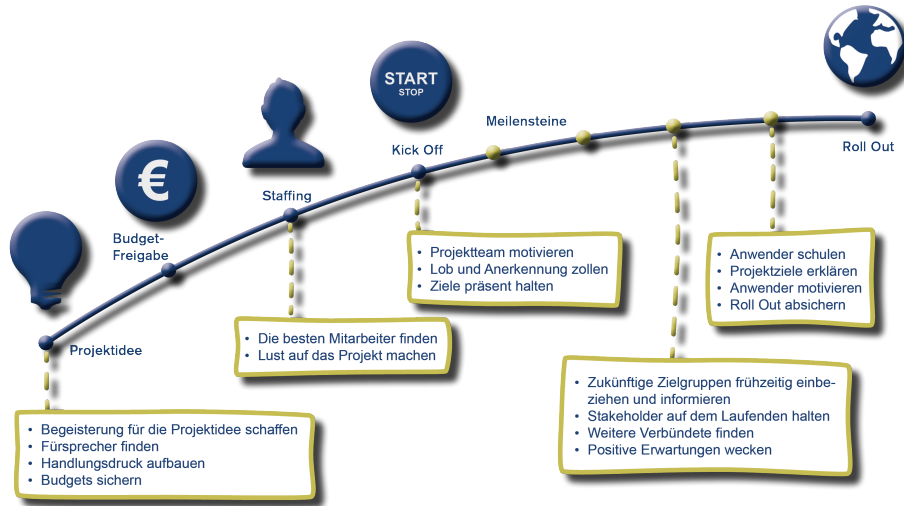


# Projekt-Inszenator



## Workshops

Aktuelle Termine, weitere Infos und Anmeldung:  
[www.projektinszenator.de/workshops/](http://www.projektinszenator.de/workshops/)

Wir gewähren **50 € Rabatt** auf alle Tarife des offenen Kreativ-Workshops. Gutschein-Code "PMCamp14".

## Flipcharts

Fertig konfektionierte Flipcharts gibt es für 49 € im Stattys-Shop:  
<http://www.stattys.com/project/project-management/projekt-inszenator.html>

## Was ist der Projekt-Inszenator?

Der Projekt-Inszenator ist ein definierter **Workflow** (Methode, Methodik, Prozess, Anleitung - as you like) zur Entwicklung eines **Inszenierungskonzepts** für ein zukünftiges oder laufendes Projekt. Er ist eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Entwicklung und Festlegung kommunikativer Maßnahmen zur Außendarstellung des Projekts. Der Anwender nutzt dabei vorbereitete Flipcharts und arbeitet sie nacheinander ab. Schritt-für-Schritt leitet es der Projekt-Inszenator hin zu Projektbotschaften, Medien und Maßnahmen. Er berücksichtigt die Besonderheiten des Projekts genauso, wie die verschiedenen Zielgruppen. Das Ergebnis ist ein fertiges Inszenierungskonzept für die bestmögliche Darstellung des Projekts.

Der Inszenator besteht aus **10 + 1 Schritten**.

Er soll den Projektleiter bzw. das Projektteam in die Lage versetzen, **selbständig** ein vollständiges Inszenierungskonzept zu erarbeiten.

## Warum heißt der Inszenator Inszenator?

Eine Inszenierung ist die "gebührende Darstellung eines Werks" (siehe auch [Wikipedia](#)). Das Werk (hier: das Projekt) wird durch die Inszenierung in einer ihm angemessenen Form dargestellt. Genau das ist das Ziel und die dahinter stehende Philosophie des Inszenators: Das Projekt bekommt die ihm zustehende, bestmögliche Darstellung.

Das hat nichts mit "Schönreden" zu tun und berücksichtigt, aufgrund der intensiven Auseinandersetzung mit dem Projektumfeld, auch kulturelle Besonderheiten des Projekts. "Bestmöglich" meint hier also "immanent bestmöglich", ohne falsche Erwartungen zu wecken oder entscheidende Fakten, z.B. Schäden zu verschweigen. Gute Projekte dürfen sich deshalb dementsprechend gut darstellen. Das Entscheidende ist die bewusste Auseinandersetzung damit, **wie** ein Projekt dargestellt werden soll.

## An welcher Stelle im Projekt ist der Einsatz sinnvoll?

Der Einsatz des Projekt-Inszenators sollte so früh wie möglich erfolgen. Bereits bei der Budget-Gewinnung kann eine professionelle Darstellung der Projektidee sehr hilfreich sein. Grundsätzlich kann der Inszenator immer dann eingesetzt werden, wenn die Darstellung zum entscheidenden Faktor wird. Da zu unterschiedlichen Zeitpunkten im Projekt unterschiedliche Kommunikationsziele relevant werden, kann es darüber hinaus sinnvoll sein, den Inszenator wiederholt einzusetzen, um das Kommunikationkonzept immer wieder zu justieren.

## Wie funktioniert der Projekt-Inszenator?

## Ergänzende Infos

[www.projektinszenator.de](http://www.projektinszenator.de)


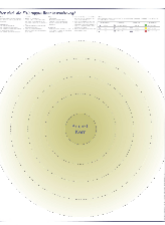


## Feedback gewünscht




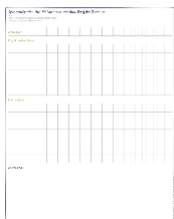


Wir freuen uns über jedes Feedback und jede Art von Anregung.  
[welcome@van-ons.de](mailto:welcome@van-ons.de)

Die Projektleitung oder das Projektteam nutzen die vorbereiteten Flipcharts und arbeiten sie nacheinander ab. Je nach Umfang des Projekts kann dabei jeweils eine Aufgabe während täglicher oder zumindest relativ häufig wiederkehrender Meetings erledigt werden. Am sinnvollsten erarbeitet man die Kommunikationsstrategie in einem Block.

Für jede Seite sollten etwa 30-60 Minuten einkalkuliert werden. Nicht alles davon muss im gesamten Team durchgeführt werden, jedoch ist es sinnvoll wichtige Stellen gemeinsam zu bearbeiten oder zumindest zu entscheiden. Als sehr hilfreich hat sich die Moderation des Prozesses durch einen Außenstehenden erwiesen. Dies ist besonders an der Stellen, wo mit Hilfe von Brainstorming Ideen gesammelt werden, sehr sinnvoll.

## Die 11 Schritte

<p><b>Schritt 1</b></p> 	<p><b>Projektrahm en klären</b></p> <p>Die Klärung des Projektrahmens wird mit Hilfe des <b>Project Squares</b> erarbeitet.</p>	<p><b>Schritt 2</b></p> 	<p><b>Projektumfel danalyse</b></p> <p>Intensive Analyse der Zielgruppen der Inszenierung</p>
<p><b>Schritt 3</b></p> 	<p><b>Inszierungsz iele und Erfolgskriteri en festlegen</b></p> <p>Die Inszenierungsziele werden "SMART" formuliert, d.h. <b>S</b>pezifisch, <b>M</b>essbar, <b>A</b>kzeptiert, <b>R</b>ealistisch, <b>T</b>erminierbar.</p> <p>Was sind Kriterien, an den sich der Erfolg des Kommunikationskonzepts ablesen lässt?_</p> <p><b>Beispiel:</b> Alle Zielgruppen können zum Projekt-Kick-Off den Nutzen des Projekts nennen.</p>	<p><b>Schritt 4</b></p> 	<p><b>Ideen für Projekt-Bots chaften finden</b></p> <p>Fokus in diesem Schritt sind die kommunikativen Grundlagen (z.B. Projektname, Claim, wesentliche Botschaften).</p> <p>Die angewandte Methode ist das klassische Brainstorming. Je mehr Ideen kommen, desto besser. Quantität geht vor Qualität.</p>

<p><b>Schritt 5</b></p> <p>9.5.18 PROJEKT-BOTSCHAFTEN - IDEENAUSWAHL</p> 	<p><b>Ideen bewerten und auswählen</b></p> <p>Zwischen Schritt 3: Ideenfindung und Schritt 4: Ideenauswahl sollte ein zeitlicher Abstand liegen, damit nicht zu früh gute Ideen vom Tisch fallen, weil schlechtere im Eifer überbewertet wurden.</p>	<p><b>Schritt 6</b></p> <p>9.5.18 INGENIEURINGS-MAßNAHMEN - IDEEN</p> 	<p><b>Ideen für Maßnahmen finden</b></p> <p>Welche Live-Formate sind hilfreich? (Sponsoren-Frühstück, Showrooms, Workshops, Mitarbeiter-Events) Aber auch: Guerilla-Aktionen, Crowd Sourcing Aktionen, Projekt-TV, Support- oder Info-Hotlines etc., etc.</p> <p>Wichtig ist hier nicht nur das was, sondern vor allem auch das wie. Maßnahme ist nicht gleich Maßnahme, Aktion nicht gleich Aktion.</p> <p>Hier wird wieder nach der klassischen Brainstorming-Methode gearbeitet.</p>
<p><b>Schritt 7</b></p> <p>9.5.18 INGENIEURINGS-MAßNAHMEN - FESTLEGEN</p> 	<p><b>Maßnahmen bewerten und auswählen</b></p> <p>Auch hierfür ist ein zeitlicher Abstand zu Schritt 6 wichtig.</p>	<p><b>Schritt 8</b></p> <p>9.5.18 INGENIEURINGS-MAßNAHMEN - ZEITPLAN</p> 	<p><b>Maßnahmen zeitlich synchronisieren</b></p> <p>In Schritt 8 werden die Maßnahmen und Aktionen mit dem Projektzeitplan synchronisiert und dabei auch die Planungszeit für die Maßnahmen berücksichtigt.</p>
<p><b>Schritt 9</b></p> <p>9.5.18 INGENIEURINGS-MAßNAHMEN - PLANUNG</p> 	<p><b>Maßnahmen planen</b></p> <p>Dieser Schritt ist noch keine Detailplanung. Es soll aber ein grobes Bild über Zweck, Zeitpunkt/Zeitraum, Verantwortlichkeiten, Durchführungsart, Bestandteile, Menschen und Ressourcen entstehen.</p>	<p><b>Schritt 10</b></p> <p>10.5.18 MEDIA MEDIA</p> 	<p><b>Medien auswählen</b></p> <p>Hier wird darüber nachgedacht, über welche Medien und mit welchen Hilfsmitteln die Botschaften kommuniziert werden sollen. Z.B. Projektwebsite, Präsentationsvorlagen, Modelle etc.</p>

## Schritt 11

### 11.21-11 ERFOLGSMESSUNG

Maßnahmenplan für die Maßnahmen

Maßnahme	Maßnahmenplan	Maßnahmenplan
Maßnahme	Maßnahmenplan	Maßnahmenplan
Maßnahme	Maßnahmenplan	Maßnahmenplan
Maßnahme	Maßnahmenplan	Maßnahmenplan

## Erfolgskontrolle

In diesem Schritt wird geplant, zu welchem Zeitpunkt mit welchen Kriterien der Erfolg der Maßnahmen gemessen wird.