

# Stakeholder

Stakeholder haben Ansprüche, Bedürfnisse, Interessen.

Stakeholder nur mit Interessengruppe oder Anspruchsgruppe zu übersetzen, beschränkt die Sicht. Wir verwenden den Begriff ohne Übersetzung.

Wer von Ihnen hat als Stakeholder vor einigen Jahren den Anspruch, gar das Interesse gehabt, im Sommer mit Nordic Walking Stöcken durch die Gegend zu marschieren?

Seit wann haben Sie als Stakeholder einen Anspruch auf die mittlerweile mehr als 100.000 Anwendungen aus Apps für Handys? Gehörten Sie schon immer zu der Gruppe der Interessenten, die sehnsüchtig auf die eine Applikation gewartet haben, die Sie zu öffentlichen Toiletten navigiert?

Anspruch beschreibt das Recht eines einzelnen von einem anderen ein Tun, z.B. die Zahlung eines Geldbetrags, die Abgabe einer Erklärung oder die Übergabe einer Sache, oder Unterlassen, beispielsweise das Unterlassen von unzumutbarem Lärm, zu verlangen.

Bedürfnisse stellen die Vorstufe des Bedarfs dar. Sie sind das Verlangen, einen Mangel zu beseitigen. Aus einem Bedürfnis wird dann ein Bedarf, wenn dem Bedürfnis eine adäquate Kaufkraft zur Seite steht. Der Bedarf wird zur Nachfrage, wenn eine vorhandene Kaufkraft am Markt durch eine Kaufabsicht tatsächlich geltend gemacht wird. Die Bedürfnisse von »Stakeholdern« sind subjektiv empfundene Bedarfe. Nur wenn Sie schon einmal plátano (Kochbanane) gegessen haben, können Sie Appetit auf sie haben.

Interesse beschreibt ein Ziel oder einen Vorteil, den sich eine Person oder Personengruppe aus einer Sache verspricht oder erhofft. So verfolgen Interessengruppen »Stakeholder« eigene Ziele wirtschaftlicher Art. Ihre Interessen sind objektive Notwendigkeiten. Ein Händler, der mit plátano Geschäfte macht, hat Interesse sie gewinnbringend zu verkaufen.

Der geniale Steve Jobs (er hat Interesse am Gewinn!) weiß eben -wie kaum ein anderer- die Bedürfnisse von Menschen in Bedarf zu verwandeln. Heute gibt es nicht nur den Bedarf an den Apps, sondern auch die Nachfrage danach.

Welche Stakeholder haben Ansprüche? Sind sie Bedürfnisse oder Interessen?

Es gibt Stakeholder, die sich managen lassen, d.h. führen oder steuern lassen und Stakeholder, die sich nicht managen lassen.

Der Umgang mit den Stakeholder orientiert sich am Kreislauf:

- Stakeholder identifizieren
- Stakeholder zuordnen - Bedürfnisse? Interessen? Ansprüche?
- Hypothesen bilden (Unsere Techniken dafür: Laternen Interviews und Laternen Workshops)
- Stakeholder beobachten inkl. Managen der managebaren Stakeholder

Wortklauberei:

&rarr; Nehmen Sie noch wahr, oder beobachten Sie schon?

Beobachten ist die Einheit von Unterscheiden und Bezeichnen.

Wahrnehmen ist das Feststellen einer Differenz ohne sie zu verarbeiten. Sonst wäre es Beobachten.

Wahrnehmung verläuft ohne Zeitdifferenz im Einklang mit der Welt, Beobachtung hingegen zeitversetzt (später).

Wir Menschen nehmen die Differenz nicht nur wahr, bezeichnen sie auch. Zur Bezeichnung benötigen wir jedoch präzise Beschreibung von kontextbezogenen Begriffen. Sonst verwischt sich das Bild.

Stakeholder stehen uns zur grenzziehenden Differenzbildung zur Seite.

Stakeholder sind die Kommunikationsadressen in den externen und internen Unternehmensumwelten.