

## **Relationship-Management**

# **Stakeholder Dialoge**

Zu den Stakeholdern von Unternehmen gehören Mitarbeiter, Zulieferer, Kunden, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), wissenschaftliche Einrichtungen, Regierungen und viele mehr. Im Unterschied zum „Shareholder“, dem

englischen Begriff für Aktionär, bezieht der Stakeholder-Ansatz nicht nur die Interessen von Kapitalgebern und Eigentümern ein, sondern richtet den Blick gezielt auch auf die Interessen der verschiedenen Gruppen in den Umfeldern von Unternehmen.



Stakeholder-Dialoge gewinnen an Bedeutung, weil Unternehmen zunehmend gefordert sind mehr Verantwortung für ihre Umwelt und die Gesellschaft zu übernehmen. Das Image und die Reputation eines Unternehmens beeinflussen die Geschäftsentwicklung und die gesellschaftliche Akzeptanz. Auch sind Stakeholder-Dialoge ein ideales Instrument zur Pflege von Kundenbeziehungen. Sie bilden Brücken zwischen Unternehmen, Menschen, Märkten und Umfeldern. Die systematische und offene Interaktion mit Stakeholdern dient dazu gesellschaftliche Trends und strategisch wichtige Themen aufzuspüren, Konflikte abzubauen sowie angemessen auf externe Wünsche und Bedürfnisse eingehen zu können.

## **Investition**

Stakeholder-Analyse WS 1 Tag | 2 Moderatoren

Dialog mit Stakeholdern (max. 12 TN) WS 1 Tag | 2 Moderatoren

Stakeholder-Strategie WS 1 Tag | 2 Moderatoren

Auswertung und Dokumentation obligatorisch 2 Tage

Gesamt 5 Tage pro Tag 1.400 Euro zzgl. 19 % MwSt.