

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>2 Akzeptanz und Legitimation gesellschaftlicher Akteure .....</b>	<b>19</b>
2.1 Akzeptanz – eine begriffliche Annäherung .....	19
2.2 Akzeptanz – eine sozialwissenschaftliche Perspektive .....	21
2.3 Akzeptanz und Legitimation .....	24
2.4 Zusammenfassung: Verständnis von gesellschaftlicher Akzeptanz .....	28
<b>3 Neue gesellschaftliche Rahmenbedingungen von unternehmerischem Handeln.....</b>	<b>29</b>
3.1 Gesellschaftswandel und gesellschaftliche Modernisierung .....	29
3.2 Politische Partizipation zwischen Subpolitik und Postdemokratie .....	36
3.3 Öffentlichkeit .....	48
3.4 Digitalisierung, Medienwandel und öffentliche Meinungsbildung .....	52
3.5 Raum, Öffentlichkeit und Identifikation im Lokalen .....	54
3.6 Zusammenfassung.....	56
<b>4 Organisationen und Kommunikation .....</b>	<b>57</b>
4.1 Unternehmen als gesellschaftliche Akteure: gesellschafts- und wirtschaftsethische Überlegungen .....	57
4.2 Unternehmen als Organisationen: Organisationstheoretische Grundlagen .....	59
4.2.1 <i>Situativer Ansatz</i> .....	60
4.2.2 <i>Ressourcenabhängige- und der ressourcenbasierter Ansatz</i> .....	61
4.2.3 <i>Neo-institutionalistische Theorie</i> .....	64
4.3 Legitimation von Unternehmenshandeln .....	79
4.3.1 <i>Corporate Governance</i> .....	79
4.3.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	80
4.3.3 <i>Stakeholder-Ansätze</i> .....	82
4.4 Akzeptanz und die Rolle der Unternehmenskommunikation.....	83
4.4.1 <i>Der Akzeptanzbegriff in der PR-Forschung</i> .....	84
4.4.2 <i>Unternehmenskommunikation aus verständigungsorientierter Perspektive</i> .....	87
4.4.3 <i>Unternehmenskommunikation als strategische Kommunikation</i> .....	90
4.4.4 <i>Organisationskommunikation und die Perspektive des Neo-Institutionalismus</i> .....	95
4.4.5 <i>Zwischenfazit: Akzeptanz als Aufgabe der Unternehmenskommunikation</i> .....	102
<b>5 Kommunikation bei Infrastrukturprojekten.....</b>	<b>105</b>
5.1 Infrastrukturprojekte .....	105
5.2 Kommunikation bei Infrastrukturprojekten: bisherige Praxis .....	108
5.3 Exkurs: Finanzielle Beteiligung als akzeptanzfördernder Faktor.....	110

---

5.4	Gesetze, Normen und Handlungsempfehlungen .....	111
5.5	Normen des VDI .....	122
5.6	Forschungsstand .....	125
5.6.1	<i>Akzeptanz von Umweltschutzgebieten</i> .....	125
5.6.2	<i>Akzeptanz von Infrastrukturen und Infrastrukturprojekten</i> .....	126
5.6.3	<i>Beteiligung bei Infrastrukturprojekten</i> .....	128
5.6.4	<i>Akzeptanz von Technologien</i> .....	134
5.6.5	<i>Zusammenfassung</i> .....	136
6	<b>Empirische Untersuchung</b> .....	139
6.1	Untersuchungsgegenstand und Forschungsfragen .....	139
6.2	Untersuchungsanlage .....	142
6.3	Datenerhebung .....	144
6.4	Datenanalyse .....	147
7	<b>Befunde der Untersuchung</b> .....	149
7.1	Fallstudie I: Stromtrassenbau, 380-kV-Nordring-Berlin .....	149
7.2	Fallstudie II: Stromtrassenbau, Gütersloh-Osnabrück .....	165
7.3	Fallstudie III: Bauprojekt Karl-Liebknecht-Straße .....	178
7.4	Fallstudie IV: Erweiterung Deponie Wehofen .....	194
7.5	Fallstudie V: Pipelineprojekt CONNECT .....	212
8	<b>Inputorientierte Organisationskommunikation und gesellschaftliche Akzeptanz</b> .....	231
8.1	Einflüsse und Erwartungen aus dem gesellschaftspolitischen Umfeld .....	231
8.1.1	<i>Erwartung von Partizipation</i> .....	232
8.1.2	<i>Legitimation in einer kritischen Öffentlichkeit</i> .....	234
8.1.3	<i>Bezugsgruppenspezifische Akzeptanzrisiken</i> .....	236
8.1.4	<i>Organisationales Feld und Kommunikation bei Infrastrukturprojekten</i> .....	238
8.2	Kommunikation und Organisationshandeln .....	240
8.2.1	<i>Kommunikationsmaßnahmen</i> .....	240
8.2.2	<i>Verschiedene Beteiligungstypen als Reaktion auf Partizipationserwartungen</i> .....	243
8.2.3	<i>Entkoppelte Beteiligung und der Partizipationsmythos</i> .....	246
8.2.4	<i>Verflechtung von Projektkommunikation und Projektmanagement</i> .....	249
8.3	Institutionalisierungsprozesse in der Organisationskommunikation .....	250
8.3.1	<i>Institutionalisierung von Projektkommunikation und Organisationswandel</i> .....	250
8.3.2	<i>Die kognitive Dimension und organisationsinterne Akzeptanz</i> .....	255
8.3.3	<i>Die kognitive Dimension und organisationsexterne Akzeptanz</i> .....	257
8.4	Inputorientierte Organisationskommunikation .....	258
9	<b>Fazit, Kritik und Forschungsdesiderata</b> .....	261
9.1	Kernaussagen .....	261
9.2	Kritik und Forschungsdesiderata .....	263
10	<b>Literatur- und Quellenverzeichnis</b> .....	267
10.1	Literatur .....	267
10.2	Weitere Quellen .....	282