



Trainingshilfe „Windenergie – Gute Gründe weitererzählen!“

Empfehlungen und Übungen

Trainingshilfe „Windenergie – Gute Gründe weitererzählen!“

Empfehlungen und Übungen

Dr. Julia Steinhorst, FA Wind und Solar

Lea Baumbach, freie Moderatorin und Prozessgestalterin

Impressum

Herausgegeben von:

Fachagentur Wind und Solar e. V.
Fanny-Zobel-Straße 11 | 12435 Berlin
www.fachagentur-wind-solar.de
post@fa-wind-solar.de

V. i. S. d. P.: Dr. Antje Wagenknecht

Die Fachagentur Wind und Solar ist ein gemeinnütziger Verein. Er ist eingetragen beim Amtsgericht Charlottenburg, VR 32573 B

Autorinnen: Dr. Julia Steinhorst, Fachagentur Wind und Solar e. V.; Lea Baumbach, freie Moderatorin und Prozessgestalterin

Stand: Juli 2026

Zitiervorschlag: FA Wind und Solar (2026), Trainingshilfe „Windenergie – Gute Gründe weitererzählen!“.

Haftungsausschluss: Die in dieser Dokumentation enthaltenen Angaben und Informationen sind nach bestem Wissen erhoben, geprüft und zusammengestellt. Eine Haftung für unvollständige oder unrichtige Angaben, Informationen und Empfehlungen ist ausgeschlossen, sofern diese nicht grob fahrlässig oder vorsätzlich verbreitet wurden.

Gestaltung: DreiDreizehn Werbeagentur GmbH, www.313.de

Bildnachweis: S. 4 © CreativeNature_nl/iStock;
S. 11 © Harald007/iStock

Inhalt

Hintergrund	4
Teil 1: Empfehlungen zur Kommunikation guter Gründe für Windenergie	5
In Form von Narrativen und Erzählungen kommunizieren	5
Gelingende Kommunikation auf Veranstaltungen und in Einzelgesprächen	6
Der Rahmen und die Vorbereitung	6
Die Umfeldanalyse	6
Die Moderation	7
Grundlegende Kommunikationsmuster	7
Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen	8
Konflikt-Deeskalation	9
Die eigene Haltung	9
Die Heldenreise als kommunikatives Stilmittel	10
Teil 2: Kommunikationsübungen	11
Übung Nr. 1: Erfahrungsaustausch – Erfolge feiern!	12
Übung Nr. 2: Erfahrungsaustausch – Schöner scheitern!	13
Übung Nr. 3: Gute Gründe vermitteln lernen	14
Übung Nr. 4: Dialog mit Persona (typische Akteure)	15
Übung Nr. 5: Heldenreise in der Kommunikation anwenden	16
Übung Nr. 6: Die eigene Haltung/Rolle in der Kommunikation reflektieren	17
Übung Nr. 7: Rollenspiel	18
Beispielhafte Persona-Beschreibungen	19
Literaturverzeichnis	27

Hintergrund

Rund um Windenergieprojekte entstehen häufig emotional aufgeheizte Debatten, die einer ausgewogenen Diskussion bedürfen. Umso wichtiger ist es, sowohl im Dialog als auch auf größeren Veranstaltungen, die guten Gründe für Windenergie einladend und schlüssig zu kommunizieren. Insbesondere Erzählungen und Narrative können neben Fakten anschauliche Bilder und Emotionen einprägsam vermitteln, sei es im Gespräch mit Bürgerinnen und Bürgern oder entscheidenden Akteuren, wie z. B. Bürgermeisterinnen und Bürgermeistern.

Diese Trainingshilfe ist für all jene gedacht, die für konkrete Windenergieprojekte begeistern wollen und üben möchten, die guten Gründe für Windenergie weiterzuerzählen und eigene zu entwickeln. Dafür gibt Teil 1 konkrete Empfehlungen zur Kommunikation guter Gründe für Windenergie und zeigt auf, wie Verstand und Gefühle gleichermaßen angesprochen werden können. Dies kann mithilfe praktischer Kommunikationsübungen aus Teil 2 gezielt trainiert werden.

Die Trainingshilfe ergänzt die im Sommer 2025 erschienene Kommunikationshilfe „Windenergie – Gute Gründe weiter erzählen!“¹. Darin sind die relevantesten guten Gründe und Erfolgsgeschichten aus ganz Deutschland zusammengetragen. Darauf aufbauend führte die Fachagentur Wind und Solar (FA Wind und Solar) im November und Dezember 2025 jeweils

zweitägige Trainings durch. Mitarbeitende mehrerer Landesenergieagenturen wurden darin geschult, die „Guten Gründe für Windenergie“ in Form von realen Erfolgsgeschichten oder Zukunftserzählungen zu kommunizieren. Die Trainings wurden von Lea Baumbach, freie Prozessgestalterin, und Julia Steinhorst, FA Wind und Solar, geleitet.

Die vorliegende Veröffentlichung fasst wesentliche Erkenntnisse dieser Trainings zusammen. Ergänzt wird sie durch berichtete Erfahrungen der teilnehmenden Vertreterinnen und Vertreter von Landesenergieagenturen aus der Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern sowie lokalen Akteurinnen und Akteuren. Wir danken allen Teilnehmenden der Trainings für ihren wertvollen Input und den offenen Austausch.



1 FA Wind und Solar (2025).

Teil 1: Empfehlungen zur Kommunikation guter Gründe für Windenergie

In Form von Narrativen und Erzählungen kommunizieren

Menschen finden einen besseren Zugang zu Informationen, wie bspw. den Gründen für Windenergieprojekte, wenn sie diese in Form realer Erfolgsgeschichten oder Zukunftsvisionen aufnehmen. Im Unterschied zu reinen Fakten und Daten können Erzählungen Bilder im Kopf entstehen lassen und positive Assoziationen und Emotionen fördern. Sie helfen, Zusammenhänge zu erkennen und bleiben besser im Gedächtnis.

Narrative lassen sich als übergeordnete Erzählmuster verstehen, die sich aus vielen situationsbezogenen Erzählungen speisen. Wenn wir solche Erzählungen kennen, dann können auch Narrative als kurze, knappe Aussagen entsprechende Assoziationen und Emotionen hervorrufen. Personen, die beispielsweise positive Erfolgsgeschichten über Windenergie in Nachbarkommunen gehört haben, bewerten die Aussage „mit Windenergie gestalten wir die Zukunft unserer Region“² wahrscheinlich positiver als Personen, die viele Geschichten des Scheiterns zur Windenergie kennen (siehe Abbildung 1).

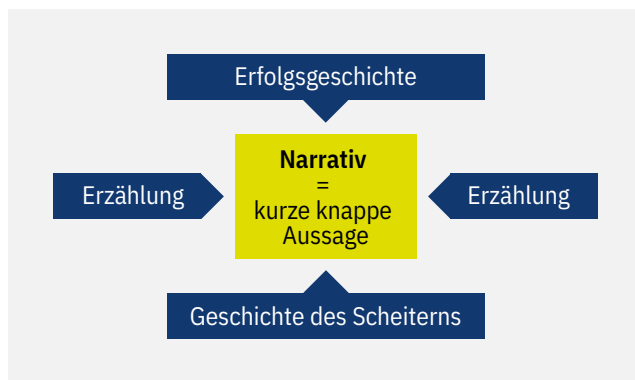


Abbildung 1: Narrative sind Erzählmuster, die sich aus verschiedenen situativen Erzählungen speisen

Erfolgsgeschichten für Windenergieprojekte sind deshalb so überzeugend, weil sie eine Problemstellung beschreiben und dazu eine Lösung anbieten: die Nutzung der Windenergie. Es ist daher wichtig, in Form von Erzählungen zu sprechen, um auf die Werte und Gefühle der Menschen vor Ort passend einzugehen. Für diese Art der Kommunikation bieten die „Kommunikationshilfe Windenergie – Gute Gründe weiterzählen!“ sowie die folgende Checkliste hilfreiche Anregungen.



CHECKLISTE FÜR ERFOLGREICHE NARRATIVE

- Kann sich die Zielgruppe mit der Protagonistin/ dem Protagonisten der Erzählung/des Narrativs identifizieren?
- Wie ist die Erzählung aufgebaut? Handlung: Beginn/Problem (Gibt es ein Vorher?), Transformation, Ende/Lösung (Gibt es ein Nachher?)
- Gibt es weitere Erzählungen/Nachrichten/Infos, die das Narrativ tragen? Narrative werden stärker, mit jeder zusätzlichen Erzählung! Narrative = generell, Erzählungen = spezifisch!
- Ermöglicht die Erzählung/das Narrativ einen Wandel der Gefühlslage der Zuhörers/der Zuhölerin? Welche positiven Emotionen werden aktiviert?
- Ist eine Handlungsaufforderung mit dem Narrativ verbunden? (Call to Action.)

Gelingende Kommunikation auf Veranstaltungen und in Einzelgesprächen

Auch in den Rahmenbedingungen und der Form der Kommunikation ist einiges zu beachten. Ein guter Dialog ist nicht einzig von der Nutzung der guten Gründe abhängig, sondern benötigt neben einer guten Vorbereitung, einer passenden Raumgestaltung und Moderation auch den bewussten und geschulten Umgang mit konfliktreichen Gesprächssituationen.

Der Rahmen und die Vorbereitung

Ideal für die Kommunikation zu möglichen Windenergieprojekten ist es, wenn über Gremien hinweg bereits ein gemeinsames Ziel festgestellt werden kann, bzw. ein gemeinsames Handeln von Kommune und Bürgerschaft möglich ist. Um Bürgerinnen und Bürger in jeder Phase eines Projekts mitzunehmen, ist es wichtig, transparent zu machen, welche Schritte bereits erfolgt sind und welche als Nächstes geplant sind. Im Idealfall sind die Politik, lokale Akteure und – sofern nötig – auch Bürgerinnen und Bürger am Prozess und den Entscheidungen beteiligt. Schwierige Situationen lassen sich durch vorbereitende Gespräche möglicherweise vorwegnehmen und vermeiden. Diese Vorgespräche können zudem insbesondere stark engagierten oder aufgebracht Gruppen – etwa einer Bürgerinitiative – Raum geben, ihren Unmut zu äußern und Argumente vorzubringen. Ebenso kann es helfen, betroffene Befürworterinnen und Befürworter von Windenergieprojekten zu Wortmeldungen zu ermutigen. So entsteht ein Gegengewicht zu stark emotionalisierten, ablehnenden Beiträgen.

Wichtig ist eine gute Vorbereitung vor einer Veranstaltung oder vor Einzelgesprächen. Das Setting einer Veranstaltung, wie z. B. die Stuhl- und Tischanordnung, sollte einladend und offen gestaltet sein. Ein Infomarkt-Format eignet sich hierfür besonders gut: An Themeninseln können Menschen in Kleingruppen mit Fachexpertinnen bzw. -experten ins Gespräch kommen.³ Auch offene Bürger-Sprechstunden für Fragen ermöglichen einen konstruktiven Dialog, da sich Raum bietet, auf individuelle Bedenken und Sorgen einzugehen. Vorteilhaft ist es ebenfalls, eine unabhängige und anerkannte Fachexpertise zu Veranstaltungen einzuladen.

Auch empfiehlt es sich, möglichst niedrigschwellige Angebote für Veranstaltungen oder Gespräche zu machen, also Tag, Uhrzeit, Veranstaltungsort und Setting so auszuwählen, dass möglichst viele Personengruppen teilnehmen können. Ebenso wichtig ist es, die Veranstaltung ausreichend zu bewerben. Wenn Technik zum Einsatz kommt, sollte diese ausreichend geprüft werden, so dass insbesondere bei hybriden Veranstaltungen alles gut funktioniert. Um die Veranstaltung auf der lokalen Ebene zu belassen und einer polarisierenden Generalkritik von weiter angereisten Gegnerinnen und Gegnern vorzubeugen, kann es hilfreich sein, Voranmeldungen zu nutzen,

Einlasskontrollen durchzuführen und die Teilnehmenden vor Redebeiträgen zu bitten, sich jeweils kurz vorzustellen.

Die Umfeldanalyse

Eine Umfeldanalyse anhand von Pressemeldungen, Informationen im Internet sowie über Vor-Ort-Besuche und Vorgespräche ermöglicht es, konträre Positionen bereits im Vorfeld zu kennen und sich inhaltlich gut vorzubereiten. Diese Recherchen ermöglichen es auch, bereits vor Ort etablierte Erzählungen und Narrative zu erfassen. Gleichzeitig erfordert sowohl das Einholen als auch die spätere Nutzung solcher Informationen Sensibilität und Empathie, um Irritationen bei Menschen vor Ort zu vermeiden.



CHECKLISTE FÜR DIE UMFELDANALYSE

Die Akteure/Stakeholder

- Wer sind zentrale Persönlichkeiten vor Ort?
- Wie ist die Gesamtgruppe zusammengesetzt?
- Wer steht dem Projekt unterstützend gegenüber?
- Wer steht dem Projekt kritisch/behindernd gegenüber?
- Wer kann das Projekt zum Scheitern bringen?
- Wer kann das Projekt voranbringen?

Der Ort

- Welche Erfahrungen gibt es mit Großprojekten vor Ort?
- Wie zentral/peripher gelegen ist der Ort?
- Hat der Ort in seiner (auch früheren) Geschichte einen Wandel durchlaufen?
- Schrumpft oder wächst die Bevölkerung?
- Was macht den Ort besonders?

Die Themen/Streitpunkte

- Was sind die Themen vor Ort?
- Welche Konfliktlinien sind erkennbar?

³ Mögliche Inhalte der Themeninseln könnten sein: der Planungsstand zu den Flächen, Auswirkungen auf Natur und Mensch, finanzielle Beteiligungsmöglichkeiten, Informationen für die Flächeneigentümerinnen und -eigentümer, Anlagentechnik und kommende Verfahrensschritte.

Die Moderation

Eine Moderation ist wichtig, um durch eine Veranstaltung zu führen und einen angemessenen Rahmen zu schaffen. In großen Gruppen und bei konflikthafter Diskussionen fängt eine professionelle und allparteiliche Moderation Vielrednerinnen und -redner ein und besteht auf einer respektvollen Kommunikation. Dies kann durch das Vereinbaren bestimmter Gesprächsregeln zu Beginn unterstützt werden, auf die sich die Moderation berufen kann.



BEISPIELHAFTE VEREINBARUNGEN/ GESPRÄCHSREGELN FÜR KONSTRUKTIVE RUNDEN

- ausreden lassen
- zuhören
- nicht bewerten
- Ich-Perspektive
- wertschätzender Umgang
- Aufrichtigkeit
- Transparenz
- Vertraulichkeit – Gesagtes bleibt im Raum

Auch ein für alle sichtbarer Themenspeicher (z. B. an einer Metaplanwand) hilft, Fragen und Bedenken zu sammeln und entweder im Rahmen der Veranstaltung oder später einzeln abzuarbeiten. Durch die Anhörung aller Beteiligten und das genaue Zuhören fühlen sich alle Personen wahrgenommen und ernst genommen. Die Moderation ist ebenfalls dafür verantwortlich, die Zeit auf Veranstaltungen im Blick zu behalten und Redeanteile gerecht zu verteilen. Halten sich jedoch einzelne Teilnehmende nicht an die vereinbarten Regeln, so ist es möglicherweise notwendig, eine Person des Raumes zu verweisen, insofern sich die Moderation vorher das Hausrecht gesichert hat. Das Hausrecht sollte man sich als Veranstalter im Vorfeld schriftlich übertragen lassen.

Durch aktives Zuhören entsteht eine wertschätzende Atmosphäre für alle Menschen, die sich zu Wort melden. Jedoch sollte die Moderation beim aktiven Zuhören möglichst auf ein Nicken verzichten, um nicht den Eindruck von Parteilichkeit entstehen zu lassen. Komplexe oder besonders wichtige Aussagen können durch die Moderation paraphrasiert werden und so das gegenseitige Verständnis im Raum verstärken. Es ist besser, einen Querschnitt aller Perspektiven anzuhören, als nur Extreme zu Wort kommen zu lassen.



AKTIVES ZUHÖREN

- konzentriert auf sprechende Person
- zugewandte Körperhaltung
- entspannter Blick
- inhaltliches Verstehen
- emotionales Nachempfinden/Hineinversetzen
- je nach Kontext kann dies als Zustimmung gewertet werden: Nicken, Geräusche („aha“, „hm hm“)

Grundlegende Kommunikationsmuster

Um gute Gründe für Windenergie kommunizieren zu können, ist es wichtig, eine Mitmensch-Ebene und einen Raum für verschiedene Meinungen zu schaffen. Dies gelingt durch verbindende Kommunikationsmuster.



VERBINDENDE KOMMUNIKATIONSMUSTER

- Aktives Zuhören
- Spiegeln/Paraphrasieren
- Nachfragen
- Zeit/Raum lassen
- Humor
- Gewaltfreie Kommunikation⁴

Auch konträren Gesprächspartnerinnen und -partnern sollte es möglich sein, ihr Gesicht zu wahren. Ebenso wichtig ist es, dem Impuls zu widerstehen, sich zu rechtfertigen oder mit „ja, aber“ zu antworten. Auch im Falle persönlicher Angriffe oder Beleidigungen sollte Ruhe und Sachlichkeit bewahrt werden. So wird auch die schweigende Mehrheit eher geneigt sein, neue Informationen aufzunehmen und anzuerkennen. Dennoch ist ein Gegengewicht zur teils sehr emotionalen Darstellung der Projektgegnerschaft zu schaffen.

4 Vertiefende Literatur: Rosenberg (2001).

Im Gegensatz zu Situationen, in denen man noch versuchen kann, miteinander zu sprechen, hilft im Umgang mit trennenden Kommunikationsmustern auch dies nicht mehr und es ist wichtig, Grenzen zu setzen. Die hier genannten Kommunikationsmuster führen auch in privaten Zwiegesprächen leicht zu Konflikten.



TRENNENDE KOMMUNIKATIONSMUSTER

- Vorwürfe
- Drohungen
- Unterstellungen
- Bewerten/Abwerten
- Bestimmte Formen der Interpretation, z. B. nicht fundierte Schlussfolgerungen
- Unpassende Vergleiche
- Monologe
- Beschwichtigen/Bagatellisieren
- Belehren
- Rechtfertigungen
- Schuldzuweisungen
- Beleidigungen
- Ungefragte Ratschläge
- Urteile
- Generalisierungen

Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen

Es gibt einige gängige Strategien, die teils von Kritikerinnen und Kritikern genutzt werden, um entweder absichtlich oder unbeabsichtigt Gespräche oder Dialoge zu stören. Die Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. nennt die Folgenden und empfiehlt einen entsprechenden Umgang:⁵

„Themen hopping

In der Diskussion wird schnell von einem Thema zum nächsten gesprungen und verknüpft, was nicht zusammengehört. So werden Landwirtschaft, Bildungsmisere und Bürgergeld in eine Aussage gepackt und als Tatsachenbehauptung in die Welt gesetzt, ohne dass ein wirklicher inhaltlicher Zusammenhang zwischen den Themen besteht – für den Zuhörenden klingt es aber so.

Wir raten: Widerstehen Sie der großen Versuchung, diese inhaltslose Perlenkette sinnvoll aufzulösen und beantworten zu wollen. Das wird nicht gelingen. Besser: Das eigene Thema fokussieren und vorantreiben, [...] klare Ziele und rote Linien setzen.“⁶

„What aboutism

Auch bekannt als De-Railing (engl. ‚jemanden entgleisen lassen‘). Dahinter verbirgt sich ein [...] Ablenkungsmanöver [...]. In den sozialen Medien sieht das zum Beispiel so aus: Russland wird als Kriegsverbrecher beschimpft. Sofort kommt die Antwort: ‚... aber die USA‘. Rechtsextremismus wird kritisiert, sofort kommt die Antwort: ‚... aber die Linksextremen‘. Wir raten: Auch hier der Versuchung widerstehen. Denn es geht NICHT darum, hier Argumente auszutauschen. Besser: Selbst Basic-Talk anwenden. Ein einfaches ‚falsch‘ oder ‚Quatsch‘ reicht.“⁷

„Quote Mining

Zitate aus dem Zusammenhang reißen und veröffentlichen. Beliebte Methode radikaler und extremistischer Gruppen, um andere Meinungen/Personen zu diskreditieren. Wenn man selbst betroffen sein könnte, hilft hier nur, die Deutungshoheit anzustreben, d. h. schneller sein, transparenter sein, offener kommunizieren als der Gesprächspartner.“⁸

5 DPRG (2024), weitere Literatur zur Vertiefung des Umgangs mit schwierigen Gesprächspartnern: Modler (2019).

6 ebd.

7 ebd.

8 ebd.

Konflikt-Deeskalation

Kommunikation zu Windenergieprojekten kann konfliktbehaftet sein. Nach Friedrich Glasl lassen sich Konflikte in verschiedene Stufen einordnen (siehe Abbildung 2), zu denen es jeweils ebenfalls Strategien zur Deeskalation gibt.



Abbildung 2: Stufen der Konflikteskalation nach Glasl⁹

Auf den Stufen 1–3 bleibt ein Win-Win-Szenario möglich – beide Seiten wollen noch gut aus dem Konflikt herauskommen. Hier gibt es noch viele Möglichkeiten, wie der Konflikt gelöst werden kann. Eine Moderation kann dabei unterstützen. Auf den Stufen 4–6 möchte eine Seite gewinnen (Prinzip Win-Lose), die andere Seite verliert. Hier kann durch Prozessbegleitung, sowie Vermittlung und Mediation noch gegengesteuert werden. Auf den Stufen 7–9 gilt das Lose-Lose-Prinzip, denn beide Seiten sind bereit für Schadens-Maximierung, auch wenn sie dabei selbst verlieren. Hier helfen nur noch Schiedsverfahren, gerichtliche Verfahren oder ein Machteingriff.



STRATEGIEN ZUR DEESKALATION

- **Stufe 1–3:** Moderation
- **Stufe 3–5:** Prozessbegleitung
- **Stufe 4–6:** Sozio-therapeutische Prozessbegleitung, z. B. Coachings und therapeutische Begleitung
- **Stufe 5–7:** Vermittlung/Mediation
- **Stufe 6–8:** Schiedsverfahren/gerichtliches Verfahren
- **Stufe 7–9:** Machteingriff

Die eigene Haltung

Unsere Kommunikation wird unter anderem durch unsere innere Grundhaltung beeinflusst. Welche Vorannahmen wir über uns selbst und die Welt treffen, beschreibt Eric Berne im Okay-Geviert (siehe Abbildung 3). Diese Haltung bestimmt, wie wir Menschen begegnen und auf deren Aussagen reagieren. Idealerweise begegnen wir Menschen auf Augenhöhe, mit der inneren Haltung: „Ich bin okay, Du bist okay.“

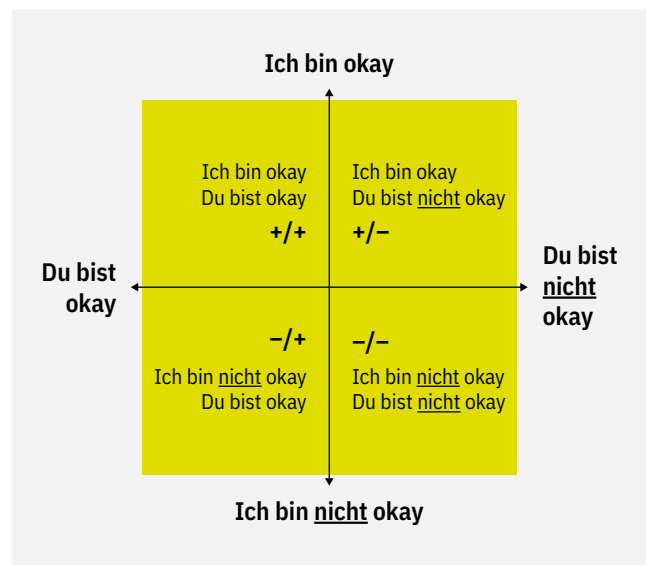


Abbildung 3: Das Okay-Geviert nach Berne¹⁰

⁹ Glasl (1980).

¹⁰ Berne (1961).

Die Heldenreise als kommunikatives Stilmittel

Wie baut man am besten eine gute Erzählung oder ein starkes Narrativ auf? Dies kann mit Hilfe der Heldenreise gelingen.¹¹

Die Erzählung in der Form einer Heldenreise beschreibt eine universelle Erfahrung der Menschen: Ein Held oder eine Heldin zieht aus, um eine Reihe von Abenteuern zu bestehen. Dieses zyklische Muster umfasst den Aufbruch aus der gewohnten Welt, den Übertritt in die fremde Welt, eine zu bestehende große Prüfung und die letztendliche Rückkehr der Person. Die Zuordnung einer Geschichte zu diesen Phasen hilft, emotionale Spannung aufzubauen und die Zuhörenden zu fesseln. In Erfolgsgeschichten der Windenergie gibt es viele Heldinnen und Helden, etwa ein engagierter Bürgermeister oder eine engagierte Bürgermeisterin, lokale Akteure, die sich für ein Projekt einsetzen, Bürgerinnen und Bürger, die eine Bürgerenergiegesellschaft gründen, ein Windparkbetreiber, der die Gemeinde freiwillig finanziell beteiligt, oder eine Naturschutzorganisation, die einen lokalen Kompromiss aushandelt. Je nach Kontext und Geschichte sind also verschiedene Heldinnen und Helden denkbar.

Beispiel für eine Heldenerzählung im Kontext der Windenergienutzung: Eine Bürgermeisterin steht vor der Herausforderung, die finanziellen Probleme ihrer Gemeinde zu lösen. Die Straßen müs-

sen saniert, das Kita-Dach erneuert und das Loch in der Gemeindegasse gestopft werden. So macht sich die Bürgermeisterin auf die Suche nach Lösungen und stößt auf die Idee, Einnahmen durch einen Windpark zu generieren. Jedoch sind die Herausforderungen groß: Es gilt, die Bürgerinnen und Bürger von diesem Vorhaben zu überzeugen, einen Kredit bei der lokalen Bank zu erhalten und die Genehmigung der Kommunalaufsicht zu bekommen, um sich auf das finanzielle Risiko einer kommunalen Beteiligung am Windpark einzulassen. Nachdem all diese Schwierigkeiten mit viel Durchhaltevermögen und Überzeugung überwunden sind, gelingt es nach fünf langen Jahren, den Windpark in der Gemeinde zu bauen. Heute ist die Gemeinde dank der Einnahmen aus den Windenergieanlagen schuldenfrei und verfügt über den finanziellen Spielraum für Straßensanierung, Kita-Dach und weitere Projekte.

Während der Kommunikation um ein Windenergieprojekt lohnt es, sich selbst zu fragen, welche Rolle man in der Heldenreise spielt, spielen möchte oder zugeschrieben bekommt:

- Hauptperson, die um ein Windenergieprojekt kämpft (Held/Heldin),
- Gegenspieler/Gegenspielerin der Hauptperson,
- Mentor/Mentorin der Hauptperson, der unterstützt und erklärt,
- Verbündeter/Verbündete, der/die sich mit der Hauptperson auf die Reise macht.



Abbildung 4: Schematische Darstellung der Heldenreise nach Campbell¹²

¹¹ Die Idee, diese Methoden für die Gestaltung von Erzählungen zu nutzen, ist inspiriert von El Ouassil & Karig (2021).

¹² Campbell (1949).

Teil 2: Kommunikationsübungen

Meist bedarf es ausreichender Übung, um die guten Gründe für Windenergie verständlich zu kommunizieren und die eigene Rolle in Gesprächen und bei Veranstaltungen zu reflektieren. Im Folgenden werden verschiedene Möglichkeiten zum Training vorgestellt.

In den Übungen wird mit Personas gearbeitet (siehe Kapitel Beispielhafte Persona-Beschreibungen). Eine Persona beschreibt hier eine idealtypische Vertreterin oder einen idealtypischen Vertreter einer bestimmten Akteursgruppe im Umfeld von Windenergieprojekten. Das können z. B. Anwohnende mit Blick auf die Anlagen sein, Bürgermeisterinnen oder Bürgermeister, Flächenpächterinnen oder Flächenpächter oder Vertreterinnen und Vertreter einer Bürgerinitiative.

Übungen Nr. 1 und Nr. 2 dienen der Aufwärmung, bevor mit guten Gründen und Erzählungen gearbeitet wird.



Übung Nr. 1: Erfahrungsaustausch – Erfolge feiern!

Diese Übung dient der Aufwärmung. Ziel der Übung ist es, Erfolgsfaktoren für Veranstaltungen und Gespräche zur Windenergie zu sammeln.



ca. 25 min., zu zweit oder in einer kleinen Gruppe

Schritt 1 4 min. pro Person

- Erzählt Euch von einer Veranstaltung zur Planung von Windenergieanlagen, die aus Eurer Sicht richtig erfolgreich war!
- Fragestellung: Woran habt Ihr das gemerkt? Wer war da? Was wurde gesagt?

Schritt 2 5 min. in der Kleingruppe

- Nun diskutiert in Eurer Kleingruppe und sammelt dabei Erfolgsfaktoren auf Karten/Post-Its.
- Fragestellung: Woran hat es gelegen, dass die Veranstaltung so erfolgreich war?

Schritt 3 10 min. in der Großgruppe

- Wählt nun die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren aus und stellt sie der Großgruppe vor.
- Ergänzt Eure Erkenntnisse zu Clustern an der Metaplanwand.
- Fragestellung: Welche drei Erfolgsfaktoren sind Eurer Meinung nach am wichtigsten?

Notizen

[illegible]

Übung Nr. 2: Erfahrungsaustausch – Schöner scheitern!

Diese Übung dient der Aufwärmung. Sie unterstützt dabei, eigene Misserfolge zu benennen, zu relativieren und in der gemeinsamen Diskussion einzuordnen. So lassen sich Misserfolge als eine von vielen möglichen, meist nicht gravierenden Erfahrungen realistischer bewerten.



ca. 35 min., zu zweit oder in einer kleinen Gruppe

Schritt 1 4 min. pro Person

- Erzählt Euch von einer Veranstaltung zur Planung von Windenergieanlagen, die Ihr als gescheitert in Erinnerung habt!
- Fragestellung: Was ist passiert? Wer war da? Was hat zum Scheitern geführt? Was wurde gesagt?

Schritt 2 5 min. Kleingruppendiskussion

- Überlegt nun gemeinsam und sammelt Ideen, um den Schaden zu maximieren – eine Verschlimmerung je Post-It.
- Fragestellung: Wie hätten die beschriebenen Situationen noch schlimmer werden können?

Schritt 3 15 min. in Großgruppe

- Ordnet Eure gesammelten Beschädigungsideen nun in eine Risikomatrix ein (siehe Abbildung 5).
- Wie groß ist der Schaden jeder einzelnen Handlung? Wie wahrscheinlich kommt so etwas vor?
- Teilen alle die Einschätzung der anderen Gruppen?
- Wie minimiert man die Wahrscheinlichkeit oder Zerstörungskraft?

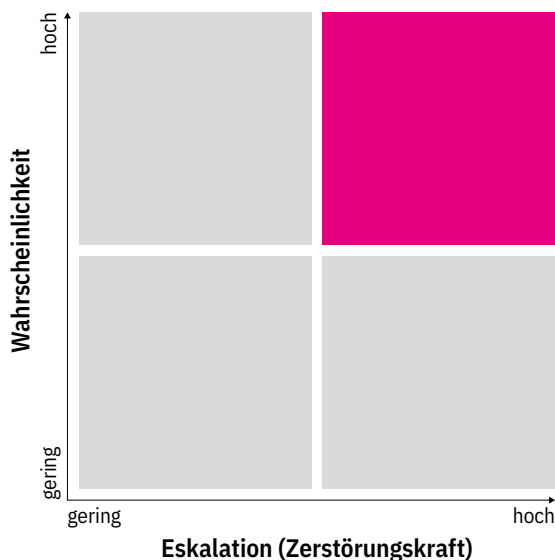


Abbildung 5: Risikomatrix

Schritt 4 10 min. in Großgruppe

- Schaut Euch die Stufen der Konflikteskalation nach Glasl (siehe Abbildung 2) an.
- Fragt Euch gegenseitig: Wo seht Ihr Eure schlimmsten Erfahrungen? Inwiefern lag das Scheitern an externen Rahmenbedingungen? Wie wahrscheinlich sind die Szenarien der Konflikteskalation wirklich?

Übung Nr. 4: Dialog mit Persona (typische Akteure)

Diese Übung hilft dabei, die Perspektive einer Persona einzunehmen. Ziel ist es, dieser Persona passende Narrative und Erfolgsgeschichten zur Windenergie zu vermitteln.



ca. 40 min., zu zweit oder zu dritt

Schritt 1 10 min. einzeln

- Alle lesen die Persona-Beschreibungen (siehe Beispielhafte Persona-Beschreibungen) und suchen sich aus, mit welcher Persona sie den Dialog üben möchten.

Schritt 2 10 min. Vorbereitung in Kleingruppe

- Findet Euch zu zweit oder zu dritt zur gleichen Persona zusammen.
- Nun recherchiert einzeln je ein bis drei gute Gründe und Erfolgsgeschichten, mit denen Ihr die Persona erreichen könnt, z. B. in der [Kommunikationshilfe](#)¹³.
- Nun vergebt die Rollen für den ersten Dialog. Wer spielt die Persona?

Schritt 3 5 min. pro Person

- Tretet drei Minuten in den Dialog mit einer Persona. Diese reagiert entsprechend der Persona-Beschreibung. Im Dialog können zu den Persona gerne weitere Fakten/Umstände ergänzt werden. Ggf. hört eine beobachtende Person dabei aktiv zu.
- Feedback der Persona & der beobachtenden Person (ca. zwei Minuten): Was ist gut angekommen? Was war irritierend? Wie fühlt sich die Persona?

Schritt 4 10 min. in Kleingruppe

- Entwickelt und probiert gemeinsam weitere Narrative oder Erfolgsgeschichten für die ausgewählte Persona.

Notizen

¹³ FA Wind und Solar (2025).

Übung Nr. 5: Heldenreise in der Kommunikation anwenden

Diese Übung vertieft Übung Nr. 4. Sie hilft dabei, die Methoden der Heldenreise in für eine Persona passende Narrative bzw. Erzählungen einfließen zu lassen.



ca. 20 min., zu zweit oder in Kleingruppe

Schritt 1 10 min. in Kleingruppe

- Überlegt Euch gemeinsam, wie Ihr in dem Gespräch mit der Persona Motive der Heldenreise nutzen könnt.
- Wer ist der Held bzw. die Heldin Eurer Erfolgsgeschichte?
- Alle lesen die Persona-Beschreibungen und suchen sich aus, mit welcher Persona sie den Dialog üben möchten (siehe Beispielhafte Persona-Beschreibungen).

Schritt 2 5 min. pro Person

- Tretet erneut drei Minuten in den Dialog mit einer Persona. Diese reagiert entsprechend der Persona-Beschreibung. Im Dialog können zu den Personas gerne weitere Fakten/Umstände ergänzt werden. Ggf. hört eine beobachtende Person dabei aktiv zu.
- Feedback der Persona & der beobachtenden Person (ca. zwei Minuten): Was ist gut angekommen? Was war irritierend? Wie fühlt sich die Persona?

Notizen

[illegible]



Übung Nr. 7: Rollenspiel

Ziel dieser Übung ist es, die Kommunikation auf einer öffentlichen (Groß-)Veranstaltung oder den Perspektivwechsel zu üben. Die fiktive Situation ist eine Bürgerversammlung zu einem geplanten Windpark im Wald. Der Windpark befindet sich noch in der Planungsphase. Das Gebiet wurde noch nicht als Windenergiegebiet festgelegt, der Regionalplan befindet sich noch in Aufstellung.



ca. 60 min., 5–20 Personen

Schritt 1 5 min. Rollenverteilung

- Eine Person spielt sich selbst.
- Eine Person spielt die Moderation der Veranstaltung.
- Acht mögliche Personas (siehe Beispielhafte Persona-Beschreibungen), teilweise auch mehrfach zu vergeben.

Schritt 2 15 min. Vorbereitung

- Moderation: Raumvorbereitung (Anordnung Stühle und Tische), inhaltliche Vorbereitung, Materialvorbereitung.
- Persona: Einlesen in Rolle, evtl. Vorbereiten von Vortrag/Argumenten.
- Person, die sich selbst spielt: Vorbereiten von Vortrag, Argumenten, Erzählungen.

Schritt 3 25 min. Rollenspiel

Schritt 4 15 min. Feedback

- Reflektiert in der Gruppe: Wie ging es Euch in Eurer Rolle? Was hat Euch überzeugt? Wie habt Ihr die Moderation/die Person, die sich selbst gespielt hat, wahrgenommen? Wurden Erzählungen verwendet und waren diese überzeugend?

Notizen

[illegible]

Persona 2: Flächenpächter/Flächenpächterin, Förster/Försterin

Name

Sascha Kleinholz (32 Jahre)

Beruf

Forstwirt/Forstwirtin, Mitglied in der freiwilligen Feuerwehr

Familienstand

verheiratet, zwei kleine Kinder

Wohnort

kommt ursprünglich aus dem Nachbarort, wohnt im Dorf, das von den Windparkplänen betroffen sein könnte, hat betroffene Flächen gepachtet

Ziel

will das wirtschaftliche Überleben des Betriebs sichern, will
gutes/neutrales Verhältnis zu Nachbarn im Dorf nicht stören

Haltung zu Windenergie

sieht die Windenergie als Flächenkonkurrenz zur forstwirtschaftlichen Nutzung, will den Wald aufforsten, der durch den Borkenkäfer und einen Orkan geschädigt ist, will die Zukunft für ihre/seine Kinder sichern (Klimaschutz?), will gleichzeitig Dorffrieden nicht gefährden, will aber auch das Pachtverhältnis zum Eigentümer nicht gefährden

Werte

Famili­en­tra­di­ti­on, Be­wah­rung der Land­schaf, Dorfgemein­schaf

Kommunikationsstil und Verhalten

dickköpfig, wortkarg

Strategische Rolle für Projekt

ist wichtige/r Lieferant/in für lokale Holzwirtschaft/Sägewerk,
Betrieb sichert Gewerbesteuererinnahmen, ist vor Ort ange-
sehen und ihre/seine Meinung zählt, dem Flächeneigentümer
gegenüber ist man hingegen misstrauisch



FRAGEN, DIE SICH DIE PERSONA STELLT:

- Kann ich anschließend noch den Forst nutzen wie bisher? Worauf muss ich achten?
- Wird das Wild vergrämt?
- Wie viel Fläche geht verloren (durch Bau, Zufahrtswege, Ausgleichsmaßnahmen)?
- Welche Einschränkungen erwarten mich beim Bau? Wie werden mir die Flächen kompensiert?

Notizen

[illegible]

Persona 3: Sprecher/in Bürgerinitiative „Lebenswertes Dorf“

Name

Alex Holzer (58 Jahre)

Beruf

Werbekaufmann/Werbekauffrau

Familienstand

verheiratet, zwei erwachsene Kinder (studieren in einer Großstadt)

Wohnort

wohnt im Dorf, das von den Windparkplänen betroffen sein könnte, zugezogen in eine alte Bauernkate, die das Ehepaar liebevoll saniert hat, mit alten Obstbäumen und Wildblumengarten

Ziel

Öffentlichkeit mobilisieren, sensibilisieren, Zweifel an der Planung streuen, Projekt verzögern oder auch stoppen, persönliche Profilierung vor Ort

Emotionen/Haltung zur Windenergie

engagiert und überzeugend, emotional leidenschaftlich, aber nicht aggressiv, selbstbewusst, misstrauisch gegenüber Politik und wirtschaftlichen Interessen der Windprojektierer, will Landschaft erhalten

Werte

Demokratie, Mitbestimmung, Naturschutz

Kommunikationsstil und Verhalten

geübt im öffentlichen Reden, kommunikativ geschult, gut vernetzt mit Kommunalverwaltung und recherchiert gewissenhaft

Strategische Rolle für den Windpark

organisierte Stimme der Windkraftkritikerinnen und -kritiker, ist teilweise besser informiert als die Verwaltungsmitarbeitenden



AUSSAGEN DER PERSONA ZUM WINDPARK:

- Der Wald, den wir alle so lieben, wird zerstört!
- Es muss ein Bürgerentscheid zum Windpark stattfinden! Eine Mehrheit hier will den Windpark nicht!
- Es wurden keine Alternativflächen geprüft!

Notizen

[illegible]

Persona 4: Anwohner/Anwohnerin mit Blick

Name

Mika Schmitt (35 Jahre)

Beruf

Altenpfleger/Altenpflegerin

Familienstand

verheiratet, zwei Kinder

Wohnort

zugezogen in ein Fertighaus am Rand des Dorfs, das von den Windparkplänen betroffen sein könnte, nicht weit entfernt von Alex Holzer

Ziel

keine Landschaftsveränderung, Blick ins Grüne erhalten, gute Freizeitbeschäftigungen für ihre Kinder, Verbesserung der Mobilität im ländlichen Raum

Emotionen/Haltung zur Windenergie

neugierig, misstrauisch

Werte

Ordnung, Planbarkeit, Vorhersehbarkeit

Kommunikationsstil und Verhalten

ungeübt im öffentlichen Reden, misstrauisch gegenüber der öffentlichen Verwaltung

Strategische Rolle für den Windpark

ist unentschieden, hat aufgrund von Beruf und Familie wenig Zeit, sich eine Meinung zu bilden, hofft, dass der Bürgermeister/ die Bürgermeisterin schon die richtige Entscheidung treffen wird



FRAGEN, DIE SICH DIE PERSONA STELLT:

- Warum ist der Windpark nötig?
- Wie verändert sich die Umgebung meines Hauses?
- Was haben wir als Anwohnende davon?
Werden wir finanziell kompensiert?

Notizen

[illegible]

Persona 5: Unternehmer/Unternehmerin vor Ort

Name

Michael/Michaela Klein (45 Jahre)

Beruf

Hotel- und Restaurantführung

Familienstand

verheiratet, drei Kinder

Wohnort

im Dorf, das von den Windparkplänen betroffen sein könnte

Ziel in Bezug auf den Windpark

sorgt sich um die touristische Attraktivität der Region und hat Bedenken, dass die Windräder die Natur und den Blick auf den Wald negativ beeinflussen könnten, möchte sicherstellen, dass Hotel und Restaurant nicht unter der Windenergienutzung leiden

Haltung zur Windenergie

grundsätzlich positiv, aber mit großen Vorbehalten gegenüber den Auswirkungen auf die Landschaft und den Tourismus

Werte

Regionalität, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Tradition

Kommunikationsstil

leidenschaftlich, direkt, gelegentlich emotional, spricht oft aus der Perspektive des lokalen Unternehmertums und betont die Bedeutung des Tourismus für die Region

Strategische Rolle für den Windpark

als Unternehmensleitung könnte er/sie eine Schlüsselrolle dabei spielen, die lokale Wirtschaft zu vertreten und in den Dialog über die Auswirkungen des Windparks auf den Tourismus einzutreten



FRAGEN, DIE SICH DIE PERSONA STELLT:

- Was passiert mit dem Tourismus, wenn der Windpark das Landschaftsbild verändert?
- Wie können wir sicherstellen, dass die Region weiterhin als Naturziel attraktiv bleibt?
- Gibt es Pläne, die Windenergieanlagen so zu platzieren, dass sie nicht im Blickfeld von Wandernern und Touristen stehen?

Notizen

[illegible]

Persona 6: Projektierer/Projektiererin

Name

Dominique Wagner (35 Jahre)

Beruf

Ingenieur/Ingenieurin für erneuerbare Energien, Projektleiter/
Projektleiterin bei einem Windenergieunternehmen

Familienstand

ledig, keine Kinder

Wohnort

größere Stadt (fährt regelmäßig in den nahegelegenen Wald für die Projektentwicklung)

Ziel in Bezug auf den Windpark

möchte den Windpark erfolgreich realisieren und die Vision eines grünen, nachhaltigen Projekts in die Realität umsetzen, möchte sicherstellen, dass alle technischen, rechtlichen, wirtschaftlichen und sozialen Anforderungen erfüllt werden und steht gleichzeitig unter großem Budgetdruck

Haltung zur Windenergie

sehr positiv, glaubt fest an die Notwendigkeit der Energiewende
und ist überzeugt, dass Windenergie eine der besten Lösungen
für eine nachhaltige Zukunft ist

Werte

Innovation, Nachhaltigkeit, technischer Fortschritt, Umweltschutz

Kommunikationsstil

professionell, sachlich, aber auch empathisch, erklärt komplexe Sachverhalte verständlich und stellt sicher, dass alle Beteiligten ihre Bedenken äußern können

Strategische Rolle für den Windpark

ist für die Planung, Genehmigung und Umsetzung des Projekts verantwortlich, muss sicherstellen, dass der Windpark effizient und umweltgerecht entwickelt wird



MÖGLICHE AUSSAGEN BEI EINER ÖFFENTLICHEN VERANSTALTUNG:

- Erläuterung der eingesetzten Technik, Planungsstand, Verfahrensschritte,
- Möglichkeiten der finanziellen Beteiligung,
- Gutachten, die erstellt werden (Alles hat seine Ordnung!).

Notizen

[illegible]

Persona 7: Klimaschutzmanager/Klimaschutzmanagerin

Name

Sam Schuster (38 Jahre)

Beruf

Kommunaler Klimaschutzmanager/kommunale Klimaschutz-
managerin

Familienstand

verheiratet, ein Kind

Wohnort

wohnt in nahegelegener Großstadt, arbeitet aber für die Gemeindeverwaltung

Ziel in Bezug auf den Windpark

möchte das Projekt aus der Perspektive des Klimaschutzes fördern und ist daran interessiert, die Region im Hinblick auf ihre Klimaziele voranzutreiben sowie den Windpark als Teil eines größeren nachhaltigen Energieplans zu integrieren

Haltung zur Windenergie

sehr positiv, sieht Windenergie als eine wichtige Säule der Energiewende und möchte den lokalen Beitrag zum Klimaschutz maximieren

Werte

Klimaschutz, Innovation, interdisziplinäre Zusammenarbeit,
Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen

Kommunikationsstil

fachlich fundiert, aber verständlich, erklärt die klimawissenschaftlichen und energiepolitischen Aspekte klar und versucht, auch Skeptikerinnen und Skeptiker zu überzeugen

Strategische Rolle für den Windpark

ist verantwortlich für die nachhaltige Integration von Windenergieprojekten in die kommunale Klimastrategie und unterstützt den Dialog zwischen der Gemeinde, den Projektierern und der Verwaltung



MÖGLICHE FRAGEN/AUSSAGEN BEI EINER ÖFFENTLICHEN VERANSTALTUNG:

- Wie trägt dieser Windpark zur Erreichung unserer Klimaziele bei?
- Welche Rolle spielt der Windpark in der regionalen Energieversorgung der Zukunft?
- Wie wird der Einfluss des Windparks auf die lokale Umwelt überwacht und gemessen?

Notizen

[illegible]

Persona 8: Landtagsabgeordneter/Landtagsabgeordnete einer populistischen Partei

Name

Ulli Richter (48 Jahre)

Beruf

Politiker/Politikerin, Abgeordneter/Abgeordnete im Landtag

Familienstand

verheiratet, zwei Kinder

Wohnort

Kleinstadt in der Umgebung und vertritt die Region als Landtags-
abgeordneter/Landtagsabgeordnete

Ziel in Bezug auf den Windpark

möchte sich als sehr kritisch gegenüber der Windenergie positionieren und bei Wählerinnen und Wählern als traditionsbewahrend und für wirtschaftliche Unabhängigkeit auftreten, will den Windpark als Symbol für „umweltschutzgetriebenen Zwang“ und „wirtschaftliche Fehlentscheidungen“ darstellen, will gleichzeitig die Bedenken der Anwohnenden und die negativen Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft und das Landschaftsbild betonen

Haltung zur Windenergie

sehr negativ, sieht Windenergie als ineffizient, teuer und eine unnötige Belastung für die Bürgerinnen und Bürger und die Natur, betont die Unwirtschaftlichkeit von Windenergieanlagen und hinterfragt deren tatsächlichen Nutzen für die Energieversorgung, kritisiert die Umweltfolgen und die Nutzung des Waldes für Windräder

Werte

Freiheit, wirtschaftliche Unabhängigkeit, Tradition, nationale Souveränität

Kommunikationsstil

rhetorisch aggressiv, polarisierend, häufig mit emotionalen Ap-
 pellen, nutzt populistische Slogans und einfache, klare Sprache,
 um die Kritik an der Windenergie zu unterstreichen, ist darauf
 aus, die Debatte zu entfachen und Widerstand gegen das Pro-
 jekt zu organisieren

Strategische Rolle für den Windpark

hat als Vertreter/Vertreterin der Fraktion Einfluss auf die politische Landschaft in seinem/ihrer Bundesland, will versuchen, eine breite öffentliche Opposition gegen den Windpark zu organisieren, versucht, den Windpark als Symbol für fehlgeleitete politische Entscheidungen darzustellen, ruft die lokale Bevölkerung dazu auf, sich gegen das Projekt zu stellen



MÖGLICHE FRAGEN BZW. AUSSAGEN BEI EINER ÖFFENTLICHEN VERANSTALTUNG:

- Wie viel Steuergeld müssen die Bürger noch für diese ineffizienten und umweltschädlichen Windräder zahlen?
- Warum nehmen wir hier die Zerstörung unserer schönen Landschaft in Kauf, nur um eine politisch korrekte Agenda voranzutreiben?
- Wer profitiert tatsächlich von diesem Windpark? Sicherlich nicht die Bürger vor Ort, sondern nur die großen Windenergiekonzerne und ihre Lobbyisten.
- Wie viele Arbeitsplätze wird dieser Windpark wirklich schaffen, und wie viele Arbeitsplätze im traditionellen Gewerbe werden dadurch verloren gehen?

Notizen

[illegible]

Literaturverzeichnis

Berne, E. (1961), Die Transaktionsanalyse in der Psychotherapie: Eine systematische Individual- und Sozial-Psychiatrie.

Campbell, J. (1949), Der Heros in tausend Gestalten.

DPRG (2024), Wer argumentiert, verliert: Zehn Thesen zur Kommunikation mit Radikalen und Extremisten.

El Ouassil, S. & Karig, F. (2021), Erzählende Affen. Mythen, Lügen, Utopien.

FA Wind und Solar (2025), Kommunikationshilfe Windenergie – Gute Gründe weitererzählen!

Glasl, F. (1980), Konfliktmanagement. Diagnose und Behandlung von Konflikten in Organisationen.

Modler, P. (2019), Mit Ignoranten sprechen. Wer nur argumentiert, verliert.

Rosenberg, M. B. (2001), Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens.

Fachagentur Wind und Solar e. V.

Fanny-Zobel-Straße 11 | 12435 Berlin
T +49 30 64 494 60-60
post@fa-wind-solar.de | www.fachagentur-wind-solar.de



FACHAGENTUR
WIND UND SOLAR