

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

von Monika Bär, Jan Borcherding und Bernhard Keller 5

1. Spenden akquirieren: Was kann dieses Buch beitragen?
von Jan Borcherding und Bernhard Keller 11

I. Grundlagen

2. Marktforschung: Basis für Marketing, Kommunikation und Vertrieb
von Berhard Keller 17

3. Trends und Fakten zur aktuellen Entwicklung der Spendenwerbung
von Peter Schmitz 32

II. Den Spender kennen und verstehen

4. Dem Spender auf den Zahn gefühlt
von Jan Borcherding 49

5. Segmentierungsansätze aus der Marktforschung
von Stefan Tuschl 63

6. Spender-Profile nach Werteorientierungen mit dem Semiometrie-Modell
von André Petras 78

7. Freiwilligensurvey: Ein umfragegestütztes Informationssystem
für die Bürgergesellschaft
von Thomas Gensicke 88

8. Marktanalyse im Non-Profit-Bereich auf Basis der Sekundärforschung
von Nicola Boyer und Silja-Maria Wiedeking 104

III. Methoden der Spendergewinnung

9. Face-to-Face-Fundraising: Warum es alle tun, aber niemand darüber spricht
von Antje Welp 117
10. Zielgruppe Jugend: Systematische Bildungsarbeit in divergierenden Gesellschaften
von Hans-Dieter Heine 128
11. Bei Anruf Spende
von Barbara Drust 135
12. Mailings
von Hans-Josef Höning 149
13. Revolution im Spendenmarkt: Prinzipien des Online-Fundraisings
von Joana Breidenbach 163
14. Charity Golf: Spenderbindung und Spenderfindung
von Andreas Schiemenz 172
15. Corporate Social Responsibility (CSR):
Ein Markt für Non-Profit-Organisationen?
von Cornelia Blömer 182

IV. Optimierung der Ansprache durch Marktforschung

16. Analyse, Management und Controlling von Kommunikationsmaßnahmen
von Henning Rossa 195
17. Werbewirkung vorhersagen
von Hans Mumme 208
18. Erfolgskontrolle bei Corporate Publishing im Non-Profit-Sektor
von Walter Freese 218
19. Ist Servicequalität auch für Non-Profit-Organisationen relevant?
von Maik Stücken 234
20. Die optimale Spende
von Andreas Pohle 244

V. Image und Strategie

21.	Erfolgreiches Fundraising steht auf drei Säulen <i>von Katharina Sievert</i>	257
22.	Kampagnenplanung <i>von Andreas Dinkelmeier</i>	264
23.	Marktforschung und Web 2.0 <i>von Dirk Steffen</i>	271
24.	NPOs im Social Web: Status quo und Entwicklungspotenziale <i>von Katrin Kiefer</i>	283
25.	Webmonitoring: Internetinhalte erfassen und gezielt nutzen <i>von Christine Gerbracht</i>	297
26.	Tue Gutes und rede darüber: PR kann mehr <i>von Christina Müller und Lisa Schmees</i>	310

VI. Ausblick

27.	Kontrollinstanz im Spendenwesen: Vom Sinn der Qualitätsüberwachung <i>von Burkhard Wilke</i>	329
28.	Den Wandel auf ein festes Fundament stellen: Plädoyer für eine umfassende Marktforschung <i>von Thomas Kreuzer</i>	342

Stichwortverzeichnis.....	349
Autorenverzeichnis	353
Die Herausgeber	361