



Thematisches Inhaltsverzeichnis

Fundraising

Aids-Hilfe von US-Modebranche.....	11
New York: Design-und Medien-Initiative zugunsten der Aids-Hilfe.....	12
Joop engagiert sich für sexuell mißbrauchte Kinder.....	26
MIT vermietet Doktoranden.....	33
Flaschenpfand für Unicef.....	33
Sozial-Marketing: CareCards der Telekom.....	41
Bangladesh: Bank der Armen.....	61
Spendenaktion der Hamburger Oper.....	94
Immer mehr Tauschringe in deutschen Städten.....	102
Verband der Österreichischen FundraisingmanagerInnen gegründet.....	119
Neue Wege der Geldbeschaffung.....	126
Unterhaltendes Fundraising.....	130
Die Stiftung als Weg im Fundraising.....	135
USA: Kunststiftungen im Wandel.....	142
Gemeinden übernehmen Stiftungsprojekt.....	146
Großbritannien: Lotterie verursacht sinkendes Spendenaufkommen.....	147
Frauenzeitschriftstallet Sozial-Börse.....	149
Spektakuläre Femsehgaldas mit Pannen.....	152
Kampagne „Schenken - Stiften - Engagieren“.....	159
Zahlen zum Erbschaftsmarketing.....	161
Literatur zugunsten der Aids-Hilfe.....	162
Kirchen werden zu Kneipen.....	163
Alles kann ein Scheck sein.....	170
Phil Collins unterstützt Caritas.....	173
Merchandising als Fundraising-Instrument.....	180

Marketing

USA: Homosexuelle als Zielgruppe entdecken.....	12
US-Hochschulmarketing: Career-Service gehört zum Standardangebot.....	14
Direktmarketing-Preise für „Brot für die Welt“.....	22
Guten Ideen fehlt Sozial-Marketing.....	27
Universität von Kalifornien: Unternehmen zur Verwertung von Erfindungen.....	28
Evangelische Kirche Hamburg: Church-Card für Mitglieder.....	32
Begriffs-Besetzung und ihre Folgen für das Sozial-Marketing.....	37
Holland: „Credo Card“ für geistlichen Beistand.....	39
Absatzplanung: Prinzip Hoffnung herrscht noch vor.....	42

Hamburg: Behinderte betreiben Hotel.....	44
Italien: Service-Card für Senioren.....	47
Frankreich: Versandunternehmen mit „Societal Marketing“.....	49
Fürth: Klinik für Manager.....	56
USA: Erfolgsrezept „caringcapitalism“.....	62
Marktstrategien für Krankenhäuser.....	62
Baubranche soll Pflege anbieten.....	64
Grenzen zwischen Marketing und Religion verwischt.....	71
Geronto-Marketing im Aufschwung.....	73
Seniorenfamilie als Alternative der Altersvorsorge.....	74
Eigenheim statt Altenheim.....	76
Ärzte-Initiativkreis für ambulante Pflege gegründet.....	78
Agenturen für Sozial-Marketing.....	80
Touristenpflege in Südhessen.....	81
Soziale Institution als Marke?.....	82
Hochschule für Senioren.....	86
Agentur vermittelt Kinderbetreuung für Unternehmen.....	103
Kultur und Kommerz.....	108
Innovation durch Kooperation: Care Forum Cologne.....	109
Kultur zur Förderung der Genesung.....	115
USA: Gefängnis als Anlagethema.....	117
USA: Kreditkarte für Homosexuelle.....	119
Neues Franchisesystem im Gesundheitswesen.....	120
Der Papst auf CD.....	121
TÜV-Zertifikat für Seniorenheime.....	121
USA: Spiritualität als Verkaufsschlager der Neunziger.....	125
Italien: Pronto-Produzenten boomen mit Ideenklau.....	129
care data: Vermittlung von Reha- und Pflegeplätzen für stationäre Patienten.....	132
Juniorenwerbepreis an Sozial-Marketing-Kampagne.....	133
Kundenfreundlichkeit als Lippenbekenntnis.....	137
Kranke im Hotel.....	141
Marktforschung im Gefängnis.....	149
Privatklinik wirbt mit Prominenten.....	150
Hamburg: Pflegestützpunkte in Krankenhäusern.....	152
Hamburg: Michelin-Führer für Pflegedienste geplant.....	153
Kurorte auf der Suche nach neuen Wegen.....	166
Erstes Kulturkaufhaus in Berlin.....	168
Designer für Behinderte.....	180
Neue Dienstleistungen in Apotheken.....	182
Das fraktale Krankenhaus.....	183