

Thomas Szczepanek

Fundraising als Finanzierungsinstrument für ein kleines Sozialunternehmen

Masterarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2017 GRIN Verlag
ISBN: 9783668547582

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/375582>

Thomas Szczepanek

Fundraising als Finanzierungsinstrument für ein kleines Sozialunternehmen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Hochschule Esslingen

Master of Arts (MA) in Sozialwirtschaft

Fundraising als Finanzierungsinstrument für ein kleines Sozialunternehmen

Verfasser:

Thomas Szczepanek

Radolfzell, 21. August 2017

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	II
Abbildungsverzeichnis.....	III
1. Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Aufbau und Methodik	2
1.3 Begriffseingrenzung und Einführung.....	3
2. Die Ressourcenbereitsteller.....	6
2.1 Fundraising bei Privatpersonen.....	6
2.1.1 Der Spenderloyalitätszyklus: Relationship Fundraising.....	8
2.1.2 Online-Fundraising.....	15
2.2 Fundraising bei Unternehmen.....	18
2.2.1 Unternehmensspenden.....	20
2.2.2 Sponsoring.....	21
2.3 Fundraising bei Förderstiftungen.....	22
2.4 Fundraising bei öffentlichen Institutionen.....	28
2.5 Zwischenfazit.....	31
3. Systematisches Fundraising.....	33
3.1 Fundraising als strategisches Marketinginstrument.....	33
3.2 Organisation im Fundraising.....	39
3.3 Spenderverwaltung.....	41
3.4 Zwischenfazit.....	42
4. Fundraising am Beispiel eines kleinen Sozialunternehmens.....	43
4.1 Der Verein für sozialpädagogisches Segeln e.V.....	43
4.2 Entwicklung eines Fundraisingkonzepts.....	44
4.2.1 Analyse.....	44
4.2.2 Planung.....	49
4.2.3 Durchführung.....	56
4.2.4 Kontrolle.....	65
4.3 Zwischenfazit.....	68
5. Schlussteil.....	69
5.1 Zusammenfassung.....	69
5.2 Kritischer Ausblick.....	71
Literaturverzeichnis.....	IV

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
AO	Abgabenordnung
EU	Europäische Union
e.V.	eingetragener Verein
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GfK	Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung
Kap.	Kapitel
LJP	Landesjugendplan
NPO	Non-Profit-Organisation
OLG	Oberlandesgericht
Hrsg.	Herausgeber
u.a.	unter anderem
URL	Uniform Resource Locator (englisch für einheitlicher Ressourcenzeiger)
vgl.	vergleiche
vs.	versus
VSS	Verein für sozialpädagogisches Segeln e.V.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die Stufen der Spenderpyramide	8
Abb. 2: Der Spenderloyalitätszyklus.....	9
Abb. 3: Ziele von Sponsoring-Gebern und -Nehmern.....	22
Abb. 4: Fundraising-Management.....	34
Abb. 5: SWOT-Analyse.....	35
Abb. 6: PEST-Analyse.....	35
Abb. 7: Portfolio-Analyse.....	36
Abb. 8: Spenderverwaltung durch Excel vs. Spezialsoftware	41
Abb. 9: Spendersegmentierung.....	41
Abb. 10: Stärken und Schwächen des VSS.....	45
Abb. 11: Chancen und Risiken aus dem Umfeld des VSS.....	46
Abb. 12: Stärken-Schwächen- und Chancen-Risiken-Matrix	47
Abb. 13: Portfolio-Analyse über mögliche Vertriebskanäle	48
Abb. 14: Stakeholder-Analyse für den VSS.....	49
Abb. 15: Beispielhafte Ressourcen-Bedarfsanalyse.....	52
Abb. 16: Kommunikations- und Vertriebskanäle des VSS	54
Abb. 17: Beispielhafte operative Fundraising-Planung.....	55
Abb. 18: Vergleich von Online-Fundraising-Tools.....	60
Abb. 19: Auswahl strategischer Analysewerkzeuge des Online-Fundraising.....	66