

Chris Rupp, Christian Bock

Stakeholderklassifikation nach Einfluss und Motivation

Nun, da Sie Ihre Repräsentanten kennen, sollten Sie sie noch – zugeschnitten auf Ihr Projekt – klassifizieren. Wir schlagen dazu das Stakeholderanalysemodell des Projektmanagers Babou Srinivasan [Srinivasan08] vor, das die Stakeholder je nach Höhe von Einfluss und Motivation in vier verschiedene Gruppen einteilt (Abbildung 1). Das Quadrantenmodell kann Ihnen helfen, Ihre Bemühungen zur Pflege von Stakeholdern zielgerichteter einzusetzen, statt nach dem Gießkannenprinzip den Aufwand gleichmäßig über alle Stakeholder zu verteilen. Ihre Klassifizierung sollten Sie den Stakeholdern jedoch nicht zwangsläufig öffentlich zugänglich machen, denn schnell könnte sich ein Stakeholder wegen seiner Einteilung auf den Schlipf getreten fühlen. Beim Verfeinern von Anforderungen sollte man stets darauf achten, dass die Verfeinerung oftmals der erste Schritt in Richtung Lösungsdesign ist und je nach Spezifikationsebene eventuell gar nicht gewünscht ist.

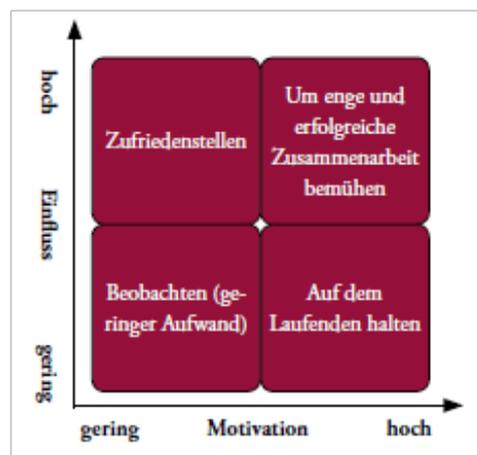


Abbildung 1: Die Stakeholderanalyse nach Einfluss und Motivation

Schenken Sie Ihren motivierten und einflussreichen Ansprechpartnern mehr Zeit als den unmotivierten und einflussarmen, um Ihre und die Ressourcen Ihrer Stakeholder auch wirklich zielführend zu nutzen.

Copyright © 2019 by SOPHIST GmbH

Publikation urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckens und der Vervielfältigung oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil der Publikation darf in irgendeiner Form, egal welches Verfahren, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Dies gilt auch für Zwecke der Unterrichtsgestaltung. Eine schriftliche Genehmigung ist einzuholen. Die Rechte Dritter bleiben unberührt.