
Michael Urselmann
Herausgeber

Handbuch Fundraising

mit 60 Abbildungen und 40 Tabellen

Inhaltsverzeichnis

Teil I Einführung in das Fundraising	1
Definition des Begriffs „Fundraising“	3
Michael Urselmann	
Teil II Fundraising bei Privatpersonen	15
Gewinnung und Bindung von Zeitspendern	17
Hans Lichtsteiner	
Kommunikationsmaßnahmen zur Spenderbindung	33
Julia Naskrent	
Die Psychologie des Spenderverhaltens	53
Peter Buss	
Abwanderung und Rückgewinnung von Spendern	75
Beat Hunziker	
Zielgruppensegmentierung im Fundraising bei Privatpersonen	101
Michael Urselmann	
Teil III Fundraising bei Unternehmen	119
Corporate Sponsoring	121
Manfred Bruhn	
Cause Related Marketing	145
Marcus Stumpf	
Teil IV Fundraising bei Stiftungen	167
Fundraising bei Förderstiftungen in Deutschland	169
Christoph Mecking	

Fundraising bei Förderstiftungen in der Schweiz	195
Peter Buss	
Die Stiftung als Fundraising-Instrument	213
Christoph Mecking	
Teil V Fundraising-Management	235
Strategisches Fundraising	237
Christian Gahrman	
Telefon-Fundraising: Wichtigen Anliegen eine Stimme geben	269
Thomas Röhr	
Face-to-face-Fundraising: Zwischen wirtschaftlichem Erfolg und Ethik	287
Thomas Röhr	
Online-Fundraising	305
Oliver Viest	
Der Einsatz des Mailings im Fundraising	325
Thomas Peter	
Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit	337
Christoph Müllerleile	
Das persönliche Gespräch im Fundraising	355
Andreas Schiemenz	
Teil VI Fundraising in Deutschland, Österreich und Schweiz	369
Der Spendenmarkt in Deutschland	371
Michael Urselmann	
Der Spendenmarkt in der Schweiz	387
Markus Gmür, Martina Ziegerer und Remo Aeschbacher	
Teil VII Fundraising für besondere Anliegen	403
Fundraising für Krankenhäuser und Kliniken	405
Matthias Buntrock	
Herausforderungen an ein Fundraising für kirchliche Anliegen	421
Klaus Vellguth	
Fundraising für Hochschulen	457
Johannes Ruzicka und Konstantin Reetz	