

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Rolle und Selbstverständnis von Stiftungen in der modernen Gesellschaft	1
2. Innovation als Nutzendimension der Stiftungsarbeit	2
2.1 Zum Stellenwert des Marketing in der Stiftungsarbeit	2
2.2 Technische vs. soziale Innovationen	8
2.3 Legitimation der Stiftungen als Akteure in Innovationsprozessen	11
3. Erfolgsvoraussetzungen innovativer Stiftungsarbeit	14
3.1 Prozessmodell der Stiftungswirkung	14
3.2 Stiftungsressourcen als Erfolgsbasis	16
3.3 Stiftungsprozesse als Erfolgstreiber	17
4. Ausblick	18
Literaturverzeichnis	20