

Kommunikation und Projektmanagement

10 Thesen als Ergebnisse der
Jahrestagung vom 08.05.2019 in Stuttgart

1. Projektmanagement ist auch Kommunikation

Kommunikation ist ein integraler Bestandteil des Projektmanagements. Gute Projekt-Kommunikation hat einen großen positiven Einfluss auf den Verlauf des Projektes. Projekterfolg basiert auch auf zielgerichteter und wertschätzender Kommunikation sowohl innerhalb des Projektteams als auch zwischen dem Projekt, seinen Stakeholdern und der Öffentlichkeit. Kommunikationsfähigkeiten sind elementar für Projektmanager.

2. Mehrwert und Nutzen eines Projektes müssen klar und verständlich vermittelt werden

Das „Warum“ ist elementar bei der internen Motivation des Projektteams genauso wie in der Kommunikation zu Stakeholdern und der Öffentlichkeit. Mehrwert und Nutzen müssen für jeden Stakeholder individuell, verständlich, nachvollziehbar und greifbar formuliert sein. Die zunehmende Informationsflut erfordert sachgerechte Konsolidierung und Klarheit. Was nicht einfach erklärbar ist, überzeugt nicht. Kommunikation ist keine Werbung, sondern Information und Erläuterung.

3. Kommunikation erfordert Glaubwürdigkeit; Akquisitionslügen gefährden Projekte

Ehrliche und authentische Kommunikation kann nicht nur Ängste und Misstrauen mindern, sondern auch Verständnis und Sympathien erzeugen. Dabei müssen Informationen und Positionen konsistent und

in ihrer Historie stetig sein, da sie dadurch retrospektiv jederzeit nachvollziehbar sind.

4. Projekt-Kommunikation erhöht Akzeptanz

Die Einbindung aller Stakeholder erhöht die Akzeptanz eines Projektes und versachlicht die Diskussion. Eine Akzeptanz durch rechtliche Verfahren alleine genügt nicht mehr. Eine elementare Stakeholder-Gruppe stellen die künftigen Nutzer dar.

5. Kommunikation soll auf das Bestätigen der Befürworter, das Bewegen Unentschlossener und die Aufnahme konstruktiver Kritik ausgerichtet sein

Ein Zuhören und Eingehen auf Kritiker kann auch Quelle für Verbesserung sein, insbesondere ist es wichtig, deren wahre Gründe für die Ablehnung des Projektes zu kennen. Unentschlossene für die Sache zu gewinnen und Befürworter „bei der Stange zu halten“ ist lohnender, als sich an Widerständen abzuarbeiten.

6. Kommunikation benötigt Kommunikatoren und muss professionell erfolgen

Projekte benötigen eine Identifikationsperson nach innen wie nach außen. Hierbei ist es aber wichtig, dass dieses „Gesicht“ dem originären Projektteam angehört und fachlich authentisch ist. Eine vollständige Delegation der Kommunikationstätigkeit auf Dritte schadet der Authentizität; professionelle Unterstützung ist allerdings im Kontakt mit Medien und der Öffentlichkeit ratsam. Projekt-Kommunikation ist eine hochprofessionalisierte Tätigkeit, die einer qualifizierten Ausbildung und Weiterbildung bedarf.

7. Projekte benötigen starke Eltern

Kommunikation kann das Projekt „ins rechte Licht“ rücken und es positiv vermarkten. Den Initiatoren des Projektes kommt dabei eine besondere Rolle zu; als „Eltern“ des Projektes dürfen sie das Projekt nicht allein lassen, sondern müssen sich vor bzw. hinter ihr Projekt stellen. Wer sich nicht zu seinem Projekt bekennt, kann auch keine Zustimmung oder Begeisterung bei anderen erwarten. Dies gilt in besonderem Maße für politisch motivierte Projekte.

8. Projekt-Kommunikation ist Prophylaxe

Kommunikation beginnt bereits in der Projektinitiierung und begleitet das Projekt zum Erfolg. Dafür ist eine umfassende Analyse der kommunikativen Arena notwendig. Diese muss eine

zielgruppengerechte Definition der Kommunikationsziele hinsichtlich der einzelnen Stakeholder auf der Grundlage einer Analyse ihrer individuell-relevanten Themen umfassen. Die daraus abgeleiteten zielgruppengerechten Kommunikationsstrategien für ein institutionalisiertes Stakeholder-Management sind zu implementieren und während des Projektablaufs stetig zu kontrollieren und ggf. anzupassen. Projekt-Kommunikation muss ein fester proaktiver Bestandteil des Projektmanagements sein: von der Projektinitiierung bis zur Projektfinalisierung.

1. Wissenschaftliche Vereinigung
Projektmanagement e. V.

c/o Kapellmann und Partner
Stadttor 1, 40219 Düsseldorf

10 Thesen als Ergebnisse der
Jahrestagung vom 09.05.2019 in Stuttgart
Seite 3

9. Digitalisierung eröffnet neue Kommunikationskanäle

Das Informations- und Kommunikationsverhalten der Stakeholder hat sich verändert und dazu geführt, dass sie insbesondere auch webbasierte Kommunikationsformate und –kanäle nutzen. Daher müssen die Inhalte auf die neuen Kommunikationskanäle hinsichtlich Umfang, einfacher und sachlicher Sprache, verstärktem Einsatz von visuellen Inhalten usw. aufbereitet werden. Die neuen Kommunikationsformate erfordern deutlich kürzere Reaktionszeiten als bisher gewohnt.

10. Projekt-Kommunikation erfordert Investitionen

Nichts ist teurer, als ein öffentlichkeitswirksam gescheitertes Projekt, dem die Zustimmung fehlt und das als politischer Selbstzweck wahrgenommen wird. Je höher die Projekt-Kosten, desto höher dürfen auch die Kommunikations-Investitionen sein.