

Inhalt

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XIII
1. Einleitung	1
1.1 Arbeitshypothesen	3
1.2 Bewertungsgrundlagen	3
1.2.1 Zweckmäßigkeit	4
1.2.2 Legalität	4
2. Mitarbeiterbindung	5
2.1 Begriffsbestimmung und Abgrenzung	6
2.1.1 Mitarbeiterzufriedenheit	6
2.1.2 Mitarbeiterbindung	10
2.2 Relevanz der Mitarbeiterbindung für gemeinnützige Unternehmen	11
2.2.1 Aktueller und prognostizierter Fachkräftemangel in der Sozialwirtschaft	11
2.2.2 Demografische Entwicklung	14
2.2.3 Institutionenökonomische Relevanz von Mitarbeiterbindung	15
2.2.4 Volkswirtschaftliche Bedeutung gemeinnütziger Unternehmen	16
2.3 Arten von Mitarbeiterbindung	18
2.3.1 Affektives Commitment	19
2.3.2 Normatives Commitment	21
2.3.3 Kalkulatorisches Commitment	22
	IX

2.4 Wechselbeziehung zwischen Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung	23
2.5 Faktoren der Arbeitgeberattraktivität aus Mitarbeitersicht – Eine Auswahl aktueller Forschungsstände	25
3. Gemeinnützigkeit und Gemeinnützige Recht	27
3.1 Sinn und Zweck der Gemeinnützigkeit	28
3.2 Gemeinnützige Steuerprivilegien	29
3.2.1 Befreiung von der Körperschafts- und Gewerbesteuer	30
3.2.2 Befreiung von der Erbschafts- und Schenkungsteuer	31
3.2.3 Begünstigung bei der Umsatzsteuer	32
3.2.4 Spendenbegünstigung	32
3.2.5 Weitere außersteuerliche Vorteile	33
3.3 Voraussetzungen für die Anerkennung der Gemeinnützigkeit nach dem Gemeinnützigen Recht	34
3.3.1 Förderung der Allgemeinheit	34
3.3.2 Verfolgung gemeinnütziger, mildtätiger oder kirchlicher Zwecke	35
3.3.3 Selbstlose, unmittelbare und ausschließliche Zweckverfolgung	36
3.4 Finanzierung der gemeinnützigen Tätigkeit innerhalb der Tätigkeits- und Vermögensphären einer gemeinnützigen Körperschaft	37
3.4.1 Ideeller Bereich	38
3.4.2 Vermögensverwaltung	38
3.4.3 Zweckbetrieb	39
3.4.4 Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb	39
3.5 Aberkennung der Gemeinnützigkeit bei Verstößen gegen gemeinnützige Rechtsbestimmungen	40
4. Anreizsysteme	43
4.1 Begriffsbestimmung und Abgrenzung	44
4.1.1 Anreiz	44
4.1.2 Motivation	46

4.2 Anreizarten und Anreizquellen	47
4.2.1 Monetäre und nicht monetäre Anreizarten	47
4.2.2 Intrinsische und extrinsische Motivation als Anreizquellen	48
4.3 Anreize und ihre Wirkung auf die individuelle Bindungsmotivation von Mitarbeitern	50
4.3.1 Motivationstheoretische Grundlagen	51
4.3.2 Inhaltsorientierte Motivationstheorien	52
4.3.3 Prozessorientierte Motivationstheorien	54
4.4 Anreize für die Mitarbeiterbindung	55
4.4.1 Monetäre Anreize	56
4.4.1.1 Motivationskraft monetärer Anreize	56
4.4.1.2 Ausgewählte monetäre Anreize	58
4.4.1.2.1 Gratifikation	58
4.4.1.2.2 Halte- oder Bleibeprämie	59
4.4.1.2.3 Übernahme von Fort- und Ausbildungskosten	60
4.4.1.2.4 Arbeitgeber-Darlehen	62
4.4.1.2.5 Arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersvorsorge	63
4.4.1.2.6 Geschäftsführervergütung	64
4.4.1.2.7 Firmenwagen zur privaten Nutzung	66
4.4.1.2.8 Lohnsteuer- und sozialabgabefreie Sachleistungen	66
4.4.1.2.9 Weitere monetäre Anreize	67
4.4.1.2 Nicht monetäre Anreize	68
4.4.2.1 Motivationskraft nicht monetärer Anreize	68
4.4.2.2 Ausgewählte nicht monetäre Anreize	69
4.4.2.2.1 Moderne Führungsmethode	69
4.4.2.2.2 Betriebliches Vorschlagswesen	70
4.4.2.2.3 Betriebsveranstaltungen	71
4.4.2.2.4 Steuerfreie Gesundheitsförderung	72
4.4.2.2.5 Flexible Arbeitszeitmodelle	74
4.4.2.2.6 Sabbatical	75
5. Bewertung der Anreize nach Legalität und Zweckmäßigkeit	77
5.1 Legale, aber nicht zweckmäßige Anreize	77
5.2 Zweckmäßige, aber nicht legale Anreize	79
5.3 Zweckmäßige und legale Anreize	80

6. Fazit und Handlungsempfehlungen für das Management von gemeinnützigen Unternehmen	93
7. Literaturverzeichnis	97
8. Anhang	105