

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Was ist Fundraising?	11
Was sind »benötigte Ressourcen«?	11
Was heißt »markadäquate materielle Gegenleistung«?	14
Wer sind die »Ressourcenbereitsteller«?	15
Gehört das Sponsoring zum Fundraising?	16
Exkurs: Sponsoring – der bequemere Weg zum Geld?	19
Abgrenzung des Fundraising von erwerbswirtschaftlicher Beschaffung. . . .	20
Fundraising – Freiwillige Umverteilung von Vermögen	22
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	22
Allgemeine Entwicklungen auf dem Fundraising-Markt	25
Wie groß ist das Gesamtvolumen des deutschen Fundraising-Marktes?. . . .	25
Wieviele Organisationen konkurrieren auf dem Fundraising-Markt?	28
Wie verteilt sich der Fundraising-Markt auf die einzelnen Förderzwecke? .	30
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	31
»Relationship Fundraising«	33
Spenderpyramide und Upgrading	35
Beziehungsaufbau durch Dialog	38
Fundraising – erst säen, dann ernten	40
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	41
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	42
Die Stufe der Interessenten	43
Wer ist Interessent?	43
Gewinnung von Interessenten	44
Exkurs: Erfolgreiche Gestaltung von Werbemitteln	52
Betreuung von Interessenten	58
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	59
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	60
Die Stufe der Erstspender	61
Wer ist Erstspender?	61
Gewinnung von Erstspendern	61
Exkurs: Beschaffung von Fremdadressen	64
Betreuung von Erstspendern	67
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	69
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	70
Exkurs: Fundraising-Datenbank	71
Warum eine Fundraising-Datenbank?	71
Aufbau einer Datenbank	72

Pflege einer Datenbank	75
Zahlungsverkehr im Fundraising	77
Beschaffung einer geeigneten Fundraising-Datenbank	81
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	82
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	84
Die Stufe der Mehrfachspender	85
Die Stufe der Dauerspender	89
Wer ist Dauerspender?	89
Gewinnung von Dauerspendern	92
Betreuung von Dauerspendern	93
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	94
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	94
Die Stufe der Großspender	97
Wer ist Großspender?	97
Gewinnung und Betreuung der High Donor	99
Gewinnung und Betreuung der Major Donor	103
Gewinnung und Betreuung der Top Donor	106
Steuerliche Überlegungen zu Großspenden	109
Großspendergewinnung durch Capital Campaign	110
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	113
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	114
Die Stufe der Testamentspender	115
Wer ist Testamentspender?	115
Das Potential für Testamentspenden	116
Gewinnung von Testamentspendern	118
Betreuung von Testamentspendern	122
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	122
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	123
Fundraising-Kommunikation	125
Abgrenzung von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit	125
Abgrenzung von klassischer Werbung und Direktwerbung	127
Persönliches Gespräch	127
Event	128
Haus- und Straßensammlung	129
Telefon	130
Mailing	133
Internet	134
Fernsehen	138
Radio	141
Printmedien	142
Multi-Channel-Fundraising	142

Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	146
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	146
Online-Fundraising	149
Gewinnung und Betreuung von Interessenten im Internet	149
Gewinnung und Betreuung von Spendern im Internet	154
Gewinnung und Betreuung von Dauerspendern im Internet	161
Gewinnung und Betreuung von Großspendern im Internet	161
Gewinnung und Betreuung von Testamentspendern im Internet	161
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	163
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	164
Fundraising-Instrumente	165
Derivative Absatzleistungen	165
Affinity Credit Card	166
Bußgeldmarketing	167
Lotterien und Tombolas	169
Anlassspenden	170
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	171
Die Zukunft des Fundraising	173
Zukunftsträchtige Kommunikationskanäle und Instrumente	174
Die Bedeutung eines zukunftsträchtigen Instrumenten-Mixes	178
Wachstumspotenziale in der Spitze der Spenderpyramide	179
Das Internet als zentraler Kommunikationskanal des Fundraising	181
»Integriertes« Fundraising	184
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	185
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	186
Fundraising-Management	187
Planung im Fundraising	189
Warum Planung?	189
Was ist Planung?	189
Normative Grundlagen	194
Strategische Fundraising-Planung	197
Operative Fundraising-Planung	199
Planung unbedingt schriftlich	204
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	205
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	206
Controlling im Fundraising	207
Was ist Controlling?	207
Strategisches Fundraising-Controlling	207
Operatives Fundraising-Controlling	211
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	222
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	222

Qualitätsmanagement im Fundraising	223
Was ist Qualitätsmanagement?	223
Leistungsqualität im Fundraising	224
Prozessqualität im Fundraising	231
Strukturqualität im Fundraising	236
Qualitätsmanagementsystem TQE	236
Benchmarking im Fundraising	239
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	240
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	241
Organisation im Fundraising	243
Was ist Organisation?	243
Aufbauorganisation im Fundraising	243
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	249
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	249
Führung im Fundraising	251
Was ist Führung?	251
Förderung der Leistungsbereitschaft der Fundraiser	252
Förderung der Leistungsfähigkeit der Fundraiser	255
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	255
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	256
Innovation im Fundraising	257
Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	263
Weiterführende Literatur zu diesem Kapitel	264
Beispiel 1 für Fundraising-Management	265
Beispiel 2 für Fundraising-Management	269
Weitere Informationsquellen zum Fundraising	275
Ausbildungsmöglichkeiten im Fundraising	275
Weiterbildungsmöglichkeiten im Fundraising	275
Fundraising-Fachzeitschriften	276
Informationsquellen im Internet	276
Wichtige Adressen für Fundraiser	277
Anhang	281
Abbildungsverzeichnis	281
Tabellenverzeichnis	283
Abkürzungsverzeichnis	284
Stichwortverzeichnis	285