

SCHÄFFER
POESCHEL

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Abkürzungsverzeichnis	XV
Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	XVII
1	Was ist eine SROI-Analyse? Wie verhält sie sich zu anderen Analyseformen?
	Warum sind Wirkungen zentral? Die Einleitung 1
1.1	Warum ein Buch zur SROI-Analyse? 2
1.1.1	Wirkungen über Alles? Trend zur Wirkungsmessung und -analyse 4
1.1.2	Was wollen wir mit dem Buch beitragen? Überblick über die Herangehensweise 6
1.1.3	Wie ist das Buch zu lesen? 6
1.2	Wie steht die SROI-Analyse zu anderen Methoden der Wirkungsmessung und -analyse? Ein umfassender Ansatz 7
1.2.1	SROI-Analyse in a nutshell. Der Überblick 8
1.2.2	Wirkungsmessung vs. Wirkungsanalyse vs. Social Impact Analysis. Welche Rolle spielt SROI? 9
1.2.3	Wie grenzt sich die SROI-Analyse zu anderen Methoden der (ökonomischen) Wirkungsanalyse bzw. des Social Impact Measurement ab? 11
1.2.3.1	Ökonomische Wirkungsanalysen in der Tradition der Evaluation 11
1.2.3.2	Social Impact Reporting, Social Accounting und Nachhaltigkeitsrating-Ansätze – die Rechenschaftslegungsseite 13
1.2.3.3	Wirkungsmessung und Social Impact in der Tradition der Entwicklungshilfe sowie der Sozial- und Umweltverträglichkeitsprüfung 14
1.2.3.4	Weitere Ansätze der Wirkungsanalyse und Wirkungsmessung 15
1.2.4	Wie ist die SROI-Analyse in Bezug zu anderen Methoden konzeptionell verortet? Denk- und Analyserahmen mit sozialwissenschaftlichem Schwerpunkt 16
1.3	Gibt es nur eine Form der SROI-Analyse? Vorschlag einer Typologie . . . 17
1.4	SROI – der Weg zur Wirkungsmessung 21
2	Welches Interesse verfolgen Organisationen mit einer Wirkungsanalyse ihres sozialen Engagements? – Ein Wegweiser 23
2.1	Einleitung: Warum Wirkungsmessung? 24
2.2	Wie entsteht das Interesse an einer SROI-Analyse? 25
2.2.1	Kommunikation nach außen 25
2.2.2	Trend Wirkungsmessung 27

2.2.3	Strategisches Interesse der Organisation	29
2.3	Der gemeinsame Lernprozess	32
2.4	Welcher Einsatz der SROI-Methodik wird angestrebt?	33
2.5	Wer soll die Analyse durchführen?	35
2.6	Resümee	39
3	Wie werden Wirkungen identifiziert? Das Wirkungsmodell	41
3.1	Wirkungsmodell – Woher und Wozu? Die Einleitung	42
3.1.1	Wozu wird das Wirkungsmodell benötigt?	42
3.1.2	Woher kommt das Wirkungsmodell?	42
3.2	Wirkungsmodell – Was ist das?	43
3.3	Welche Ebenen der Wirkungsbetrachtung können unterschieden werden?	48
3.4	Was bedeutet Deadweight?	49
3.5	Theory of Change oder Wirkungsmodell? Was ist der Unterschied?	51
3.6	Welche Rolle spielen die Stakeholder?	52
3.7	Wer sind die relevanten Stakeholder und wie werden deren Wirkungen identifiziert?	54
3.8	Resümee	56
4	Wie können Wirkungsdimensionen operationalisiert werden?	59
4.1	Was leisten Wirkungsmodelle in Bezug zu den Zielen der Vorhaben und Organisationen?	59
4.2	Welche Gemeinsamkeiten und Grundbausteine haben Wirkungsmodelle?	62
4.3	Wo liegen Grenzen des SROI?	76
5	Wie können Wirkungen erhoben werden? Untersuchungsdesign und empirische Durchführung	77
5.1	Wirkungen fassen – Was und wie ist zu untersuchen?	77
5.1.1	Wie breit und tief sollen Wirkungen berücksichtigt werden?	78
5.1.2	Worauf liegt der Fokus der Untersuchung?	79
5.1.3	Wie sehr muss die Analyse wissenschaftlichen Kriterien genügen? (Rigor vs. Relevance)	81
5.2	Wie gehe ich konkret vor? Verschiedene Forschungsansätze	83
5.2.1	Überblick zu verschiedenen Forschungsparadigmen, Designs und Methoden	83
5.2.2	Quantitatives Paradigma – experimentelle Designs	85
5.2.3	Quantitatives Paradigma – nicht-experimentelle Designs	87
5.2.4	Quantitative empirische Methoden	90
5.2.5	Qualitatives Paradigma	93
5.2.6	Qualitative empirische Methoden	94
5.2.6.1	Datengewinnung	95
5.2.6.2	Datenauswertung	97
5.2.7	Sekundärdatengestützte Analyse	98
5.2.7.1	Analyse von Sekundärmaterial: Was sind gängige Sekundärmaterialien?	99
5.2.7.2	Datengestützte Schätzung auf Basis von Sekundärmaterial	102

5.3	Wie kann ein Untersuchungsdesign ausgewählt werden? Ein Leitfaden.	102
5.4	Resümee	107
6	Können die vermuteten Wirkungen belegt werden? Analyse in quantitativer Hinsicht	109
6.1	Wie wird mit Kausalität umgegangen? Die Zurechnung von Wirkungen	110
6.2	Welche Möglichkeiten und Grenzen haben die grundlegenden Methoden im Forschungsprozess?	110
6.3	Auf welche Verzerrungen ist bei den Erhebungen zu achten?	114
6.4	Wie erfolgt die Quantifizierung? Wirkungsdimensionen, Methoden- und Variablenvielfalt	117
6.5	Welche Aussagekraft haben SROI-Größenordnungen?	120
6.6	Well-Being-Indizes als alternative quantitative Darstellung gesamtgesellschaftlicher oder lokaler Effekte?	122
6.7	Welche Grenzen haben die quantitativen Methoden?	123
7	Wie können Wirkungen monetarisiert werden?	125
7.1	Warum soll monetarisiert werden?	126
7.2	Genügt es nicht, Marktpreise heranzuziehen?	127
7.3	Kann auch ohne Geldeinheiten bewertet werden? Alternative Bewertungsmethoden	128
7.4	Wie kann monetarisiert werden? – Methoden der Monetarisierung von Nicht-Markt-Gütern	129
7.4.1	Kostenbasierte Monetarisierung	130
7.4.1.1	Schadenskosten (Damage costs)	131
7.4.1.2	Vermiedene Kosten (Avoided costs)	132
7.4.1.3	Wiederherstellungs- bzw. Instandsetzungskosten (Restoration costs) . . .	133
7.4.1.4	Kosten eines Substituts mit ähnlichen Qualitätsmerkmalen (Replacement costs)	133
7.4.1.5	Kosten der Vermeidung (Abatement costs)	134
7.4.1.6	Ausweichkosten	135
7.4.1.7	Zusammenfassende Bewertung der kostenbasierten Methoden der Monetarisierung	135
7.4.2	Monetarisierung auf Basis von Ansätzen mit angegebenen Präferenzen (Stated preference approach)	136
7.4.2.1	Kontingente Bewertungsmethode – Zahlungsbereitschaft bzw. Akzeptanzbereitschaft (Willingness to pay/Willingness to accept)	137
7.4.2.2	Dekompositionelle Verfahren der Präferenzmessung (Choice modeling/Conjointanalyse)	139
7.4.3	Monetarisierung auf Basis von Ansätzen mit aufgedeckten Präferenzen (Revealed preference approach)	142
7.4.3.1	Heranziehen von direkten Marktpreisen	142
7.4.3.2	Veränderung im Faktoreinkommen (Change in factor income)	143
7.4.3.3	Reisekosten-Methode (Travel costs method)	144
7.4.3.4	Hedonische Preisbildung (Hedonic pricing)	146

7.4.4	Zusammenfassende Bewertung der präferenzbasierten Methoden der Monetarisierung	147
7.4.5	Welche Ansätze existieren jenseits von Kosten und Präferenzen?	148
7.4.5.1	Bewertungen auf Basis von bereits durchgeführten Studien	148
7.4.5.2	Einschätzungsverfahren	150
7.4.5.3	Inklusion in die Produktionsfunktion	152
7.5	Wird überhaupt das Richtige monetarisiert? Vorsicht bei der Monetarisierung von Leistungen	153
7.6	Wann ist welche Methode zur Monetarisierung geeignet?	155
7.7	Resümee in Hinblick auf SROI-Analyse und praktische Anwendbarkeit in Projekten	158
8	Wofür sind soziale Wirkungsanalysen hilfreich? Ein Überblick der Verwendungsmöglichkeiten für Ergebnisse von SROI-Analysen	161
8.1	Welche Verwendungsoptionen gibt es für SROI-Ergebnisse? Ein Überblick	161
8.1.1	Kommunikation (Adressat: Öffentlichkeit)	161
8.1.2	Investorensuche/Fundraising (Adressat: Mittelgeber)	162
8.1.3	Strategie- und Organisationsentwicklung (Adressat: eigene Organisation)	163
8.1.4	Strategische Kooperation und Scaling (Adressat: Sektor/Branche/Wirkungsfeld)	164
8.2	Wie hängen Wirkungsanalysen mit Strategie- und Organisationsentwicklung zusammen?	165
8.2.1	Einordnung strategischer Zielsetzungen	165
8.2.2	SROI-Analysen für Social Impact Investing oder Impact Bond-Vereinbarungen	166
8.2.3	Der notwendige Organisationsentwicklungsanteil	167
8.3	Wie kann Wirkungsmessung als Argumentationsgrundlage gegenüber Politik und Verwaltungen verwendet werden?	169
8.3.1	Wie funktioniert erfolgreiche Themenanwaltschaft?	170
8.3.2	Beitrag von Wirkungsmessung	171
8.4	Resümee	172
9	Wie wurden SROI-Analysen konkret durchgeführt? Vier ausgewählte Fallstudien	173
9.1	Einleitung	173
9.2	Fallstudie SROI-Analyse Mobile Pflege- und Betreuungsdienste in Wien	174
9.2.1	Einleitung	174
9.2.2	Wirkungsmodell und Identifikation der Wirkungen	175
9.2.3	Quantifizierung der Wirkungen	177
9.2.4	Monetarisierung der Wirkungen	179
9.2.5	Ergebnis der Analyse	181
9.3	Fallstudie SROI gemeinschaftlicher (Mehrgenerationen-) Wohnmodelle im »Netzwerk Soziales neu gestalten« (SONG)	183
9.3.1	Wirkungsmodell	184
9.3.2	Identifikation der Wirkungen	185

9.3.3	Quantifizierung der Wirkungen	186
9.3.4	Monetarisierung der Wirkung	188
9.3.5	Ergebnis der Analyse	189
9.4	Fallstudie SROI-Analyse des Vereins »The Connection« – Soziale Dienstleistungen für Jugendliche	191
9.4.1	Einleitung	191
9.4.2	Wirkungsmodell und Identifikation der Wirkungen	193
9.4.3	Quantifizierung der Wirkungen	193
9.4.4	Monetarisierung der Wirkungen	195
9.4.5	Ergebnis der Analyse	198
9.5	Fallstudie SROI-Analyse Betriebskindertagesstätte »LuKids« der BASF SE	200
9.5.1	Wirkungsmodell	200
9.5.2	Identifikation der Wirkungen	201
9.5.3	Quantifizierung der Wirkungen	203
9.5.4	Monetarisierung der Wirkungen	204
9.5.5	Ergebnis der Analyse	205
9.6	Resümee	206
10	Was braucht eine Organisation, um eine SROI-Analyse sinnvoll durchführen zu können?	207
10.1	Einleitung – Aus der organisationalen Sicht des Auftraggebers	207
10.2	Die Kenntnis und Einbindung der Stakeholder	208
10.3	Datenerhebung	209
10.4	Organisational Capacity	210
10.5	Bereitschaft zu individuellem/organisationalem Lernen	212
10.6	Verständnis für die Analyse	213
10.7	Tipps aus der Praxis	214
10.8	Resümee	217
11	Was bleibt zusammenfassend und mit Blick auf die Zukunft zu sagen?	219
11.1	Was haben wir gelernt? Der Rückblick.	219
11.2	Was bleibt zu tun? Der Ausblick	225
	Literaturverzeichnis	227
	Glossar	237
	Stichwortverzeichnis	241
	Die Autoren	245