

<p>Projektschwerpunkt:</p> <p>Leitfaden zum Stakeholder-Management für KMU</p>	<p>Betreuer:</p> <p><a href="#">Prof. Dr. Edeltraud Günther</a></p> <p><a href="#">Gabriel Weber</a></p> <p>Frank Heine (PricewaterhouseCoopers)</p> <p>Dr. Patrick Albrecht (PricewaterhouseCoopers)</p>
--	---

Schärfere gesetzliche Regelungen, globaler Wettbewerb und wechselnde Kundenansprüche stellen zunehmend relevante Risiken und Chancen für Unternehmen dar. Um Risiken und mögliche Potentiale frühzeitig erkennen und optimal nutzen zu können, bietet das Konzept des Stakeholder-Managements geeignete Maßnahmen. Besonders bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sind oft überfordert mit der Vielzahl an Stakeholdern (Anspruchsgruppen) und Stakes (Ansprüchen). Daher wurde im Praxisprojekt in enger Zusammenarbeit mit Herrn Frank Heine und Herrn Dr. Patrick Albrecht von PricewaterhouseCoopers ein Leitfaden zum Stakeholder-Management entwickelt.

#### Praxisorientierter Teil:

Der im Rahmen des Seminars verfasste Leitfaden basiert auf einem selbst erstellten Stakeholder-Management Kreislauf bestehend aus den vier Elementen (i) Analyse und Priorisierung der Stakeholder und ihrer Ansprüche, (ii) Kapazitätsaufbau, (iii) Verfahrenswahl sowie (iv) Kommunikation und Lernen. Für alle diese vier Schritte ist das strategische Denken wichtig und wurde deshalb als eigener Punkt (Abschnitt 1) aufgenommen, in dem das Stakeholder-Management als Teil der Unternehmensstrategie vorgestellt wird. Der zweite Abschnitt (Analyse und Priorisierung) unterstützt die Unternehmen bei der Identifikation der Stakeholder und Ihrer Ansprüche. Der dritte Abschnitt zum Aufbau von Kapazitäten zum Stakeholder-Management beinhaltet die organisationale Anpassung und Erhöhung der Überzeugung bei den Mitarbeitern. Ein vierter Abschnitt zur Verfahrenswahl hilft den Unternehmen beim Ableiten sinnvoller Strategien sowie von Berichts- und Kommunikationsformen für den Stakeholder-Dialog. Der fünfte Abschnitt vertieft den Aspekt der Kommunikation und geht Grundsätze der Berichterstattung und mögliche Berichtsinhalte ein. Darüber hinaus werden in diesem Abschnitt Handlungsempfehlungen für das organisationale Lernen im Zusammenhang mit dem Stakeholder-Dialog aufgezeigt.

#### Wissenschaftlicher Teil:

Neben dem Erstellen des Leitfadens bestand das Praxisprojekt auch aus einen wissenschaftlichen Teil in dem acht Seminararbeiten verfasst wurden. Die ersten drei Arbeiten sind Reviews, d.h. sie untersuchen und typologisieren die vorhandene Literatur und fassen diese zusammen. Die erste Arbeit von Jana Herrmann ergründet die bestehenden Theorien, die bereits zu dem Stakeholder-Management existieren und veranschaulicht die Verknüpfungen dieser Theorien untereinander. Die zweite Arbeit von Max Plischtil untersucht die in der Literatur vorgenommenen, systematischen Abgrenzungen von Stakes sowie identifizierter Einflussfaktoren auf das Stakeholder-Management. Ein dritter Beitrag von Johannes Seifert zur Identifikation und Priorisierung wichtiger Stakeholder von Unternehmen widmet sich der Frage, was ein Stakeholder ist und wann er berücksichtigt werden sollte.

Die folgenden fünf Arbeiten untersuchen Fragestellungen zum Thema Stakeholder-Management mit Hilfe von Inhaltsanalysen verschiedener Unternehmensveröffentlichungen wie etwa Umweltberichte oder Jahresberichte. Nico Graßhoff untersucht in einer Fallstudie in der Retailer-Branche, wie Unternehmen Kapazitäten zum Stakeholder-Management aufbauen und sich organisational anpassen können. Die Arbeit von Juliane Seipt analysiert inwieweit Standards zum Stakeholder-Management bereits angewendet werden und daraus abgeleitet, was kleine und mittlere Unternehmen bei dem Aufbau eines Stakeholder-Managements beachten sollten und welche der vorhandenen Standards dabei hilfreich sein können. Ein weiterer Beitrag verfasst von Helge Klapper beschäftigt sich mit der Frage, ob es in verschiedenen Ländern bereits bestehende gesetzliche Verpflichtungen zum Stakeholder-Management gibt und nimmt eine Charakterisierung bestehender Regularien vor. Die Arbeit von Ramona Scheel soll aufzeigen, dass ein transparentes Stakeholder-Management-System sinnvoll ist, um Stakeholder und ihre Anliegen zu berücksichtigen und von einer reinen Information hin zu einer Kommunikation in beide Richtungen zwischen Unternehmen und Stakeholdern zu gelangen und somit den Corporate Responsibility Gedanken glaubwürdig in der Gesellschaft vertreten zu können. Eine Fallstudie in der Automobilbranche von Sara Michel als letzter Beitrag untersucht, welche Maßnahmen zum Stakeholder-Management in der Unternehmenspraxis Anwendung finden und welchen Beitrag diese zum Lernen in Organisationen leisten können. Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die einzelnen Beiträge:

Autor	Titel
Jana Herrmann	Analyse bestehender Theorien und Ansätze
Max Plischtil	Ansprüche in der Stakeholderliteratur- Eine systematische Literaturrecherche
Johannes Seifert	Identifikation und Priorisierung wichtiger Stakeholder von Unternehmen
Nico Graßhoff	Kapazitätsaufbau zum Stakeholder-Management, Organisationale Anpassung am Beispiel der Retailer-Branche: Eine Fallstudie
Juliane Seipt	Stakeholder-Management Untersuchung der Anwendung von Standards zum Stakeholder-Management von FTSE Global 500 Unternehmen und Erarbeitung eines Leitfadens zum Stakeholder-Management
Helge Klapper	Verpflichtendes Stakeholder-Management Eine Bestandsaufnahme
Ramona Scheel	Untersuchung der freiwilligen Stakeholder-Kommunikation von FTSE Global 500-Unternehmen und Erarbeitung eines Leitfadens zum Stakeholder-Management
Sara Michel	Organisationales Lernen in Bezug auf Stakeholder-Management



Bild 1



Bild 2