

Herzlich Willkommen

zum ersten Thementag

Netzwerkpartner - Relevanzmatrix

Tagesablauf

Begrüßung und Tagesablauf

Einführung in das Thema und Ziel der Veranstaltung

Stakeholderanalyse (Schritt 1 und 2)

Mittagspause

Stakeholderanalyse (Schritt 3 und 4)

Austausch in Kleingruppen

Ziel der Veranstaltung

Anforderung

- Viele Netzwerkpartner
- mit vielen verschiedenen Erwartungen
- und knappen zeitlichen und finanziellen Ressourcen

→ erfordern einen **Strategischer Umgang**

Ziel der Veranstaltung

Gemeinsame exemplarische Durchführung
einer Relevanzmatrix bzw. Stakeholderanalyse

um **die Methode kennenzulernen und**

die **eigenständigen Durchführung** in ihrem regionalen Netzwerk zu ermöglichen.

Weitere Instrumente

- **SWOT-Analyse**

Vorteil: schnell, für Gruppen geeignet

Nachteil: wenig Aussagekraft, eher unpassend für Netzwerke

- **Portfolio**

Vorteil: nicht sehr umfangreich, für Gruppen geeignet

Nachteil: eher für Angebote des Netzwerkes geeignet

Tipp: Ethik-Portfolio

- **Balance Score Card**

Vorteil: umfassend, strategische Ziele sind aussagekräftig

Nachteil: sehr aufwendig, eher für Unternehmensstrategien geeignet

- **Blue-Print-Analyse**

Vorteil: Unterscheidung von außen und innen

Nachteil: umfangreich, nicht für Netzwerke geeignet

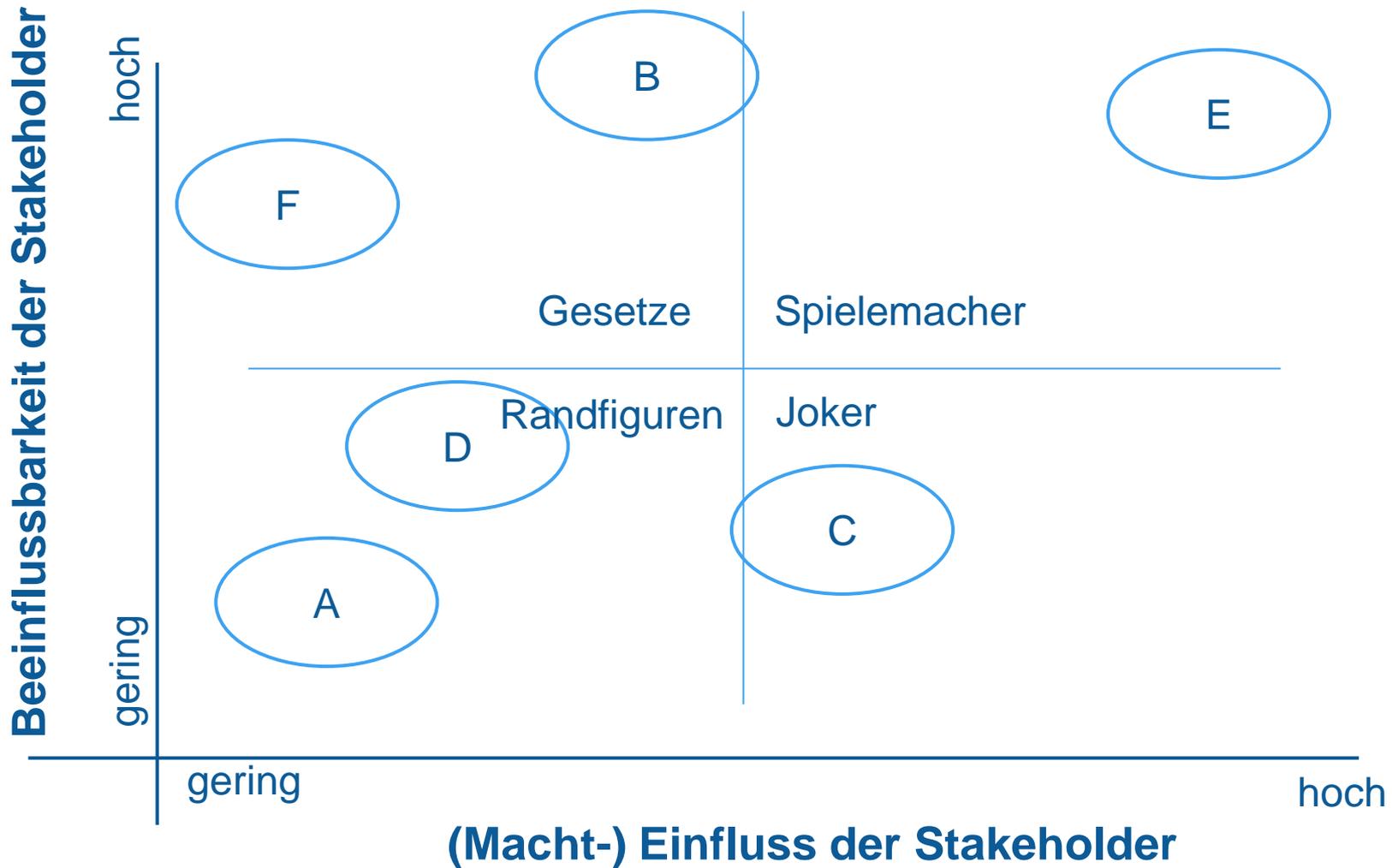
Ziel der Stakeholderanalyse

Relevanzmatrix = Stakeholderanalyse

- relevanten Anspruchsgruppen und ihre Interessen zu erkennen
- Bedeutung der Anspruchsgruppen für das Netzwerk einzuschätzen
- Anregungen geben für den Umgang mit den Netzwerkpartnern

Die **Stakeholderanalyse** verhilft zu einem **strategischen Umgang mit den individuellen Netzwerkpartnern**, um (personelle) Ressourcen passgenau, effizient und schonend einzusetzen.

Stakeholderanalyse



Tagesablauf

Begrüßung und Tagesablauf

Einführung in das Thema und Ziel der Veranstaltung

Stakeholderanalyse (Schritt 1 und 2)

Mittagspause

Stakeholderanalyse (Schritt 3 und 4)

Austausch in Kleingruppen

Relevanzmatrix/ Stakeholderanalyse

Schritt 1: Identifikation der Stakeholder

Schritt 2: Analyse und Darstellung der Stakeholder

Schritt 3: Interpretation und Analyse

Schritt 4: Strategieentwicklung und Ableitung von Maßnahmen

1. Schritt: Identifikation

Stakeholder

sind Interessens- und Anspruchsgruppen, Einzelpersonen oder Organisationen, die **aktiv** am Projekt **beteiligt** sind, deren Interessen **beeinflusst werden** oder die **Einfluss nehmen können**.

Stakeholder tragen **Erwartungen** in das Netzwerk.

Diese Erwartungen entstehen durch

- Austauschprozesse
- Vorgaben mit normativen Charakter
- Einflussmöglichkeiten

1. Schritt: Identifikation

Welche Stakeholder für das Netzwerk Frühe Hilfen (im Allgemeinen) kennen Sie?

Relevanzmatrix/ Stakeholderanalyse

Schritt 1: Identifikation der Stakeholder

Schritt 2: Analyse und Darstellung der Stakeholder

Schritt 3: Interpretation und Analyse

Schritt 4: Strategieentwicklung und Ableitung von Maßnahmen

Schritt 2:

Analyse und Darstellung der Stakeholder

Stakeholder können auf viele Arten unterschieden werden

- Sachlich und sozial

Intern sachlich (Handbuch), extern sachlich (Gesetze)
Intern sozial (Leitung), extern sozial (Auftraggeber)

- Aktiv und passiv

- Akteure und Betroffene

Externe Akteure (Gremien), Externe Betroffene (Nutzer, Kunden)
Interne Akteure und Betroffene (Netzwerkkoordinator)
Externe Betroffene, die nicht Adressaten sind (Nachbarschaft)

Schritt 2:

Analyse und Darstellung der Stakeholder

Jeder Stakeholder wird anhand seines **Einflusses** und seines **Beeinflussbarkeit** im Netzwerk Frühe Hilfen bewertet und in der Skala einsortiert.

Bitte setzen Sie sich zu 2-3 Personen pro Stakeholder zusammen und füllen den „Steckbrief“ aus.

Danach werden alle Stakeholder gemeinsam in die Matrix eingefügt.

Tagesablauf

Begrüßung und Tagesablauf

Einführung in das Thema und Ziel der Veranstaltung

Stakeholderanalyse (Schritt 1 und 2)

Mittagspause

Stakeholderanalyse (Schritt 3 und 4)

Austausch in Kleingruppen



Herzlich Willkommen

zum zweiten Teil

Thementag

Netzwerkpartner - Relevanzmatrix

Tagesablauf

Begrüßung und Tagesablauf

Einführung in das Thema und Ziel der Veranstaltung

Stakeholderanalyse (Schritt 1 und 2)

Mittagspause

Stakeholderanalyse (Schritt 3 und 4)

Austausch in Kleingruppen

Relevanzmatrix/ Stakeholderanalyse

Schritt 1: Identifikation der Stakeholder

Schritt 2: Analyse und Darstellung der Stakeholder

Schritt 3: Interpretation und Analyse

Schritt 4: Strategieentwicklung und Ableitung von Maßnahmen

Schritt 3: Interpretation und Analyse



Relevanzmatrix/ Stakeholderanalyse

Schritt 1: Identifikation der Stakeholder

Schritt 2: Analyse und Darstellung der Stakeholder

Schritt 3: Interpretation und Analyse

Schritt 4: Strategieentwicklung und Ableitung von Maßnahmen

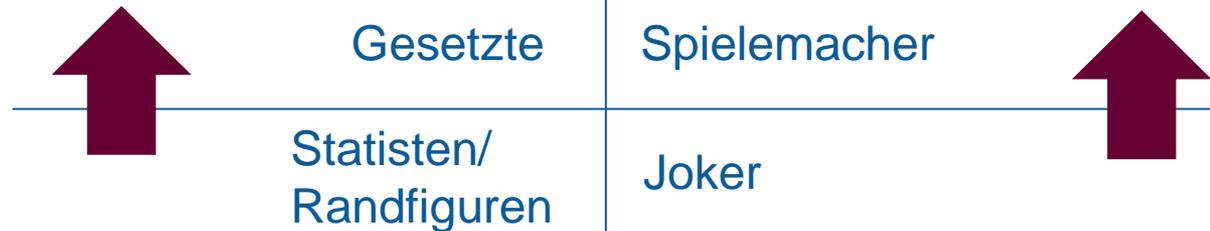
Schritt 4: Strategieentwicklung und Ableitung von Maßnahmen

Überzeugen, „halten“, managen	Gesetzte	Spielemacher	Koalition, Zusammenarbeit, höchste Priorität, unbedingt halten
Positionierung verbessern, angemessen einbeziehen, Information statt Dialog, nachrangig behandeln	Statisten/ Randfiguren	Joker	Beobachten, als Multiplikator nutzen,

Schritt 4: Strategieentwicklung und Ableitung von Maßnahmen

Machteinfluss beobachten

Koalition bilden, Einbezug



Beeinflussbarkeit erhöhen

z.B. durch Wettbewerb

Beeinflussbarkeit erhöhen

z.B. durch Wettbewerb

Einbindung der Stakeholder in das Netzwerk

Setzen Sie sich in 4 Gruppen zusammen

- Gesetze
- Spielmacher
- Randfiguren
- Joker

Überlegen Sie sich geeignete Maßnahmen für die jeweilige Stakeholder-Gruppe.

z.B. bestimmte Veranstaltungsformen, Newsletter, etc.

Tagesablauf

Begrüßung und Tagesablauf

Einführung in das Thema und Ziel der Veranstaltung

Stakeholderanalyse (Schritt 1 und 2)

Mittagspause

Stakeholderanalyse (Schritt 3 und 4)

Austausch in Kleingruppen

Austausch in Kleingruppen

Sie haben nun 60 Minuten Zeit sich in folgenden Gruppen über das Instrument und die Netzwerkarbeit auszutauschen.

Stadtkreise

Heidelberg
Freudenstadt
Heilbronn
Mannheim
Karlsruhe
Freiburg im Breisgau
Ulm
Konstanz
Villingen-Schwenningen
Pforzheim
Stuttgart
Baden-Baden

Landkreise I

Esslingen
Ludwigsburg
Böblingen
Rhein-Neckar-Kreis
Rems-Murr-Kreis
Tübingen
Karlsruhe
Göppingen
Baden-Baden
Enzkreis
Bodenseekreis
Rastatt
Heilbronn
Lörrach
Reutlingen
Emmendingen
Ortenaukreis

Landkreise II

Heidenheim
Ostalbkreis
Zollernalbkreis
Schwarzwald-Baar-Kreis
Calw
Tuttlingen
Breisgau-Hochschwarzwald
Rottweil
Ravensburg
Waldshut
Hohenlohekreis
Alb-Donau-Kreis
Biberach
Schwäbisch Hall
Sigmaringen
Main-Tauber-Kreis
Lkr Konstanz
Neckar-Odenwald-Kreis

Literatur

Schellberg, Klaus: Betriebswirtschaftslehre für Sozialunternehmen, 3. Auflage (2008), Ziel-Verlag, Augsburg.

Manager-Wiki

<http://www.manager-wiki.com/externe-analyse/32-stakeholder-analyse>