

Michael Urselmann

Erfolgsfaktoren im Fundraising von Nonprofit-Organisationen

Mit Geleitworten von

Prof. Dr. Dieter Witt und Prof. Dr. Joachim Zentes

Deutscher Universitäts-Verlag

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	S
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 Spendelpräferenzen.....	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 Auswertungübersichten 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