



# Genauer hinschauen – besser entscheiden

**Datengestützte, mikrogeografische  
Analysen als Grundlage für  
Akzeptanzkommunikation**

Leipzig, 19. Januar 2022

## Was ich Ihnen zeigen möchte

1. Akzeptanzkommunikation
2. Mikrogeografische Analyse
3. Anwendungsbeispiele aus der Praxis
4. Anwendungsbeispiele aus unserer Arbeit
5. Ausblick: Weitere Einsatzmöglichkeiten

## Akzeptanz ist...

...das Ergebnis eines komplexen, permanenten, sich über den gesamten Lebenszyklus eines Akzeptanzprojektes erstreckenden Kommunikations- und Handlungsprozesses zwischen Akzeptanzobjekten und Akzeptanzsubjekten.

In unserer Gegenwartsgesellschaft beinhaltet dieser Prozess auch in zunehmendem Maße Aushandlungsprozesse.

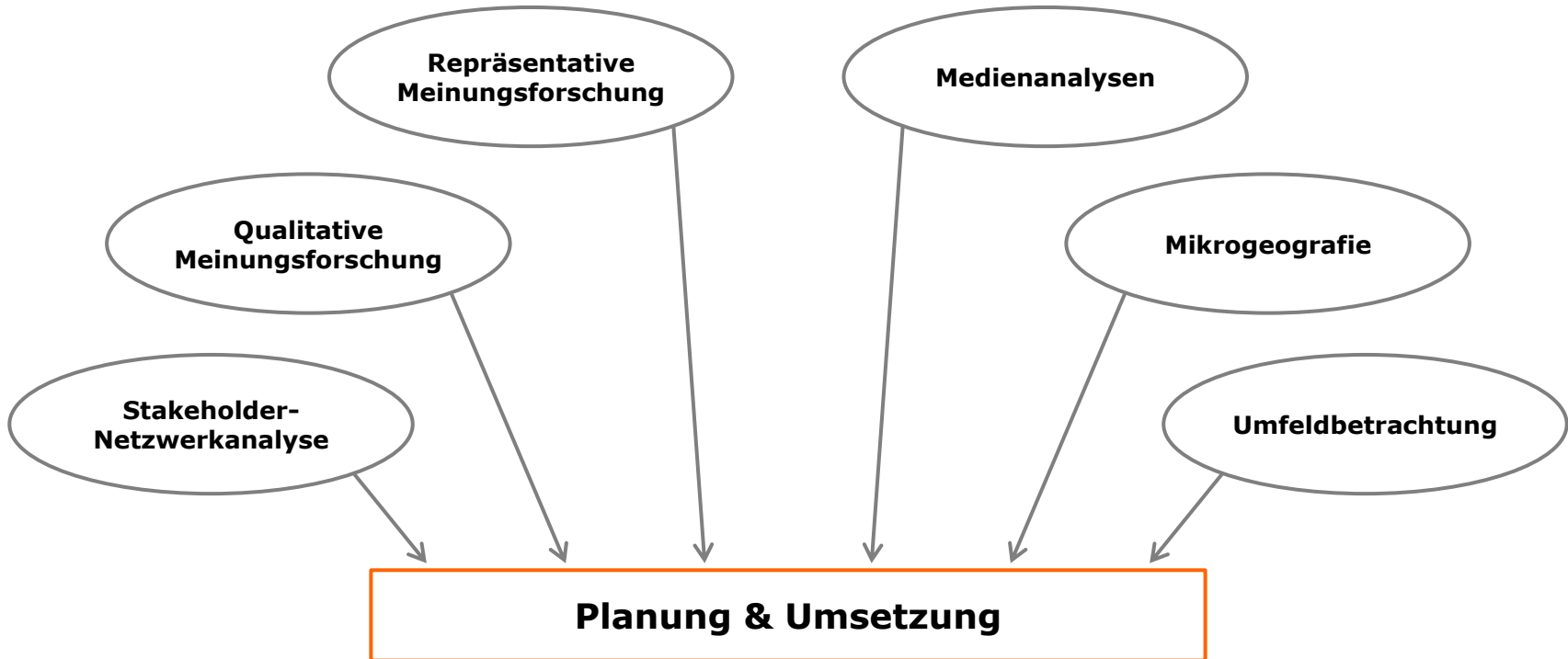
*(vgl. Bentele, Günter, Bohse, Reinhard, Hitschfeld, Uwe, Krebber, Felix, Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft – Gedanken, Analysen, Thesen. In: Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft. Hrsg. Bentele, Günter, Bohse, Reinhard, Hitschfeld, Uwe, Krebber, Felix. Wiesbaden: Springer VS, 2014.)*

## Akzeptanzkommunikation ist...

...eine komplexe Aufgabe und ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Diverse Akteure mit unterschiedlichen inhaltlichen, temporären und räumlichen Interessen wirken jeweils auf ein Projekt ein. Dies zu erkennen, daraus die richtigen Schlüsse für Facharbeit und Kommunikation/Partizipation zu ziehen, geeignete Strategien zu entwickeln und diese dann umzusetzen ist unser Verständnis von strategischer Akzeptanzkommunikation.

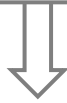
## Akzeptanzkommunikation Bausteine für Analyse und Planung



## Mikrogeografische Analyse

### Modellierung von Zielgruppen

- Personenbezogene Filter  
(z. B. Alter, Geschlecht, Kaufkraft)
- Inhaltliche Filter  
(z. B. Interesse an E-Mobilität,  
Bedeutung von schnellem Internet)



### Beschreibung von Personen in definierten Handlungsräumen

- Wer lebt im Gebiet und was heißt das für die Kommunikation?



**Strategieentwicklung/Umsetzung**

## Mikrogeografische Analyse

### Anwendungsbeispiele aus der Praxis (I)

#### Standort- bzw. Potenzialanalysen

- Standorte für Einzelhandel, Gastronomie
  - z.B. Kaufkraft, Demographie, Konsumverhalten
- Standorte für Büroräume, Ladesäulen
  - z.B. ÖPNV-Anschluss (Nähe in Gehminuten), Kaufabsicht Elektroauto
- Gebiete für Lieferdienste oder Car/Bike-Sharing-Angebote
  - z.B. Smartphone-Nutzung, Mobilitätsverhalten
- Wohnungsneubau (Größe, Ausstattung, Miete vs. Eigentum etc.)
  - z.B. Wohnungsbestand, Umzugsquote, Single-Anteil, Familiengröße

## Mikrogeografische Analyse Anwendungsbeispiele aus der Praxis (II)

### Lokale Anpassung

- Lokalisierte Ansprache (mit Außenwerbung, Postwurfsendungen, Online-Targeting)
  - z.B. Bildung, Medienaffinität, Mediennutzer-Typen, Werbeverweigerer-Quote
- Lokale Anpassung von Sortiment/Dienstleistungen, lokale Angebote
  - z.B. Sinus-Milieus, Statusklassen
- Lokal differenzierte Ansprache bestimmter Wählergruppen im Wahlkampf
  - z.B. Wahlverhalten, Lebenseinstellungen

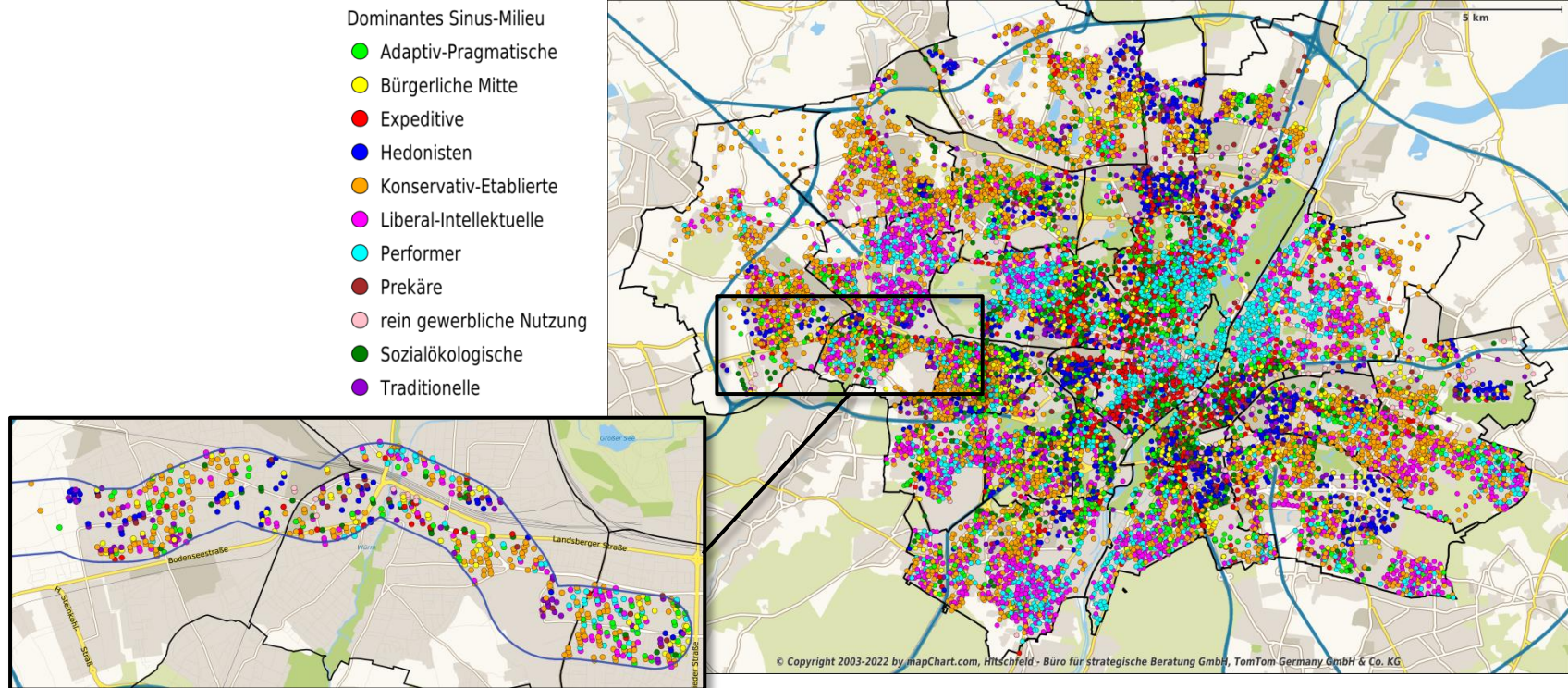


## Mikrogeografische Analyse

### Anwendungsbeispiele aus unserer Arbeit

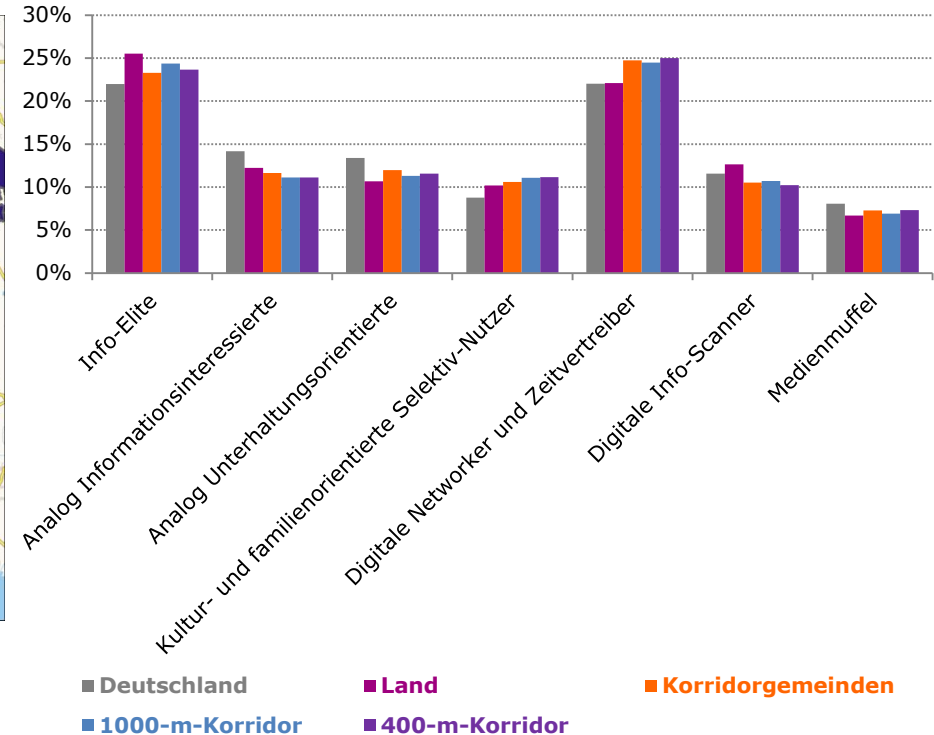
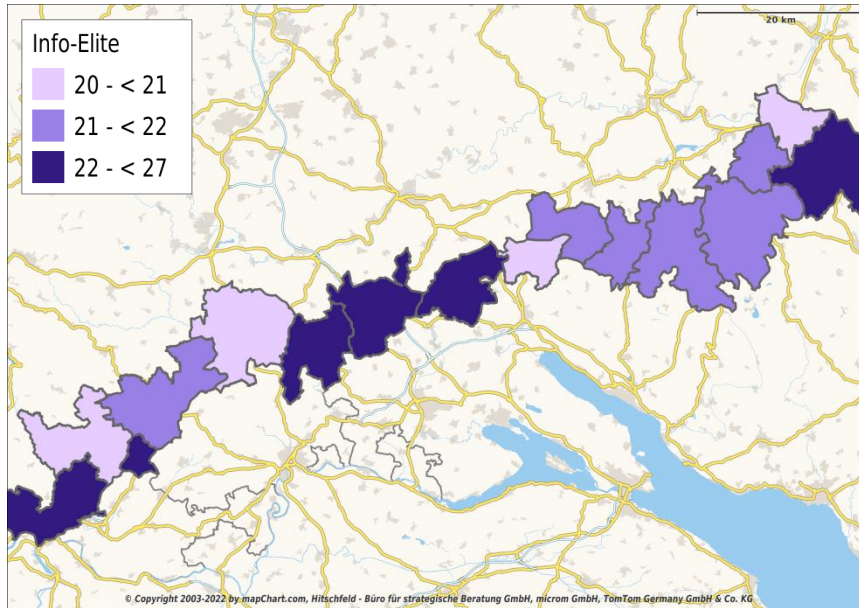
- Infrastrukturausbau (z.B. U-Bahn, Stromnetz etc.)
- Strategieweise Ausrichtung und Optimierung von Kommunikationsmaßnahmen
- Kampagne zur Steigerung der Impfquote

## Anwendungsbeispiele aus unserer Arbeit U-Bahn München



## Anwendungsbeispiele aus unserer Arbeit

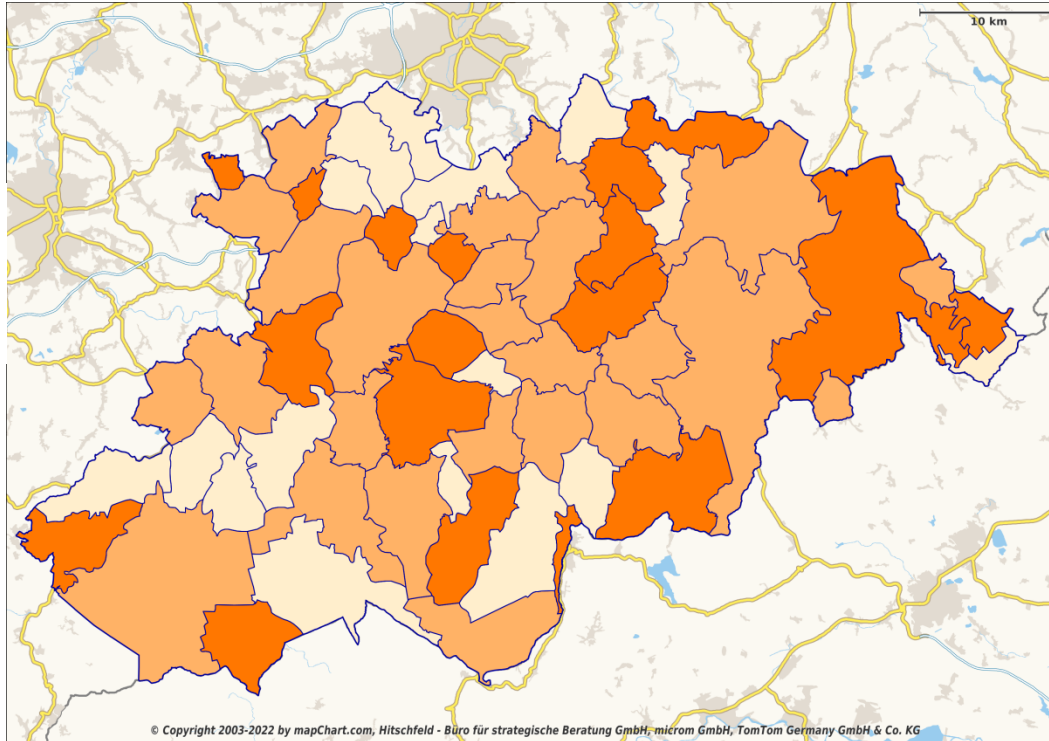
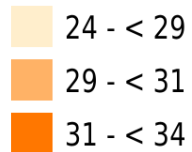
### Ausbau des Stromnetzes



## Anwendungsbeispiele aus unserer Arbeit

### Pandemiekommunikation

Anteil  
Zielgruppe  
(in %)



|              | BRD          | Land         | Kreis        |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Gruppe 1     | 11,0%        | 10,9%        | 13,2%        |
| Gruppe 2     | 8,7%         | 14,7%        | 16,8%        |
| <b>Summe</b> | <b>19,7%</b> | <b>25,6%</b> | <b>30,0%</b> |

## Mikrogeografische Analyse

### Weitere Einsatzmöglichkeiten

- Kampagnen zur Steigerung der Inanspruchnahme von Gesundheitsleistungen (Vorsorgeuntersuchungen, Prophylaxe, Sport etc.)
- Akzeptanzkommunikation für Strukturwandel und Ausbau der erneuerbaren Energien
- Akzeptanzkommunikation für Verkehrswende und autonomes Fahren
- Stadtteilentwicklungsmaßnahmen

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**Hitschfeld**  
**Büro für strategische Beratung**

Kickerlingsberg 15  
04155 Leipzig  
[www.hitschfeld.de](http://www.hitschfeld.de)

## Wer wir sind und was wir tun

### Hitschfeld Büro für strategische Beratung

- seit 20 Jahren an der Schnittstelle von Politik, öffentlicher Verwaltung, Gesellschaft und Wirtschaft tätig
- Branchenschwerpunkte: Energie, Umwelt, Verkehr, Kommunalwirtschaft
- inhaltliche Schwerpunkte:
  - strategische Projekt- und Unternehmenskommunikation
  - Partizipationsvorhaben, Beteiligungsprozesse und Akzeptanzmanagement
  - Mediation, Moderation, Coaching
- erfahrenes Team in leistungsfähiger Netzwerkorganisation



Katharina  
Hitschfeld



Uwe  
Hitschfeld



Christoph  
Eichenseer



Michael  
von Raison



Lukas  
von Below



Steffi  
Klement



Ruth  
Justen



Roland  
Löbel



Susan Richter-  
Westermann