

PD Dr. Peter Schwarz

Management-Brevier für Nonprofit-Organisationen

Eine Einführung in die besonderen Probleme und Techniken des Managements von privaten Nonprofit-Organisationen (NPO) (Vereine, Verbände, Wohlfahrts- und Karitativ-Organisationen, Kirchen, Parteien), unter Einbezug von Beispielen und Parallelen aus dem Bereich der öffentlichen NPO

Verlag Paul Haupt Bern • Stuttgart • Wien

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
1. Was sind Nonprofit-Organisationen?	11
1.1 NPO verfolgen besondere Zwecke durch Produktion spezifischer Leistungen	11
1.2 Viele NPO haben Mitglieder, alle haben Milizer	20
1.3 Viele NPO brauchen Profis	27
1.4 Die NPO haben meist komplexe Strukturen	29
1.5 Den NPO fehlen ganz oder teilweise die Märkte	33
2. Was heisst Management von und in NPO?	41
2.1 Management als zu erfüllende Funktion	41
2.2 Management als inhaltliche Gestaltungs-Aufgaben	54
2.3 Diagnose: Management-Defizite in NPO	58
3. Welche grundlegenden Schwierigkeiten hat das Management in NPO zu bewältigen?	63
3.1 Schwierigkeit Nr. 1: Demokratie oder: Wer entscheidet wirklich in der NPO?	63
3.2 Schwierigkeit Nr. 2: Effizienz oder: Wie erfolgreich sind NPO?	71
3.3 Schwierigkeit Nr. 3: Innovation oder: Wie dynamisch sind NPO?	75
4. Welches sind die Grund-Strategien zur Verbesserung der Management-Effizienz in NPO?	79
4.1 Grundlage und Ausgangspunkt: Management-Orientierung	79
4.2 Strategie Nr. 1: Konsequente Marketing-Orientierung	81
4.2.1 Begriff und Inhalte des Marketing	81
4.2.2 Mitglieder-Marketing: Freiwilligkeit als Grundproblem von Vereinen/Verbänden	93
4.3 Strategie Nr. 2: Vermehrte Zukunfts-Orientierung	100
4.4 Strategie Nr. 3: Re-Demokratisierung	110

4.4.1 Die konzeptionellen Vorstellungen	110
4.4.2 Über das Zusammenwirken von Milizern und Profis	114
4.4.3 "Konzern"-Steuerung in mehrstufigen Vereinen/Verbänden	118
4.5 Realisierungs-Strategie: Organisationsentwicklung und Professionalisierung	120
Literatur-Hinweis	125
Sachregister	127