

Vorwort

*"The best nonprofits devote a great deal of thought
to defining their organization's mission.
Nonprofits also start with the environment,
the community, the "customers" to be."
(Peter Drucker)*

Die Mission bzw. der Stiftungszweck ist die Existenzgrundlage und unumstritten die Handlungsdevise gemeinnütziger Stiftungen. Die Absicht der vorliegenden Arbeit besteht darin, (großen) Stiftungen auf dem Weg zur erfolgreichen Umsetzung ihres Stiftungszwecks Empfehlungen für den Umgang mit den relevanten Stakeholdergruppen an die Hand zu geben. Vor dem Hintergrund einer seit Jahren sehr dynamischen Entwicklung des Stiftungssektors in Deutschland erscheint eine marketingwissenschaftliche Betrachtung der Stakeholderbeziehungen naheliegend. Denn mit der wachsenden Anzahl gemeinnütziger Stiftungen nimmt auch der Wettbewerb um die knappen und wertvollen Ressourcen der Stiftungsstakeholder zu. Diese Überlegungen haben mich dazu bewegt, den bis dahin nicht untersuchten Forschungsfragen nachzugehen: Wie lässt sich die seit Jahrzehnten sowohl in der Marketingtheorie als auch in der Unternehmenspraxis fest verankerte marktorientierte Führung auf gemeinnützige Stiftungen – die kein Formalziel, sondern ein Sachziel verfolgen und multiple Stakeholder haben – übertragen? Inwieweit ist die Stakeholderorientierung überhaupt relevant für die Zweckerfüllung von gemeinnützigen Stiftungen? Die gewonnenen Resultate bestätigen letztlich, dass eine stakeholderorientierte Führung unter Berücksichtigung des Markenimages, der Zufriedenheit, des Vertrauens und des Commitment der Stakeholder einen interessanten Erklärungsansatz für den Stiftungserfolg liefert.

Die vorliegende Dissertationsschrift ist das sichtbare Ergebnis eines Prozesses, der mich vier Jahre berufsbegleitend beschäftigt hat und der ohne die Unterstützung von zahlreichen Personen nicht gelungen wäre. Mein ausdrücklicher Dank gilt an erster Stelle meinem Doktorvater Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg. Er bestärkte mich von Anfang an in der Idee, mich dem Nonprofit-Untersuchungsobjekt Stiftungen mit einem Marketingansatz zu nähern und übernahm ohne Zögern und voller Vertrauen die akademische Betreuung. Seine Offenheit, Inspiration, fachliche Kompetenz und menschliche Art habe ich über die letzten Jahre sehr schätzen gelernt. Ebenso bedanken möchte ich mich bei Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Heribert Meffert, der nicht nur die Mühen des Zweitgutachtens auf sich genommen hat, sondern als ehemaliger

Stiftungsvorstand Kontakte in die Stiftungswelt hergestellt und mit seinen konstruktiven Anmerkungen zum Gelingen der Arbeit beigetragen hat.

Ohne die Mitwirkung der nicht namentlich erwähnten Stiftungen wäre die empirische Studie nicht möglich gewesen. Den Verantwortlichen der teilnehmenden Stiftungen gilt mein ausdrücklicher Dank für ihre aktive Unterstützung. Darüber hinaus möchte ich den folgenden Interviewpartnern aus dem Stiftungsmanagement für ihre Zeit und wertvollen Hinweise danken: Dieter Berg (ehemaliger Vorsitzender der Geschäftsführung der Robert Bosch Stiftung), Dr.-Ing. E. h. Fritz Brickwedde (ehemaliger Generalsekretär der Deutschen Bundesstiftung Umwelt), Dr.Christof Eichert (Vorstandsvorsitzender der Herbert Quandt-Stiftung), Dr. Michael Endres (Vorsitzender des Kuratoriums der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung), Prof. Dr. Michael Göring (Vorstandsvorsitzender der ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius), Dr. Roland Kaehlbrandt (Vorstandsvorsitzender der Stiftung Polytechnische Gesellschaft), Prof. Dr. Wilhelm Krull (Generalsekretär der VolkswagenStiftung), Dr. Klaus Wehmeier (stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Körber-Stiftung) sowie Bettina Windau (Programmdirektorin der Bertelsmann Stiftung).

Die Zeit der Promotion war geprägt vom freundschaftlichen Miteinander am Lehrstuhl Marketingmanagement der HHL. Mein Dank gilt allen Lehrstuhlmitarbeitern und Mitdoktoranden für ihre Hilfsbereitschaft und Freundschaft. Vor allem die Treffen der Akademischen Marketing Gesellschaft e. V. mit intensiven fachlichen Diskussionen aber auch vielen fröhlichen Momenten und langen Nächten werden mir in guter Erinnerung bleiben.

Außerdem danke ich sehr herzlich meinem persönlichem Umfeld: Meinen Kollegen, Freunden und Familienmitgliedern dafür, dass sie mich in meinem Unterfangen unermüdlich bestärkt und unterstützt haben. Hervorheben will ich meine beiden Freundinnen Beate Steiner und Claudia Stern sowie meinen Bruder Dr. Wolfgang Stahl für das sorgfältige Korrekturlesen. Mein tiefer Dank gilt schließlich meinem Lebensgefährten Dr. Jörg Volmar für seine Liebe und seine Freude in erfolgreichen Zeiten, aber auch für seinen Rückhalt und sein Verständnis in schwierigen Momenten.

Widmen möchte ich diese Arbeit der mir nahestehenden jungen Generation als Ansporn für ihre eigene Aus- und Weiterbildung.

Dr. Barbara Stahl

Stakeholderorientierte Führung großer Stiftungen
Ein kausalanalytischer Erklärungsansatz der
Stiftungsperformance

Stahl, B.

2015, XXV, 386 S. 38 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08042-6