

Inhalt

Einleitung	9
<i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	

I. Theorieteil

Das Konzept des Social-Impact-Modells – Logik, Grundsätze und Phasen	17
<i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	

Die transdisziplinäre Perspektive	29
<i>Wolf Rainer Wendt</i>	

Anforderungen an das Gütekriterium »Partizipation«	36
<i>Eveline Odermatt</i>	

Anforderungen an das Gütekriterium »Werteorientierung«	57
<i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	

Anforderungen an das Gütekriterium »Wirkungsorientierung«	71
<i>Edgar Baumgartner</i>	

II. Querschnittsthemen

Handlungskonzepte, Methoden, Instrumente und Verfahren der Sozialen Arbeit zur wirkungsorientierten Systementwicklung	83
<i>Regula Dällenbach</i>	

Eine Organisationsdiskussion im Lichte der Social-Impact-Modell-Logik	115
<i>Christoph Minnig</i>	

III. Methoden, Techniken und Tools

SIM-Phase 1: Problemkonstruktion

Einordnung der Phase »Problemkonstruktion« im Social-Impact-Modell <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	141
Die Konstruktion Sozialer Probleme und ihrer Folgen – In drei Schritten vom Problem zum Ziel <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	145
Bedarf und Bedarfsmodell <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	152
Von der Straße auf die Bühne – Möglichkeiten und Grenzen politischer Kommunikation sozialer Probleme <i>Bernadette Wüthrich</i>	174

SIM-Phase 2: Lösungskonstruktion

Einordnung der Phase »Lösungskonstruktion« im Social-Impact-Modell <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	195
Akteure und ihre Rollen <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	198
Komplexlösungen, Versorgungsketten und Übergangsmanagement am Beispiel des Strafvollzugs <i>Roger Kirchhofer</i>	203

SIM-Phase 3: Umsetzung

Einordnung der Phase »Umsetzung« im Social-Impact-Modell <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	219
Sozialfirma: Ein innovatives, aber vernachlässigtes Organisationskonzept <i>Stefan M. Adam</i>	226

Partizipation und Kooperation im Eingliederungsmanagement. Gesellschaftstheoretische Grundlagen und handlungstheoretische Konkretisierungen <i>Thomas Geisen</i>	234
Lerncoaching als Element von Organisationsentwicklung <i>Torsten Nicolaisen</i>	245
Social Business Plan <i>Rolf Meyer und Beat Uebelhart</i>	256
SIM-Phase 4: Wirkungsevaluation	
Einordnung der Phase »Wirkungsanalyse« im Social-Impact-Modell <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	265
Wirkungsevaluation im Social-Impact-Modell <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	269
 IV. Schlussteil	
Vom abstrakten Wissen zu konkreten Handlungsempfehlungen – ein Verfahrensvorschlag <i>Jeremias Amstutz</i>	289
Fazit und Ausblick <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	301
 V. Anhänge	
A1 Checkliste für das Gütekriterium Partizipation <i>Eveline Odermatt</i>	307
A2 Gütekriterium Werteorientierung <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	315

A3	Anforderungen an das Gütekriterium Wirkungsorientierung <i>Edgar Baumgartner</i>	316
A4	Leitsatz zum sozialen Problem <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	318
A5	Sechzehn-Felder-Matrix zum sozialen Problem und seinen Folgen <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	319
A6	Zwölf-Felder-Matrix für Wirkungsziele zur Lösung/Linderung/ Vermeidung sozialer Probleme <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	320
A7	Erfolgsfaktoren und -aktivitäten bei der Planung von Thematisierungsprozessen <i>Bernadette Wüthrich</i>	321
A8	Kraftfeldanalyse <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	322
A9	Umfeldanalyse <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	323
A10	Planung, Evaluation und Übergangsmanagement bei Versorgungsketten <i>Roger Kirchhofer</i>	324
A11	Ablauf einer Coaching-Sitzung (idealtypisch) <i>Torsten Nicolaisen</i>	326
A12	Social Business Plan <i>Rolf Meyer, Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	327
A13	Wirkungsevaluation <i>Beat Uebelhart und Peter Zängl</i>	365
	Autorinnen- und Autorenverzeichnis	367