

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1 Zusammenfassung und Überblick	9
2 Sozialmanagement: Nicht nur für Nadelstreifenträger auch für die DRK Gemeinschaften!	11
2.1 Ökonomie und soziales Engagement	11
2.2 Motivation: Primäres Bedürfnis der Helfenden	12
2.3 Die Bedürfnisse der Helfenden und Sozialmanagement: Das magische Dreieck	14
3 Management im DRK – nicht nur in Konzernen!	15
3.1 Jede Organisation ist nur so gut wie ihr Management	15
3.2 Management als Institution und Funktion im DRK	15
3.3 Vier-Komponenten-Theorie des Managements im DRK	16
3.4 Strategische Planung im DRK – ganz einfach?	17
3.4.1 Strategisches Management ist „In“	17
3.4.2 Strategisches Leiten im DRK – vier Fragen	19
3.4.3 Grundlegende Ziele einer Strategieentwicklung im DRK	19
3.4.4 Strategischer Prozess im DRK: zwei grundlegende Herangehensweisen	20
3.4.5 Zusammenfassung des Strategieprozesses in Sozialorganisationen: das Strategiehaus	21
3.5 Erfolgsfaktoren der DRK-Arbeit	23
3.6 SWOT-Analyse – wo stehen wir?	25
3.7 Reduktion der Komplexität oder die Moderationsmatrix	26
3.8 Ziele wirksam umsetzen: der Wertekompass für die Gemeinschaften	30
4 Projektmanagement – es hilft bei komplexen Fragen	32
4.1 Regelkreis des Projektmanagements	32
4.2 Projektmanagement: Nicht nur etwas für For-Profit-Unternehmen!	34
4.3 Ziele und Projekte: Initiative schnelle Ergebnisse (ISE)	35
4.4 Durchführung des Projektmanagements	36
4.4.1 Erster Schritt: Projektorganisation festlegen	36
4.4.2 Zweiter Schritt: Helfende für das Projektmanagement gewinnen	36
4.4.3 Dritter Schritt: Methodenauswahl und Anpassung an den Bedarf im DRK	36
4.4.4 Vierter Schritt: Beteiligung der Helfenden	37
4.4.5 Fünfter Schritt: Dokumentation	38
4.4.6 Erfolgreiches Projektmanagement mit der Kopfstandmethode	38
Satire zum Schluss oder wann muss ein Projekt wie beendet werden?	40
5 Die Besonderheiten im Sozialmanagement des DRK	41
5.1 Corporate Identity und reales Erscheinungsbild	41
5.1.1 Notwendigkeit von CI im DRK	41
5.1.2 Dienstbekleidungsordnung: Einheitliches Erscheinungsbild oder kleinkarierte Kleiderordnung?	42
5.1.3 Drei Säulen der CI	43
5.2 Engagementförderung durch Freiwilligenmanagement	44
5.2.1 Management für Freiwillige – ein Widerspruch?	44
5.2.2 Quo vadis bürgerschaftliches Engagement?	44
5.2.3 Exkurs: Ungebundene Helfende	45
5.2.4 Motive und Potenziale für ehrenamtliches Engagement	46

5.2.5	Das Riesenrad der Engagementförderung	47
5.2.6	Bedarfs- und Ressourcenanalyse.....	49
5.2.7	Gewinnungsstrategie – das organisationseigene Potenzial aktivieren und Ehrenamtliche von außen gewinnen	50
5.2.8	Anerkennung und Begleitung	52
5.2.9	Ehrenamtliche verabschieden, Engagement bescheinigen und Ehemalige binden	53
5.2.10	Reifegradmodell: Strategisches Freiwilligenmanagement	54
6	Neuromanagement – Was bringt die Hirnforschung dem Sozialmanagement?	58
6.1	Emotionen im Sozialmanagement des DRK – Gefühlsduselei?.....	58
6.2	Was ist emotionale Intelligenz?.....	60
6.3	Eigene Gefühle erkennen	61
6.4	Eigene Gefühle beeinflussen.....	62
6.5	Gefühle erleben und ausdrücken.....	63
7	Ausblick: Der Dritte Sektor und die Leitungskraft des DRK	65
7.1	Dritter Sektor – NPO – Sozialorganisation: verwirrende Vielfalt	65
7.1.1	Die aktualisierte Definition	65
7.1.2	TSE-Sektor aus (betriebs)wirtschaftlicher Sicht	66
7.1.3	TSE-Sektor in Europa: Zukunft und Probleme	67
7.2	DRK: Zukünftige Positionierung im Dritten Sektor.....	68
7.2.1	DRK zwischen ökonomischer und karitativer Welt	68
7.2.2	Sonderstatus und Auxiliarität des DRK	68
7.2.3	TSE-Sektor: Bedingungen und Einflussfaktoren für das Sozialmanagement im DRK	69
8	Literatur.....	71
	Corporate Identity und reales Erscheinungsbild	71
	Projektmanagement	71
	Sozialmanagement.....	71
	Engagementförderung durch Freiwilligenmanagement	72
	Neuromanagement.....	72
	Sektor und Sozialorganisationen	73
Anlage:		
	Curriculum für das Modul Sozialmanagement und Freiwilligenkoordination im DRK.....	75