

(Free and download) Strategisches Fundraising (NPO-Management) (German Edition)

## Strategisches Fundraising (NPO-Management) (German Edition)

Von Christian Gahrmann

ePub | \*DOC | audiobook | ebooks | Download PDF



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrank: #161010 in BcherVerffentlicht am: 2012-02-10Erscheinungsdatum: 2012-02-10Abmessungen: 8.27 x .85b x 5.83l, .99 Pfund Einband: Taschenbuch376 Seiten | File size: 63.Mb

**Von Christian Gahrmann : Strategisches Fundraising (NPO-Management) (German Edition)** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Strategisches Fundraising (NPO-Management) (German Edition):

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Wichtiger Beitrag fr das immer noch wenig erforschte Gebiet des Fundraising-ManagementVon Prof Dr Michael Urselmann"Strategisches Fundraising" lautet das Thema der Dissertation von Dr. Christian Gahrmann, die 2013 in der von Prof. Dr. Dieter Witt herausgegebenen Schriftenreihe "NPO-Management" im Springer Gabler Verlag erschienen ist. Die von Prof. Dr. Thorsten Raabe am Lehrstuhl fr Absatz und Marketing an der Universitt Oldenburg betreute Dissertation nhert sich dem Fundraising aus Marketing-Sicht. Gahrmann entwickelt ein umfassendes Konzept eines

strategischen Fundraisings indem er Planungs- und Entscheidungsmodelle des strategischen Marketings aus dem kommerziellen auf den gemeinnützigen Sektor bertrgt. Dabei gelingt ihm, die Spezifika von Austauschprozessen im Spendenmarkt herauszuarbeiten und in sein Konzept eines strategischen Fundraisings berzeugend zu integrieren. Mit seiner Arbeit leistet Gahrmann einen wichtigen Beitrag fr das immer noch wenig erforschte Gebiet des Fundraising-Managements. Gahrmanns Anspruch ist jedoch nicht nur ein rein wissenschaftlicher. Auf der Basis von 35 Experteninterviews mit Fundraising-Praktikern aus Deutschland und den USA entwickelt er konkrete und praxisnahe Handlungsempfehlungen, die es den zunehmend im Wettbewerb stehenden spendensammelnden Organisationen ermoglichen, ihr Fundraising durch eine strker strategische Ausrichtung effizienter zu gestalten. Die Zeit ist reif fr eine strkere Bercksichtigung des Strategischen in der Fundraising-Praxis - beruhen doch die unbestreitbaren Professionalisierungserfolge des Fundraisings in den letzten 15 Jahren vor allem auf der Weiterentwicklung und Optimierung operativer Aspekte des Fundraising-Managements. Eine Ausdehnung des Blickwinkels auf strategische Aspekte frdert damit auch aktuelle Entwicklungen in der Fundraising-Praxis. Der gelungenen Arbeit sind somit viele Leser aus Theorie und Praxis zu wnschen!

0 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Vielen Dank allen meinen Rezensenten!

Von Christian Gahrmann

Wie stellen sich konomen Fundraising vor? Das kann man in der Dissertation von Christian Gahrmann studieren.

Kai Fischer, Newsletter Mission-based Consulting vom 27. Juni 2012

Herausgekommen ist eine mit einer unglaublichen Flle von Details und erlutern Grafiken durchdrungene Arbeit, die unter Verwendung einschlgiger Beispiele und eigener Erfahrungen des Autors ein umfassendes Bild des Strategischen Fundraisings vermittelt.

Dr. Christoph Mllerleile, Fundraising-Echo vom 10. Oktober 2012

Gahrmann entwickelt ein umfassendes Konzept fr strategisches Fundraising, indem er Planungs- und Entscheidungsmodelle des strategischen Marketings aus dem kommerziellen auf den gemeinnützigen Sektor bertrgt. Dabei gelingt es ihm, die Spezifika von Austauschprozessen im Spendenmarkt herauszuarbeiten und in sein Konzept des strategischen Fundraisings berzeugend zu integrieren. Mit seiner Arbeit leistet Gahrmann einen wichtigen Beitrag fr das immer noch wenig erforschte Gebiet des Fundraising-Managements. Gahrmanns Anspruch ist jedoch nicht nur ein rein wissenschaftlicher. Auf der Basis von 35 Experteninterviews mit Fundraising-Praktikern aus Deutschland und den USA entwickelte er konkrete und praxisnahe Handlungsempfehlungen, die es den zunehmend im Wettbewerb stehenden Spenden sammelnden Organisationen ermoglichen, ihr Fundraising durch eine strker strategische Ausrichtung effizienter zu gestalten. Die Zeit ist reif fr eine strkere Bercksichtigung des Strategischen in der Fundraising-Praxis beruhen doch die unbestreitbaren Professionalisierungserfolge des Fundraisings in den letzten 15 Jahren vor allem auf der Weiterentwicklung und Optimierung operativer Aspekte des Fundraising-Managements. Eine Ausdehnung des Blickwinkels auf strategische Aspekte frdert damit auch aktuelle Entwicklungen in der Fundraising-Praxis. Der gelungenen Arbeit sind somit viele Leser aus Theorie und Praxis zu wnschen!

Prof. Michael Urselmann, Fundraiser Magazin 3/2012

Christian Gahrmann nhert sich dem Fundraising ganz praktisch. Er ging auf die Suche nach Mzenen in die USA, in das Mutterland des Fundraisings, - und hatte Erfolg. Wie strategisch er dabei vorging, verrt er uns nicht, aber zumindest hat man nach der Lektre des Buches den Eindruck, dass Fundraising ohne Strategie eigentlich berflssig ist.

Matthias Daberstiel, philanthropie und stiftung 1/2012

Sein Werk macht auch dem letzten Skeptiker klar, dass der Spendenmarkt nun einmal ein Markt ist, den man kennen muss, in dem ganz bestimmte Spielregeln gelten, dass man diese Spielregeln kennen muss und dass daher in einem solchen Markt konomische Betrachtungen nicht nur legitim, sondern auch unverzichtbar sind, wenn man Erfolg haben will. Dabei beschrnt er sich nicht auf das Pldieren, er analysiert im Markt Akteure, Spielregeln, Strukturen und Mechanismen ausfhrlich und vor allem kompetent. Dabei beschrnt er sich nicht auf ein wissenschaftliches Erkenntnisinteresse, sondern entwickelt fr die Praxis anwendbare Handlungsanleitungen. [] Eine derart umfassende konzeptionelle Arbeit fehlte Wissenschaft und Praxis schmerzlich. Sie kommt daher zur richtigen Zeit. Dem Autor ist ein groer Wurf gelungen. Sein Werk wird die wissenschaftliche Diskussion wie auch die Praxis des Fundraisings bereichern. Es ist wissenschaftlich fundiert, thematisch klar strukturiert und von seiner empirischen Basis sowie Argumentation her berzeugend. Es gibt zum strategischen Fundraising aktuell nichts Besseres.

Lothar Susok, sozialnet, 2013

Endlich, ist man versucht auszurufen, endlich eine Schrift, die Fundraising systematisch verortet und analysiert! Eine Dissertation aus Oldenburg, die unzweideutig aufzeigt, dass Fundraising zum Non-Profit-Marketing gehrt und damit auch fr die unterschiedlichen Instrumente zugnglich ist, die das Marketing im Laufe der Jahrzehnte entwickelt und verfeinert haben.

Jens-Uwe Bttcher, Forum Brgerengagement, 2013

Gahrmann entwickelt einen systematischen Handlungsansatz, der auf die Charakteristika des Spendenmarktes ausgerichtet ist. Dazu beschreibt er das Fundraising als Beschaffungsaufgabe und Dienstleistung, den Spendenmarkt mit Teilnehmer, Strukturen und Umgebung sowie Ziele, Strategien und Instrumente einer marktorientierten Mittelbeschaffung, die deswegen plausibel ist, weil der Spender in der Tat eine Gegenleistung erwartet die Untersttzung eines bestimmten Zwecks. 35 Experteninterviews vermitteln den Praxisbezug, zahlreiche Praxisbeispiele, 77 Abbildungen und 30 Tabellen erlutern den verstndlichen geschriebenen, anregenden Text.

Dr. Christoph Mecking, Stiftung Sponsoring 2/2012

Das Lernen des strategischen Fundraising fr NPOs ist nach dieser Lektre ein lohnendes Geschft, um sich im Spenden-Wettbewerb auf dem Spenden-Markt besser zu positionieren.

Dr. Siegmund Pisarczyk, Zeitschrift fr Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu) 13/1 (2012)

In verstndlichem Stil bertrgt Gahrmann die Instrumente des strategischen Marketings auf den gemeinnützigen Sektor. Jeder, der mit

Fundraising-Fragen zu tun hat, erhält mit diesem Buch eine marktorientiert ausgerichtete Grundlagenphilosophie, die gelungen vermittelt, dass Fundraising nicht nur Geldbeschaffung bedeutet, sondern alle Bereiche einer sozialen Organisation umfasst und stets ein Teil von deren Identität sein muss. Lea Janzelowski, neue caritas 8/2012 von 0 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Wichtige Grundlagen in einem Band Von Kunde Christian Gahrmann ist ein erfahrener Fundraiser, der sein theoretisches und praktisches Wissen in diesem Buch zusammenfasst. Für mich gehört das Buch zu den Standardwerken im deutschsprachigen Fundraising. Es umfasst alle wichtigen Aspekte des strategischen Fundraising, insbesondere legt es Wert auf die eine zielgerichtete Ausrichtung der alltäglichen Arbeit.

Produktbeschreibung[Belle ]

Pressestimmen"Jeder, der mit Fundraising-Fragen zu tun hat, erhält mit diesem Buch eine marktorientierte Grundlagenphilosophie, die gelungen vermittelt, dass Fundraising nicht nur Geldbeschaffung bedeutet, sondern alle Bereiche einer sozialen Organisation umfasst und stets ein Teil von deren Identität sein muss." neue caritas, 8-2012 Kurzbeschreibung Weil der überschuldete Staat sich aus vielen Aufgabenfeldern zurückzieht, suchen immer mehr Organisationen nach privaten Förderern. Christian Gahrmann entwickelt ein Konzept eines strategischen Fundraisings, mit dem es Nonprofit-Organisationen gelingt, Spender als Kunden zu gewinnen und langfristige Erfolgspotentiale aufzubauen. Unter Berücksichtigung der Eigenheiten des Spendenmarktes bringt er die Instrumente des strategischen Marketings aus der Unternehmenswelt auf den gemeinnützigen Sektor. Den bisherigen Sichtweisen der Beschaffungs- und Beziehungsorientierung im Fundraising stellt der Autor eine dritte, marktorientierte Fundraising-Philosophie zur Seite. Buchrückseite Weil der überschuldete Staat sich aus vielen Aufgabenfeldern zurückzieht, suchen immer mehr Organisationen nach privaten Förderern. Christian Gahrmann entwickelt ein Konzept eines strategischen Fundraisings, mit dem es Nonprofit-Organisationen gelingt, Spender als Kunden zu gewinnen und langfristige Erfolgspotentiale aufzubauen. Unter Berücksichtigung der Eigenheiten des Spendenmarktes bringt er die Instrumente des strategischen Marketings aus der Unternehmenswelt auf den gemeinnützigen Sektor. Den bisherigen Sichtweisen der Beschaffungs- und Beziehungsorientierung im Fundraising stellt der Autor eine dritte, marktorientierte Fundraising-Philosophie zur Seite.