

Block 4: Projektmanagement und Kommunikation



Marco Peters
Deutsches Institut für Urbanistik

Bild: Peter Himself,
Difu

Projektmanagement



Bild: pixabay.com

Was zeichnet ein Projekt aus?



Bild: pixabay.com

Was zeichnet ein Projekt aus?

- Zeitliche Begrenzung;
- Festgelegtes Budget/Ressourcen;
- Klare Zieldefinition und Meilensteinplanung;
- Projekt findet gesondert statt und nicht im Tagesgeschäft;
- Oftmals interdisziplinäre Teams;
- (Hohe Komplexität und hohes Risiko);

Phasen eines Projekts

1. Initiierung
2. Planung
3. Durchführung
4. Abschluss

Controlling und **Kommunikation** laufen durchgehend.

Phasen eines Projekts

1. Initiierung

- Entwicklung einer Projektidee
- Wichtigste Frage: **Was möchte ich erreichen?**



Bild: pixabay.com

Wie kann man eine Projektidee entwickeln?



Bild: pixabay.com

Möglichkeiten eine Projektidee zu entwickeln

- Themenbezogene Recherche;
- Identifizierung eines Problems → Entwicklung eines Lösungsansatzes;
- Brainstorming, Mind-Mapping, etc.;
- Vorkenntnisse oder Interessen;
- Was ist realistisch durchführbar?
- Gute Praxisbeispiele als Vorbild nehmen!

Phasen eines Projekts

1. Initiierung

2. Planung

- Konkrete Definition von **Ziel, Inhalt und Umfang** des Projekts;
- **Instrumente:** Meilensteinplanung, Ressourcen- und Budgetplanung, Terminplanung;

Warum ist die Zielsetzung wichtig?



Bild: pixabay.com

Warum ist die Zielsetzung wichtig für ein Projekt?

- Ziele **motivieren**;
- Ziele fördern **Priorisierung** und gezieltes Vorgehen;
- Ziele ermöglichen eine **Erfolgskontrolle**.



Bild: pixabay.com

SMART-Kriterien bei der Zielsetzung

- **S**pezifisch
- **M**essbar
- **A**usführbar
- **R**ealistisch
- **T**ermingerecht

Was sind Meilensteine?



Bild: pixabay.com

„Meilensteine“...

- sind **zentrale** Ereignisse, sollten zum geplanten Termin erreicht sein;
- sind für die **Zielerreichung** des Projekts **elementar**;
- müssen bei Ablaufänderung **zwingend angepasst** werden;
- teilen den Projektverlauf in **prüfbare Etappen** ein;
- erleichtern die Projektplanung und **Kontrolle des Fortschritts**.



Bild: pixabay.com

Phasen eines Projekts

1. Initiierung
2. Planung
3. Durchführung

- Planung wird umgesetzt;
- Meilensteine und Budget/Ressourcen müssen im Blick behalten und – falls nötig – **angepasst** werden.

Phasen eines Projekts

1. Initiierung
2. Planung
3. Durchführung
4. Abschluss

- Auswertung der Projekt-Ergebnisse;
- Abgleich mit der Zielsetzung;
- i.d.R. Abschlussbericht, „Lessons learned“;

Phasen eines Projekts

Durchgehend:

- **Controlling:** Überwachung der Prozessabläufe, insbesondere **Budget- und Zeitplan**;
- **Kommunikation:** mit allen relevanten Beteiligten und nach Projektabschluss Kommunikation der Ergebnisse;

Übungsaufgabe „Umzug in eine neue Wohnung“

Zieldefinition: Einzug am Tag **X** in eine neue Wohnung. Zeitrahmen **20 Tage**. Budget **500 Euro**.

Fragen:

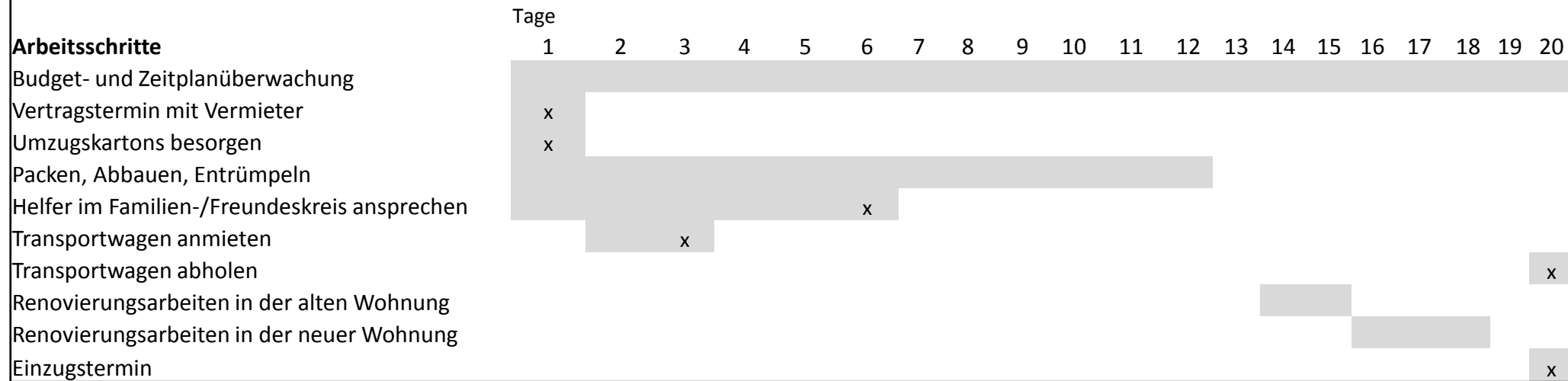
- Welche Arbeitsschritte sind notwendig?
- Wie werden die Schritte im Zeitrahmen verteilt?
- Welche Meilensteine sollten gesetzt werden?
- Wer sollte beteiligt werden?
- Was wird an finanziellen Mitteln benötigt? Wozu?



Bild: pixabay.com

Lösungsmöglichkeit Übungsaufgabe

Fallbeispiel „Umzug in eine neue Wohnung“



X = Meilensteine

Gesamtbudget 500 Euro:

- 120 Euro Mietwagenleihe
- 100 Euro Umzugskartons/Verpackungsmaterial
- 150 Euro Renovierungsmaterialien
- 30 Euro Verpflegung Helfer*Innen
- 20 Euro Sonstiges

Kommunikation

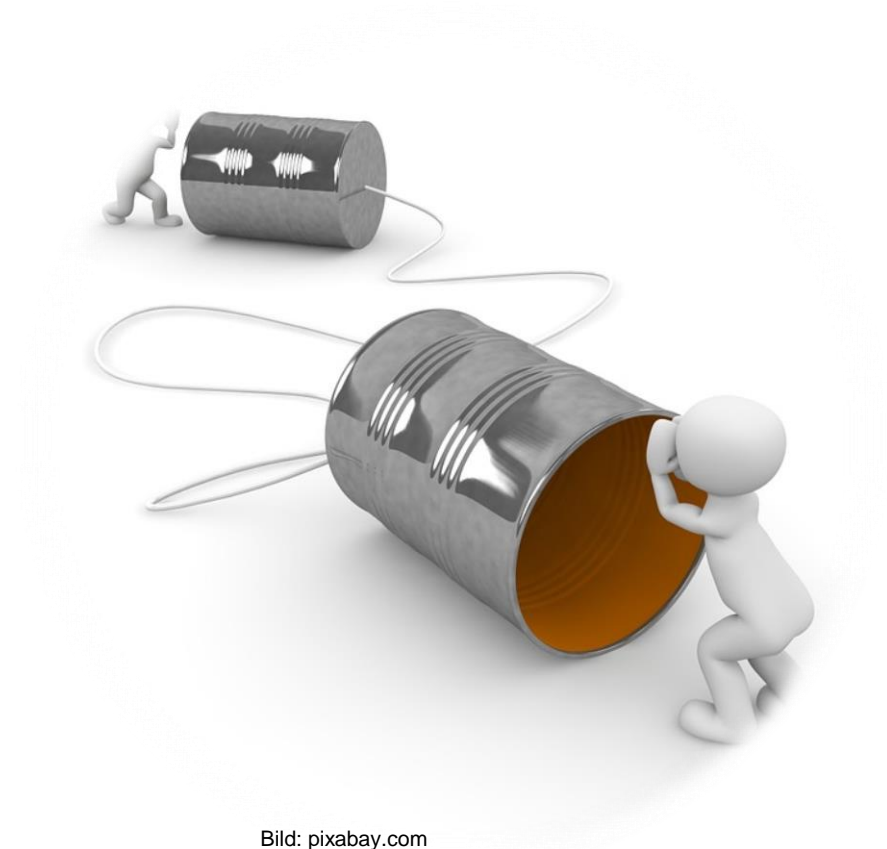


Bild: pixabay.com

Kommunikation

- Wie **funktioniert** Öffentlichkeitsarbeit im kommunalen Klimaschutz?
- Wie **informiere** ich über mein Projekt?
- Wie **überzeuge** ich andere von meinem Projekt?
- Wie **motiviere** ich zur Teilnahme an meinem Projekt?

Kommunikation im kommunalen Klimaschutz

Ziele der kommunalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

- positive Außendarstellung/ Image der Kommune erzielen;
- über Tätigkeiten/ Erfolge der Kommune berichten;
- Themen verbreiten oder für Themen sensibilisieren;
- zum Mitmachen motivieren.

Kommunikation im kommunalen Klimaschutz

- Wissen über die Zusammenhänge zwischen **eigenem Verhalten und Klimaschutz** sowie über **konkrete Lösungs- und Handlungsmöglichkeiten** fehlt häufig;
- Klimaschutz wird häufig mit Verzicht, einer Einschränkung der Lebensqualität oder höheren Kosten assoziiert → Entgegenwirken, positive Aspekte hervorheben;
- Eine positive, sensibilisierende und motivierende Kommunikation ist im (kommunalen) Klimaschutz sehr wichtig!

Kommunikation im kommunalen Klimaschutz

Festlegung der Kommunikationsziele:

- Unterscheidung in **kurzfristige**, **strategische** oder **langfristige** Ziele;

Zielgruppenanalyse:

- Neben der direkt angesprochenen Zielgruppe ist es wichtig, auch zusätzlich **Multiplikatoren** mit zu berücksichtigen;

Leitidee und Markenbildung:

- Ein kreativer Slogan oder die Entwicklung einer Dachmarke trägt zu einem hohem Wiedererkennungswert bei;

Kommunikation im kommunalen Klimaschutz

Beispiele für Dachmarken



Quelle: Praxisleitfaden: Klimaschutz in Kommunen

Stil und Sprache bei der Kommunikation

Kurz und prägnant

- Bereits in der Überschrift bzw. im „Betreff“ deutlich machen, worum es geht;

Aktiv und motivierend formulieren

- z. B. Anstatt: „Der Klimawandel entwickelt sich dramatisch und muss aufgehalten werden“ besser „Sie können einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten“;

Übersichtlich

- Zwischenüberschriften, Absätze, „Fettung“ von Schlagworten;

Ansprechendes Design wählen

- z. B. Corporate Design der Verwaltung beachten, Gestaltungsrichtlinien zur Verwendung von Logos, Schriftarten etc., eigenes Logo entwickeln (Wiedererkennung)

Wie informiere ich über mein Projekt?

Beantwortung der „W-Fragen“



Wie informiere ich über mein Projekt?

- **Was?** Prägnante Kurzbeschreibung der Projektidee
- **Warum?** Zielsetzung und Motivation erläutern
- **Wer?** Alleine oder im Team
- **Wann?** Zeitliche Planung
- **Wo?** „Ort“ der Umsetzung
- **Wie?** ggf. Finanzbedarf, Personalbedarf

Wann ist der richtige Kommunikations-Zeitpunkt?

Wenn ein **aktueller Anlass** vorhanden ist:

- das Projekt ist gerade **gestartet**;
- ein **wichtiger Erfolg** oder Meilenstein wurde erreicht;
- das Projekt wurde erfolgreich **abgeschlossen**.

Welche Verbreitungskanäle gibt es?



Bild: pixabay.com

Welche Verbreitungskanäle gibt es?

- Pressemitteilung;
- Internetauftritt der Kommune;
- Newsletter der Kommune;
- Social-Media-Kanäle;
- „Schwarzes Brett“ oder Intranet;
- Amtsblatt oder Mitarbeiterzeitschrift;
- Pressekonferenz;

Wie überzeuge ich andere von meinem Projekt?



Bild: pixabay.com

Argumentationshilfen für Klimaschutzprojekte in Kommunalverwaltungen

- **Finanzielle Anreize**, z. B. durch Effizienzmaßnahmen Energiekosten sparen oder durch Information/Motivation der Mitarbeiter*Innen Energiekosten sparen;
- **Gesundheitsförderung**, z. B. durch Motivation der Mitarbeiter*Innen, kurze Dienstwege zu Fuß oder mit (Dienst-)Fahrrädern zu erledigen;
- **Imagegewinn**, z. B. die Kommune zeigt sich zukunftsorientiert dient mit ihrem Klimaschutz-Engagement als Vorbild für andere (Bürger*Innen, Unternehmen etc.);

Tipp: Klimaschutz nicht als reinen „Selbstzweck“ verkaufen, Synergien benennen!

Was motiviert zur Teilnahme an einem Projekt?



Bild: pixabay.com

Was motiviert zur Teilnahme an einem Projekt?

- Mitmachen muss **einfach möglich** sein;
- **(Zeit-)Aufwand** für Teilnehmende **gering** halten;
- **Spaßfaktor** ist wichtig („Gamification“, „Challenge-Charakter“);
- Kleine **(Sach-)preise** ausloben;
- **Mitgestaltungsmöglichkeiten** für die Teilnehmenden einbauen.

Danke für die Aufmerksamkeit!

Fragen?

