

Fundraising

Vorwort		V
Einleitung	<i>Volker Then</i>	VII
Inhaltsübersicht		1
Kapitel 1 – Grundlagen des Fundraising		
1. Zur Geschichte des Gebens und Spendens, des Teilens und Stiftens in Deutschland	<i>Klaus Neuhoff</i>	11
2. Ethik im Fundraising		
2.1 Christliche Grundlagen und humanistische Ansätze	<i>Albert Stadelmeyer</i>	37
2.2 Grundlagen im Islam	<i>Hadayatullah Hübsch</i>	47
2.3 Fundraising-Kodex: Selbstverpflichtung und Kontrolle	<i>Christoph Müllerleile</i>	53
3. Positionierung		
3.1 Begriffe aus dem Fundraising	<i>Marita Haibach</i>	65
3.2 Fundraising als strategische Leitungsaufgabe	<i>Gerhard Wallmeyer</i>	77
3.3 Fundraising als integrierte Kommunikation	<i>Detlef Luthé</i>	87
4. Berufsprofil Fundraising		
4.1 Personenbezogene Qualifikationen	<i>Marita Haibach</i>	105
4.2 Verbände von Fundraisern und Fundraising-Organisationen, weitere Fundraising-Institutionen	<i>Christoph Müllerleile</i>	113
Kapitel 2 – Fundraising-Bereiche, -Zielgruppen und -Beteiligte		
1. Fundraising-Märkte im Vergleich	<i>Marita Haibach, Christoph Müllerleile</i>	127
2. Nonprofit-Bereiche		
2.1 Nehmermärkte und Nonprofit-Bereiche (nach Johns Hopkins)	<i>Eckhard Priller, Rupert Graf Strachwitz, Annette Zimmer</i>	147
2.2 Die Verbände der Freien Wohlfahrtspflege	<i>Markus Joisten</i>	171
3. Geber und Geberinnen		
3.1 Sozio-demographische Erkenntnisse	<i>Marita Haibach</i>	179
3.2 Motivation und Spendenverhalten von Einzelpersonen und Gruppen	<i>Lothar Schulz</i>	191
3.3 Die Spendenmotive von Unternehmen	<i>Dirk Notheis</i>	209
3.4 Massenmedien als Fundraiser	<i>Christoph Müllerleile</i>	233
3.5 Das Hamburger Spendenparlament	<i>Katharina Weyandt</i>	243
3.6 Spenderbindung	<i>Lothar Schulz</i>	249

3.7 Förderkreise und Fördervereine	<i>Wolfgang Geuder, Hans-Jürgen Holzhauer, Lothar Schulz</i>	259
3.8 Patenschaften	<i>Kurt Bangert</i>	269
3.9 Zwölf Tipps für Spenderinnen und Spender	<i>Hans-Jürgen Holzhauer</i>	277
4. Weitere Beteiligte im Fundraising-Prozess		
4.1 Das Dreiecksverhältnis der Fundraising-Beteiligten	<i>Mathias Krieger</i>	293
4.2 Helferinnen und Helfer als Teil von Spendenprojekten	<i>Christoph Müllerleile</i>	299
4.3 Befindlichkeiten und Deformationen von Spendenempfängern	<i>Klaus Rieth</i>	303
Kapitel 3 – Organisation des Fundraising		
1. Anforderungen an die Fundraising-Organisation		
1.1 Organisatorische Voraussetzungen	<i>Marita Haibach</i>	313
1.2 Fundraising als Managementaufgabe	<i>Angela Scheibe-Jaeger</i>	325
2. Anforderungen an Fundraising-Tätige (personelle Voraussetzungen)	<i>Marita Haibach</i>	335
3. Qualitätsmanagement im Fundraising	<i>Dietrich von Mirbach</i>	343
4. Adressenkunde (Constituency)		
4.1 Adressen für die Spender-Datei	<i>Barbara Crole, Lothar Schulz</i>	357
4.2 Database-Marketing	<i>Hans-Josef Höinig</i>	381
5. Spendenprojekte	<i>Hans-Jürgen Holzhauer, Lothar Schulz</i>	401
6. Zahlwege	<i>Christoph Müllerleile</i>	407
7. Mittelverwaltung		
7.1 Fundraising-Software für die elektronische Datenverarbeitung	<i>Hans-Josef Höinig</i>	415
7.2 Electronic Banking	<i>Hans-Josef Höinig</i>	423
7.3 Buchhaltung	<i>Willibald Geueke</i>	431
7.4 Statistik und Controlling	<i>Willibald Geueke</i>	435
8. Spenderdank und Rechenschaft		
8.1 Spenderdank: Formen und Methoden	<i>Lothar Schulz</i>	441
8.2 Rechenschaft	<i>Hans-Jürgen Holzhauer</i>	453
9. Beschwerdemanagement	<i>Lothar Schulz</i>	461

Kapitel 4 – Strategien des Fundraising

1. Konzeptionslehre: Das Sechs-Phasen-Modell der Kommunikation	<i>Gertrud Mürle</i>	473
2. Erfolgsfaktor Fundraising-Planung	<i>Michael Urselmann</i>	485
3. Beispiel aus der Praxis	<i>Gertrud Mürle</i>	499

Kapitel 5 – Medien des Fundraising

1. Text, Gestaltung, Produktion; Agenturen		
1.1 Texten von Medien	<i>Gertrud Mürle</i>	531
1.2 Gestaltung von Medien	<i>Gertrud Mürle</i>	561
1.3 Produktion von Druckmedien	<i>Wolfgang Kroeber</i>	587
1.4 Zusammenarbeit mit externen Beratern oder Agenturen	<i>Barbara Crole</i>	605
2. Medien im Vergleich / Mediaplanung	<i>Wolfgang Kroeber</i>	611
3. Printmedien		
3.1 Mitglieder- und Fördererzeitschriften	<i>Bero von Fraunberg</i>	635
3.2 Sozial-Zeitschriften mit Klientel-Verkauf	<i>Hildegard Denninger, Hans-Jürgen Holzhauer</i>	641
3.3 Anzeigen und Beilagen	<i>Brigitte List-Gessler</i>	649
3.4 Prospekte und Broschüren	<i>Hans-Jürgen Holzhauer</i>	661
4. Elektronische Medien		
4.1 Radio, Fernsehen, Kino	<i>Herbert G. Hassold</i>	687
4.2 Online-Kommunikation: E-Mail und Internet	<i>Matthias Schnell</i>	705
4.3 Telemarketing, Callcenter	<i>Patrick Tapp</i>	713
5. Umgang mit Massenmedien		
5.1 Pressearbeit	<i>Elisabeth Ehrhorn, Carmen Sorgler</i>	725
5.2 Krisen-PR	<i>Katharina Weyandt</i>	747

Kapitel 6 – Formen und Methoden des Fundraising

1. Fundraising-Möglichkeiten von A bis Z	<i>Hans-Jürgen Holzhauer</i>	763
2. Sammlungen (Haus- und Straßensammlungen)	<i>Hans-Jürgen Holzhauer</i>	803
3. Mailings	<i>Lothar Schulz, Annette Urban</i>	819
4. Großspenden (Capital campaigns)	<i>Gerlinda S. Melchiori</i>	831
5. Erbschaftsmarketing	<i>Susanne Reuter-Hens, Judith Schulte-Holtey</i>	839

6. Stiftungsmarketing	<i>Rupert Graf Strachwitz</i>	863
7. Sponsoring	<i>Friedrich Haunert, Reinhard Lang</i>	875
8. Event-Marketing		
8.1 Wohltätigkeitsveranstaltungen	<i>Peter-Claus Burens</i>	895
8.2 Events, Aktionen, Flohmärkte, Basare und dergleichen	<i>Andrea Piccenini, Christiane Dämmig</i>	905
9. Eigenwirtschaftliche Tätigkeiten		
9.1 Eigenwirtschaftliche Tätigkeiten steuerbegünstigter Körperschaften	<i>Rainer Rösl</i>	921
9.2 Warenverkauf (Merchandising, Product Selling)	<i>Hilde und Detlef Gaus</i>	937
9.3 Recycling-Marketing	<i>Hans-Jürgen Holzhauer, Klaus Freudenberg</i>	947
10. Zuschüsse	<i>Wolfgang Teske, Carmen Fellner</i>	967
11. Kirchensteuer und Kirchgeld	<i>Sabine Hatscher</i>	983
12. Bußgelder	<i>Hans-Josef Hönig</i>	993

Kapitel 7 – Finanzen

1. Grundlagen der Kostenrechnung	<i>Andreas Jürgens</i>	1005
2. Jahreswirtschaftsplan und Budgetierung	<i>Johannes Woithon</i>	1019
3. Rechnungslegung und Kontrolle gemeinnütziger Organisationen	<i>Michael Hagemann, Gloria Hülßner</i>	1037

Kapitel 8 – Recht

Einführung	<i>Hans-Jürgen Holzhauer</i>	1073
1. Organisationsrecht		
1.1 Vereinsrecht	<i>Werner Hofmann</i>	1075
1.2 GmbH-Recht	<i>Christoph Wagner</i>	1079
1.3 Stiftungsrecht	<i>Hans-Peter Hübner</i>	1089
2. Gemeinnützigkeits- und Steuerrecht	<i>Carl-Bernhard Funnemann</i>	1095
3. Wettbewerbsrechtliche Grundlagen	<i>Peter Schotthöfer</i>	1103

4. Urheber- und Verwertungsrecht	<i>Peter Schotthöfer, Hans-Jürgen Holzhauer</i>	1113
5. Zivilrechtliche Einzelfragen (Fallbeispiele)	<i>Peter Schotthöfer</i>	1129
6. Datenschutz	<i>Wolfgang Geuder</i>	1133
7. Sammlungsrecht, Blindenwaren- Vertriebsrecht, Lotterierecht	<i>Hans-Jürgen Holzhauer, Rainer Borgmann-Quade</i>	1143
8. Presserecht	<i>Gertrud Mürle</i>	1195
9. Erbrecht	<i>Bernd Beder</i>	1203

Kapitel 9 – Checklisten

Bereich D – Direktmarketing

D 1	Ablauf einer Direktmarketing-Aktion	1221
D 2	Planung der Zusammenarbeit mit einem Dienstleister	1223
D 3	Mailings planen und gestalten	1225
D 4	Interne Vorabanalyse vor einem Mailing	1228
D 5	Der Direct-Mail-Test	1230
D 6	Acht Schritte für einen erfolgreichen (Spenden-)Brief an Freunde	1232
D 7	Checkliste zur Überprüfung des eigenen Spendenbriefes	1233
D 8	Checkliste zur Auswertung eines fremden Spendenbriefes	1234
D 9	Eigen-Check vor der Zusammenarbeit mit Dienstleistern	1235
D 10	Abstimmung mit einem List-Broker	1239
D 11	Eigener Rücklaufstest für Adresslisten	1240

Bereich K – Konzeptionieren, Umsetzen

K 1	Planungsschritte nach dem Sechs-Phasen-Modell	1241
K 2	Analyse vor einer Aktion	1243
K 3	Fundraising-Ziele und Planungsschritte	1245
K 4	Zum Erarbeiten eines Spendenprojektes	1247
K 5	Briefing	1248
K 6	Kriterien für die Agentur-Auswahl	1249
K 7	Vordruck für eine Angebotsanfrage oder einen Druckauftrag	1250
K 8	Kostenplanung von Drucksachen	1253
K 9	Welches Druckverfahren für welchen Auftrag?	1254
K 10	Streuplanung von Drucksachen	1255
K 11	Vergleich Public Relations und Marketing	1256

Bereich M – Formen und Methoden

M 1	24 Testfragen zum Stand der Öffentlichkeitsarbeit	1257
M 2	Programm-Möglichkeiten bei Veranstaltungen	1258
M 3	Planung, Ausführung und Erfolgskontrolle von Veranstaltungen	1262
M 4	Regeln und Tipps zur Informationsgestaltung	1274
M 5	Schema zur Prospekterstellung	1281
M 6	Analyse eines (fremden) Prospektes	1284
M 7	Die Papierformate	1286
M 8	Recycling-Sammlungen	1288

Bereich S – Geberinnen und Geber, Spenderbindung, Spenderdatei

S 1	Spenderanalyse der eigenen Organisation	1293
S 2	Vier Tests zu Spender-Merkmalen	1295
S 3	Spender-Gewinnung und -Zufriedenheit	1299
S 4	Eigene Wege zum Ausbau einer Spenderdatei	1301
S 5	Anforderungen an die Spendensoftware	1302
S 6	Test: Hat Ihre Organisation eine gute Dank-Systematik?	1311
S 7	Acht Merkmale für den Dank an Spender	1313
S 8	Test zum Beschwerde-Management	1314
S 9	Anforderungen an Software zur Patenschaftsverwaltung	1315

Kapitel 10 – Verzeichnisse

1.	Literaturverzeichnis	1323
2.	Daten zu den Autorinnen und Autoren	1325
3.	Wichtige Anschriften	1339
4.	Stichwortverzeichnis	1345