

MAN 675: Ausgewählte Herausforderungen im Nonprofit Management: Fundraising Management

Lehrstuhl für ABWL, Public & Nonprofit Management

Inhalt

1	Kursbeschreibung	2
2	Lern- und Qualifikationsziele	2
3	Organisatorische Hinweise	2
4	Ablauf	3
4.1	Leistungsnachweis	3
4.2	Grundsätzliche Anforderungen an die Studierenden	3
4.3	Anforderungen an die Präsentation eines wissenschaftlichen Artikels	4
4.4	Anforderungen an die Präsentation einer Fundraisingkampagne und Reflexion	4
5	Grundlagenliteratur	4
6	Zeitplan und Literatur	5

1 Kursbeschreibung

Spenden sowohl von Privatpersonen als auch von Unternehmen und Stiftungen stellen für Nonprofit-Organisationen eine der zentralen Finanzierungsquellen dar. Im Zuge der Internationalisierung des Spendenmarktes und der stetig sinkenden Anzahl von Spenderinnen und Spendern bei einer gleichzeitigen Erhöhung des Spendenvolumens nimmt der Wettbewerb um Spenden immer weiter zu. Vor diesem Hintergrund ist eine Professionalisierung der Fundraisingaktivitäten von Nonprofit-Organisationen zu beobachten. Fundraising beinhaltet die systematische Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle sämtlicher Aktivitäten einer Nonprofit-Organisation zur Akquise finanzieller oder sachlicher Spenden. Dieses Seminar befasst sich anhand wissenschaftlicher Literatur mit den aktuellen Entwicklungen in der Finanzierung und im Fundraising von Nonprofit-Organisationen.

2 Lern- und Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein:

- die Finanzierung von Nonprofit-Organisationen sowie damit verbundene Herausforderungen zu erläutern,
- die relevanten Begriffe und Konzepte des Fundraisings zu erläutern,
- aktuelle Entwicklungen im Fundraising zu erläutern und kritisch zu beurteilen,
- Fundraisingaktivitäten und -instrumente von Nonprofit-Organisationen kritisch zu diskutieren,
- wissenschaftliche Artikel zu Fundraising zu verstehen und kritisch zu beurteilen.

Des Weiteren sollen Schlüsselqualifikationen wie Präsentationskompetenz, Arbeiten mit wissenschaftlichen Texten und Teamkompetenz erworben werden.

3 Organisatorische Hinweise

Die Veranstaltung findet wöchentlich dienstags und donnerstags von 10:15–11:45 Uhr in der Lehrstuhlbibliothek L5,4 Raum 207/209 statt.

Zeitraum der Veranstaltung: 14. Februar–09. April 2019

Prüfungsform:	Take-home Klausur (50 Punkte), Präsentation eines wissenschaftlichen Artikels (20 Punkte), Präsentation einer Fundraisingkampagne und Reflexion (20 Punkte)
max. Teilnehmerzahl:	20 Studierende
Anmeldung:	Die Veranstaltungsanmeldung findet im Rahmen des zentralisierten Anmeldeverfahrens für Zulassungsbegrenzte Masterkurse der Fakultät BWL über das Portal ² statt.
Kursmaterialien:	werden auf ILIAS bereitgestellt
Arbeitsaufwand:	6 ECTS (= 180 Zeiteinheiten à 45 Minuten (SWS): Anwesenheit (ca. 25 SWS) + Veranstaltungsvorbereitung (ca. 50 SWS) + Präsentation eines wissenschaftlichen Artikels (ca. 30 SWS) + Prä-

sentation einer Fundraisingkampagne und Reflexion (ca. 30 SWS) + Take-home Klausur (ca. 45 SWS))

***Kontakt*details**

Dozentin: Michaela Platz
E-Mail: platz@bwl.uni-mannheim.de
Telefon: +49 621 181-1731
Sprechstunde: nach Vereinbarung

4 Ablauf

Die Veranstaltung beginnt am Donnerstag, den 14. Februar 2019, und findet zweimal wöchentlich statt. Es handelt sich bei der Veranstaltung nicht um eine klassische Vorlesung, sie hat vielmehr Seminarcharakter. Sie setzt sich zusammen aus Input der Dozentinnen, Referaten von den Studierenden und interaktiven Abschnitten. Die behandelten Themen umfassen unter anderem die Finanzierung von Nonprofit-Organisationen, aktuelle Entwicklungen im Fundraising, klassische und neue Fundraisinginstrumente sowie verschiedene Kontexte des Fundraising.

4.1 Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis setzt sich zusammen aus einer Take-home Klausur, der Präsentation eines wissenschaftlichen Artikels sowie der Präsentation einer Fundraisingkampagne und Reflexion. Die Präsentation eines wissenschaftlichen Artikels erfolgt in Zweiergruppen. Gleiches gilt für die Präsentation einer Fundraisingkampagne. Dabei analysieren jeweils zwei Studierende die Fundraisingaktivitäten einer Nonprofit-Organisation und tragen ihre Erkenntnisse auf einem Poster zusammen (10 Punkte). Anschließend gleicht jeder Studierende in einem individuellen Reflexionsbericht das in der Veranstaltung Erlernete mit den Einblicken aus der Praxis ab (10 Punkte).

	Punkte
Take-home Klausur	50
Präsentation eines wissenschaftlichen Artikels	20
Präsentation einer Fundraisingkampagne und Reflexion	20
Total	90

Die Zuteilung der wissenschaftlichen Artikel und der Nonprofit-Organisationen, deren Fundraisingaktivitäten untersucht werden sollen, erfolgt in der zweiten Veranstaltung.

4.2 Grundsätzliche Anforderungen an die Studierenden

Die Inhalte der Veranstaltung werden in großen Teilen anhand aktueller wissenschaftlicher Literatur erarbeitet. Neben dem Input durch die Dozentin sind auch die Präsentation wissenschaftlicher Artikel, deren kritische Diskussion sowie interaktive Elemente wesentliche Bestandteile dieser Veranstaltung. Folglich werden eine gute Vorbereitung sowie eine aktive Teilnahme der Studierenden erwartet. Die Veranstaltungssprache ist Deutsch. Die aktuelle wissenschaftliche Literatur zu Fundraising in Nonprofit-Organisationen ist englischsprachig.

Somit sind das Beherrschen der deutschen und der englischen Sprache Grundvoraussetzungen für die Teilnahme an der Veranstaltung.

4.3 Anforderungen an die Präsentation eines wissenschaftlichen Artikels

Die Studierenden stellen in Zweiergruppen jeweils einen aktuellen wissenschaftlichen Artikel vor. Dabei sollen sie unter Beweis stellen, dass sie in der Lage sind, wissenschaftliche Artikel zu verstehen und diese kritisch zu diskutieren. Die Studierenden sollen zusammenfassend die wichtigsten Bestandteile des wissenschaftlichen Textes präsentieren. Dazu zählen das Forschungsziel, der theoretisch-konzeptionelle Hintergrund, die Methodik und zentrale Ergebnisse. Des Weiteren sollen die Studierenden das Potenzial und die Grenzen des wissenschaftlichen Artikels kritisch diskutieren.

Die Präsentation eines wissenschaftlichen Textes sollte zwanzig Minuten nicht überschreiten und kann in deutscher oder in englischer Sprache erfolgen. Es ist kenntlich zu machen, wer von den beiden Studierenden welchen Beitrag zu der Präsentation geleistet hat. Bewertet werden das Verständnis des wissenschaftlichen Artikels, die kritische Diskussion sowie die Klarheit des Vortrags. Die Zuteilung der Texte erfolgt in der zweiten Veranstaltung.

4.4 Anforderungen an die Präsentation einer Fundraisingkampagne und Reflexion

Die Studierenden sollen in Zweiergruppen die Fundraisingaktivitäten einer Nonprofit-Organisation im Allgemeinen sowie eine konkrete Fundraisingkampagne dieser Organisation untersuchen. Die Ergebnisse ihrer Recherche sollen die Studierenden auf einem Poster festhalten, welches den anderen Studierenden in einer fünfminütigen Kurzvorstellung präsentiert wird. Dabei sind die zentralen Quellen kenntlich zu machen. Die Zuteilung der Nonprofit-Organisationen erfolgt in der zweiten Veranstaltung; die Posterpräsentation findet am 02. April 2019 statt. Dabei werden der Inhalt des Posters sowie die übersichtliche Darstellung und Präsentation bewertet.

Im Anschluss an die Präsentation der Poster soll jeder Studierende einen individuellen Reflexionsbericht verfassen. Von den beiden Studierenden, die das Fundraising einer Nonprofit-Organisation untersuchen, soll einer die Fundraisingaktivitäten der Organisation im Allgemeinen und einer eine konkrete Kampagne reflektieren. Dabei soll das Fundraising der Nonprofit-Organisation vor dem Hintergrund der aktuellen Forschung kritisch diskutiert werden. Ein Reflexionsbericht soll maximal 1.500 Wörter lang sein und ist am 04. April 2019 via Ilias abzugeben. Es werden die Nachvollziehbarkeit der Argumentation, das systematische Vorgehen und formale Aspekte bewertet.

5 Grundlagenliteratur

Helmig, B. & Boenigk S. (2012). *Nonprofit Management*. München: Vahlen.

Sargeant, A. & Jay, E. (2004). *Fundraising Management. Analysis, planning and practice*. London et al.: Routledge.

Worth, M. (2016). *Fundraising. Principles and Practice*. Los Angeles et al.: SAGE.

6 Zeitplan

Datum	Thema
14.02.2019	Grundlagen: Finanzierung von Nonprofit-Organisationen
19.02.2019	Grundlagen: Grundlagen und Rahmenbedingungen des Fundraising
21.02.2019	Grundlagen: Der Fundraisingprozess
26.02.2019	Individuelle Spender: Mechanismen und Charakteristika
28.02.2019	Individuelle Spender: Relationship Fundraising
05.03.2019	Individuelle Spender: Die Rolle elektronischer Medien
07.03.2019	Fundraisingkampagnen
12.03.2019	Kontexte: Fundraising in Stiftungen
14.03.2019	Kontexte: Fundraising in Unternehmen
19.03.2019	Kontexte: Crowdfunding
21.03.2019	Gastvortrag
02.04.2019	Posterpräsentation
04.04.2019	Fundraising und Ethik
09.04.2019	Wrap-up