

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	XIII
Abbildungsverzeichnis	XIX
Tabellenverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XXVII
Kapitel 1: Einleitung.....	1
A. Problemstellung und Zielsetzung der Untersuchung	1
B. Gang der Untersuchung	3
Kapitel 2: Begriffliche Grundlagen.....	5
A. Zum Begriff der Nonprofit-Organisation	5
I. Bedarfswirtschaftlichkeit und Gemeinwirtschaftlichkeit	5
II. Private und öffentliche Trägerschaft	6
B. Zum Begriff des Fundraising	11
I. Überblick	11
II. Mittlerfunktion der NPO	12
III. Gratifikationen im Fundraising	14
IV. Gegenstandsbereich des Fundraising	18
V. Definition des Fundraising-Begriffs	21
C. Zum Begriff des Erfolgsfaktors	23
I. Begriffsdefinition	23
II. Probleme der Erfolgsfaktorenforschung	26
III. Überblick über ausgewählte Studien der Erfolgsfaktorenforschung	29
Kapitel 3: Das theoretische Design der Untersuchung.....	33
A. Der theoretische Bezugsrahmen	33
I. Überblick	33
II. Untersuchungsrelevante Theorien, theoretische Ansätze und Modelle	35
1. Der situative Ansatz	35
a) Zentrale Aussagen	35
b) Das Modell einer Forschungskonzeption für das Sozio Marketing von <i>Wiedmann</i>	39

2. Der interessenpluralistische Ansatz der Theorie der Unternehmenspolitik.....	42
a) Zentrale Aussagen	42
b) Das Unternehmensführungsmodell von <i>Fritz</i>	44
3. Der Marketingansatz	50
a) Zentrale Aussagen	50
b) Das Modell des Planungsprozesses im Social Marketing von <i>Bruhn</i>	51
III. Das Forschungsdesign	53
IV. Erfolg im Fundraising.....	54
1. Der betriebswirtschaftliche Erfolgsbegriff und Ansätze zu dessen Messung	54
a) Überblick	54
b) Der Zielansatz	55
c) Der interessenpluralistische Ansatz.....	57
2. Die Entwicklung einer Maßgröße für den Fundraising-Erfolg	58
a) Überblick	58
b) Die Ressourcenbereitstellung	60
c) Der Verwaltungskostenanteil	62
d) Die Spenderzufriedenheit.....	68
e) Die Mitarbeiterzufriedenheit.....	73
f) Das Image und der Bekanntheitsgrad	76
g) Eine aggregierte Maßgröße für den Fundraising-Erfolg.....	80
V. Ein Modell zur Erfolgsfaktorenerforschung im Fundraising	82
B. Die theoretische Herleitung der Untersuchungshypothesen	84
I. Überblick	84
II. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Fundraising-Führung auf den Fundraising-Erfolg	85
1. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Markt- bzw. Spenderorientierung auf den Fundraising-Erfolg	85
2. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Mitarbeiterorientierung auf den Fundraising-Erfolg.....	95
a) Förderung der Qualifikation der Mitarbeiter.....	96
b) Förderung der Motivation der Mitarbeiter	98

3. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Kosten- und Finanzorientierung auf den Fundraising-Erfolg	104
4. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Innovationsorientierung auf den Fundraising-Erfolg.....	105
5. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Gesellschaftsorientierung auf den Fundraising-Erfolg.....	107
6. Zum Einfluß ausgewählter personaler Aspekte der Führung auf den Fundraising-Erfolg.....	110
a) Qualifikation der Fundraising-Führungskraft	110
b) Motivation der Fundraising-Führungskraft.....	114
III. Zum Einfluß ausgewählter situativer Einflußfaktoren auf den Fundraising-Erfolg	115
1. Externe situative Faktoren.....	116
2. Interne situative Faktoren.....	119
IV. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Struktur auf den Fundraising-Erfolg	121
V. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der Planung und Kontrolle auf den Fundraising-Erfolg	125
VI. Zum Einfluß ausgewählter Aspekte der eingesetzten Instrumente auf den Fundraising-Erfolg	130
Kapitel 4: Das empirische Design der Untersuchung.....	133
A. Grundgesamtheit.....	133
B. Stichprobe	135
C. Erhebungsmethode.....	135
Kapitel 5: Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung.....	137
A. Allgemeine deskriptive Untersuchungsergebnisse	137
I. Die teilnehmenden Organisationen.....	137
II. Entwicklungen auf dem Fundraisingmarkt	142
III. Die Erfolgsgröße	146
1. Externe Validierung der einzelnen Erfolgsdimensionen.....	146
a) Erfolgsdimension „Steigerung der verfügbaren Ressourcen“	146
b) Erfolgsdimension „Minimierung d. Verwaltungskostenanteils“ ..	149
c) Erfolgsdimension „Steigerung der Spenderzufriedenheit“	150

d) Erfolgsdimension „Steigerung der Zufriedenheit der Fundraising-Mitarbeiter“	151
e) Erfolgsdimension „Bundesweite Bekanntheit der NPO“	152
f) Erfolgsdimension „Image der Organisation“	153
2. Erfüllung der Prämissen einer additiven Aggregation	153
3. Gruppierung der Organisationen nach ihrem Erfolg.....	154
B. Explikative Untersuchungsergebnisse	156
I. Einfluß der Spenderorientierung auf den Fundraising-Erfolg	157
1. Erforschung der Spenderpräferenzen.....	158
2. Individuelles Eingehen auf Spenderbedürfnisse	160
3. Aufbau einer Beziehung zum Spender.....	163
4. Beschwerdemanagement.....	167
II. Einfluß der Mitarbeiterorientierung auf den Fundraising-Erfolg.....	169
1. Einfluß der Förderung der Mitarbeiterqualifikation auf den Fundraising-Erfolg.....	169
2. Einfluß der Förderung der Mitarbeitermotivation auf den Fundraising-Erfolg.....	172
III. Einfluß der Kosten- und Finanzorientierung auf den Fundraising-Erfolg....	175
IV. Einfluß der Innovationsorientierung auf den Fundraising-Erfolg	177
V. Einfluß der Gesellschaftsorientierung auf den Fundraising-Erfolg	179
VI. Einfluß personaler Aspekte der Führung auf den Fundraising-Erfolg	184
1. Einfluß der Qualifikation der Führungskraft auf den Fundraising-Erfolg.....	184
2. Einfluß der Motivation der Führungskraft auf den Fundraising-Erfolg	194
VII. Einfluß situativer Faktoren auf den Fundraising-Erfolg	197
1. Einfluß des Förderzwecks auf den Fundraising-Erfolg	197
2. Einfluß der Größe der Fundraising-Abteilung auf den Fundraising-Erfolg.....	200
VIII. Einfluß der Struktur auf den Fundraising-Erfolg.....	204
IX. Einfluß von Planung und Kontrolle auf den Fundraising-Erfolg	210
1. Deskriptive Untersuchungsergebnisse	210
2. Konfirmatorische Untersuchungsergebnisse.....	212
3. Exploratorische Untersuchungsergebnisse.....	220
X. Einfluß der Fundraising-Instrumente auf den Fundraising-Erfolg	222

1. Deskriptive Untersuchungsergebnisse	222
2. Konfirmatorische Untersuchungsergebnisse.....	226
3. Exploratorische Untersuchungsergebnisse.....	229
XI. Zusammenfassende Übersicht über die Hypothesentests	230
Kapitel 6: Implikationen der Untersuchung	233
A. Implikationen der Untersuchung für die Fundraising-Praxis	233
B. Implikationen der Untersuchung für die NPO-Forschung.....	238
Literaturverzeichnis	241
Anhang	
A 1: Zusätzliche Auswertungsübersichten und Tabellen.....	271
A 2: Übersicht über ausgewählte Studien der Erfolgsfaktorenforschung	281
A 3: Fragebogen für Fundraising-Führungskräfte	291
A 4: Fragebogen für Fundraising-Mitarbeiter	319