



**Österreichische Gesellschaft
für Kommunikation und Reputation**

Keylearnings aus dem KomRep Round Table zum Thema Anrainerkommunikation

Impulsgeber:

Elisabeth Dal-Bianco (IKEA): IKEA-Neubau am Wiener Westbahnhof; neuer Standort Dornbirn

Alexandra Neumann (ÖBB Infrastruktur AG):
Neubau Hauptbahnhof Wien; Semmering-Tunnel

Barbara Werwendt (Mavie Med): Neubau für die Privatkliniken Confraternität und Goldenes Kreuz im dicht bewohnten 8. Bezirk

Wien am 17. August 2026, IKEA Wien Westbahnhof



Österreichische Gesellschaft
für Kommunikation und Reputation

Zentrale Learnings

- **Frühzeitig beginnen**

Anrainerkommunikation startet idealerweise lange vor Baubeginn – bereits in der Planungs- und Genehmigungsphase.

- **Dialog statt Einwegkommunikation**

Fragen, Sorgen und Erwartungen aktiv aufnehmen und in die Planung einfließen lassen.

- **Gestaltungsspielräume transparent machen**

Offenlegen, was veränderbar ist und welche Entscheidungen bereits feststehen.

- **Betroffene ernst nehmen**

Jede Rückmeldung zunächst wertschätzen. Erst im weiteren Dialog zeigt sich, ob es sich um ein Einzelproblem oder ein breiteres Anliegen handelt.

- **Proaktiv über kritische Themen informieren**

Belastungen wie Lärm, Staub, Nacharbeiten, Verkehrseinschränkungen oder Verzögerungen nicht beschönigen.

- **Persönliche Ansprechpartner:innen etablieren**

Ombudsstellen oder Ombudspersonen können Konflikte früh abfangen, Vertrauen schaffen und Anliegen direkt lösen.

- **Niederschwellige Erreichbarkeit sicherstellen**

Telefon, E-Mail, Website und gegebenenfalls WhatsApp sollten gut sichtbar angeboten und verlässlich betreut werden.

- **Kommunikation an Projektphasen ausrichten**

Unterschiedliche Meilensteine – etwa Abbruch, Baustart oder Teilinbetriebnahme – bieten jeweils eigene kommunikative Anlässe.

- **Lokale Stakeholder einbinden**

Bezirksvertretungen, Politik, Gewerbetreibende, Medien und Bürgerinitiativen sollten kontinuierlich beteiligt werden.

- **Bei Problemen rasch und pragmatisch reagieren**

Konkrete Maßnahmen und Wiedergutmachungen können Belastungen abfedern.

- **Vision und Nutzen vermitteln**

Neben den aktuellen Beeinträchtigungen auch zeigen, welchen langfristigen Mehrwert das Projekt schafft.

- **Reputation in vielen kleinen Momenten gestalten**

Glaubwürdigkeit entsteht durch konsequentes, ehrliches und wertschätzendes Verhalten während des gesamten Projektverlaufs.