

# Nonprofit Management

von

Prof. Dr. Bernd Helmig, Prof. Dr. Silke Boenigk

1. Auflage

Nonprofit Management – Helmig / Boenigk

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Management, Consulting, Planung, Organisation, Steuern – Unternehmensführung – Marketing, Medien und Handel – Management

Verlag Franz Vahlen München 2012

Verlag Franz Vahlen im Internet:

[www.vahlen.de](http://www.vahlen.de)

ISBN 978 3 8006 3707 2

## Stichwortverzeichnis

### A

Abgabenordnung 14  
Accountability 203  
Administrative Science Quarterly (ASQ) 24  
Akquisition 164  
Allgemeinwohl 14  
Altruismus 54, 112, 172  
Amtskirche 102  
Anerkennung 120  
Anerkennungsaktivität 120  
Angebotstheorie 51  
Anspruchsgruppe 106  
– externe 135  
– interne 136  
Anspruchsgruppenstrategien 86  
Anstalten/Körperschaften des öffentlichen Rechts 41  
Anticipatory/Positioning Accountability 205  
Antike 36  
Approval Accountability 205  
Arbeiterwohlfahrt e. V. 12  
Arbeitgeberimage 115  
Arbeitgebermarke (Employer Brand) 114  
Arbeitskräfteflexibilisierung 105  
Arbeitsplatzerfahrung 114  
Armenfürsorge 36  
Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 25  
Aufgabe  
– akquisitorische 161  
– öffentliche 18  
Ausbildungsprogramm 30  
Ausgabenmatrix 196  
Außenfinanzierung 160, 193

### B

Barmherzigkeit 37  
Beeinflussungstechnik 139  
Beneficiaries 136  
Bequests 159  
Berufsverband 162  
Beschäftigung 7  
Best practices 120  
Betriebsausgabenabzug 14  
Beziehungsgeflecht 164  
Bezugsobjekt 132  
Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz 199

Bindung 114, 164  
Bindungsstrategie 87  
Blog 160  
Board Member 50, 101  
Board-Staff Relations 64  
Boycottstrategie 89  
Brancheneinteilung 22  
Breitensportverein 104  
Broadening-/Deepening-Debatte 139  
Bürgergesellschaft 35

### C

Caritas 9  
Cause-Related Marketing 165, 216  
Charismatische Führung 120  
Christenverfolgung 36  
Civic Education 31  
Civil-Private Partnership 213  
Co-Branding 153  
Co-creation 188  
Commitment 153  
Community 31  
Comparative Nonprofit Sector Project (CNP) 7  
Competition-based management approach 54  
Compliance 204  
Controlling 9, 23  
Corporate Foundation 218  
Corporate Giving 160, 217  
Corporate Governance 61  
Corporate Social Responsibility 119  
Corporate Volunteering 118, 218  
Cross-sector alliance 213  
Cross-sector partnership 213  
Crowding-out hypothesis 172  
Curriculare Richtlinien 30

### D

Dachmarke 152  
Dachorganisation 152  
Denken in der Erfolgskette 188  
Deutscher Caritasverband e.V. 12  
Deutsches Rotes Kreuz e.V. 12  
Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen 206  
Diakonie 36  
Diakonischer Corporate Governance Kodex 65

Diakonisches Werk der Evangelischen  
 Kirche in Deutschland e.V. 12  
 Dialogkommunikation 160  
 Dienstleistungsmanagement 142  
 Differenzierung 160  
 Dimension  
 – formale 151  
 – instrumentelle 135  
 – organisationsexterne 135  
 – organisationsinterne 136  
 – wirkungsbezogene 151  
 Diözese 38  
 Discretionary Accountability 204  
 Doktorandenausbildung 30  
 Donative Labor Hypothesis 126  
 Donator 146  
 Donor Lifetime Value 180  
 Dringlichkeit 171  
 Dritter Sektor 6  
 Drittleistungs- (Fremdleistungs-)  
 Nonprofit-Organisationen 20  
 Dualität 101

## E

Economic Model 54  
 Effizienz 9  
 Ehrenamtliche 12, 101  
 Eigenleistungs- (Selbsthilfe-) Nonprofit-  
 Organisationen 19  
 Eigentum  
 – öffentliches 19  
 Eliminierungsentscheidung 157  
 Employability 113  
 Employer Branding 114  
 Employer-supported Volunteering 119  
 Entrepreneurial 54  
 Entrepreneurship-Theory 50  
 Entwicklungszusammenarbeit 141  
 Episodic Volunteering 117  
 Erfolgsfaktor 104  
 Erfolgsgrößen der Personalarbeit 105  
 Erreichbarkeit 138  
 Executive Education 30  
 Existenztheorie 44  
 Extrinsisch 125

## F

Facebook 160  
 Fan 164  
 Feudalherrschaft 38  
 Finanzielle Performance 94  
 Finanzierungsmix 160  
 Finanzierungsportfolio 202  
 Finanzierungsquelle 192  
 Finanzplan 196  
 Finanzstrategie 194

Finanzziel 194  
 Flammenkreuz 37  
 Forschungszentrum 26  
 Foundation Giving 160  
 Framing 139  
 Franchising 161  
 Freimaurerloge 40  
 Freiwillige 101  
 Freiwilligenarbeit 23, 46, 116  
 – obligatorische 111  
 Freiwilligen-Involvement 120  
 Freiwilligensurvey 74  
 Freizeitangebot 150  
 Frühmittelalter 37  
 Führungsdimension 136  
 Führungsmanagement 101  
 Fundraising 22, 170  
 Fundraisinginstrument 183  
 Fundraisingkampagne 180  
 Fundraisingmix 182  
 Funktionaler Dilettantismus 45

## G

Gebietskörperschaften 8  
 Gebühren  
 – Preis 12  
 Gebundenheit 164  
 Gehaltsunterschiede 127  
 Gemeinnützige Aktiengesellschaft (gAG)  
 21  
 Gemeinnützige GmbH (gGmbH) 20, 104  
 Gemeinnützigkeit 14  
 Gemeinnützigkeitsstatus 14  
 General Management 23  
 Gesamtstatistik der Freien Wohlfahrts-  
 verbände 74  
 Geschäftsführung 101  
 Geselligkeitsverein 36  
 Gesetz zur weiteren Stärkung des bürger-  
 schaftlichen Engagements 174  
 Gesundheitsforschung 139  
 Gesundheitsmanagement 23  
 Gesundheitsökonomie 23  
 Gesundheitsprävention 139  
 Gewerbesteuer 14  
 Gewinn- und Verlustrechnung 199  
 Gewinnungsstrategie 86  
 Gilde 41  
 Glaubwürdigkeit 110  
 Globalisierung 9  
 „Good-mood“ Effekt 173  
 Governance 61  
 Governance-Forschung 63  
 Government-Nonprofit Partnership 220  
 Großverbände 8  
 Gruner + Jahr 218

## H

Heiltümer 38  
 Helfer 12  
 Heterogenitätstheorie 47  
 Humanressourcen 106

## I

Idealposition 146  
 Identifikation 114, 151, 188  
 Illuminatenorden 40  
 Image-Motivation 171  
 Impact Factor 24  
 Implementierung 90  
 independent sector 10  
 Individual Giving 160  
 Industrialisierung 41  
 Industrieverband 162  
 Informationsasymmetrie 48  
 Informationsvorsprung 123  
 Initiative ZivilEngagement 222  
 In-Kind Donation 160  
 Innenfinanzierung 160, 193  
 Innovation 157  
 Innungen 41  
 Inside-out-Perspektive 149  
 Institutionelle Theorie (Social Origins Theory) 45  
 Institutionen- bzw. Branchenlehren 29  
 Instrumentalstrategie 89  
 Integration  
 – finanzielle 144  
 – intuitive 143  
 – partnerschaftliche 143  
 Integrationsbereitschaft 144  
 Integrationsfähigkeit 144  
 Integrationsverweigerung 143  
 Integriertes Modell zur Erklärung des Spendenverhaltens 176  
 Interdependenztheorie 44  
 Interessenvertretung 19, 162  
 International Classification of Nonprofit Organizations (ICNPO) 19  
 Internationalisierung 9  
 International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing (IJNVSM) 25  
 International Nongovernmental Organizations (INGOs) 9  
 International Review on Public and Non-profit Marketing 25  
 International Society of Third Sector Research (ISTR) 25  
 Interne accountability 205  
 Intrinsisch 111  
 Isolierter Ansatz 170

## J

Jahresabschluss 198  
 Jobsicherheit 106  
 John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project 73  
 Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing 25  
 Journal of Public Policy & Marketing 25  
 Judikative 18  
 Jugendbereich 150

## K

Kammern 41  
 Kampagne 139  
 Kanal 138  
 Kapitalismus 41  
 Karrierechancen 114  
 Kategorisierung 22  
 Kernkompetenz 106  
 Kernleistung 156  
 Kirche 18  
 Kirchensprengel 38  
 Kirchenstiftung 38  
 Klassifikationsmöglichkeiten 19  
 Kollektivgut (öffentliches Gut) 47  
 Kommerzialisierung 53  
 – des Non-Profit Sektors 8  
 Kommunikation  
 – institutionelle 159  
 Kommunikationsmix 138  
 Kompensation 125  
 Kompensationspräferenzen 114  
 Konflikt 122  
 Konfliktursache 124  
 Konservatismus 40  
 Konstrukt 164  
 Konsumentenkontrolle 49  
 Kontingenztheoretisch 99  
 Kontraktversagen 48  
 Körperschaftsteuer 14  
 Kosten-Nutzen-Theorie 173  
 Kronenkreuz 37  
 Kulturtyp 91  
 Kundenbeziehung  
 – mehrstufige 137  
 Kundenintegration 140  
 Kundenloyalität 149  
 Kundensegment 149  
 Kundenverhalten 149  
 Kundenzufriedenheit 149  
 Kunde von Nonprofit-Organisationen 136  
 Kuratorium 101

**L**

Leadership 120  
 Legacies 159  
 Legate-Marketing 159  
 Legislative 18  
 Legitimität 53  
 Leistungsangebotmix 138  
 Leistungsauftrag 5  
 Leistungsbeschreibung 145  
 Leistungselimination 156  
 Leistungsempfänger 132, 136  
 Leistungsinnovation 156  
 Leistungsvariation 156  
 Leistungszahler 133  
 Leitbildentwicklung 76  
 Leitindikatoren 105  
 Leitungsebene 101  
 Liberalismus 40  
 Literaturanalyse 23  
 Lobbying 138, 162  
 Lobbying-Instrument 163  
 Lobbying-Kommunikation 163  
 Lobbying-Leistung 163  
 Logo 152

**M**

Macht 120  
 Machtposition 123  
 Management Accountability 205  
 Managementforschung 23  
 Managementimplikation 139  
 Managementperspektive 98, 100  
 Marke 150  
 Markenbewertung 150  
 Markenmanagement 150, 157  
 Markenpersönlichkeit 154  
 Markenstrategie 152  
 Markentransferstrategie 153  
 Markenwert 150  
 Marketability 113  
 Marketing 23  
 Marketingallianz  
 – strategische 165  
 Marketingkommunikation 159  
 Marketingstrategie 148  
 Marktcharakteristik 149  
 Marktdurchdringung 153  
 Marktdynamik 104  
 Markteintrittsbarriere 153  
 Marktentwicklung 149  
 Markt Performance 94  
 Marktposition 149  
 Marktversagen/Staatsversagen-Theorie 47  
 Marktvolumen 149  
 Marktwachstum 149

## Maßnahme

– logistische 161  
 Mäzen 13, 146  
 Mediatisierung 46  
 Member-Benefit Sector 19  
 Meritorisches Gut 47  
 Millenium-Zielen 78  
 Mission 76  
 Mission Displacement 54  
 Missionserfüllung 99  
 Missionsorientierung 115  
 Mitarbeiter  
 – -akquisition 105  
 – -kreativität 106  
 – -loyalität 106  
 – -motivation 106  
 – -zufriedenheit 106, 115  
 Mitgliederbeitrag 12  
 Mitgliederschwund 8  
 Modifikation 157  
 Mund-zu-Mund-Propaganda 165  
 Mutual 54  
 Mutual Benefit Organizations (MBOs) 19

**N**

Nächstenliebe 37  
 Negotiated Accountability 204  
 Netzwerk gegen Darmkrebs 211  
 Neuspendergewinnung 187  
 Nichtanerkennung 120  
 Nichtausschüttungsrestriktion  
 – non-distribution-constraint 10  
 Nichtregierungsorganisationen  
 – Nongovernmental Organizations (NGO) 10  
 Non-Business-Organization (NBO) 12  
 Nonprofit Academic Centers Council (NAAC) 30  
 Nonprofit-Analysen 73  
 Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly (NVSQ) 24  
 Nonprofit-Begriff 10  
 Nonprofit Board Models 64  
 Nonprofit Branding 150  
 Nonprofit Finanzmanagement 192  
 Nonprofit-Forschung 10  
 Nonprofit Governance 62  
 – extern 63  
 – intern 63  
 – Praxisinitiativen 65  
 Nonprofit-Konglomerate 12  
 Nonprofit Management and Leadership (NML) 24  
 Nonprofit-Marke 150  
 Nonprofit-Organisation  
 – Definition 11  
 – Ziele 78

Nonprofit-Sektor 8, 10  
 Nonprofit Wage Differential 126  
 NPO-Sektor 10  
 Nutzen 146  
 – extrinsischer 111  
 – intrinsischer 111  
 Nutznießer 136

## O

Öffentliche  
 – Aufgaben 18  
 – -s Eigentum 19  
 – Unternehmen 18  
 – Verwaltungen 18  
 Ökonomisierung  
 – des Nonprofit-Sektors 8  
 Online-Fundraising 184  
 Operationalisierung von Zielen 78  
 Organisationsentwicklung 105  
 Organisationsform 8, 104  
 Organisationskultur 157  
 Outside-in-Perspektive 149

## P

Paritätischer Wohlfahrtsverband e.V. 12  
 Partnerschaft  
 – intersektorale 210  
 Patenschaft 87  
 Personal 99  
 Personalarbeit 99  
 Personalbetreuung 114  
 Personalfreisetzung 128  
 Personalfunktion 104  
 Personalintensität 99  
 Personalmanagement 23, 98  
 Personalmanagementansatz  
 – strategischer 99  
 Personalmanagementarchitektur 105  
 Personalmarketing 114  
 Personalplanungs- und -entwicklungs-  
 funktionen 100  
 Personalwirtschaftslehre 98  
 Persönliches Fundraising 182  
 Persönlichkeit 124  
 Philanthrop 13  
 Philanthropic Sector 10, 16  
 Philanthropieverständnis 13  
 Planned Giving 159  
 Podcast 160  
 Policy-Forschung 23  
 Positionierung 144  
 Positionierungsdimension 146  
 Positionierungskreuz 145  
 Prädestinationslehre 40  
 Preise  
 – Gebühr 12

Preis- und Gebührenpolitik 160  
 Prinzipal-Agent-Problem 48  
 Problemlösungs-Know-how 147  
 Produkt-/Dienstleistungsmix 156  
 Professionalisierung 53, 125  
 Professionalisierungsdruck 33  
 Professionals 101  
 Progressive Blurring of Boundaries 54  
 Psychologie 139  
 Psychologische Vorteile 172  
 Public Management 18  
 Public Marketing 139  
 Public Policy 30  
 Public Private Partnerships 45

## Q

Qualitätsmanagement 18  
 Quasi Non Governmental Organizations  
 (QUANGO) 10

## R

Radikalismus 40  
 Rechenschaftslegung 53  
 Rechtliche Grundlagen von Corporate  
 Governance und Nonprofit Gover-  
 nance 64  
 Rechtsform 10  
 Relationship Fundraising 185  
 Relationship Marketing 164  
 Religion 38  
 Reliquie 38  
 Reputation 173  
 Resource-Based View 106  
 Ressource 104  
 Ressourcentheorie 106  
 Richtlinien  
 – curriculare 30  
 Rubber Stamps 128  
 Rückgewinnung 164  
 Rückgewinnungsmanagement 165  
 Rückgewinnungsstrategie 88

## S

Sachspende 160  
 Scheinvorstand 128  
 Scholastik 38  
 Schutzorganisation 162  
 Segmentierung 81  
 Selbstverpflichtung 67  
 Selbstverwirklichung 114  
 Selling Proposition 146  
 Serviceblueprint 143  
 Service-Dominant Logic 188  
 Service Learning 31  
 Signalfunktion 151

Social Entrepreneur 50  
 Social Entrepreneurship 219  
 Social Marketing 138  
 Social Media 160  
 Social Movements 46  
 Social Partnership 213  
 Social Sector 10  
 Social Value (Mission) Performance 94  
 Sodalität 40  
 Solicitation 175  
 Sonderausgabe 14  
 Sonderausgabenabzug 14  
 soziale Kooperation 213  
 Sozialmarketing 138  
 Sozialpolitik 38  
 Sozialversicherung 18  
 Sozio-demografische Merkmale 176  
 Soziologie 139  
 Soziologie der Nonprofit-Organisationen 46  
 Spätmittelalter 38  
 Spende 12, 176  
 Spendencharakteristik 176  
 Spendenfond 203  
 Spenden-Lotterie 184  
 Spendenmarkt 180  
 Spendenmechanismus 171  
 Spendenmix 138  
 Spendenmotiv 171  
 Spendenmotivation  
 – extrinsische 170  
 – intrinsische 170  
 Spendenneigung 13  
 Spendensparangebot 203  
 Spendenverhalten 170  
 Spenderbindung 187  
 Spenderlebenswert 180  
 Spenderlebenszyklus 186  
 Spenderpyramide 179  
 Spenderrückgewinnung 188  
 Spendersegmentierung 82  
 Sportverein 150  
 Stakeholderansatz 49  
 Stakeholder Performance 94  
 Ständegesellschaft 41  
 Standesverband 162  
 Stiftungslandschaft 38  
 Stiftungsrat 101  
 Stiftungsverzeichnis 74  
 Stimulierung 164, 165  
 Strategie 83  
 Structuration Theory 214  
 Studium  
 – Bachelor 30  
 – Master 30  
 Subsidiaritätsprinzip 12  
 Swiss NPO Code 66

## T

Tarif- und Entgeltmix 138  
 Theorieansätze 105  
 Theory of Interorganizational Networks 211  
 Theory of Network Governance 211  
 Theory of Warm Glow Giving 172  
 Third Sector 10, 16  
 Time Donation 160  
 Trägerschaft 18  
 Training 120  
 Transaktionskosten 44  
 Transaktionsorientiertes Fundraising 178  
 Transparency International 66  
 Transparente Zivilgesellschaft 67  
 Transparenz 9  
 Transparenzpreis 206  
 Trittbrettfahrerproblematik 47  
 Twitter 160  
 Typologisierung von NPO 22

## U

Überzeugung 164, 165  
 Überzeugungsarbeit 162  
 Umweltschutz 139  
 Union of International Associations (UIA) 9  
 Unique Value Proposition 146  
 Unternehmen  
 – gemischtwirtschaftliche 19  
 – öffentliche 18  
 Unterschiede  
 – kulturelle 12  
 USP 146  
 UVP 146

## V

VENRO Verhaltenskodex 66  
 Veränderungsprozesse 99  
 Vereinsstatistik 74  
 Vergütungsniveau 114  
 Verstädterung 41  
 Vertrauenseigenschaft 151  
 Vertrauensschutz 53  
 Verwaltungen  
 – öffentliche 18  
 Verwaltungswissenschaft 22  
 VHB-JOURQUAL2 24  
 Virtual Volunteering 117  
 Vision 76, 105  
 Völkerwanderung 37  
 Voluntary Action 23  
 Voluntary Failure 220  
 Voluntary Sector 10, 17  
 Voluntary Spirit Model 54

Voluntas – International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations 24  
Volunteering  
– corporate 118  
– episodic 117  
– in your pajamas 117  
– virtual 117  
Volunteer Management 119  
Volunteers 101  
Vorstand 101

## W

Wandel 90  
Web 2.0 160  
Wechselbarriere 164  
Weisungsbefugnis 100  
Weiterbildungsfunktion 100  
Welthungerhilfe 221  
Werbeaktivitäten 175  
Wertkette 85  
Wertnetzwerk 85  
Wertschöpfung 114  
Wertschöpfungskonfiguration 84  
Wertvorstellungen 173  
– organisationale 110  
Wettbewerb 8  
Wettbewerbsintensität 104  
Wettbewerbsvorteil 83, 106, 114  
– komparativer 148

Wiedergutmachung 165  
Wikis 160  
Wirksamkeit 139  
Wirkung der Spende 175  
Wirtschaftsverband 19

## X

Xing 160

## Z

Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen 24  
Zeitschrift für öffentliche und gemeinwirtschaftliche Unternehmen 24  
Zeitspende 116, 160  
Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland e. V. 12  
Zielobjekt 132  
Zivilgesellschaft 14, 38  
– in Zahlen 73  
Zunft 41  
Zusatzleistung 156  
Zuschuss 12  
Zuwendungen  
– staatlich 12  
Zweck 125