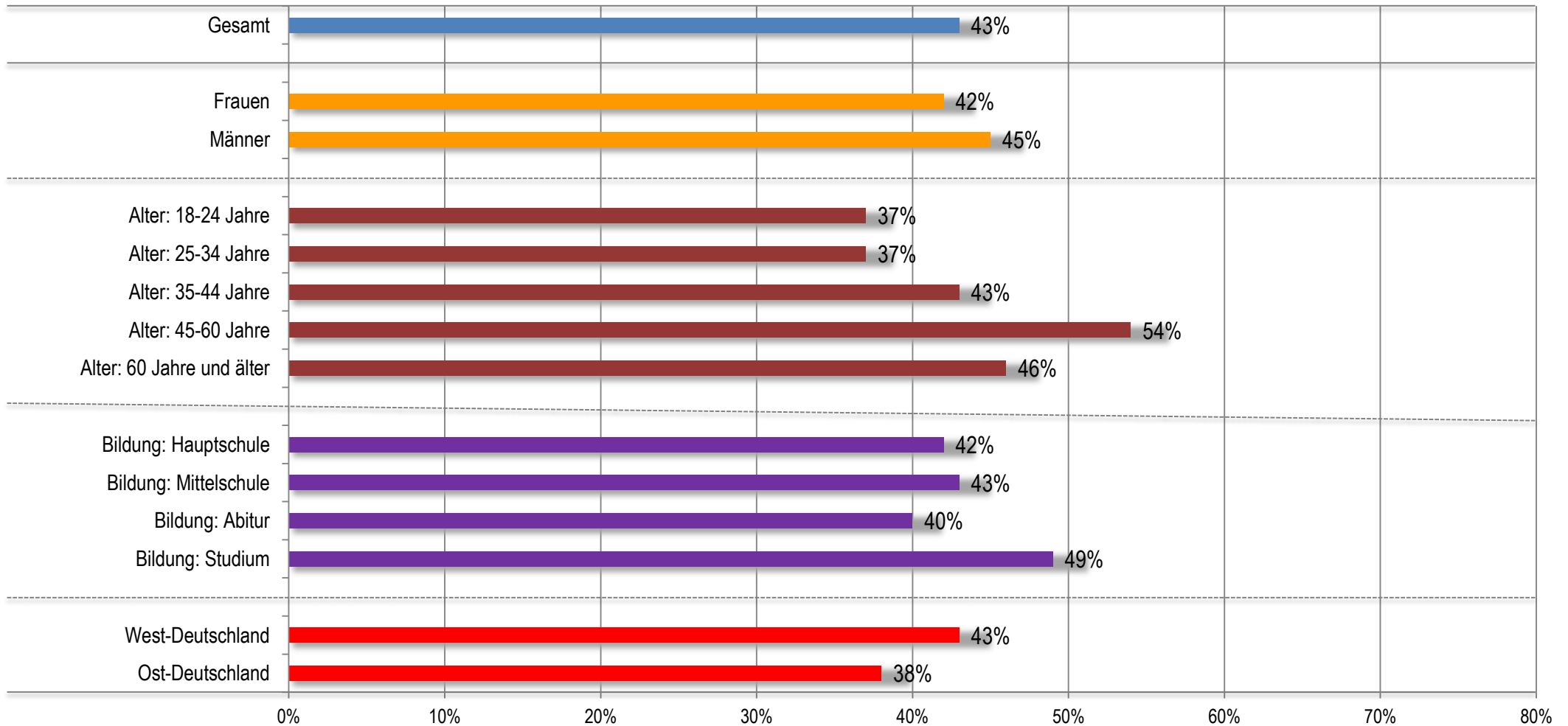
Wie wird eine Bewerbung für folgende Art von Großereignis in Ihrer Stadt/Region gesehen?

Überregionales Kulturereignis, z. B. „Kulturhauptstadt Europas“: – „positiv“



Wie wird eine Bewerbung für folgende Art von Großereignis in Ihrer Stadt/Region gesehen?

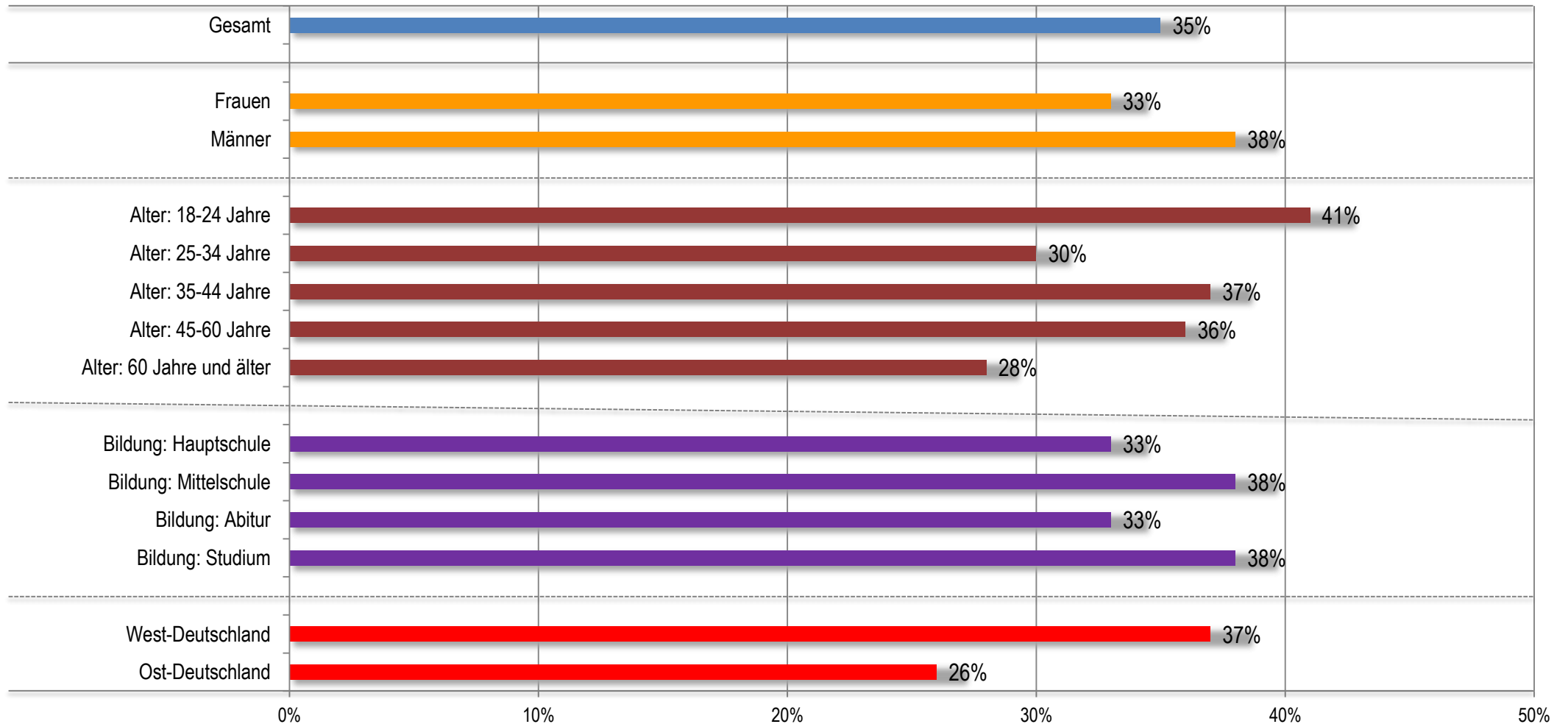
Kirchentag: – „positiv“



Argumente „Pro/Kontra“ in den soziodemographischen Gruppen

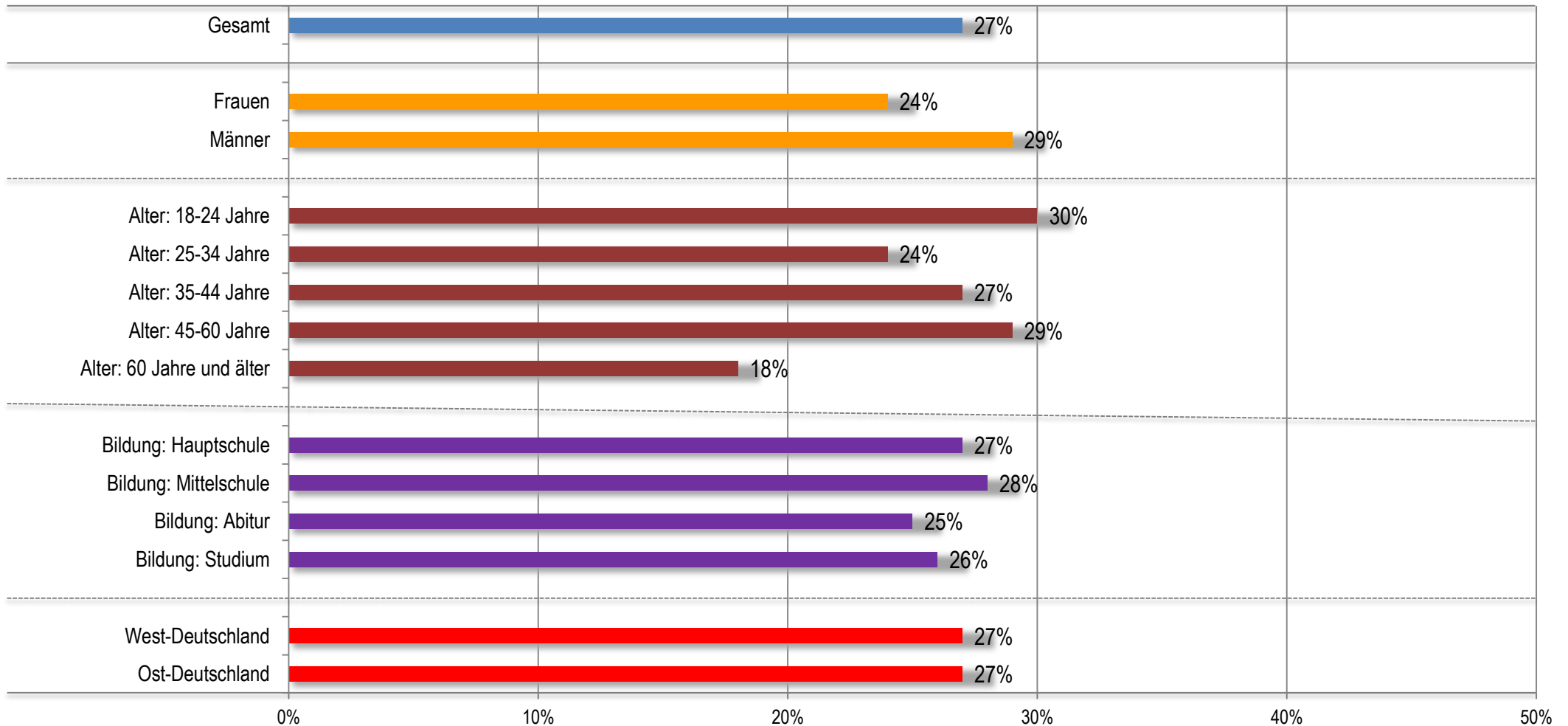
Argumente „Pro Großereignisse“ - „stimme zu“ -

Die Stadt oder die Region kann sich national und international präsentieren.



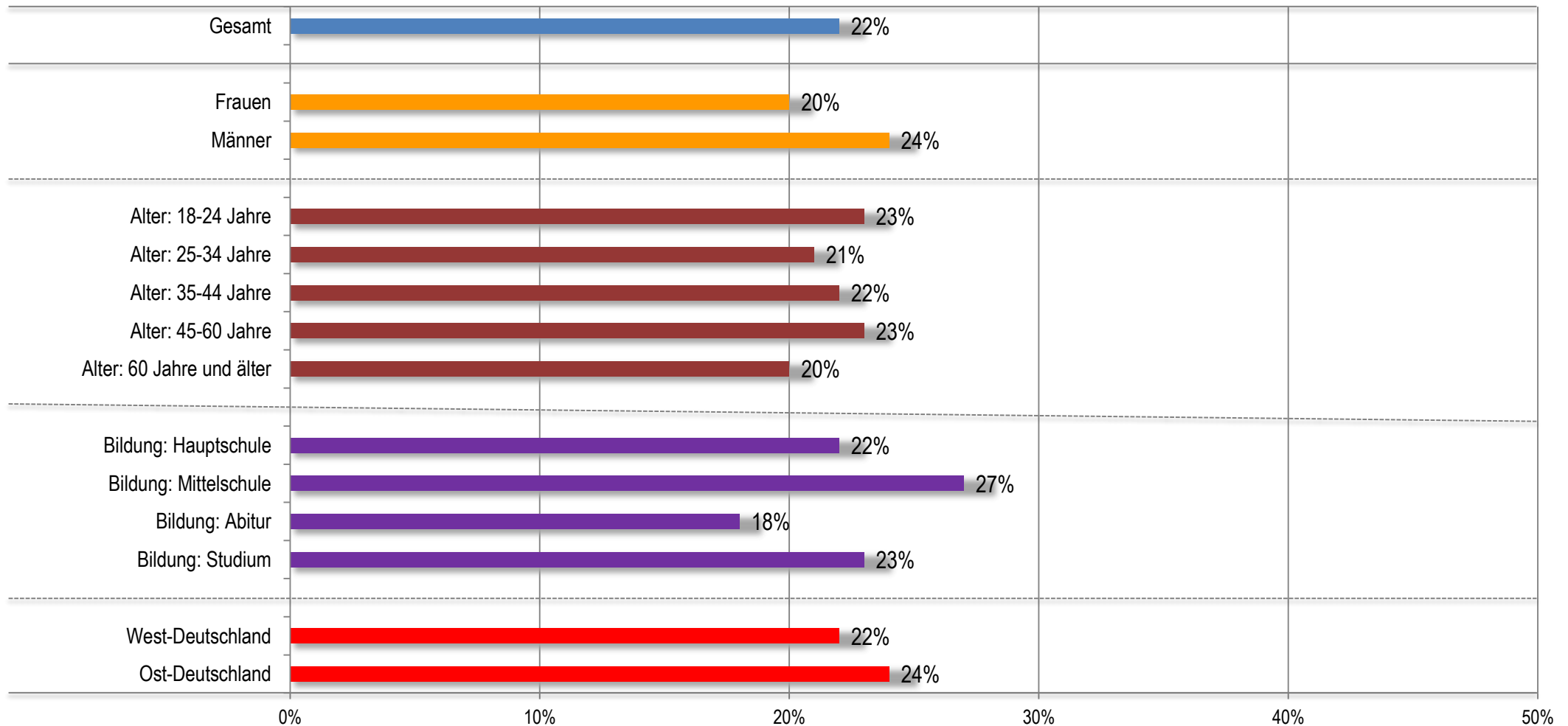
Argumente „Pro Großereignisse“ - „stimme zu“ -

Stadt oder die Region investiert in die Stadtentwicklung und Infrastruktur, also Verkehrswege, Wohnungen, Grünanlagen usw., was allen Bürgern zugute kommt.



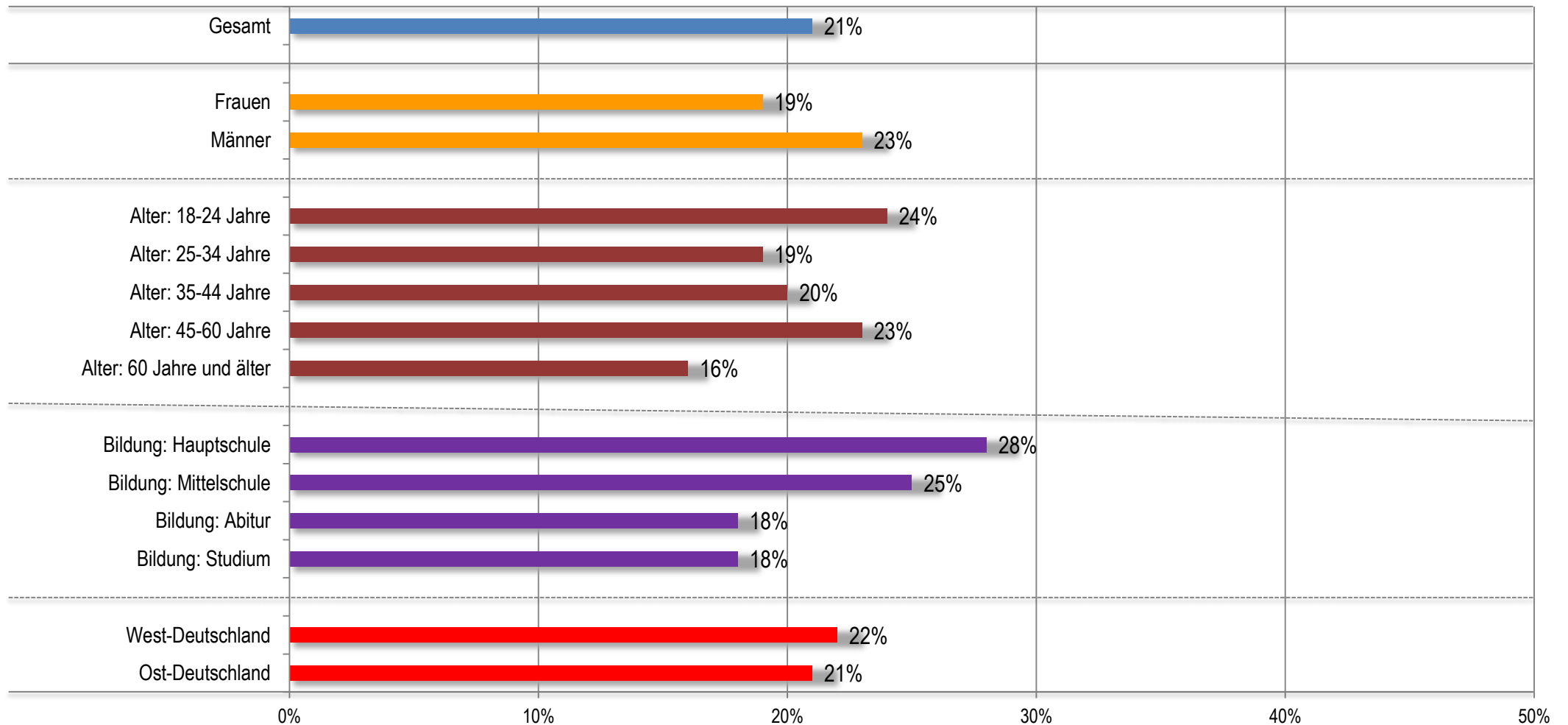
Argumente „Pro Großereignisse“ - „stimme zu“ -

Machen Investitionen und Entwicklungen für Städte bzw. Regionen erst möglich, die ohne das Ereignis gar nicht zustande kommen würden.



Argumente „Pro Großereignisse“ - „stimme zu“ -

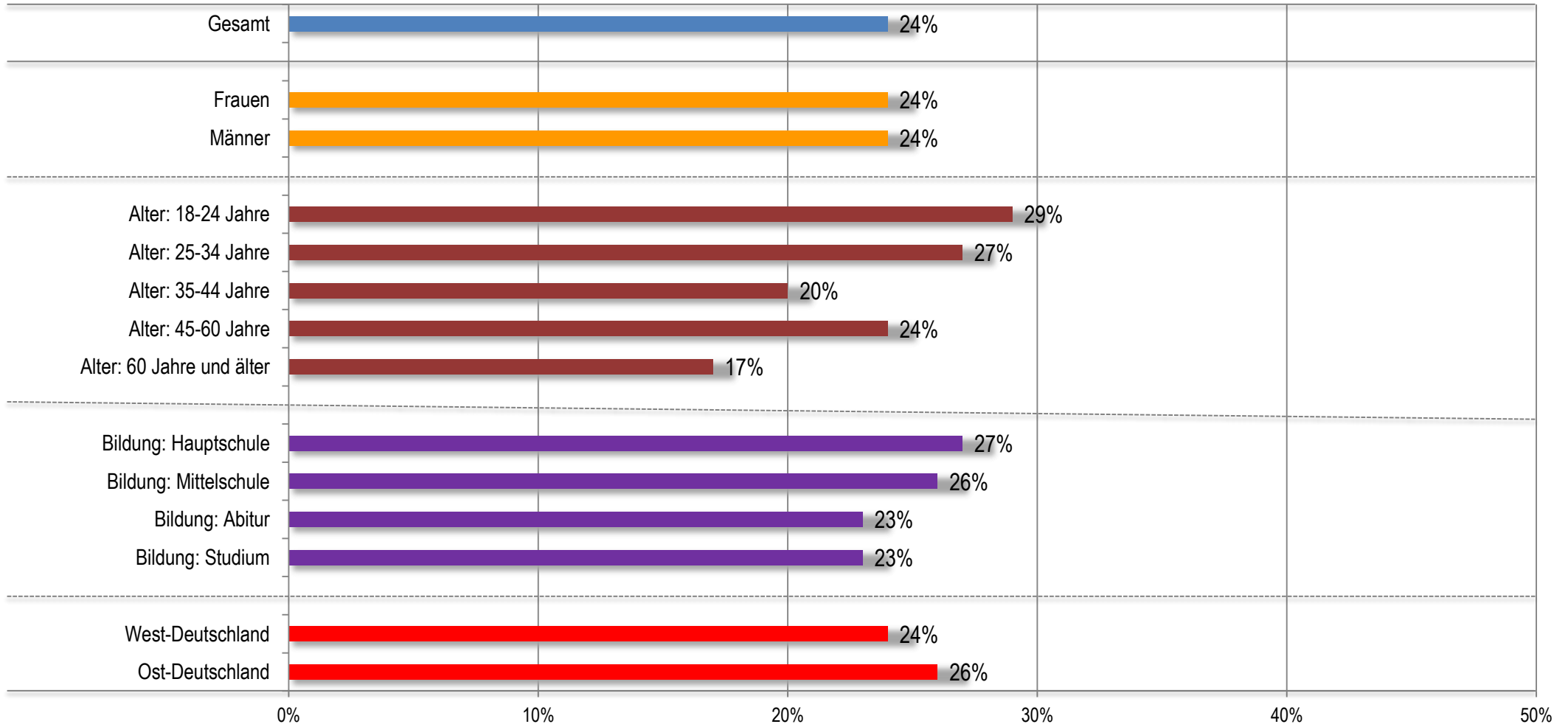
Die Stadt oder die Region profitiert auch weit nach dem eigentlichen Ereignis von den Maßnahmen und Investitionen.



Argumente „Kontra Großereignisse“ - „stimme zu“-

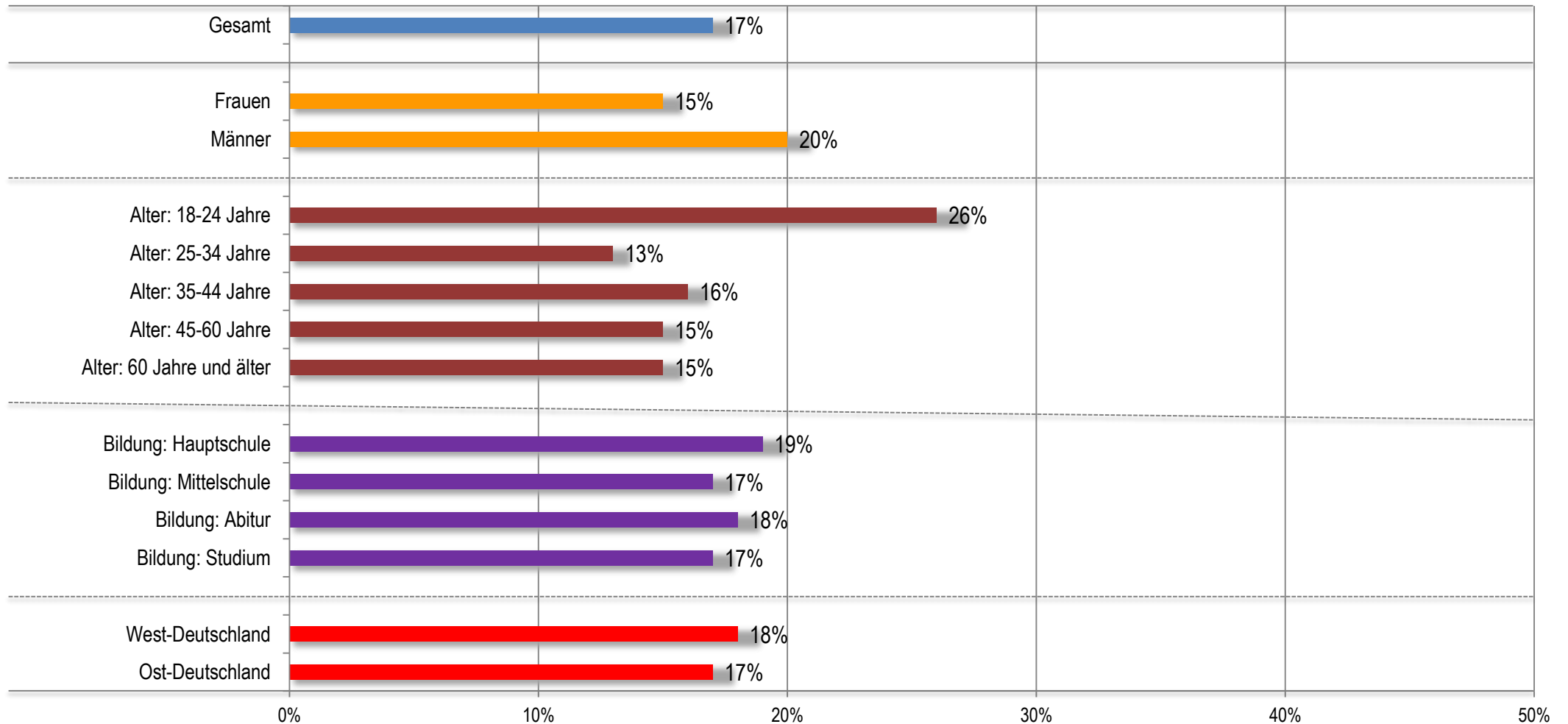
Stadt oder die Region gibt für solche Ereignisse Steuergeld aus, das an anderer Stelle sinnvoller eingesetzt wäre.

Deshalb: Nur, wenn sie ohne staatliche Unterstützung und Steuergelder auskommen.



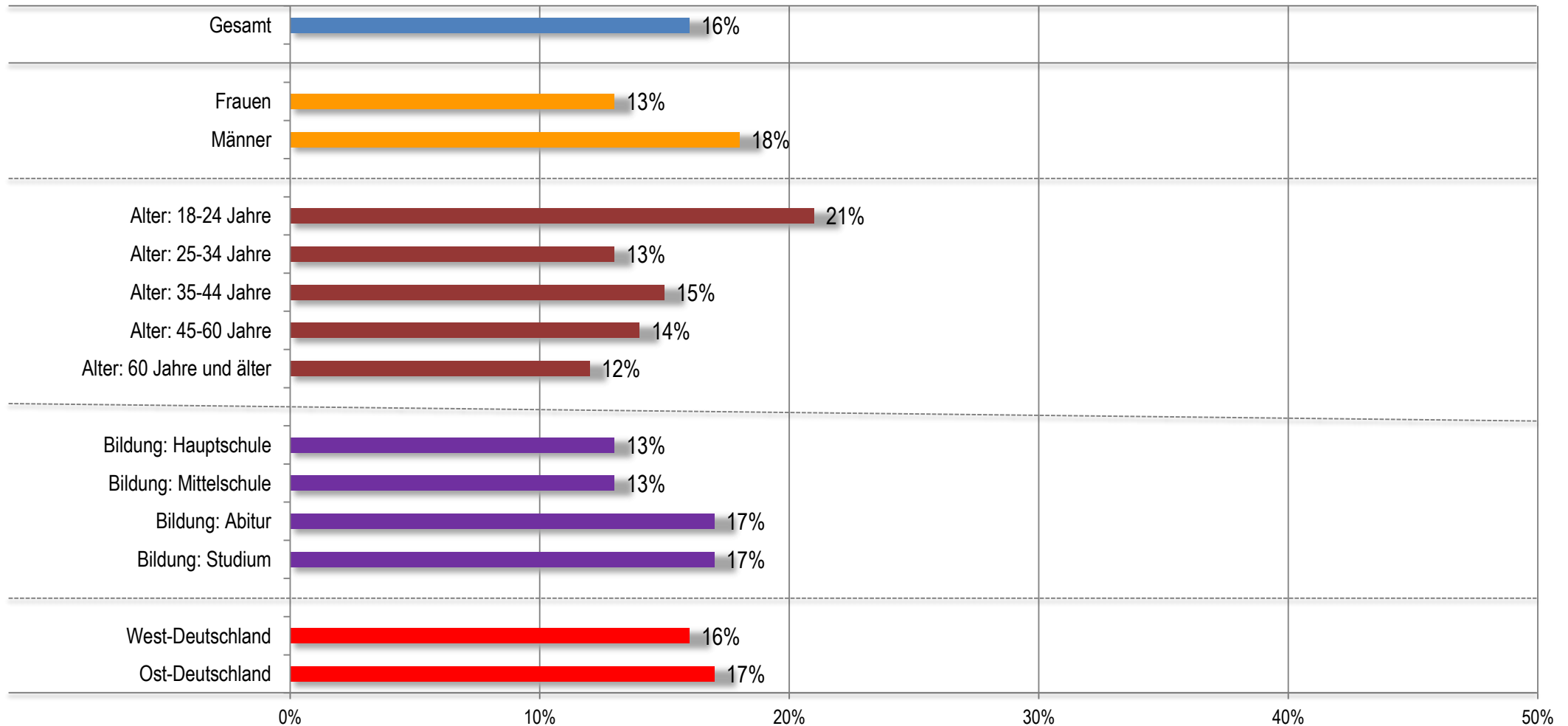
Argumente „Kontra Großereignisse“ - „stimme zu“-

Wenn man sich um ein solches Ereignis bewirbt, muss man sich den Vorgaben und Wünschen des Veranstalters beugen und begibt sich in seine Hand.



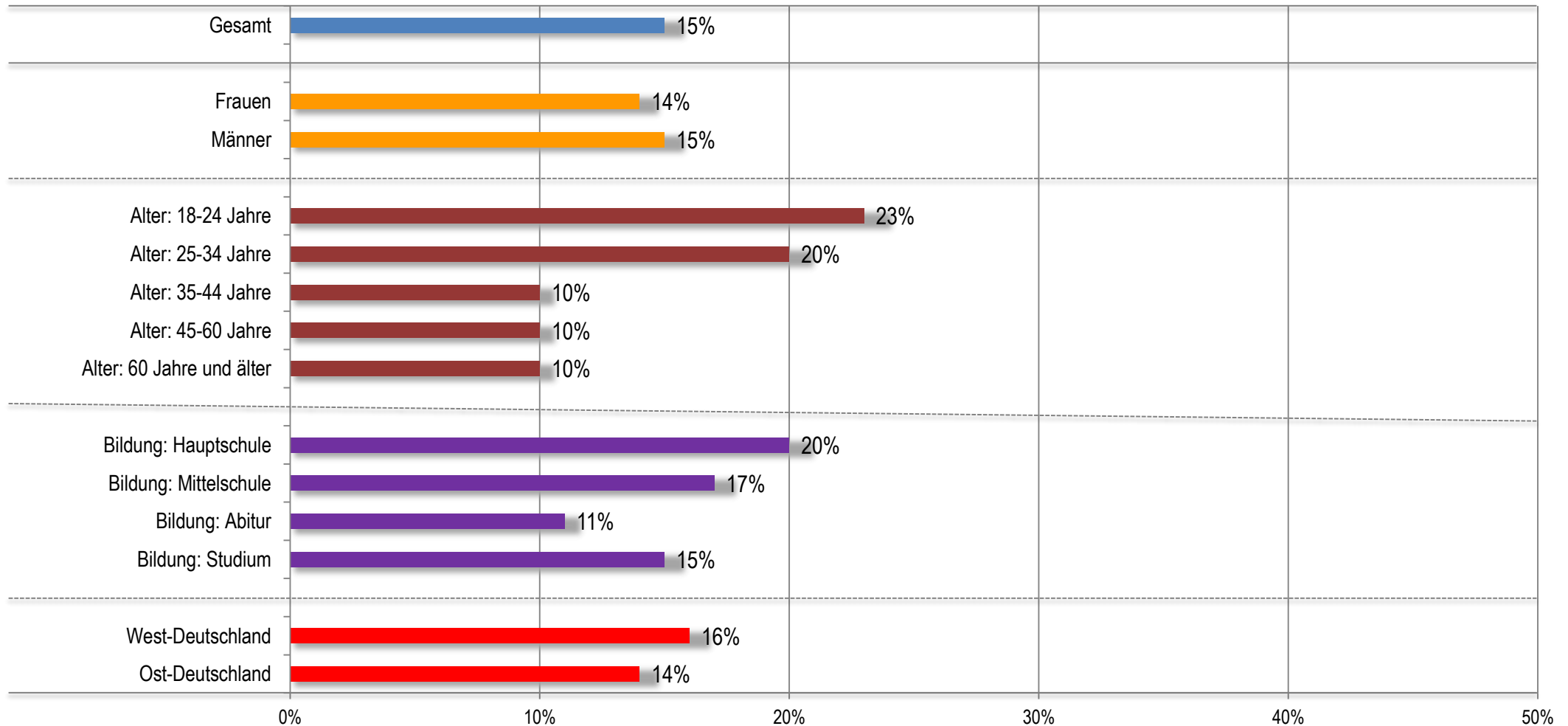
Argumente „Kontra Großereignisse“ - „stimme zu“-

Solche Ereignisse sind nach heutigen Maßstäben nicht nachhaltig genug, das heißt, sie bringen zu wenig dauerhafte, positive Effekte für die Zeit nach dem Ereignis mit sich.



Argumente „Kontra Großereignisse“ - „stimme zu“-

Solche Ereignisse führen zu höheren Mieten, mehr Verkehr und ähnlichem und stoßen damit eine Entwicklung an, die in eine falsche Richtung geht.



Fragebogen

Die Fragen sowie die Intros zu den Fragen sind in den Grafiken teilweise verkürzt dargestellt. Aus diesem Grund dokumentieren wir hier den vollständigen Fragentext (ohne die Fragen zur Sozio-Demographie).

Wir möchten Ihnen einige Fragen zum Thema „Großveranstaltungen und Großereignisse in Deutschland“ stellen. Über deren Für und Wider wurde in letzter Zeit oftmals gestritten. So wurden zum Beispiel Olympia-Bewerbungen oder Landesgartenschauen in Bürgerentscheiden abgelehnt. Auch die Frage, ob es für die jeweilige Stadt gut ist, sich als Austragungsort für einen Kirchentag, als Kulturhauptstadt Europas oder ein großes Sportereignis zu bewerben, wird kontrovers diskutiert.

Wir möchten Ihnen einige Pro- und einige Kontra-Argumente für solche Großereignisse aufzählen, die häufig genannt werden. Sagen Sie uns bitte, was Sie davon halten.

Argumente „Pro Großereignisse“:

- 1 Die Stadt oder die Region, in der ein solches Ereignis stattfindet, kann sich national und international präsentieren.
- 2 Die Stadt oder die Region, in der ein solches Ereignis stattfindet, investiert in die Stadtentwicklung und Infrastruktur, also Verkehrswege, Wohnungen, Grünanlagen usw., was allen Bürgern zugute kommt.
- 3 Die Stadt oder die Region, in der ein solches Ereignis stattfindet, profitiert auch weit nach dem eigentlichen Ereignis von den Maßnahmen und Investitionen.
- 4 Solche Großereignisse machen Investitionen und Entwicklungen für Städte bzw. Regionen erst möglich, die ohne das Ereignis gar nicht zustande kommen würden.

Argumente „Kontra Großereignisse“:

- 1 Die Stadt oder die Region gibt für solche Ereignisse Steuergeld aus, das an anderer Stelle sinnvoller eingesetzt wäre. Solche Ereignisse sollten deshalb nur stattfinden, wenn sie ohne staatliche Unterstützung und Steuergelder auskommen.
- 2 Solche Ereignisse sind nach heutigen Maßstäben nicht nachhaltig genug, das heißt, sie bringen zu wenig dauerhafte, positive Effekte für die Zeit nach dem Ereignis mit sich.
- 3 Solche Ereignisse führen zu höheren Mieten, mehr Verkehr und ähnlichem und stoßen damit eine Entwicklung an, die in eine falsche Richtung geht.
- 4 Wenn man sich um ein solches Ereignis bewirbt, muss man sich den Vorgaben und Wünschen des Veranstalters beugen und begibt sich in seine Hand.

Antwort-Kategorien bei „Pro/Kontra“: „*stimme zu / stimme eher zu / stimme eher nicht zu / stimme nicht zu*“ -plus „*weiß nicht – keine Angabe*“

Akzeptanz allgemein: Alles in allem: Wie würden Sie eine Bewerbung für folgende Art von Großereignis in Ihrer Stadt/Region sehen?

- Bundes- oder Landesgartenschau
- Austragungsort für eine Fußball-Europameisterschaft oder Weltmeisterschaft
- Austragungsort für Olympische Spiele (Sommer oder Winterspiele)
- Überregionales Kulturereignis, z.B. „Kulturhauptstadt Europas“
- Kirchentag

Methode und Randbedingungen für die repräsentative Befragung

Grundgesamtheit ist jeweils die deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren im Bundesgebiet, die durch Aussteuerung zentraler soziodemographischer Merkmale repräsentativ abgebildet wird. Für diese Befragung wurden in den Wochen 40 + 41/2017 insgesamt 1047 Personen befragt.

Hinweise:

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

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

weitere Informationen unter: **www.hitschfeld.de**