Nationales Begleitgremium
FÜR EIN FAIRES VERFAHREN

# Kommunikationsstrategie des Nationalen Begleitgremiums (NBG)


I. Einleitung und kommunikative Ziele
II. Botschaften des NBG
III. Zielgruppen
IV. Kommunikationsmaßnahmen und -formate
V. Social-Media-Kanäle
VI. Netiquette – Spielregeln für die Kommunikation


## I. Einleitung und kommunikative Ziele

Das NBG begleitet die Endlagersuche – ein komplexes Thema, viele Akteure, ein über Jahrzehnte angelegtes Verfahren. Da braucht es ein kommunikatives Gerüst, um sowohl dieses wichtige, gesellschaftliche Mammutprojekt als auch die Arbeit des NBG sichtbar zu machen. Offen, an Fakten orientiert und neugierig – so möchte das NBG kommunizieren, auf verschiedenen Kanälen und mit unterschiedlichen Menschen. Was wir damit meinen und welche Spielregeln dabei wichtig sind, finden Sie hier.

## II. Botschaften des NBG

**1. Das NBG vermittelt unabhängig und neutral.**

Es begleitet den Prozess der Endlagersuche beratend, richtet Fragen an Institutionen und spricht Empfehlungen aus.

**2. Die Arbeit des NBG ist transparent.**

Alle Sitzungen, Gutachten und Stellungnahmen werden stets der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Das schafft Vertrauen in das Verfahren.

**3. Das NBG ist Demokratie im Dialog.**

Über das NBG kann sich die Öffentlichkeit aktiv und verantwortungsvoll am Prozess der Endlagersuche beteiligen, indem Fragen gestellt oder Wünsche geäußert werden. Das NBG ist dabei eine Brücke zwischen Politik, Fachwelt und Zivilgesellschaft.

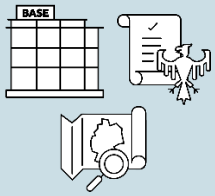
## III. Zielgruppen

- **Hauptzielgruppe**:
  - Politik (Bund/Länder und BMUKN)
  - Akteure (insbesondere BASE, BGE)
  - breite und interessierte Öffentlichkeit

- **Multiplikatoren als wichtige Mittler**:
  - Regionale Politik
  - Wissenschaft
  - Medien
  - Bürgerinitiativen

**Drei idealtypische Zielgruppen als Grundlage für die Kommunikationsplanung**

**1. Ich bin ein zentraler Akteur bei der Endlagersuche und muss mich informiert halten.**




- Leistungsversprechen: Das NBG beobachtet das Verfahren unabhängig und neutral. Es bringt die Wünsche der Öffentlichkeit mit ein.
- Geplante Maßnahmen zielen ab auf: Stärkere Kommunikation der Ergebnisse und Empfehlungen des NBG. Mehr Sichtbarkeit.

**2. Ich interessiere mich (beruflich oder privat) für das Thema Endlagersuche.**

- Leistungsversprechen: Das NBG ermöglicht eine aktive Beteiligung am Auswahlprozess und schafft Transparenz im gesamten Verfahren.
- Geplante Maßnahmen zielen ab auf: Aktivierung dieser Zielgruppe, sich stärker im Verfahren zu engagieren. Fragen oder Ideen einbringen.

**3. Ich habe mich mit dem Thema bisher nicht beschäftigt. Mein Interesse muss erst noch geweckt werden.**

- Leistungsversprechen: Das NBG ist als Schnittstelle zwischen Öffentlichkeit und Akteure/Politik ein guter Vermittler von Informationen.
- Geplante Maßnahmen zielen ab auf: Beim aktuellen Verfahrensschritt weniger Fokus. Dokumentation der Arbeit des NBG für die Zeit der Betroffenheit.

# IV. Kommunikationsmaßnahmen und -formate

| Kanal | Ziel | Zielgruppe |
|---|---|---|
| **Sitzungen** | • Transparenz der Arbeit sicherstellen (Livestream, Rückblicke),<br>• Eigene Themen platzieren, Informationen sammeln,<br>• Vernetzen mit relevanten Akteuren, Politik, Wissenschaft | Politik, Akteure, Wissenschaft, Öffentlichkeit |

| | | |
|---|---|---|
| **Eigene Veranstaltungen** | • Eigene Veranstaltungen zu spezifischen Themenschwerpunkten | Akteure, Wissenschaft, Politik, Öffentlichkeit |
| **Externe Veranstaltungen** | • Gremienmitglieder als Experten und Gesprächspartner<br>• Präsentation des NBG, z.B. NBG-Infostände | Akteure, Wissenschaft, Politik, Öffentlichkeit |
| **Pressearbeit** | • Journalisten-Netzwerk ausbauen<br>• Presseinterviews und -gespräche anbieten | Presse |
| **Website** | • www.nationales-begleitgremium.de<br>• Seit 2016 online, Relaunch 2020<br>• „Schaufenster des NBG“ mit allen aktuellen Informationen zum NBG und seiner Arbeit | Breite Öffentlichkeit und Presse |
| **Newsletter** | • Anmeldung auf der Website<br>• Seit 2018 monatliche, gebündelte Information über die Arbeit des NBG und die Endlagersuche | Fachcommunity |
| **Social Media** | • Informieren und Neugier wecken<br>• Dialog mit der Öffentlichkeit<br>• Diskurs zur Endlagersuche befördern | Akteure, Politik, Öffentlichkeit oder Medien |

# V. Social-Media-Kanäle

Die sozialen Medien sind wesentlicher und etablierter Bestandteil der Kommunikation im 21. Jahrhundert. Allein in Deutschland nutzt weit mehr als die Hälfte der Bürger*innen regelmäßig soziale Medien – auch um sich über politische Inhalte oder zu bestimmten Fachthemen zu informieren.

**Was wird gepostet?**
Artikel, Bildergalerien, Pressemitteilungen, Veranstaltungshinweise, Social Cards, Videos.

**Nach welchen Kriterien wird gepostet?**
Das NBG hat gemeinsame Spielregeln für die Kommunikation festgelegt (s.u.), nach denen auch die Social-Media-Kanäle des Gremiums betreut werden. Grundsätzlich gilt: respektvoller, faktenbasierter Austausch und ein klares Nein zu Fake News, Beleidigungen und Diskriminierung.

Die Nutzung von Social-Media-Plattformen durch das NBG bedeutet keine uneingeschränkte Befürwortung dieser Medien und der jeweiligen Unternehmen dahinter. Für die Nutzer*innen der jeweiligen Dienste und Angebote gilt: Sie nutzen die sozialen Netzwerke und deren Funktionen in eigener Verantwortung.

Das NBG ist bemüht, für die Richtigkeit und Aktualität aller auf seinen Accounts enthaltenen Informationen zu sorgen. Sollten dennoch Fehler passieren, legt die Redaktion diese offen und stellt sie richtig.

Posts in sozialen Netzwerken können Verknüpfungen zu externen Websites enthalten. Diese unterliegen der rechtlichen Verantwortung der jeweiligen Anbieter. Das NBG hat keinerlei Einfluss auf diese Inhalte.

**Wer postet?**
Ein heterogenes Gremium wie das NBG hat viele Stimmen und Gesichter, aber in den einzelnen Social-Media-Kanälen nur einen Account. Die Redaktion in der NBG-Geschäftsstelle betreut und pflegt alle Social-Media-Kanäle des NBG nach den gemeinsam vereinbarten Netiquette-Regeln (s. u.). Die Bekanntheit & die Reichweite in Social Media erhöht sich nicht durch viele, die unter dem gleichen Account posten, sondern durch das Retweeten, Posten und Liken von Inhalten auf den einzelnen Privatkanälen der Mitglieder. Dadurch wird sowohl die Marke „NBG“ gestärkt, als auch die Chance geboten, NBG-Inhalte auf den eigenen Kanälen zu ventilieren und zu kommentieren.

**Wann wird gepostet?**
Das Netz schläft nicht und doch gibt es reguläre Arbeitszeiten in der Geschäftsstelle. Gepostet wird primär innerhalb der regulären Dienstzeiten (wochentags von 9 – 17 Uhr). Ausnahme sind NBG-Veranstaltungen, die an Wochenenden oder abends stattfinden.

## a) Youtube

- URL: www.youtube.com/@nationalesbegleitgremium
- seit Oktober 2019 online
- Videos (Livestreams Sitzungen & Veranstaltungen, Porträts, Trailer)

**Zielgruppe:**
- breite Öffentlichkeit
- Fachcommunity und Akteure
- junge, interessierte Menschen

## b) LinkedIn

- URL: linkedin.com/company/nationales-begleitgremium
- seit Dezember 2024 online
- News und Inhalte rund um das NBG (Videos, Social Cards, Artikel, Bildergalerien, Terminhinweise)

**Zielgruppe:**
- interessierte Öffentlichkeit (vor allem Akademiker*innen & Berufstätige)
- Fachcommunity und Akteure

**Zielgruppe:**
- Politik
- Medien
- Fachcommunity

### c) Ehemalige Accounts

- Der Bluesky-Account des NBG (https://bsky.app/profile/das-nbg.bsky.social) wurde Ende Dezember 2025 gelöscht. Der Grund: In den Monaten zuvor stagnierten die User-Zahlen und der Dialog wurde immer weniger.

- Der X-Account des NBG (https://x.com/das_NBG) wird im Februar 2025 gelöscht. Der Grund: Die zunehmende Politisierung der Plattform sowie die fehlende Content-Moderation, die eine extreme Zunahme von Fake News, Beleidigungen und Hate Speech mit sich bringt.

- Der Facebook-Account des NBG (https://www.youtube.com/@nationalesbegleitgremium) ruht seit Dezember 2024. Der Grund: In den Monaten zuvor stagnierten die User-Zahlen und der Dialog wurde immer weniger.

## VI. Netiquette – Spielregeln für die Kommunikation

Viele Akteure, viele Sichtweisen - die Endlagersuche ist auch in Bezug auf Kommunikation eine Herausforderung. Zuhören, den Anderen ernst nehmen und gleichzeitig die eigene Position deutlich machen - das gelingt nur, wenn man respektvoll miteinander umgeht und sich an Spielregeln hält.

Wir bitten Sie, sich in der Kommunikation – egal ob auf Sitzungen, in Veranstaltungen, via E-Mail, per Post oder über Social Media – an folgende Spielregeln zu halten:

- **Bleiben Sie fair & wertschätzend!**
  Wir schätzen es, unterschiedliche Meinungen zu diskutieren. Es gibt keinen Grund, andere zu beschimpfen, zu verunglimpfen oder zu beleidigen. Ein freundlicher Umgangston und wertschätzende Formulierungen sind Pflicht.

- **Halten Sie sich ans Gesetz!**
  Äußern Sie sich rassistisch, antisemitistisch, volksverhetzend oder diskriminierend, verherrlichen Sie Gewalt oder verweisen Sie auf rechtswidrige Inhalte, schließen wir Sie aus der Diskussion aus. Werden gesetzliche Vorgaben (zum Schutz vor Verleumdung, persönlicher Beleidigung, Rassismus, Antisemitismus, Sexismus, Volksverhetzung etc.) missachtet, ist ein gemeinsamer Dialog nicht möglich.

- **Trennen Sie Information und Wertung!**
  Gerade bei einem fachlich komplexen und emotionalen Thema wie der Endlagersuche ist es verlockend, sich nur die Studienergebnisse herauszupicken, die zur eigenen Meinung passen. Tragen Sie dazu bei, eine gemeinsame und anerkannte Faktengrundlage zu schaffen.

- **Seien Sie Teil der Konfliktlösung!**
  Strategien, um das Standortauswahlverfahren mit dem Schüren von Konflikten zu untergraben, dulden wir nicht. Genannt seien dabei insbesondere falsche bzw. fehlerhafte Informationen („Desinformation“) oder die Verzerrung von Debatten mit unlauteren Mitteln („Informationsmanipulation“). Wenn wir solche Strategien wahrnehmen, werden wir sie benennen und unterbinden. Wir sehen Konflikte als Chance für den Interessensausgleich, erwarten aber von allen Beteiligten den Willen, den Konflikt gemeinsam zu bearbeiten und zu lösen.

- **Achten Sie auf Datenschutz und Urheberrecht!**
  Es diskutiert sich leichter, wenn klar ist, wer mitredet. Dennoch sollten persönliche Daten von Ihnen oder anderen Personen auch privat bleiben. Achten Sie bitte auch darauf, keine Fotos, Videos oder andere Inhalte zu verschicken bzw. zu posten, an denen Sie keine Rechte haben.

- **Betreiben Sie keine Werbung!**
  Wir wollen uns mit Menschen austauschen, die an einer Auseinandersetzung zu einem Thema interessiert sind und nicht mit denen, die die Diskussion nutzen, um Werbung in eigener Sache zu machen.

- **Bleiben Sie verständlich!**
  Damit alle die Diskussionen und Beiträge verfolgen können, bitten wir darum, auf allzu viele Abkürzungen und Fachbegriffe zu verzichten bzw. diese kurz zu erläutern. Wir freuen uns auf mündliche Beiträge, Mails, Postings und Kommentare von Ihnen auf Deutsch oder Englisch.

**Was passiert, wenn Sie sich nicht an die Regeln halten?**
Verstöße gegen die genannten Regeln torpedieren eine offene, faire Diskussionskultur. Tritt dies wiederholt auf, schließen wir Sie nach Beschluss des Gremiums von NBG-Veranstaltungen und Sitzungen aus. Zudem schalten wir Sie auf unseren Social Media-Kanälen stumm bzw. blockieren Sie. Darüber hinaus empfehlen wir unseren Mitgliedern und Mitarbeitenden für solche Einzelfälle die Anwendung einer Spam-Block-Liste.

Die betroffenen Personen haben weiterhin die Möglichkeit, alle öffentlichen Informationen des NBG (Newsletter, Website) zu erhalten.

Sie können uns auch weiterhin über die zentrale E-Mail-Adresse geschaeftsstelle@nationales-begleitgremium.de kontaktieren. Eine Rücknahme der Einstufung ist jederzeit möglich.

28.10.2025 (Aktualisierung)