
Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|---|----|
| 1 | Vorbemerkung | 1 |
| 2 | Ausgangssituation Tiefe Geothermie | 3 |
| 2.1 | Politisches Umfeld, Historie und Branche | 4 |
| 2.2 | Berichterstattung in Presse, Funk und Fernsehen | 5 |
| 2.3 | Tiefe Geothermie im Internet und den Social Media | 5 |
| 2.4 | Stimmung in der Bevölkerung | 7 |
| 2.5 | SWOT-Analyse | 7 |
| 3 | Kommunikation und Akzeptanz | 9 |
| 4 | Grundsätze erfolgreicher Projekt-Kommunikation | 11 |
| 5 | Wer kommuniziert: Die Absender | 13 |
| 5.1 | Wer soll informieren? | 13 |
| 6 | Wer wird angesprochen: Die Zielgruppen | 15 |
| 6.1 | Mittler | 15 |
| 6.2 | Empfänger | 16 |
| 6.3 | Exkurs: Regionale Aspekte | 17 |
| 7 | Wie wird informiert: Kommunikationskanäle | 19 |
| 7.1 | Zeitungen und Zeitschriften | 19 |
| 7.2 | Hörfunk und Fernsehen | 21 |
| 7.3 | Exkurs: Umgang mit Medien | 21 |
| 7.4 | Internet | 24 |
| 7.5 | Web 2.0 und Social Media | 25 |
| 7.6 | Print-Produkte, Flyer und Jahresberichte | 26 |
| 7.7 | Weitere Kommunikationskanäle | 27 |

| | | |
|-----------|--|----|
| 8 | Kommunikationsziele der Absender und Zielgruppe | 29 |
| 9 | Kernbotschaften | 31 |
| 10 | Regelkommunikation als Basis für Akzeptanz | 35 |
| 10.1 | Zeitpunkt und Häufigkeit von Informationen | 35 |
| 10.2 | Kommunikation entlang der Phasen eines Geothermie-Projektes | 36 |
| 10.3 | Phasenunabhängige Kommunikationsaktivitäten | 38 |
| 11 | Kommunikation kritischer Ereignisse und Krisenkommunikation | 41 |
| 12 | Akzeptanzfördernde Maßnahmen: Einbezug | 45 |
| 12.1 | Offenlegung von Gutachten | 45 |
| 12.2 | Bürgerbeteiligung | 46 |
| 12.3 | Akzeptanzfördernde technische Möglichkeiten | 48 |
| 13 | Monitoring und Evaluierung von Kommunikationsaktivitäten | 49 |
| 13.1 | Quantitative und qualitative Medienresonanzanalyse | 49 |
| 13.2 | Feedback auf Aktionen, Veranstaltungen, Online-PR, Kommentare | 50 |
| 14 | Fazit | 51 |
| 15 | Tabellen, Checklisten und Übersichten | 53 |
| 15.1 | SWOT-Detailergebnisse für Tiefe Geothermie | 53 |
| 15.2 | Kernbotschaften – Einzelargumente | 57 |
| 15.3 | Sammlung kritischer Argumente – Öffentlichkeitssicht | 60 |
| 15.4 | Technische Gestaltungsspielräume bei Tiefe-Geothermie-Projekten | 61 |
| | Literatur | 69 |

TIGER – Kommunikationskonzept Tiefe Geothermie

Borg, A.; Bauer, M.

2017, IX, 71 S. 8 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-18499-5