

Stakeholder- Management

Prof. Dr. Werner Lindner

Schritt 1: Identifiziere die Stakeholder

- **Wer kann Einfluss auf Deine Vorhaben ausüben?**
- **Wer ist an Deinen Vorhaben beteiligt?**
- **Wer ist von den Auswirkungen Deiner Projekte betroffen?**
- **Wer hat ein Interesse am Ausgang Deiner Projekte?**

Schritt 2: Analysiere und bewerte Stakeholder

- Welche Einflüsse haben die jeweiligen Stakeholder genau?**
- Wie stark sind die Einflüsse? Können diese dem Projekt nützen oder schaden?**
- Ist die Einstellung der Stakeholder dem Projekt gegenüber positiv oder negativ?**
- Welche Macht haben die Stakeholder, das Projekt zu beeinflussen?**

Emotionale Nähe/Commitment

Position	Bedeutung für das Projekt/Thema
Sehr nah am Thema	Sehr großes Interesse und emotionale Verbindung zum Thema
Mittlere Entfernung zum Thema	Interesse am Thema, aber wenig persönliche Betroffenheit
Kein Interesse am Thema	Wenig Interesse am Thema und dessen Entwicklung, da persönliche Ziele hierdurch kaum berührt werden

Thema	Eigenschaften	Mögliche Bewertungen
Einfluss/Macht	Wie groß ist die Einflusschance des betreffenden Stakeholders für Dein Projekt?	schwach, mittel, hoch
Grund-einstellung	Ist die Grundhaltung des Stakeholders im Hinblick auf Dein Vorhaben und seine Auswirkungen positiv oder negativ?	negativ, neutral, positiv
Interesse/Beteiligung	Wie stark ist der Stakeholder von den Auswirkungen des Projekts betroffen?	schwach, mittel, hoch
Konflikt-potenziale	Wie groß ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Stakeholder Probleme im Projekt verursacht?	schwach, mittel, hoch

hoch

Beobachten
Bekämpfen

Integrieren
Überzeugen

Kooperieren
Mobilisieren

Interesse an Ihrem Thema

Aktive
Gegner

Mögliche
Wechsler

Aktive
Unterstützer

Nicht
interessierte
Gegner

Völlig
Unbeteiligte

Nicht
interessierte
Unterstützer

Übereinstimmung mit Ihren Zielen

niedrig

hoch

Schritt 3: Maßnahmen erstellen

Die entscheidende Frage lautet: Wer muss über was, wie und wann informiert werden, um Stakeholder-Einflüsse im Hinblick auf das Projekt steuern zu können?

Der größte Teil der Stakeholder-Maßnahmen umfasst Kommunikationsaktivitäten: Definieren Sie diese Maßnahmen in Form eines Kommunikationsplans

Nr.	Stakeholder	Wer informiert?	Wann	Wie?	Thema?

Schritt 4: Maßnahmen implementieren

Die Umsetzung des Kommunikationsplans klingt zunächst trivial, gerät in der Praxis jedoch oft ins Hintertreffen, sobald inhaltliche Probleme im Projekt als dringlicher eingestuft werden.

In diesem Schritt kommt es darauf an, die definierten Maßnahmen über die gesamte Projektlaufzeit umzusetzen.

Nr.	Meilenstein	Themen und Aktivitäten	Geschätzte Dauer	Benötigte Ressourcen
1				
2				
3				
....				

Schritt 5: Bleiben Sie im Kontakt mit den Stakeholdern

Stakeholder-Management ist keine einmalige Methode, sondern ein fortlaufender Prozess über das gesamte Projekt hinweg. Basierend auf der ersten Stakeholder-Analyse sollten Sie regelmäßig folgende Fragen stellen:

- Ist die Liste der Stakeholder noch aktuell oder gibt es weitere Stakeholder zu berücksichtigen?**
- Sind die Stakeholder-Einschätzungen noch korrekt?**
- Reagieren die Stakeholder wie geplant auf die definierten Maßnahmen oder sollten diese angepasst werden?**

Wird dieser Schritt vernachlässigt, verliert das Stakeholder-Management einen großen Teil seiner Wirksamkeit.

Kreislauf des Stakeholder-Managements

Identifizierung

```
graph TD; A[Identifizierung] --> B[Analyse und Bewertung]; B --> C[Definition von Maßnahmen]; C --> D[Implementation der Maßnahmen]; D --> E[Monitoring]; E --> A;
```

**Analyse und
Bewertung**

**Definition von
Maßnahmen**

Monitoring

**Implementation der
Maßnahmen**