

Hinweise für Autor/innen

OSC Organisationsberatung, Supervision, Coaching

Ziel und „Charakter“ der Beiträge für die OSC

Die OSC ist eine Zeitschrift, die den Dialog zwischen Praxis und Wissenschaft zum Ziel hat. Dieses anspruchsvolle Ziel bedeutet einerseits, dass die Artikel in der OSC eine hohe Relevanz für die Beratungspraxis haben sollen und für Praktiker/innen verständlich und attraktiv zu lesen sein sollen und dass sie sich gleichzeitig an wissenschaftlichen Kriterien orientieren, u.a. was das Anknüpfen an den State-of-the-art der Literatur zum jeweiligen Thema sowie eine ausgewogene, differenzierte Darstellung betrifft.

In der OSC gibt es vier Arten von Beiträgen:

- **Hauptbeiträge** (ca. 42.000 Zeichen) sind mit theoretischen, konzeptionellen oder empirischen Beiträgen bzw. Überblicksarbeiten (Reviews, Metaanalysen) in anderen wissenschaftlichen Journals vergleichbar.
- **Praxisberichte bzw. Fallstudien** (*Case Studies*) (ca. 30.000 Zeichen) beschreiben, analysieren und bewerten auf der individuellen oder der organisationalen Ebene durchgeführte Praxisinterventionen oder -projekte (z.B. einen einzelnen Coaching-Prozess oder die Implementierung eines Coaching-Programms).
- **Diskurs-Beiträge** (30.000 Zeichen) greifen gesellschaftlich relevante Themen auf, pointieren Positionen, beleuchten Kontextfragen, die für Berater/innen und Personal wichtig sein können. Ein Diskurs kann auch essayistischen Charakter haben.
- **Buchrezensionen** (6.000 Zeichen)

Hauptbeiträge, Praxisberichte/Fallstudien und Diskurs-Beiträge bei der OSC durchlaufen ein Peer Review-Verfahren.

Für das Verfassen von Hauptbeiträgen berücksichtigen Sie bitte die folgenden Aspekte:

- Relevanz der Thematik für den Leserkreis,
- Stringenz der „Story“ und der Gliederung/Strukturierung des Artikels (klare Darstellung, überzeugender Lesefluss – oder Brüche?),
- Plausible Begründung, was thematisiert und was außen vor gelassen wird,
- State-of-the-art der Literatur,
- Klar formulierte und begründete Fragestellung, Annahmen, Hypothesen,
- Überzeugende, zulässige Schlussfolgerungen,
- Schlüssig dargestellter, nachvollziehbarer Nutzen für die (Beratungs-)Praxis inkl. einer Darstellung der Gültigkeit und Reichweite des Modells/Konzepts (Zielgruppen, Settings),
- Ausgewogene, kritisch abwägende Darstellung von Diagnostik- und Interventionsmethoden (keine undifferenzierte Werbung für ein bestimmtes Verfahren),
- Bei empirischen Beiträgen: Angemessenheit und Nachvollziehbarkeit der Methode (Stichprobenauswahl und -beschreibung, Methode der Datenerhebung und -auswertung), Schlüssigkeit der Ergebnisdarstellung und -interpretation.

Für das Verfassen von **Praxisberichten** können Sie sich an folgenden Hinweisen orientieren:

Praxisberichte **können** ...

- sich auf eine individuelle Ebene (einzelner Coaching-Prozess) oder eine organisationale Ebene beziehen (z.B. Implementierung eines Coaching-Programms),
- Erfolgs- oder Misserfolgsgeschichten sein.

Praxisberichte **sollten** ...

- die Fülle an möglichen Beobachtungen nachvollziehbar aufs Wesentliche komprimieren,
- das beraterische Vorgehen anschaulich schildern,
- Prozess und Outcome in den Blick nehmen und besonders auf Wirkfaktoren bzw. Wirkmechanismen eingehen (z.B.: Welche Methoden/Techniken wurden eingesetzt, und inwiefern waren diese hilfreich oder hinderlich? Was an den Akteuren, dem Setting, dem organisationalen Kontext hat das Ergebnis ermöglicht?),
- den Kontext gut darstellen (z.B.: Welche Kontextbedingungen waren für die Ergebnisse förderlich oder hinderlich?),
- die erzielten Ergebnisse auch kritisch reflektieren,
- die dargestellten Diagnostik- und Interventionsmethoden mit ihren Vor- und Nachteilen kritisch diskutieren (keine undifferenzierte Werbung für ein bestimmtes Vorgehen),
- explizieren, aus welcher Rolle der/die Autor/in schreibt und welche Interessen er/sie mit der Intervention oder dem Projekt verfolgt,
- Lessons Learned ableiten, d.h. Schlussfolgerungen für die Praxis formulieren und differenzierte Aussagen dazu treffen, welchen Geltungsbereich diese beanspruchen (z.B. Verallgemeinerbarkeit, Übertragbarkeit auf andere Kontexte).

Für das Verfassen von **Buchrezensionen** berücksichtigen Sie bitte die folgenden **Aspekte**:

Rezensionen können als eigenständige Artikel mit einer eigenen DOI-Nummer erscheinen, sodass sie auch einzeln online abrufbar sind. Dafür orientieren Sie sich bitte an den folgenden Richtlinien:

- Das Manuskript sollte nach Möglichkeit 6.000 Zeichen (incl. Leerzeichen, d.h. etwa 2 Druckseiten) nicht überschreiten und höchstens 10 Literaturangaben enthalten.
- Kurzer, prägnanter und Interesse weckender Titel in Deutsch und in Englisch. Der Titel der Buchbesprechung soll vom Titel der rezensierten Publikation abweichen.
- Namen aller Autor/innen der Rezension mit akademischem Titel, Universität-, Instituts- bzw. Klinikzugehörigkeit sowie Anschrift und E-Mail der Korrespondenzperson.
- Titelei der rezensierten Publikation inkl. Erscheinungsjahr, Ort, Verlag, Seitenzahl, Verkaufspreis.
- Ein kurzer, in das Thema des besprochenen Buches einleitender Abschnitt, z.B. gegliedert in:
 - o Hintergrund und Ziel der Arbeit
 - o Methoden
 - o Ergebnisse
 - o Schlussfolgerung der Autor/innen
- Kommentar des Rezensenten
- Kurzes Fazit
- Literaturverzeichnis

Neben solchen umfangreicheren Rezensionen sind auch kürzere Besprechungen willkommen, etwa als einfache Lesehinweise. Der Textumfang kann sich dann zwischen 1.000 und 2.000 Zeichen bewegen. Eine vollständige Titelei – wie oben angegeben – ist in jedem Fall erforderlich, ebenso Name und Anschrift des Rezensenten.

Formale Hinweise zur Textgestaltung

- Reichen Sie Ihren Beitrag bitte per E-Mail an die Redaktion ein. In der Regel sollte der **Umfang** bei Praxisberichten und Diskurs-Beiträgen 30.000 Zeichen, bei Hauptbeiträgen 42.000 Zeichen (jeweils mit Leerzeichen) nicht überschreiten, jeweils inklusive Zusammenfassung und Literaturangaben (1 Druckseite umfasst ca. 3.000 Zeichen). Der Text soll im **Fließtext** erfasst sein (Zeilenumbruch automatisch, keine Trennungen, keine automatische Formatierung von Überschriften, Zeilenschaltung nur bei einem neuen Absatz). Verwenden Sie bitte Word für Windows; bitte keine PDF-Dateien einsenden.
- An den Anfang Ihres Artikels setzen Sie bitte eine **Zusammenfassung** (in Deutsch und Englisch, jeweils maximal 700 Zeichen) mit einer gesonderten Nennung von 3 „Schlüsselwörtern“ bzw. „Keywords“. Zum „Abstract“ ergänzen Sie auch den Titel in Englisch.
- Die **Gliederung** (Bezifferung im Dezimalsystem) sollte nicht in mehr als drei Graden abgestuft sein.
- **Autorenamen** werden nicht hervorgehoben (keine Großbuchstaben oder „Kapitälchen“).
- **Hervorhebungen** oder **fremdsprachige Begriffe** können *kursiv* formatiert werden (nicht fett).
- Als **Anführungsstriche** werden die üblichen Zeichen („...“) verwendet; einfache Zeichen (,...‘) stehen nur innerhalb eines Zitats.
- **Längere Zitate oder Fallbeispiele** können als eigene Absätze durch Blockeinzug hervorgehoben werden.
- **Abbildungen und Tabellen** senden Sie bitte zur Sicherheit zusätzlich als gesonderte Dateien.
- **Fußnoten** sollen möglichst wenig verwendet werden; sie erscheinen in der Computer-Version mit der üblichen Fußnoten-Formatierung.
- **Quellenangaben** erscheinen im Text und nicht als gesonderte Fußnoten: Mit dem Namen des Autors sowie Erscheinungsjahr und Seitenzahl der zitierten Publikation wird auf das Literaturverzeichnis verwiesen. Beispiele:
... worauf schon Mayring (1985, S. 198) hingewiesen hat.
... hierauf wurde schon früher hingewiesen (Mayring 1985, S. 198).
- Im alphabetischen **Literaturverzeichnis** sollen nur die im Text zitierten oder erwähnten Publikationen aufgeführt werden, und zwar möglichst mit dem Jahr der Ersterscheinung (Buchtitel und Zeitschriften *kursiv*). Muster (APA-Richtlinien):
Buchtitel
Steyrer, J. (1995). *Charisma in Organisationen. Sozial-kognitive und psychodynamisch-interaktive Aspekte von Führung*. Frankfurt/M., New York: Campus.
Beiträge in Sammelbänden
Mayring, P. (1985). Qualitative Inhaltsanalyse. In G. Jüttemann (Hrsg.), *Qualitative Forschung in der Psychologie* (S. 187-211). Heidelberg: Asanger.
Beiträge in Zeitschriften
Rüsen, T. A., & Schlippe, A. v. (2007). Krisen in Familienunternehmen und Unternehmensfamilien. *Organisationsberatung, Supervision, Coaching* 14 (4), 309-330.
(Die Ziffern bedeuten: 14. Jahrgang der Zeitschrift, Heft-Nummer 4 dieses Jahrgangs, Seitenzahlen.)
Wenn der Artikel bisher nur online erschienen ist

Lamott, F., Mörtl, K., & Buchholz, M.B. (2009). Biografiekonstruktionen im Dienste der Abwehr. Selbstdeutungen von Straftätern. *Forum der Psychoanalyse*. <https://doi.org/10.1007/s00451-009-0003-2>

Online Dokument

Abou-Allaban, Y., Dell, M. L., Greenberg, W., Lomax, J., Peteet, J., Torres, M., Cowell, V. (2006). Religious/spiritual commitments and psychiatric practice. Resource document. *American Psychiatric Association*. http://www.psych.org/edu/other_res/lib_archives/archives/200604.pdf. Zugegriffen: 25. Juni 2007.

- Am Ende des Beitrags vermerken Sie Ihre Anschrift mit E-Mail-Adresse sowie Angaben zur Person (Beruf, Tätigkeitsfelder, Schwerpunkte usw., max. 5 Zeilen). Ein digitales Foto von Ihnen senden Sie bitte als gesonderte Datei.
- Sie erhalten vom Verlag ein Belegexemplar, in der Regel einige Wochen nach dem Erscheinen des jeweiligen Heftes. Ein Autorenhonorar wird nicht gezahlt.
- Die OSC erscheint viermal im Jahr im dritten Monat eines Quartals; Redaktionsschluss ist jeweils zu Beginn des Quartals. Die einzelnen Beiträge werden vor der Verheftung bereits online publiziert.

Nach Akzeptanz Ihres Manuskripts

- Sobald Ihr Artikel angenommen wurde und in Produktion geht, erhalten Sie eine E-Mail von springerauthorquery@springeronline.com. Diese E-Mail enthält einen Link, der Sie zu den MyPublication Webseiten führt, auf denen Sie die organisatorischen Fragen rund um die Publikation Ihres Artikels schnell und einfach klären können: elektronische Unterzeichnung des Copyright Transfer Statements, Bestellung ggf. von Open Access, Sonderdrucke. Sobald Ihre Angaben vollständig vorliegen, wird der Artikel produziert, und Sie erhalten innerhalb von ca. 2 Wochen Ihren Korrekturabzug.
- Bitte achten Sie beim Ausfüllen der Fragen darauf, dass Sie, sollte Ihre Institution nicht in der Drop-Down-Liste aufgeführt sein, die Option haben, „Andere Institution“ zu wählen und Ihre Institutszugehörigkeit oder Ihre Firma selber einzutragen.
- Weitere Informationen finden Sie auch auf der Homepage der Zeitschrift unter: <https://www.springer.com/journal/11613/submission-guidelines>

Verlag: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden

Redaktion: Dr. Christoph J. Schmidt-Lellek, Taunusstr. 126, 61440 Oberursel, Tel. 06171/708994, E-Mail: Kontakt@Schmidt-Lellek.de



<http://www.springer.com/journal/11613>

Organisationsberatung, Supervision, Coaching

Herausgeber: Möller, H.

ISSN: 1618-808X (print version)

ISSN: 1862-2577 (electronic version)

Journal no. 11613