

**Abstract:** Spätestens seit dem Konflikt um Stuttgart 21 sind Kommunikation und Öffentlichkeitsbeteiligung als entscheidende Erfolgsfaktoren für Großbauprojekte anerkannt. Während ihr Potenzial für die Planungs- und Genehmigungsphase bereits umfassend beleuchtet ist, haben sich Forschung und Praxis bisher kaum mit Kommunikation und Beteiligung in der Bauausführungsphase befasst. Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, die Möglichkeiten für Information, Konsultation, Kooperation und Marketing in dieser Phase herauszuarbeiten.

Aufbauend auf theoretischen Modellen von Grunig & Hunt (1984), Grunig et al. (1996), Burkart (2015) und Zerfaß (2010) sowie Erkenntnissen aus den Bereichen Stakeholder-Management, Issue- und Change-Management wird ein Ansatz für integriertes Kommunikations-Management in der Bauphase erarbeitet. Auf Basis von elf qualitativen, leitfadengestützten Experteninterviews mit Vorhabenträgern, Bauunternehmen und Kommunikationsagenturen großer Bauprojekte werden anschließend Stakeholder, Ziele, Inhalte und Instrumente für die Kommunikation in der Bauphase herausgearbeitet sowie Erfolgsfaktoren identifiziert.

Die Ergebnisse zeigen, dass in der Bauphase Betroffene und Interessierte im Zentrum der Kommunikation und Beteiligung stehen und mit einer Vielzahl an Kommunikationsinstrumenten angesprochen werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Information. Für die Wahl der Instrumente gibt es keine Patentlösung, vielmehr ist sie stark vom jeweiligen Projekt und seinen Anspruchsgruppen abhängig.

**Art der Arbeit:** Master-Arbeit

**Verfasserin:** Sarah Rögele

**E-Mail:** sarah.roegele@gmx.de