

1. Stakeholder*innen sammeln

Notieren Sie im ersten Schritt alle Stakeholder*innen, die Ihnen einfallen. Bewerten oder sortieren Sie noch nicht. Das Ziel ist zunächst, niemanden zu vergessen.

Diese Fragen können dabei helfen:

- Wer ist vom Projekt betroffen?
- Wer kann den Projekterfolg fördern oder behindern?
- Wer hat formale Entscheidungsbefugnisse?
- Auf wen haben wir einen positiven oder negativen Einfluss?
- Auf wen sind wir angewiesen?
- Wer nutzt bereits unsere öffentlich zugänglichen Informationen?
- Welche Institutionen oder Unternehmen könnten Interesse an uns haben?

Tipp: Vergessen Sie nicht, sich selbst und Ihre Mitarbeiter*innen einzubeziehen, denn auch Sie sind zentrale Stakeholder*innen.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

2. Stakeholder*innen gruppieren

Nun sollen die Stakeholder*innen gruppiert werden.
Unterscheiden Sie hierbei zwischen:

Direkten Stakeholder*innen:
regelmäßiger Austausch, leichter Zugang (z. B. Mitarbeiter*innen, enge Partner*innen).

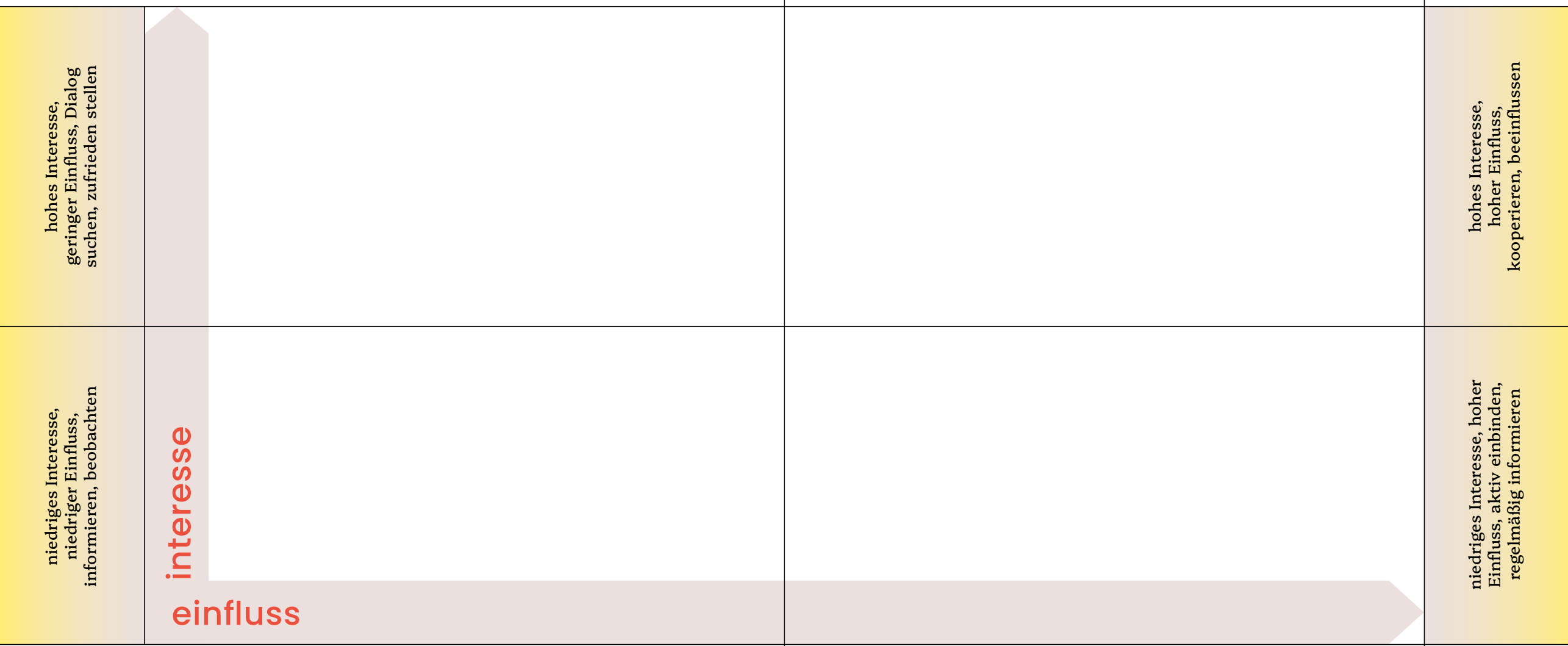
Indirekten Stakeholder*innen:
seltener oder kein direkter Kontakt, schwer erreichbar
(z. B. Lieferant*innen, „stille“ Gruppen).

Direkte Stakeholder*innen:

Indirekte Stakeholder*innen:

3. Interessen und Einfluss analysieren

Sortieren Sie nun die Stakeholder*innen in diese Vier-Felder-Matrix ein:



Das Ergebnis: Sie haben einen klaren Überblick über alle relevanten Akteur*innen, sehen Chancen und potenzielle Konflikte und wissen, welche Gruppen für den Projekterfolg entscheidend sind. So entsteht die Basis, um Radverkehrsvorhaben gezielt, vorausschauend und mit breiter Unterstützung umzusetzen.