

PRMAGAZIN

D A S M A G A Z I N D E R K O M M U N I K A T I O N S B R A N C H E



**CLAUDIA
KEMFERT**

Die Wissenschaft
muss aktiver
werden

REALO

*Kerstin Andreae
öffnet den BDEW*

12 | 25

**SONDER
NUMMER**

01 | 26

G 06312
55./56. Jahrgang

ENERGIE

KEIN KURSWECHSEL

Sind die Renewables am Ende? Eine
Umfrage unter Kommunikatoren

TEILWEISE SPRECHFÄHIG

Die Stahlindustrie bietet im Presse-
stellentest ein gemischtes Bild

**BDEW:
REALO**

Hauptgeschäftsführerin
Kerstin Andreea macht
den Verband nach allen
Seiten anschlussfähig.

6



32

**Renewables:
KEIN KURSWECHSEL**

Sind die Erneuerbaren am Ende?
Eine branchenübergreifende Umfrage.



62

**Stahlindustrie:
TEILWEISE SPRECHFÄHIG**

Im Pressestellentest klaffen die Leistungen
der Unternehmen weit auseinander.

SONDERNUMMER ENERGIE

2. TEIL

Inhalt

12/25 ▶ 01/26

TITEL

**6 BDEW:
REALO**

Als die Grünen-Politikerin Kerstin Andreea Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbands der Energie- und Wasserwirtschaft wurde, erwarteten viele einen radikalen Klimakurs. Doch die Energiekrise verschob den Fokus.

**42 Rechenzentren:
SOZIALE GENEHMIGUNG**

Entwickler und Betreiber brauchen eine License to operate. Eine Herausforderung für die politische Kommunikation.

PROTEST & AKZEPTANZ

**44 BEW Berliner Energie und Wärme:
„NICHT NUR SENDEN, SONDERN
ZUHÖREN“**

CEO Christian Feuerherd und Kommunikationschefin Caroline Nöppert über den Umbau des Berliner Fernwärmennetzes.

MEDIEN & DEBATTEN

**16 Energiejournalisten:
DIE TOP 10**

Die wichtigsten Autoren & Medien.

**18 Medienanalyse I:
MOTOR DER DIGITALISIERUNG**

Die Debatte um Rechenzentren.

**21 Medienanalyse II:
FORTSCHRITT IN DER
WARTESCHLEIFE**

Der Klimagipfel COP30 in Brasilien.

**24 E-Fuels:
GEGENVERKEHR FÜR STROMER?**

Die Kommunikationsstrategien von Lobbygruppen und Politik.

**30 Wirtschaftsjournalismus:
„ICH BRAUCHE ZUGÄNGE“**

Komplexe Energiethemen erzählen.

POLITIK & PUBLIC AFFAIRS

**32 Renewables:
KEIN KURSWECHSEL**

Die Einigkeit mit Blick auf den Klimawandel ist Geschichte. Wie reagieren Unternehmen kommunikativ auf die neue Lage? Eine branchenübergreifende Umfrage.

**50 Energy Efficiency Watch (EEW):
WHAT'S THE STORY?**

Gute Politik genügt nicht – sie muss auch gut erzählt werden.

**52 SuedLink:
ERFOLGSFAKTORE BETEILIGUNG**

Wie aus Widerstand Akzeptanz wird und welche Lehren sich aus dem Stromnetzausbau ziehen lassen.

**56 Eavor:
ERST REDEN, DANN BOHREN**

Wie Dialog vor Ort die Energiewende erleichtert – am Beispiel Geothermie.

**58 Akzeptanzkommunikation:
GALLISCHE DÖRFER**

Widerstand und Zustimmung bei Infrastrukturprojekten sind auch eine Frage der regionalen Mentalität.

PRESSESTELLENTEST

62 Stahlindustrie:

TEILWEISE SPRECHFÄHIG

Von „Sehr gut“ bis „Katastrophal“ –

die Pressestellen der Branche sind sehr unterschiedlich in Form.

STRATEGIE & ORGANISATION

**68 Sila Atlantik:
„DIE BESTE LÖSUNG KANN MORGEN
ÜBERHOLT SEIN“**

Christian Lawrence über Lehren aus Deserteck für das neue Großprojekt.

**70 Data-driven Storytelling:
KULTURWANDEL STATT TOOL-CHAOS**

Komplexe Energiethemen brauchen ein neues Kommunikationsverständnis.

**74 Kritische Infrastruktur:
„VORBEREITEN, WAS GEHT“**

Wie Firmen Cyber-Resilienz aufbauen und was bei Attacken zu tun ist.

**76 Employer Branding:
MONTEURE DER TRANSFORMATION**

Wie die Stadtwerke München dem Fachkräftemangel begegnen.

**80 Transformationskommunikation:
BUILDING TRUST**

Wie man in unruhigen Zeiten Orientierung und Akzeptanz schafft.

DIE LETZTE SEITE

**82 Claudia Kemfert, DIW Berlin:
IM FAKTENSTURM**

In der Debatte um die Energiewende muss die Wissenschaft aktiver werden, meint die Energieökonomin.

RUBRIKEN

3 Editorial

13 GWPR-Kolumne

17 Impressum