

Inhalt

| | |
|--|----|
| Vorwort | 6 |
| Einführung | 7 |
| 1 Strategie in zivilgesellschaftlichen Organisationen: Warum es immer wichtiger wird, eine Strategie zu haben | 10 |
| 2 Fallbeispiel: Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) | |
| Raues Klima – Von veränderten Umweltbedingungen im Umweltschutz | 13 |
| 3 Der Strategie-Kompass: Entstehung und Einsatzfelder | 15 |
| 4 Mit Strategie auf Erfolgskurs: Die drei »K« einer erfolgreichen Strategie | 16 |
| 5 Fallbeispiel: Verband alleinerziehender Mütter und Väter (VAMV) | |
| Einsatz für die Ein-Eltern-Familie: Wie man täglich für 6,3 Millionen Menschen Reformideen durchsetzt | 20 |
| 6 Ein Überblick: Die Strategiemacher und die Prozessphasen | 23 |
| 7 Phase 1: Problemdefinition und Analyse | |
| Der Veränderungsprozess beginnt | 28 |
| 8 Phase 2: Formulierung und Entscheidung | |
| Lösungskonzepte entwickeln und Akzeptanz herstellen | 32 |
| 9 Phase 3: Umsetzung | |
| Aus Theorie wird Praxis | 36 |
| 10 Phase 4: Erfolgskontrolle | |
| Prozess mit Wirkung | 39 |
| 11 Fallbeispiel: Hospiz Schwerte | |
| 11.1 Warum Herzblut und persönlicher Einsatz in kleinen Organisationen nicht immer ausreichen | 43 |
| 11.2 Wie der Strategieprozess mithilfe des Strategie-Kompasses gestaltet werden kann | 45 |
| 12 Strategie kommt nicht von selbst: Zur Strategiefähigkeit von Organisationen und Personal | 47 |
| 13 Gewusst wie: Methoden und Werkzeuge | 49 |
| 14 Fallbeispiel: Deutsches Rotes Kreuz (DRK) | |
| Die Krise der Helfer – Wie Reformen auf den Weg gebracht werden, auch wenn es zunächst unmöglich scheint | 53 |
| 15 Der Strategie-Kompass auf einen Blick | 56 |
| Literatur und Links | 57 |