

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 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

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
Arbeitsplatzfahrung 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
Beziehungsgefl echt 164
Bezugsobjekt 132
Bilanzrechtsmodernierungsgesetz 199

Bindung 114, 164
Bindungsstrategie 87
Blog 160
Board Member 50, 101
Board-Staff Relations 64
Boykottstrategie 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
- Dritteleistungs- (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
 - Ereichbarkeit 138
 - Executive Education 30
 - Existenztheorie 44
 - Extrinsisch 125
- F**
 - Facebook 160
 - Fan 164
 - Feudalherrschaft 38
 - Finanzielle Performance 94
 - Finanzierungsmix 160
 - Finanzierungspotfolio 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
 - Gemeinnützige Status 14
 - General Management 23
 - Gesamtstatistik der Freien Wohlfahrtsverbände 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
- Helper 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 CivilEngagement 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 Spenderverhaltens 176
- Interdependenztheorie 44
- Interessenvertretung 19, 162
- International Classification of Nonprofit Organizations (ICNPO) 19
- Internationalisierung 9
- International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing (IJNVS) 25
- International Nongovernmental Organisations (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
- Konservativismus 40
- Konstrukt 164
- Konsumentenkontrolle 49
- Kontingenztheoretisch 99
- Kontraktversagen 48
- Körperschaftsteuer 14
- Kosten-Nutzen-Theorie 173
- Kronenkreuz 37
- Kulturytyp 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-Sector 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
 Verständterung 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

Zusatzausstattung 156

Zuschuss 12

Zuwendungen

– staatlich 12

Zweck 125