

Stichwortverzeichnis

A

Abgabenordnung 14
Accountability 195
Akquisition 150
Allgemeinwohl 14
Altruismus 50, 161
Amtskirche 95
Anerkennung 114
Anerkennungsaktivität 113
Angebotstheorie 46
Anreizsysteme 121
Anspruchsgruppe 101
– externe 131
– interne 131
Anspruchsgruppenstrategien 81
Anstalten/Körperschaften des öffentlichen Rechts 37
Anticipatory/Positioning Accountability 195
Antike 31
Approval Accountability 195
Arbeiterwohlfahrt e. V. 13
Arbeitgeberimage 109
Arbeitgebermarke (Employer Brand) 109
Arbeitskräfteflexibilisierung 99
Arbeitsplatzerfahrung 109
Armenfürsorge 32
Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 22
Aufgabe
– akquisitorische 147
– öffentliche 14
Ausbildungsprogramm 25
Ausgabenmatrix 185
Außenfinanzierung 147, 181

B

Barmherzigkeit 33
Beeinflussungstechnik 133
Bequests 145
Berufsverband 149
Best practices 113
Betriebsausgabenabzug 14
Beziehungsgeflecht 150
Bezugsobjekt 127
Bindung 109, 150
Bindungsstrategie 81
Board Member 45, 94

Boycottstrategie 84
Breitensportverein 99
Broadening-/Deepening-Debatte 132
Bürgergesellschaft 31

C

Cause-Related Marketing 152, 172, 173
Charismatische Führung 114
Christenverfolgung 32
Civic Education 4, 26
Co-Branding 140
Commitment 137
Community 26
Competition-based management approach 50
Compliance
– Definition 196
Corporate Giving 147
Corporate Social Responsibility 98
Corporate Volunteering 97
Crowding-out-Hypothese 161

D

Dachmarke 140
Dachorganisation 140
Deutscher Caritasverband e.V. 13
Deutscher Spendenmonitor 158
Deutsches Rotes Kreuz e.V. 13
Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen 197
Diakonie 32
Diakonischer Corporate Governance Kodex 58
Diakonisches Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland e.V. 13
Differenzierung 146
Dimension
– formale 138
– instrumentelle 131
– organisationsexterne 131
– organisationsinterne 131
– wirkungsbezogene 138
Diözese 33
Discretionary Accountability 195
Donative Labor Hypothesis 119
Donor Lifetime Value 171
Dringlichkeit 161
Dritter Sektor 5

Drittleistungs- (Fremdleistungs-)
 Nonprofit-Organisationen 16
 Dualität 94
 DZI Spenden-Almanach 159

E

Economic Model 50
 Ehrenamtliche 9, 94
 Eigenleistungs- (Selbsthilfe-) Nonprofit-
 Organisationen 16
 Eigentum
 – öffentliches 15
 Eliminierungsentscheidung 143
 Employer Branding 108
 Employer-supported Volunteering 98
 Entlohnung 119
 Entrepreneurial 50
 Entrepreneurship-Theory 46
 Episodic Volunteering 97
 Erfolgsfaktor 99
 Existenztheorie 38
 Extrinsisch 119

F

Facebook 146
 Fan 151
 Feudalherrschaft 33
 Finanzielle Performance 86
 Finanzierungsmix 147
 Finanzierungsportfolio erstellen 192
 Finanzierungsquelle 180
 Finanzplan erstellen 185
 Finanzstrategie 182
 Finanzziel 182
 Flammenkreuz 32
 Forschungszentren 22
 Foundation Giving 147
 Framing 133
 Franchising 148
 Freimaurerloge 36
 Freiwillige 94
 Freiwilligenarbeit 41, 111
 Freiwilligen-Involvement 113
 Freizeitangebot 135
 Frühmittelalter 33
 Führungsdimension 131
 Fundraising
 – Definition 158
 Fundraisinginstrument 175
 Fundraisingkampagne 171
 Fundraisingmix 173
 Funktionaler Dilettantismus 41

G

Gebühren
 – Preis 9
 Gebundenheit 151
 Gehaltsunterschiede 120
 Gemeinnützige GmbH (gGmbH) 16, 99
 Gemeinnützigkeit 14
 Gemeinnützigkeitsstatus 14
 Geschäftsführung 95
 Geselligkeitsverein 31
 Gesetz zur weiteren Stärkung des bür-
 gerschaftlichen Engagements 164
 Gesundheitsforschung 133
 Gesundheitsprävention 133
 Gewerbesteuer 14
 Gewinn- und Verlustrechnung 189
 Gewinnungsstrategie 81
 Gilde 37
 Glaubwürdigkeit 106
 Good-mood-Effekt 162
 Gucci 155

H

Heiltümer 34
 Helfer 9
 Heterogenitätstheorie 43
 Humanressourcen 102

I

Identifikation 109, 138
 Illuminatenorden 36
 Image-Motivation 160
 Implementierung 85
 Independent sector 8
 Individual Giving 147
 Industrialisierung 36
 Industrieverband 149
 Informationsasymmetrie 44
 Informationsvorsprung 116
 In-Kind Donation 147
 Innenfinanzierung 147, 180
 Innovation 142
 Innungen 37
 Inside-out-Perspektive 134
 Instagram 146
 Institutionelle Theorie (Social Origins
 Theory) 40
 Institutionen- bzw. Branchenlehren 25
 Instrumentalstrategie 84
 Interdependenztheorie 40
 Interessenvertretung 16, 149
 International Classification of Nonprofit
 Organizations (ICNPO) 16

International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing (IJNVSM) 22
 International Review on Public and Nonprofit Marketing 22
 International Society of Third Sector Research (ISTR) 22
 Interne accountability 195
 Isolierter Ansatz 160

J

Jahresabschlusses
 – Aufbau 189
 Jobsicherheit 101
 John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project 66
 Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing 22
 Journal of Public Policy & Marketing 22
 Judikative 15

K

Kammern 37
 Kampagne 132
 Kapitalismus 36
 Karrierechancen 108
 Kernkompetenz 101
 Kirche 15
 Kirchensprengel 33
 Kirchenstiftung 33
 Klassifikationsmöglichkeiten 16
 Kollektivgut (öffentliches Gut) 43
 Kommerzialisierung 49
 Kommunikation
 – institutionelle 144
 Kommunikationsmix 144
 Kompensation 119
 Kompensationspräferenzen 108
 Konflikt 116
 Konservatismus 36
 Konstrukt 151
 Konsumentenkontrolle 45
 Kontingenztheoretisch 93
 Kontraktversagen 44
 Körperschaftsteuer 14
 Kosten-Nutzen-Theorie 163
 Kronenkreuz 32
 Kundenloyalität 135
 Kundensegment 135
 Kundenverhalten 135
 Kundenzufriedenheit 135
 Kuratorium 95

L

Legacies 145

Legate-Marketing 145, 175
 Legislative 15
 Legitimität 49
 Leistungsauftrag 5
 Leistungselimination 142
 Leistungsempfänger 128
 Leistungsinnovation 142
 Leistungsvariation 142
 Leistungszahler 128
 Leitbildentwicklung 71
 Leitindikatoren 99
 Leitungsebene 95
 Liberalismus 36
 Lobbying 149
 Lobbying-Instrument 150
 Lobbying-Kommunikation 150
 Lobbying-Leistung 150

M

Macht 113
 Machtposition 116
 Management Accountability 195
 Managementimplikation 133
 Managementperspektive 92, 93
 Markenmanagement 136, 143
 Markenpersönlichkeit 139
 Markenstrategie 140
 Markentransferstrategie 140
 Marketing
 – Cause-Related 152
 Marketingkommunikation 145
 Marketingstrategie 134
 Marktdurchdringung 140
 Marktdynamik 99
 Markteintrittsbarriere 137
 Marktforschung 133
 Markt Performance 86
 Marktposition 135
 Marktversagen/Staatsversagen-Theorie 43
 Marktvolumen 135
 Marktwachstum 135
 Maßnahme
 – logistische 147
 Mäzen 13
 Mediatisierung 42
 Member-Benefit Sector 16
 Meritorisches Gut 43
 Mission 71
 Mission Displacement 50
 Missionserfüllung 92
 Missionsorientierung 110
 Mitarbeiter
 – -akquisition 99
 – -kreativität 101
 – -loyalität 101
 – -motivation 101

- -zufriedenheit 101, 110
- Mitgliederbeitrag 9
- Modifikation 143
- Motivation 107
- Mund-zu-Mund-Propaganda 151
- Mutual 50
- Mutual Benefit Organizations (MBOs) 16

N

- Nächstenliebe 33
- Negotiated Accountability 195
- Neuspendergewinnung 170
- Nichtanerkennung 114
- Nichtausschüttungsrestriktion
 - non-distribution-constraint 8
- Nichtregierungsorganisationen
 - Nongovernmental Organizations (NGO) 8
- Nivea 172
- Non-Business-Organization (NBO) 9
- Nonprofit-Analysen 66
- Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly (NVSQ) 22
- Nonprofit-Begriff 8
- Nonprofit Board Models 56
- Nonprofit Branding 136
- Nonprofit-Finanzmanagement
 - Definition 179
- Nonprofit-Forschung 8
- Nonprofit Governance 55
 - Praxisinitiativen 58
- Nonprofit-Konglomerate 13
- Nonprofit Management
 - Definition 62
- Nonprofit Management and Leadership (NML) 22
- Nonprofit-Markenmanagement 136
- Nonprofit-Marketing 130
- Nonprofit-Organisation
 - Definition 9
 - Ziele 73
- Nonprofit-Sektor 8
 - Datenquellen 67
- Nonprofit Wage Differential 119
- NPO-Sektor 8

O

- Öffentliche
 - Aufgaben 14
 - -s Eigentum 15
 - Unternehmen 15
 - Verwaltungen 14
- Online-Fundraising 175
- Operationalisierung von Zielen 73
- Organisationsentwicklung 99
- Organisationsform 99

- Organisationskultur 143
- Outside-in-Perspektive 134

P

- Paritätischer Wohlfahrtsverband e.V. 13
- Patenschaft 82
- Personal 92
- Personalarbeit 92
- Personalbetreuung 108
- Personalfreisetzung 123
- Personalfunktion 99
- Personalintensität 92
- Personalmanagement 91
 - Anreizsysteme 121
 - Architektur 100
 - Definition 93
 - strategisches 92
 - Trennung von Mitarbeitern 123
 - Vermeidung von Konflikten zwischen Mitarbeitergruppen 118
- Personalmarketing 108
- Personalplanungs- und -entwicklungsfunktionen 93
- Persönliches Fundraising 173
- Philanthrop 13
- Philanthropic Sector 8, 10
- Philanthropieverständnis 13
- Planned Giving 145
- Prädestinationslehre 34
- Preis- und Gebührenpolitik 146
- Prinzipal-Agent-Problem 44
- Prinzipal-Agent-Theorie 57
- Problemlösungs-Know-how 134
- Produkt-/Dienstleistungsmix 142
- Professionalisierung 49, 118
- Professionals 94
- Progressive Blurring of Boundaries 50
- Psychologie 133
- Psychologische Vorteile 162
- Public Management 14
- Public Marketing 133
- Public Policy 25
- Public Private Partnerships 40

Q

- Qualitätsmanagement 15
- Quasi Non Governmental Organizations (QUANGO) 8

R

- Radikalismus 36
- Rechenschaftslegung 49
- Rechnungslegung 186
 - Aufbau eines Jahresabschlusses 189
 - Bildung von Rücklagen 190

Rechtliche Grundlagen von Corporate Governance und Nonprofit Governance 60
 Rechtsform 8
 Religion 34
 Reliquie 34
 Reputation 162
 Resource-Based View 101
 Ressource 99
 Ressourcentheorie 101
 Rückgewinnung 150
 Rückgewinnungsmanagement 151
 Rückgewinnungsstrategie 82
 Rücklagen bilden 190

S

Sachspende 147
 Scholastik 34
 Schutzorganisation 149
 Selbstverpflichtung 61
 Selbstverwirklichung 108
 Service Learning 26
 Social Entrepreneur 46
 Social Marketing 131
 Social Media 146
 Social Movements 41
 Social Sector 8
 Social Value (Mission) Performance 87
 Sodalität 35
 Sonderausgabe 14
 Sonderausgabenabzug 14
 Sozialmarketing 131
 Sozialpolitik 33
 Sozialversicherung 15
 Sozio-demografische Merkmale 167
 Soziologie 133
 – der Nonprofit-Organisationen 41
 Spätmittelalter 34
 Spende 9, 167
 – Wirkung 164
 Spenden-Almanach 159
 Spendencharakteristik 167
 Spendenmechanismus 160
 Spendenmonitor 158
 Spendenmotiv 160
 Spendenmotivation
 – extrinsische 160
 – intrinsische 160
 Spendenneigung 13
 Spendenverhalten 160
 – integriertes Modell zur Erklärung des 166
 Spenderbindung 170
 Spenderlebenswert 171
 Spenderrückgewinnung 171
 Sportverein 135
 Stakeholder Performance 87

Stakeholder-Theorie 57
 Ständegesellschaft 37
 Standesverband 149
 Stewardship-Theorie 57
 Stiftungslandschaft 34
 Stiftungsrat 95
 Stiftungsverzeichnis 69
 Stimulierung 150, 151
 Strategie 78
 Subsidiaritätsprinzip 12
 Swiss NPO Code 59

T

Theorieansätze 99
 Theory of Warm Glow Giving 162
 Third Sector 8, 11
 Time Donation 147
 Trägerschaft 14
 Training 113
 Transaktionskosten 40
 Transaktionsorientiertes Fundraising 168
 Transparency International 59
 Transparente Zivilgesellschaft 59
 Trittbrettfahreneffekt 44
 Trittbrettfahrerproblematik 43
 Twitter 146

U

Überzeugung 150, 151
 Überzeugungsarbeit 148
 Umweltschutz 133
 UNICEF 155
 Unternehmen
 – gemischtwirtschaftliche 16
 – öffentliche 15
 Unterschiede
 – kulturelle 12

V

VENRO Verhaltenskodex 59
 Veränderungsprozesse 92
 Vereinsstatistik 68
 Vergütungsniveau 109
 Verstärkung 36
 Vertrauensschutz 49
 Verwaltungen
 – öffentliche 15
 Virtual Volunteering 97
 Vision 71, 99
 Völkerwanderung 33
 Voluntary Sector 8, 12
 Voluntary Spirit Model 50
 Voluntas – International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations 22

Volunteering
– corporate 97
– episodic 97
– virtual 97
Volunteer Management 113
Volunteers 94
Vorstand 95

W

Wandel 85
Wechselbarriere 151
Weisungsbefugnis 93
Werbeaktivitäten 165
Wertkette 80
Wertnetzwerk 80
Wertschöpfung 109
Wertschöpfungskonfiguration 78
Wertvorstellungen 163
Wettbewerbsintensität 99
Wettbewerbsvorteil 78, 101, 109
– komparativer 134
Wiedergutmachung 151
Wirksamkeit 133

Wirkung der Spende 164
Wirtschaftsverband 16

Y

YouTube 146

Z

Zeitschrift für das gesamte Genossen-
schaftswesen 21
Zeitschrift für öffentliche und gemein-
wirtschaftliche Unternehmen 21
Zeitspende 111, 147
Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in
Deutschland e. V 13
Zielobjekt 127
Zivilgesellschaft 9, 33
– in Zahlen 67
Zunft 37
Zuschuss 9
Zuwendungen
– staatlich 12
Zweck 119


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG