

Stakeholderanalyse - Zielgruppen erkennen und nutzen

Ziel einer Stakeholderanalyse ist es relevante Zielgruppen zu ermitteln, um sie gezielt adressieren und einbinden zu können. Sämtliche relevante Akteure sowie potenzielle Barrieren werden identifiziert. Die Personen und Gruppen werden hinsichtlich ihrer Werte und Einflüsse sowie Vorstellungen kategorisiert und bewertet. Sie werden in Bezug auf deren Bedeutung und Einfluss auf Verlauf und Ergebnis sowie Einstellung gegenüber einem Projekt (positiv und negativ) gewichtet und gegenübergestellt. Dadurch sollen sowohl die Interessen der einzelnen Stakeholder besser verstanden als auch die Kommunikation mit Ihnen ausgebaut werden.

Ergebniszusammenstellung der fünf Multiplikatoren-Workshops 2020

Aktive aus den regionalen Netzwerken SCHULEWIRTSCHAFT der fünf östlichen Bundesländer haben 2020 im Rahmen von Workshops ihre Netzwerke analysiert. Sie haben sechs Stakeholder identifiziert, die in den Netzwerken vor Ort mitarbeiten bzw. künftig mitarbeiten sollen:



Um die Stakeholder zu identifizieren, zu bewerten und einzubinden, wurden folgende Leitfragen gestellt:

1. Was ist dem Stakeholder wichtig?
2. Mit welchen Herausforderungen ist der Stakeholder konfrontiert?
3. Welchen Nutzen erhält der Stakeholder durch SCHULEWIRTSCHAFT?
4. Welchen Nutzen hat der Stakeholder für SCHULEWIRTSCHAFT?
5. Wie können wir den Stakeholder erreichen und binden?

Auf den folgenden Seiten wurden die Ergebnisse der Teilnehmenden der Workshops für die jeweiligen Stakeholder zusammengetragen.

Wenn Sie für Ihr regionales Netzwerk eine Analyse durchführen möchten, können die sechs Stakeholder um für Sie wichtige Zielgruppen selbstverständlich erweitert werden.

Unternehmen

1. Was ist dem Stakeholder wichtig?

- Azubis und Fachkräfte gewinnen
- „gute“ Schulbildung und insb. berufliche Orientierung unterstützen
- Kontakte zu Schulen/ Kooperationen eingehen
- Öffentlichkeitsarbeit/ Imagebildung/ Aktivitäten des Betriebs zeigen
- Informationsaustausch mit anderen Unternehmen & Aktiven im regionalen Netzwerk
- Erreichbarkeit und zeitl. Flexibilität bei der Planung von Aktivitäten

2. Mit welchen Herausforderungen ist der Stakeholder konfrontiert?

- Demografischer Wandel/ Mangel an geeigneten Bewerbern, die Zugangsvoraussetzungen erfüllen
- Fehlende zeitliche und personelle Ressourcen
- Fehlende Bereitschaft der Schulen zur Zusammenarbeit/ keine festen Ansprechpartner
- Qualifizierung eigener Mitarbeitenden (Social Media, Personalmanagement)

3. Welchen Nutzen erhält der Stakeholder durch SCHULEWIRTSCHAFT?

- Impulse & Kontakte
- Imagegewinn/ Wiedererkennung/ Anerkennung
- Information/ Austausch/ Vernetzung
- Werbung für eigene Ausbildung, Präsenz zeigen
- gemeinsame Arbeit an Themen/ Projektentwicklung

4. Welchen Nutzen hat der Stakeholder für SCHULEWIRTSCHAFT?

- Informationen über regionale Bedarfe
- Praxiseinblicke
- Rückmeldung zu Lehrinhalten
- Gegenseitiges Verständnis zw. Akteuren
- Mitarbeit im Netzwerk, Expertise

5. Wie kann der Stakeholder erreicht werden?

- Persönliche Kontakte/ Direktansprache
- Öffentlichkeitsarbeit
- Veranstaltungen/ Tagungen
- Kammern
- über Elternschaft in den Schulen

Schulen

1. Was ist dem Stakeholder wichtig?

- Chancengleichheit aller Schülerinnen und Schüler → Berücksichtigung der Individualität
- Praxisnahe berufliche Orientierung
- Kooperation mit Partnern nachhaltige Begleitstruktur
- Projekte, die in Unterricht integrierbar sind, einfache Umsetzung ermöglichen & wenig Unterrichtsausfall
- Schulprofil herausstellen
- Imagepflege

2. Mit welchen Herausforderungen ist der Stakeholder konfrontiert?

- begrenzte Personal- und Zeitressourcen
- Schulverweigerung, hohe Abbrecher-Zahlen, „Null-Bock“- Einstellung
- Soziale Ungleichheiten in der Schülerschaft
- Mangel an sozialer Kompetenz (und weiterer Softskills)
- Realitätsferne Interessen und Wünsche der Jugendlichen
- kritische Elternschaft

3. Welchen Nutzen erhält der Stakeholder durch SCHULEWIRTSCHAFT?

- Unterstützung bei der BO, konkrete Ansprechpartner insb. in Unternehmen
- Anregungen und konkrete Anknüpfungspunkte für einen praxisnahen Unterricht
- Möglichkeit der Weiterbildung des Lehrpersonals
- Netzwerk und bedarfsgerechte Zusammenarbeit

4. Welchen Nutzen hat der Stakeholder für SCHULEWIRTSCHAFT?

- Kontakt zu Schülerinnen und Schülern
- Informationen über die regionalen Bedarfe der Jugendlichen und ihre Wünsche in Bezug auf Projekte/ Unterstützungsangebote
- Zugang zu Eltern
- Einen Ort für Veranstaltungen

5. Wie kann der Stakeholder erreicht werden?

- Schulvertreterinnen und Schulvertreter, die schon in einem regionalen Netzwerk mitarbeiten
- Veranstaltungen des Netzwerks
- Öffentlichkeitsarbeit des Netzwerks bzw. Kommunikation zur Umsetzung von Veranstaltungen & Projekten
- Nutzen der Veranstaltungen & Projekten für Schülerinnen und Schüler hervorheben

Eltern

1. Was ist dem Stakeholder wichtig?

- Kinder sollen Schulabschluss erreichen und Anschluss in die Arbeits- und Berufswelt finden
- Sicherheit / Zukunftsaussichten für Kinder
- Individuelle und kompetente Informationen / Begleitung für Kinder
- Informationen zu Verdienstmöglichkeiten / Lebensqualität

2. Mit welchen Herausforderungen ist der Stakeholder konfrontiert?

- Unsicherheit / Desinteresse des Kindes / Unübersichtlichkeit der Angebote
- Regionale Möglichkeiten / Finanzierbarkeit
- Technische Ausstattung (Homeschooling) / zeitliche Engpässe
- Unklare Vorstellung von ihrem Einfluss auf die Entscheidungsfindung der Jugendlichen
- Unklare und teilweise veraltete Vorstellungen über Berufsbilder und Karrieremöglichkeiten
- Teilweise Überangebot von Informationen

3. Welchen Nutzen erhält der Stakeholder durch SCHULEWIRTSCHAFT?

- Orientierung / Unterstützung / konkrete Ansprechpartner
- Beratung und Information zu den Zukunftschancen ihrer Kinder
- Passgenaue Ausbildungswahl durch bessere Information

4. Welchen Nutzen hat der Stakeholder für SCHULEWIRTSCHAFT?

- Input über Interessen/Situation der jungen Generation
- Beteiligung an der Berufswahl → wichtige Partner für Kinder
- Familiäre Bindung → regionaler Bezug → Jugendliche verbleiben in der Region
- Gewinnung von Kontakten zu Unternehmen (Eltern=Arbeitnehmer*innen)

5. Wie kann der Stakeholder erreicht werden?

- „Ranzenpost“ bzw. Informationen, die Schulen an Kinder weitergeben
- Öffentlichkeitsarbeit (insbesondere Presse / Internet / Social Media)
- Durch Unterstützung/Einbindung in die schulischen Angebote zur beruflichen Orientierung
- Veranstaltungen für Eltern (Elternabende oder auch im Rahmen von Messen oder Schulveranstaltungen)
- Mitarbeit von Elternvertretungen in regionalen Netzwerken

Politik

1. Was ist dem Stakeholder wichtig?

- Funktionierende Wirtschaft sorgt für stabile politische Verhältnisse
- hohe Beschäftigungs- und Ausbildungsquote
- hohes Bildungsniveau, wenig Unterrichtsausfall, nahtlose Übergänge (kein Abschluss ohne Anschluss)
- geringe Abbruchquote
- Imagegewinn

2. Mit welchen Herausforderungen ist der Stakeholder konfrontiert?

- Vielzahl von unterschiedlichen Interessen
- Strukturell schwache Regionen, begrenzte Finanzmittel
- Stärkung der Eigenverantwortlichkeit von Unternehmen
- Allgemeines Desinteresse der Jugendlichen an Politik
- Lobbyismus

3. Welchen Nutzen erhält der Stakeholder durch SCHULEWIRTSCHAFT?

- Verhinderung von Abwanderung, Stärkung der regionalen Wirtschaft
- Bindung zwischen Wirtschaft und Schule
- Gute Publicity
- Entlastung des öffentlichen Sektors
- Umsetzungserfahrung / Praxisnähe

4. Welchen Nutzen hat der Stakeholder für SCHULEWIRTSCHAFT?

- Unterstützung bei der Umsetzung von Projekten
- SW hat Einfluss auf die Gestaltung von Rahmenbedingungen und der Ausstattung von Schulen,
- SW kann Impulse geben
- Imagegewinn

5. Wie kann der Stakeholder erreicht werden?

- Aktive Einbindung bei Veranstaltungen (Einladung zu Tagungen u.a.)
- Öffentlichkeitsarbeit (Soziale Netzwerke)
- „Botschafter“/Schirmherr

Verbände/ Kammern

1. Was ist dem Stakeholder wichtig?

- Mitglieder halten, dafür Angebote zur Fachkräftesicherung unterstützen
- Bekanntheit steigern
- Informationen / praktische Umsetzungsideen für Mitglieder bieten
- Kontakte zu Schulen aufnehmen
- Unterstützung der Mitgliedsunternehmen bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen

2. Mit welchen Herausforderungen ist der Stakeholder konfrontiert?

- Bewerberrückgang bei Mitgliedsunternehmen
- Knappe zeitliche und personelle Ressourcen
- Verbände haben häufig ein breites Aufgabengebiet, Angebote für Fachkräftenachwuchs zu entwickeln oder zu begleiten nicht primärer Fokus
- Haben keinen direkten Zugang zu Jugendlichen
- Strukturwandel und demografischer Wandel in ihrer Region

3. Welchen Nutzen erhält der Stakeholder durch SCHULEWIRTSCHAFT?

- Kann Interessen von Mitgliedsunternehmen in regionalem Netzwerk vertreten, kann als Türöffner für Mitgliedsunternehmen dienen
- Kann Mitgliedern eine Aktivität zur Gewinnung von Fachkräftenachwuchs vorweisen
- Erhält Informationen über die Situation in den Schulen vor Ort und Einblick in die Lage der anderen im Netzwerk Aktiven

4. Welchen Nutzen hat der Stakeholder für SCHULEWIRTSCHAFT?

- Verbände können als Multiplikatoren dienen, wenn sie Botschaften an ihre Mitgliedsunternehmen weitergeben
- Können als Sponsoren Veranstaltungen/ Arbeit des regionalen Netzwerks unterstützen
- Bringen Unternehmen in die regionalen Netzwerke
- Unterstützung von Veranstaltungen
- Liefern Informationen über die Region/ Rahmenbedingungen

5. Wie kann der Stakeholder erreicht werden?

- Als Experte zu Veranstaltungen einladen, etwa für einen Vortrag
- Persönlicher Austausch
- über Unternehmen, die im Verband aktiv sind
- Öffentlichkeitsarbeit, über Twitter/ LinkedIn
- Organisation gemeinsamer Veranstaltungen
- als Kooperationspartner bei Projekten/Veranstaltungen

