

Analyse relevanter Stakeholder

// Arbeitsblatt 1a



Gefördert durch:



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat



Bundesamt
für Migration
und Flüchtlinge

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Analyse relevanter Stakeholder

Arbeitsblatt 1a

Infobox

Überlegen Sie: Welche Gruppen und einzelne Personen sind für meine Organisation oder meinen Verband wichtig (zum Beispiel: Mitarbeiter*innen, das BAMF, etc.)?

Diese für das Projekt wichtigen Personen sind sogenannte „Stakeholder“. Es können Personen oder Personengruppen sein, die

- allgemein ein **berechtigtes Interesse am Projekt** und dem **Ergebnis** haben
- in irgendeiner Weise mit dem Projekt und dem Ergebnis **etwas zu tun haben**
- gerne **Einfluss** auf das Projekt und das Ergebnis **nehmen möchten**

Gerne können Sie hier die Stakeholder bzw. alle wichtigen Personen(-gruppen) hinschreiben:

Für meine Organisation oder Verband sind folgende Stakeholder wichtig...



Infobox

Warum soll ich mich überhaupt mit den Stakeholdern beschäftigen?

Stakeholder können das Projekt zu einem Ende bringen, es aber auch entscheidend voranbringen!

Darum geht es also in der Untersuchung der Stakeholder: Sie...

- erkennen, wer das Projekt **unterstützt und bewirbt**
- sehen frühzeitig, wer das Projekt **behindert** und wer **Widerstand leistet**
- finden heraus, wer **gegen Sie** ist
- übersehen nicht, **wer** vielleicht **auch betroffen** ist und wen Sie dazuholen können
- erfassen die **persönlichen Ziele der einzelnen Stakeholder**

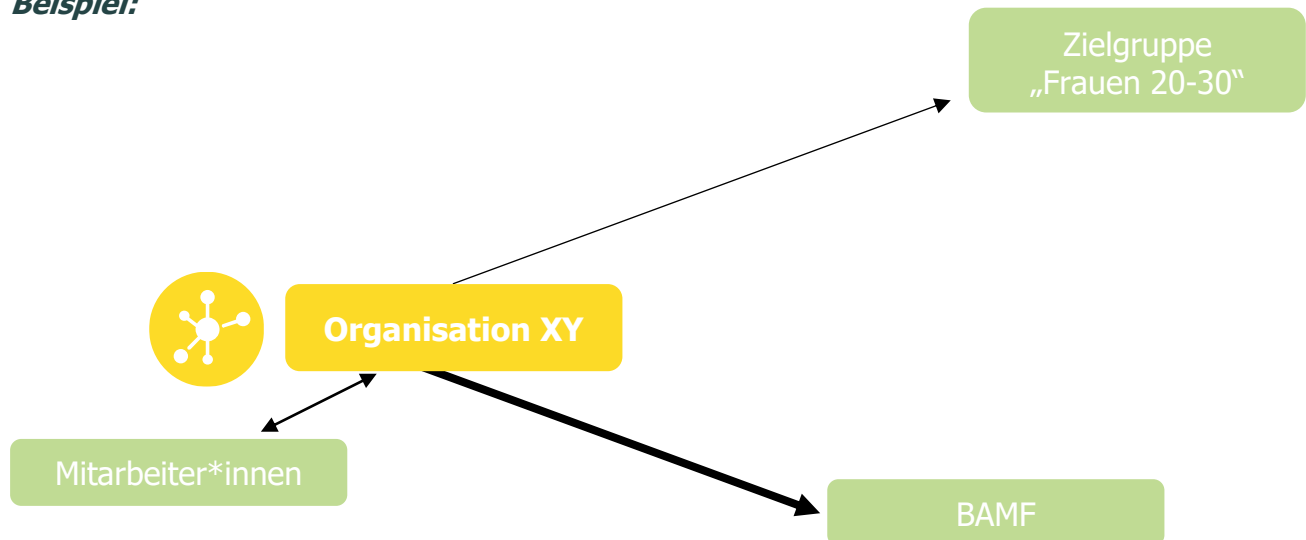
Arbeitsauftrag

Erstellen Sie jetzt eine „Stakeholder Map“. Damit können Sie besser sehen, mit welchen Gruppen oder Personen Sie vielleicht mehr Kontakt haben wollen. Ihre Organisation kann sich dadurch besser vernetzen, Sie können gezielter Geld sammeln und offener mit anderen wichtigen Gruppen kommunizieren.

Schreiben Sie dazu ihren Verband/Ihre Organisation in die Mitte. Fügen Sie dann die einzelnen Stakeholder ein. Alle Personen und Gruppen, die Ihnen nahestehen, können Sie direkt in der Nähe Ihres Verbandes/Ihrer Organisation hinzufügen. Personen und Gruppen aber, die für Sie eher weiter weg sind (z.B. weil Sie wenig Kontakt zu ihnen haben), fügen Sie weiter entfernt von Ihrer Organisation oder Ihrem Verband ein. Hier geht es darum, wie nah Sie die einzelnen Stakeholdern **persönlich wahrnehmen!**

Am Ende zeichnen Sie Pfeile, die angeben, **wie** Sie kommunizieren. Dicke Pfeile zeigen: Sie und die andere Person oder Gruppe sprechen oft. Dünne Pfeile zeigen: Sie sprechen wenig mit der Person oder Gruppe. Der Pfeil zeigt in die Richtung(en), in die Sie mit den Stakeholdern sprechen.

Beispiel:



In dem Beispiel stehen sich die Mitarbeiter*innen und die Organisation XY sehr nahe. Die Mitarbeiter*innen und die Organisation sprechen aber wenig miteinander.

Die Organisation sieht das BAMF als einen Stakeholder an, der Geld gibt und mit dem die Organisation viel kommuniziert. Weil in der Vergangenheit Anträge abgelehnt wurden, sind das BAMF und die Organisation sich aber nicht so nah.

Eine weitere wichtige Gruppe ist die der jungen Frauen, weil sie eine Zielgruppe der Organisation sind. Es gibt noch keinen gegenseitigen Kontakt zwischen der Organisation und der Gruppe der jungen Frauen. Weil die Organisation aber bereits einen Newsletter an die Gruppe geschickt hat, zeigt ein dünner Pfeil in die Richtung der jungen Frauen.