

Titel: Stakeholder-Karte

Geben Sie allen TeilnehmerInnen ein Flipchart-Papier und bitten Sie darum, die Haupttätigkeit seines/ihrer Unternehmens (bzw. Organisation) auf die Mitte des Papiers zu schreiben. Wichtig ist, dass diese Tätigkeit in einem einzigen kurzen Satz ausgedrückt wird – bestenfalls in drei Worten. Beispiele für KMUs könnten sein: „Wir produzieren Schrauben“, „Wir reinigen Gewerberäume“ oder seitens Organisationen: „Wir schützen Wälder“ etc.

Hängen Sie alle Flipchart-Papiere im Seminarraum verteilt an die Wände.

Fordern Sie die TeilnehmerInnen auf, sich 15 Minuten frei im Raum zu bewegen und dabei von Chart zu Chart zu gehen. Die TeilnehmerInnen sollen auf den Charts in Stichworten notieren, welche Werte mit der jeweils beschriebenen Aktivität entweder erreicht oder auch verletzt werden könnten. Dabei sollten die TeilnehmerInnen darauf achten, ihre Stichworte in Wertegruppen bereits notierten Werten zuzuordnen.

In einer zweiten Runde von 15 Minuten bitten Sie die TeilnehmerInnen typisierte Gruppen und/oder konkrete Organisationen/Gruppen auf den Charts zu notieren, die sie als Stakeholder (Anspruchsgruppen) für die beschriebenen Werte identifizieren.

Nach Beendigung dieser Übung – einem Mix aus den Kreativitätsmethoden Brainwalking und Mindmapping – erhalten alle TeilnehmerInnen ihr eigenes Chart zurück. Sie können es in ihrem Unternehmen/Organisation zur Reflexion über den eigenen Stakeholder-Dialog und ihre CSR-Strategie verwenden.