

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	1
<b>2</b>	<b>Was sind Online-Spendenaktionen? – Eine Begriffsklärung</b>	3
2.1	Anlassspenden	3
2.2	Spendenaktionen	5
2.3	Online-Spendenaktionen	6
2.4	Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	8
	Literatur	9
<b>3</b>	<b>Online-Spendenaktionen – Eine empirische Übersicht</b>	11
3.1	Peer-to-Peer-Fundraising in USA und UK	11
3.2	Empirische Untersuchung im Rahmen einer Master-Thesis	14
3.2.1	Empirisches Design der Untersuchung	14
3.2.2	Allgemeine Ergebnisse	15
3.3	Was ich in diesem Kapitel gelernt habe	20
	Literatur	21
<b>4</b>	<b>Der richtige Marketing-Mix für Online-Spendenaktionen</b>	23
4.1	Produktpolitik	24
4.2	Preispolitik	27
4.3	Vertriebspolitik	28
4.3.1	Online-Spendenaktionen auf der eigenen Website	30
4.3.2	Online-Spendenaktionen auf Spendenplattformen	43
4.3.3	Online-Spendenaktionen auf Facebook	50
4.4	Kommunikationspolitik	62
4.4.1	Online-Kanäle	66
4.4.2	Offline-Kanäle	81
4.4.3	Was ich in diesem Abschnitt gelernt habe	89
	Literatur	91

<b>5</b>	<b>Betreuung und Bindung durch passgenaue Zielgruppenansprache</b> .....	93
5.1	Betreuung von Initiatoren .....	93
5.1.1	Privatpersonen .....	93
5.1.2	Schul-Aktionen .....	95
5.1.3	Unternehmen .....	96
5.1.4	Was ich in diesem Abschnitt gelernt habe .....	97
5.2	Bindung von Aktionsspendern .....	97
5.2.1	Die Gebe-Logik bei Aktionsspendern .....	100
5.2.2	Dank an Aktionsspender .....	101
5.2.3	Bindung der Aktionsspender im weiteren Verlauf .....	103
5.2.4	Was ich in diesem Abschnitt gelernt habe .....	105
	Literatur .....	105
<b>6</b>	<b>Management von Online-Spendenaktionen</b> .....	107
6.1	Analyse .....	108
6.1.1	SWOT-Analyse .....	109
6.1.2	Analysen zur Produktpolitik .....	110
6.1.3	Analysen zur Vertriebspolitik .....	111
6.1.4	Analysen zur Kommunikationspolitik .....	112
6.1.5	Analyse der Personalressourcen .....	113
6.2	Planung .....	114
6.2.1	Normative Planung .....	114
6.2.2	Strategische Planung .....	115
6.2.3	Operative Planung .....	117
6.3	Controlling .....	120
6.4	Was ich in diesem Kapitel gelernt habe .....	124
	Literatur .....	125
<b>7</b>	<b>Fazit: Welche Potenziale haben Online-Spendenaktionen?</b> .....	127
7.1	Zusammenfassung .....	127
7.2	Ausblick .....	129