

Stakeholder Engagement Monitoring

Messbar machen: Kommunikation bei Infrastrukturprojekten

„Kompetentes Dagegensein“ und „informiertes Infragestellen“ sind heute gesellschaftliche Realität und „Bürgerpflicht“ geworden. Aus den zunehmenden Beteiligungserwartungen entstehen Kommunikationsanforderungen der Zivilgesellschaft gegenüber Organisationen wie etwa Unternehmen. Ganz besonders sichtbar werden Akzeptanzdefizite und gestiegene Partizipationsbedürfnisse bei Industrie- und Infrastrukturprojekten.

Daraus ergeben sich verschiedenen Herausforderungen:

- Wie können Unternehmen diesen Erwartungen gerecht werden?
- Wie können Vorhabenträger strategisch mit Beteiligung umgehen?
- Kann man den Vorwurf „zu spät informiert zu haben“ entkräften?
- Welche Chancen pro-aktiven Handelns bieten sich in der Berichtspflicht gegenüber (Genehmigungs-)Behörden?
- Wie überzeugt man kontinuierlich interne und externe Shareholder vom Dialogprozess?

„Wie Akzeptanzgewinn bei Unternehmen Akzeptanz gewinnt“

Die Lösung ist Stakeholder Engagement Monitoring

Ein Stakeholder Engagement Monitoring erlaubt im Projektverlauf eine kontinuierliche Erfolgskontrolle der Kommunikationsmaßnahmen, die Nachsteuerung nach Maßgabe der Kommunikationsstrategie und das Wiedereinspeisen der gemessenen Inhalte in die Kommunikation.

Was das navos Stakeholder Engagement Monitoring kann:

- Es belegt „frühe“ Öffentlichkeitsarbeit, da wo sie durchgeführt wird.

- Es zeigt **informelle** und **formelle Partizipationsmaßnahmen** und **-ergebnisse** auf.
- Es berichtet **transparent** und **regelmäßig** über **Verfahrensschritte**.
- Es macht **Kommunikationsmaßnahmen** und **Adäquanz** messbar.
- Es dokumentiert, inwieweit **gesellschaftliche Akzeptanz** zum Projekt besteht und dokumentiert mögliche Einstellungsänderungen relevanter Stakeholder.

Wann ist ein Stakeholder Engagement erfolgreich?

Wer Akzeptanz will, muss aus der Stakeholder-Perspektive denken! ^{*1} Vorhabenträger können Stakeholder nur überzeugen, wenn sie konsequent von den Erwartungen der Menschen ausgehen.

Wesentliche Erwartungen sind **Partizipation** und **Kommunikation**. Für das Monitoring haben wir auf Basis der VDI-Richtlinie 7000, des „Handbuchs für eine gute Bürgerbeteiligung“ des BMVI (Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur) und einer systematischen Literaturübersicht ^{*2} acht wesentliche Erwartungen an jedes Infrastrukturprojekt formuliert:

- Frühzeitigkeit
- Transparenz
- Kontinuität
- Handlungsspielräume
- Aufwand und Nutzen des Beteiligungsverfahrens
- Kontakt zu Fachexperten
- Relevante Stakeholder-Gruppen
- Verständlichkeit



Wie funktioniert das navos Stakeholder Engagement Monitoring?

Die Stakeholder Engagement Monitoring Matrix ist ein **mehrstufiges** (z.B. excelbasiertes) Instrument, bei dem **zunächst zwei Achsen gebildet werden**.

Die X-Achse: bildet die Erwartungen an eine optimale Stakeholder Kommunikation ab

Die Y-Achse: führt die Maßnahmen / Kanäle im Rahmen des Projektes auf

Im nächsten Schritt werden die **KPI's** (Key Performance Indicators) benannt: Kommunikationsmaßnahmen lassen sich quantitativ und qualitativ erheben. Um die erhobenen Daten in irgendeiner Form „greifbar“ und damit auch analysierbar und interpretierbar zu machen, müssen sie im nächsten Schritt mit adäquaten Methoden ausgewertet werden.

In diesem Schritt werden **Erhebungs- und Auswertungsmethoden** ausgewählt:

Zur Überprüfung, ob im Projekt mit den einzelnen Maßnahmen den Erwartungen aller relevanter Stakeholder nachgekommen wird, sind nun die Messmethoden definiert. Wie z.B. Befragungen, Dokumentation (bspw. Online-Nutzerverhalten, Abrufe Newsletter, etc.) Medienresonanzanalysen, Inhaltsanalysen, etc.

Die gewonnen Ergebnisse können nun kontinuierlich in der Projektkommunikation genutzt werden.

Fazit

- Ein Stakeholder Engagement Monitoring misst die Wirkung der im Projekt realisierten Kommunikationsmaßnahmen und die Einstellungen sowie Erwartungen an ein konkretes Projekt.
- Ein Stakeholder Engagement Monitoring hilft die „**licence to operate**“ zu sichern und unterstützt den kontinuierlichen Erwerb von Akzeptanz.

ERWARTUNG	Frühzeitigkeit	Transparenz	Handlungsspielräume	Kontakt zu Fachexperten	Verständlichkeit	... etc.
MASSNAHME						
Maßnahme 1						
Maßnahme 2						
Maßnahme 3						
... etc.						

KPI's + Messmethoden

*1 Claudia Mast, Helena Stehle: Energieprojekte im öffentlichen Diskurs: Erwartungen und Themeninteressen der Bevölkerung. 2016, Wiesbaden.

*2 Felix Kребber: Akzeptanz durch inputorientierte Organisationskommunikation. Infrastrukturprojekte und der Wandel der Unternehmenskommunikation. 2016, Wiesbaden.

navos – Public Dialogue Consultants. Wirksame PR im Dialog für den Kunden.

Unsere Kommunikationsgewohnheiten und -infrastrukturen verändern sich rasant. Was diese Entwicklung eint: Sie fördern und fordern Dialog. Jede und jeder Einzelne wird zunehmend kommunikativ bedeutsam und damit auch für Reputation und wirtschaftlichen Erfolg relevant. Für navos ist daher der nachhaltige, ernsthafte Dialog mit allen Anspruchsgruppen die Grundlage der Kommunikation. Wir beherrschen die Kunst, wesentliche Dialoge zu führen, und haben uns auf den Stakeholder-Dialog, auf Krisenkommunikation und Public Affairs spezialisiert. navos steht für richtungsweisende, zeitgemäße und funktionierende Kommunikation. Mit unseren 40 Mitarbeitern an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Kassel.

Berlin

Hasenheide 54
D-10967 Berlin
Fon +49 (0)30 / 467 24 25-0

Düsseldorf

Volmerswerther Straße 41
D-40221 Düsseldorf
Fon +49 (0)211 / 96 08 17-0

Kassel

Kölnische Straße 72
D-34117 Kassel
Fon +49 (0)561 / 208 65 03-0

info@navos.eu

www.navos.eu

navos auf facebook