



WIE PRAKTISCH

IHR ARBEITSMATERIAL
ZUM THEMA ...

STAKEHOLDERANALYSE

ZUR ZIELGERICHTETEN PARTIZIPATION IN KOMMUNALEN
BILDUNGSLANDSCHAFTEN

Eine Stakeholderanalyse eignet sich dazu, herauszufinden, welche Gruppen und Akteure Sie ansprechen und zu Teilnehmungsformaten, wie z.B. einer Bildungskonferenz, einladen können. Mithilfe der Analyse können Sie feststellen, welche Personen und Akteursgruppen (1) betroffen sind von einem Thema einer Entscheidung, (2) wie groß ihr Einfluss ist und wie sehr sie eine (3) Veränderung einer Situation wünschen.

DURCHFÜHRUNG EINER STAKEHOLDERANALYSE



SCHRITT 1: BRAINSTORMING – SAMMLUNG DER AKTEURE

Sammeln Sie zunächst durch den Einsatz eines Brainstormingverfahrens möglichst umfassend die zu beteiligenden Institutionen/Personen etc. Dieser Schritt erfolgt als Auflistung mithilfe einer Tabelle.

	(1) Betroffenheit	(2) Einfluss	(3) Veränderungsdruck
Name der Institution/ Person/Personengruppe	Grad der Betroffenheit auf einer Skala von 0-5	Grad des Einflusses auf einer Skala von 0-5	Veränderungsdruck auf einer Skala von 0-5
	Warum betroffen?	Worin besteht der Einfluss?	Was ist der Grund für den Veränderungsdruck?

Anwendungshinweise zur Stakeholderanalyse: Sie können die drei Schritte dieser Methode im Rahmen eines Workshops durchführen. Schritt 1 können Sie vorbereiten, indem Sie die folgende Tabelle bereits vorab an die Teilnehmenden versenden und sie bitten, die Ergebnisse mitzubringen oder Ihnen vorher zuzusenden.

Alternativ können Sie die einzelnen Schritte auch in verschiedenen Terminen durchführen und die Ergebnisse zusammenführen. Wichtig ist, dass Sie Personen an der Erstellung beteiligen, die „Expertinnen und Experten“ sind, d.h. die einen umfassenden Überblick über die zu beteiligenden Stakeholder haben. Ansonsten besteht die Gefahr, dass Ihre Analyse nicht vollständig ist und Sie wichtige Gruppen im weiteren Partizipationsprozess vernachlässigen.

LITERATURTIPPS

- TRANSFER*kompass* Partizipation
- Dokumentation und Themenposter
FACHTAG*Partizipation*



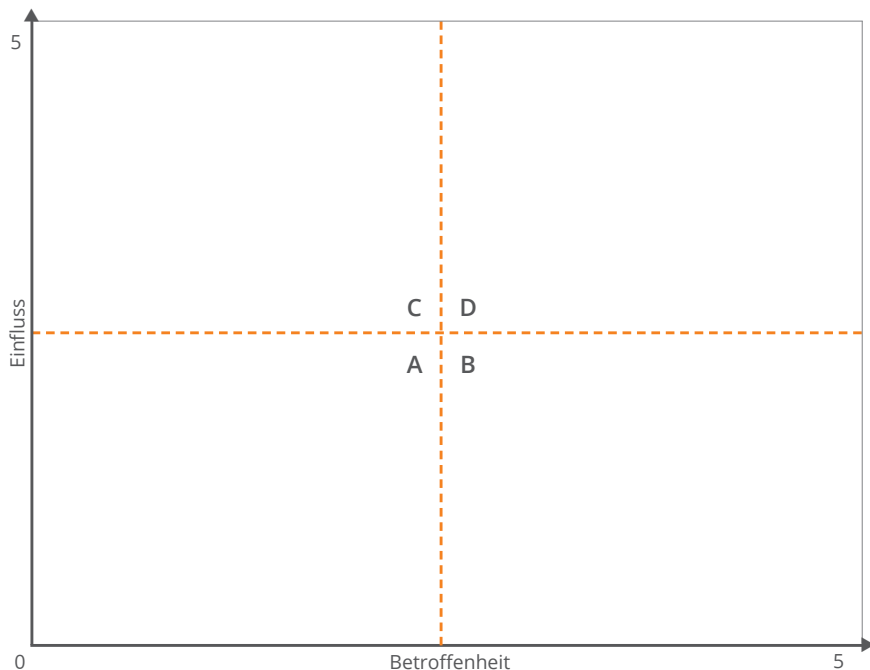
- STRATEGISCHE ZIELE
- DATENBASIERUNG
- KOORDINATION
- INTERNE KOOPERATION
- EXTERNE KOOPERATION
- QUALITÄTSMANAGEMENT
- ÖFFENTLICHER DISKURS



SCHRITT 2: ANALYSEN

Übertragen Sie die Ergebnisse aus Schritt 1 in die beiden folgenden Vierfeldertafeln. Nach dem Eintragen können Sie diese entsprechend der nebenstehenden Erläuterungen für die Felder A bis D analysieren.

Analyse I von (1) Betroffenheit und (2) Einfluss



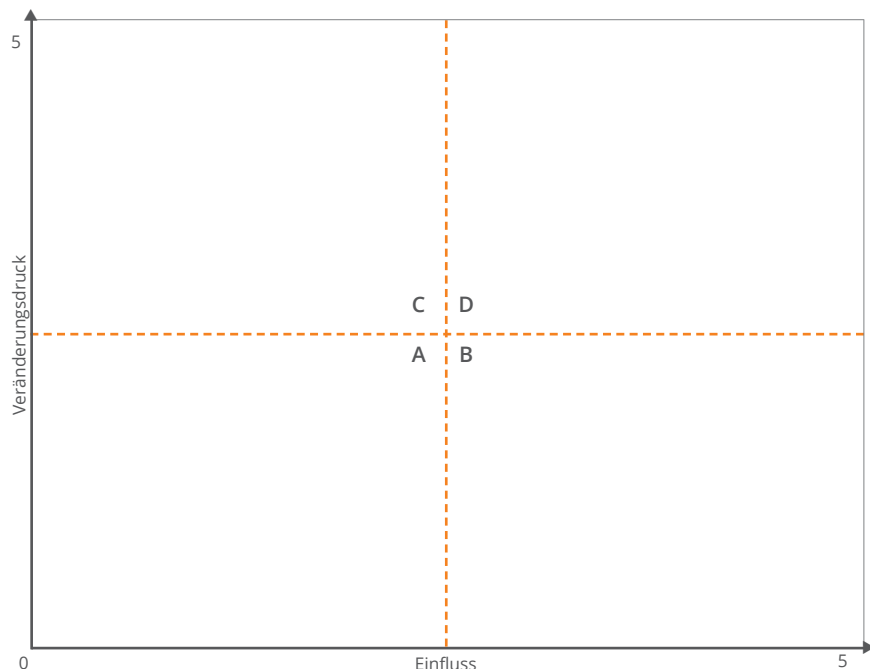
Feld A: Diese Gruppe benötigt die geringste Aufmerksamkeit von Ihnen. Eine Beteiligung über die allgemeine Öffentlichkeitsarbeit ist ausreichend.

Feld B: Diese Gruppe wird oft übersehen und unterschätzt bei Beteiligungsformaten. Unterstützen Sie sie dabei, ihre Bedürfnisse und Erwartungen in den Prozess einfließen zu lassen.

Feld C: Personen, die großen Einfluss haben, aber nicht betroffen sind, können unter Umständen den Prozess bremsen oder gar behindern. Überzeugen Sie diese Gruppe von Ihrem Beteiligungsformat, sodass die Ergebnisse als verbindlich wahrgenommen werden.

Feld D: Dies sind die wichtigsten Akteurinnen und Akteure für Ihren Partizipationsprozess. Eine Berücksichtigung ist bereits in einem frühen Stadium sinnvoll, eine gezielte und engagierte Kontaktsuche ist erforderlich.

Analyse II von (2) Einfluss und (3) Veränderungsdruck



Feld A: Diese Personen sind mit dem Status Quo zufrieden. Eine frühzeitige Information genügt in der Regel.

Feld B: Diese Akteurinnen und Akteure können den Prozess behindern und sollten daher rechtzeitig eingebunden werden.

Feld C: Diese Gruppe wird am meisten von Veränderungen profitieren, hat allerdings kaum Einfluss bzw. Zugang zu Formen der traditionellen Beteiligung (wie z.B. Kommunalparlamente). Tragen Sie dazu bei, dass diese Gruppe in der Lage ist, ihre Anliegen selbst einzubringen! Wenn betroffene Gruppen nicht gehört werden, entstehen möglicherweise Lösungen, die nicht zielgruppengerecht sind.

Feld D: Diese Akteurinnen und Akteure sollten Sie als Partner gewinnen, da von ihnen wichtige Veränderungen ausgehen.

SCHRITT 3: PLANUNG DES WEITEREN PARTIZIPATIONSPROZESSES

Für den weiteren Planungsprozess haben Sie nun eine Übersicht über die zu beteiligenden Gruppen und können entsprechend zielgruppengerechte Informations- und Beteiligungsformate planen.

GEFÖRDERT VOM