

# Stakeholder-Priorisierungs-Raster (SPR)

## Gruppe B

Individuelle Diskussionen führen, „überzeugen“

## Gruppe A

Für das Projekt begeistern und als Sponsoren gewinnen

**Bedeutung des Stakeholders für Veränderungserfolg**

Hoch	B	A	A
Durchschnittlich	D	C	A
Niedrig	D	C	C
	Negativ	Neutral	Positiv

**Gruppe C**  
Mit wenig Aufwand für das Projekt gewinnen, kontinuierlich informieren

## Gruppe D

Von Widerstand nicht zu sehr beeindrucken lassen

**Wahrscheinliche Einstellung zum Projekt**