
Inhaltsverzeichnis

Praxiswissen Netzwerkarbeit	9
1 Definition und Grundlagen	10
1.1 Der Netzwerkbegriff	10
1.1.1 Netzwerk und Kooperation – Versuch einer Abgrenzung	12
1.1.2 Prinzipien der Netzwerkarbeit	13
1.2 Netzwerktypen	14
1.3 Aufbau von Netzwerkstrukturen	17
1.3.1 Netzwerkzyklus	18
1.3.2 Planungsebene	20
1.3.3 Institutionsebene/Partner	20
1.3.4 Strukturebene	21
1.3.5 Handlungsebene	25
1.3.6 Netzwerkevaluation	26
1.4 Entstehung und Mehrwert von Netzwerken	29
1.5 Erfolgsfaktoren der Netzwerkarbeit	32
2 Initiierung von Netzwerken	34
2.1 Stakeholderanalyse oder wer sind relevante Akteurinnen und Akteure?	35
2.2 Auftaktworkshop	44
2.2.1 Auftaktworkshop planen	44
2.2.2 Auftaktworkshop umsetzen	47
2.3 Arbeitsprozesse bis zur formalen Gründung des Netzwerks	48
2.3.1 Ziele und Teilziele definieren	49
2.3.2 Leitbildprozess in Netzwerken	50
2.3.3 Win-win-Bedingungen herstellen	52

2.3.4 Arbeits- und Kommunikationsregeln vereinbaren	53
2.3.5 Geschäftsordnung	55
2.4 Gründungsveranstaltung	56
2.5 Kick-off	57
2.6 Rechtsformen	57
3 Netzwerkmanagement	62
3.1 Struktur und Dimensionen des Netzwerkmanagements	62
3.2 Management in der professionellen Netzwerkarbeit	64
3.3 Rolle und Bedeutung des Netzwerkmanagements	66
3.4 Kompetenzen des Netzwerkmanagements	68
3.5 Aufgaben und Instrumente des Netzwerkmanagements	69
3.5.1 Koordination von Netzwerkarbeit	69
3.5.2 Moderation von Netzwerken	71
3.5.3 Informationskultur und Wissensmanagement	76
3.5.4 Kommunikation und Konfliktmanagement in Netzwerken	83
3.5.5 Organisation und Administration	89
3.5.6 Controllingaufgaben des Netzwerkmanagements	91
4 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	
für Netzwerke der sozialen Arbeit	94
4.1 Corporate Identity und Corporate Design für Netzwerke	94
4.2 Rahmenbedingungen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Netzwerken in der sozialen Arbeit	97
4.3 Zielgruppen bzw. Adressaten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	98
4.3.1 Interne Öffentlichkeit	100
4.3.2 Fach(politische)-Öffentlichkeit	100
4.3.3 „Kern“-Öffentlichkeit	100
4.3.4 Medienöffentlichkeit	101
4.4 Methoden und Instrumente der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	101
4.4.1 Pressearbeit	102
4.4.2 Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit	111

5	Netzwerkevaluation	122
5.1	Begriffsbestimmungen Evaluation	122
5.1.1	Definition Evaluation	122
5.1.2	Selbst- und Fremdevaluation	123
5.1.3	Formative und summative Evaluation	124
5.1.4	Ex-ante und ex-post Evaluation	125
5.2	Bedeutung der Qualitätsdimensionen für die Netzwerkevaluation	127
5.3	Qualitätsdimensionen in der Netzwerkevaluation	128
5.3.1	Planungsqualität	128
5.3.2	Konzeptqualität	128
5.3.3	Strukturqualität	129
5.3.4	Prozessqualität	129
5.3.5	Kommunikationsqualität	129
5.3.6	Ergebnisqualität	130
5.4	Indikatoren, Methoden und Verfahren der Netzwerkevaluation	131
5.4.1	Allgemeine Aspekte	131
5.4.2	Indikatoren der Netzwerkevaluation	132
5.4.3	Verfahren und Methoden der Netzwerkevaluation	133
5.4.4	Nutzwertanalyse	134
5.4.5	Goal Attainment Scale	135
5.5	Fünf Schritte der Netzwerkevaluation	137
5.6	Netzwerkevaluation in der Praxis	140
5.7	Fazit	143
6	Finanzierung	145
6.1	Netzwerkergebnisse	145
6.2	Partnerwahl	147
6.3	Arten der Finanzierung	148
6.3.1	Innenfinanzierung	149
6.3.2	Belastungsgerechtigkeit	149
6.3.3	Nutzengerechtigkeit	151
6.3.4	Außenfinanzierung	152
6.3.5	Einzelförderung	156
6.3.6	Verkauf von Leistungen	160
6.4	Finanzcontrolling	161
6.4.1	Organisation der Kontrolle	162
6.4.2	Kennzahlen	164
6.4.3	Liquiditätssicherung	165
6.4.4	Liquiditätssteuerung	166

6.4.5 Abweichungsanalysen	167
6.4.6 Gemeinsame Ergebnisrechnung	168
6.4.7 Meilensteine in Projekten	168
6.4.8 Risikocontrolling	168
6.4.9 Balanced Scorecard	168
6.5 Fazit	170
7 Literatur	171