LU04b - Stakeholder Analyse

Lernziele

1. Definition und Bedeutung der Stakeholder Analyse
2. Identifikation der Stakeholder
3. Klassifizierung der Stakeholder
4. Analyse der Stakeholder Interessen
5. Kennen von Strategien im Umgang mit Stakeholdern
6. Kennen von Werkzeugen und Techniken für die Stakeholder Analyse

Einleitung

Innovationen oder Projekte haben eine Zielsetzung. Diese Zielsetzung ist nicht objektiv und statisch, sondern hängt sehr oft vom Bedürfnis einer Auftraggeberschaft oder eines Kunden ab. Umgekehrt heisst das, das wir die wichtigen und entscheidenden Personen in unserem Projekt kennen sollten. Dieses Lehrmittel dient als Leitfaden zur Durchführung einer effektiven Stakeholderanalyse. Es kombiniert theoretische Grundlagen mit praktischen Anleitungen und Beispielen, um ein tiefes Verständnis des Themas zu fördern.

Definition

Im Englischen steht Stake für einen Haufen oder Einsatz verstanden. Folglich steht der Begriff Stakeholder für eine Interessensgruppe, Interessensvertreter oder Anspruchsberechtigter verwendet. Anders ausgedrückt kann man auch sagen, dass es sich um Personen oder Organisationseinheiten handelt, ohne die das Vorhaben nicht durchführbar wäre.

Die Stakeholder Analyse ist ein Prozess, durch den die Interessen, Einflüsse und Erwartungen aller Parteien, die direkt oder indirekt von einem Projekt oder einer Unternehmensaktivität betroffen sind, identifiziert und bewertet werden. Dieser Prozess ist entscheidend für den Erfolg eines Projekts, da er hilft, Konflikte zu minimieren, Unterstützung zu gewinnen und effektive Kommunikationsstrategien zu entwickeln.

Identifikation der Stakeholder

Stakeholder können in interne und externe Gruppen unterteilt werden. Interne Stakeholder sind Personen innerhalb der Organisation, wie Mitarbeiter und Management, während externe Stakeholder außerhalb der Organisation stehen, wie Kunden, Lieferanten, Investoren und die Gemeinschaft. Die Identifikation aller relevanten Stakeholder ist der erste Schritt der Stakeholder Analyse.



Klassifizierung der Stakeholder

Nach der Identifikation ist es wichtig, die Stakeholder basierend auf ihrem Einfluss und Interesse am Projekt zu klassifizieren.

Einfluss-Interessen-Matrix

Ein häufig verwendetes Werkzeug hierfür ist die **Einfluss-Interessen-Matrix**.Im folgenden Beispiel bildet die x-Achse den Einfluss, und die Y-Achse das Interesse der Stakeholder ab. Diese Darstellung ist eher als Übersicht zu verstehen..

Analyse der Stakeholder Interessen

Dieser Schritt beinhaltet das Verständnis der spezifischen Interessen, Bedürfnisse und Erwartungen jedes Stakeholders. Es ist wichtig, zu erkennen, dass unterschiedliche Stake-holder unterschiedliche Prioritäten haben können, was die Entwicklung eines ausgewogenen Plans zur Adressierung dieser Interessen erfordert. Sehr gut geeignet dafür ist tabellarische Nutzwertanalyse-Tabelle, wie im unteren Beispiel abgebildet.

#	Stakeholder	Needs, wants, expectations	Project requirements	Priority *	Issues	Activities *(to be done by)*
1	Customer	Cost savings	User training ≤ 5 days, maintenance ≤ 32h per month	10	Standard interface not intuitive, help function hard to find	Simplify user interface, help system and manuals, develop automated functions for self-maintenance *(Jack)*
		Performance improvements	Reduce network loads by 50%	8	Protocol overhead	Reduce the number of data packets transferred over the network *(Jack, Joe, Jill)*
2	Project sponsor	Low development costs	Reduce rework hours by 33%	10	Current level of rework at 25% of total scope	Define requirements before start of development, weekly code reviews *(Jill)*
3	Product users	Stable software solution	Error level ≤ 5 per software component	9		Weekly code reviews *(Joe)*
		Intuitive handling	No introduction of unknown features	5	Standard interface overloaded with functions	Check currently used software and develop similar functionalities *(Jack, Jill)*
4	Own sales department	Interface for future products	5000 lines of additional software code	0	There is no time left to implement this requirement	——
5	Project team members	Perception of personal success	Clear objectives for the person's development work and its deliverables	8		Develop and maintain a low level scope of work document for each team member *(Joe)*
						**: 0 = rejected ... 10 = very high*

SWOT-Analyse

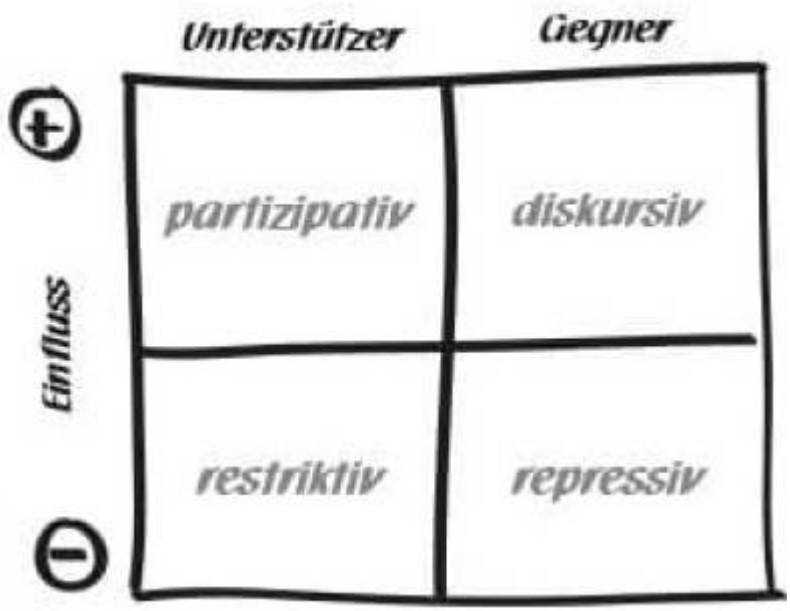
Im Detail Bereich, sprich Analyse von einzelnen, aber entscheidenden Stakeholdern eignet sich auch die SWOT.-Analyse sehr gut. Dabei steht SWOT für

- **S**trength - Stärke
- **W**eakness - Schwäche
- **O**pportunities - Chancen
- **T**hreats - Risiken



Strategien im Umgang mit Stakeholdern

Entwicklung von Strategien zur effektiven Kommunikation und Einbeziehung von Stakeholdern ist entscheidend. Dies kann regelmäßige Updates, Meetings und die Einrichtung von Feedback-Kanälen umfassen, um sicherzustellen, dass alle Parteien informiert und engagiert bleiben.



Partizipative Strategie: Stakeholder als Partner

Bei dieser Strategie werden Stakeholder aktiv in das Projekt eingebunden. Sie können mitbestimmen, werden regelmäßig informiert können sogar Teil des Projektteams sein. Die-se Strategie hat viele Vorteile:

- Die Akzeptanz des Projektes wird erhöht.
- Die Stakeholder sind motiviert, das Projekt zum Erfolg zu führen.
- Die Wahrscheinlichkeit für Konflikte wird verringert.

Dem gegenüber steht doch auch ein Nachteil: Der **Aufwand ist sehr hoch**. Nicht jeder Stakeholder kann so intensiv in ein Projekt eingebunden werden. Diese Strategie eignet sich daher besonders für die **Schlüsselpersonen wie Auftraggeber oder Kunde**.

Diskursive Strategie: Wir reden miteinander

Die zweite Strategie sieht die Stakeholder nicht mehr ganz so partnerschaftlich. Stakeholder werden angehört, ihre Meinung aufgenommen und wenn möglich im Projekt verarbeitet. Eine aktive Beteiligung im Projekt findet nicht statt.

Mögliche Maßnahmen können sein:

- regelmäßige Statusmeetings
- Beteiligung an Umfragen

- Verhandlungen

Repressive/restriktive Strategie: Stakeholder werden nur informiert

Diese Strategie ist besonders für Stakeholder mit geringem Einfluss geeignet. Mitarbeit oder Diskussionen finden nicht statt. Allerdings werden die Stakeholder informiert – allerdings handelt es sich um eine einseitige Kommunikation.

Dies kann z.B sein:

- Newsletter
- Statusmitteilungen

Zusammenfassung

Die Stakeholderanalyse ist ein zentraler Schritt im Projektmanagement und der Unternehmensstrategie, um Interessen, Einflüsse und Erwartungen aller beteiligten Parteien zu erkennen und zu bewerten.

- Dieser Prozess beginnt mit der Identifikation von internen (z.B. Mitarbeiter) und externen (z.B. Kunden) Stakeholdern, gefolgt von einer Klassifizierung nach Einfluss und Interesse mithilfe von Werkzeugen wie der Stakeholder-Matrix.
- Ein Verständnis der spezifischen Bedürfnisse jedes Stakeholders ermöglicht es, Konflikte zu minimieren und Unterstützung zu maximieren.
- Strategien für den Umgang mit Stakeholdern umfassen effektive Kommunikation und Beteiligung, um Engagement zu fördern.
- Der Einsatz von Analysewerkzeugen, wie SWOT- und Einfluss-Interesse-Matrizen, unterstützt die Entwicklung gezielter Strategien. Die praktische Anwendung dieser Analyse wird durch eine Schritt-für-Schritt-Anleitung erleichtert, während Fallstudien die Bedeutung und Anwendung der Stakeholderanalyse in der Praxis verdeutlichen.

Zusatzmaterial

Lernvideo + Zusatzmaterial zur Stakeholder Analyse

Quellen

- https://back2basickhealth.blogspot.com/2021/04/stakeholder-mapping-template.html

---

Volkan Demir

From:
https://wiki.bzz.ch/ - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/modul/m241/learningunits/lu04/theorie/02?rev=1763364819

Last update: **2025/11/17 08:33**