

---

Christian Schober/Volker Then (Hrsg.)

# **Praxishandbuch Social Return on Investment**

**Wirkung sozialer Investitionen messen**

---

2015  
Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

# Inhaltsübersicht

Vorwort .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	IX
Abkürzungsverzeichnis .....	XV
Tabellen- und Abbildungsverzeichnis .....	XVII
<b>1 Was ist eine SROI-Analyse? Wie verhält sie sich zu anderen Analyseformen? Warum sind Wirkungen zentral? Die Einleitung .....</b>	<b>1</b>
Christian Schober/Volker Then	
<b>2 Welches Interesse verfolgen Organisationen mit einer Wirkungsanalyse ihres sozialen Engagements? – Ein Wegweiser .....</b>	<b>23</b>
Robert Münscher/Christian Schober	
<b>3 Wie werden Wirkungen identifiziert? Das Wirkungsmodell .....</b>	<b>41</b>
Olivia Rauscher/Georg Mildenerberger/Gorgi Krlev	
<b>4 Wie können Wirkungsdimensionen operationalisiert werden? .....</b>	<b>59</b>
Volker Then/ Konstantin Kehl	
<b>5 Wie können Wirkungen erhoben werden? Untersuchungsdesign und empirische Durchführung .....</b>	<b>77</b>
Olivia Rauscher/Christian Schober/Gorgi Krlev	
<b>6 Können die vermuteten Wirkungen belegt werden? Analyse in quantitativer Hinsicht .....</b>	<b>109</b>
Konstantin Kehl/Volker Then	
<b>7 Wie können Wirkungen monetarisiert werden? .....</b>	<b>125</b>
Christian Schober	
<b>8 Wofür sind soziale Wirkungsanalysen hilfreich? Ein Überblick der Verwendungsmöglichkeiten für Ergebnisse von SROI-Analysen .....</b>	<b>161</b>
Robert Münscher/Volker Then/Konstantin Kehl	
<b>9 Wie wurden SROI-Analysen konkret durchgeführt? Vier ausgewählte Fallstudien .....</b>	<b>173</b>
Konstantin Kehl/Christian Schober/Olivia Rauscher/ Stephan Stahlschmidt/Ena Pervan	

<b>10 Was braucht eine Organisation, um eine SROI-Analyse sinnvoll durchführen zu können?</b> .....	207
Olivia Rauscher/Christian Schober/Volker Then	
<b>11 Was bleibt zusammenfassend und mit Blick auf die Zukunft zu sagen?</b> .....	219
Volker Then/Christian Schober	
Literaturverzeichnis .....	227
Glossar .....	237
Stichwortverzeichnis .....	241
Die Autoren .....	245