

# Nonprofit Management

Helmig / Boenigk

2., komplett überarbeitete Auflage 2020

ISBN 978-3-8006-5179-5

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei

[beck-shop.de](http://beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](http://beck-shop.de) steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

[beck-shop.de](http://beck-shop.de) hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird [beck-shop.de](http://beck-shop.de) für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

# 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