

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Symbolverzeichnis	XXV
A Stakeholderorientierung von Stiftungen.....	1
1 Multiple Stakeholderbeziehungen von Stiftungen	1
1.1 Stiftungen als Untersuchungsgegenstand	1
1.1.1 Stiftungen als Teil des Dritten Sektors	1
1.1.2 Typen von Stiftungen	4
1.1.3 Der deutsche Stiftungssektor	6
1.1.4 Stiftungen in der betriebswirtschaftlichen Forschung	9
1.2 Herausforderungen für Stiftungen im aktuellen Umfeld	10
2 Definition relevanter Begriffe	14
3 Theoretische Einordnung in relevante Forschungsfelder	27
3.1 Relationship Marketing	29
3.2 Käuferverhaltensforschung	33
4 Zielsetzung und Gang der Untersuchung	38
B Theoretische Grundlagen und Entwicklung des Bezugsrahmens.....	43
1 Stakeholdermanagement bei Stiftungen	43
1.1 Grundlagen und Bedeutung des Stakeholdermanagements	43
1.1.1 Verständnis des Stakeholderbegriffs	43
1.1.2 Theoretische Grundlagen des Stakeholderansatzes	45
1.1.3 Bedeutung der Stakeholdertheorie für Stiftungen	49
1.2 Strukturierung und Bewertung von Stakeholdergruppen	51
1.2.1 Allgemeine und hierarchische Klassifizierungsansätze	51

1.2.2	Relevante Stiftungsstakeholder, ihre Wertbeiträge und Interessen.....	59
1.3	Grenzen des Stakeholderansatzes	72
2	Verständnis und Bedeutung der Marktorientierung.....	74
2.1	Marktorientierung von Unternehmen	74
2.2	Stakeholderorientierung von Stiftungen	78
2.3	Fazit	82
3	Stakeholderkommunikation als operative Stimulusvariable	82
3.1	Kommunikationspolitik von Stiftungen.....	83
3.2	Charakteristika der Stakeholderkommunikation	89
3.3	Stiftungskommunikation mit multiplen Stakeholdern	91
4	Stiftungsmarke als Treiber des Stakeholderverhaltens.....	94
4.1	Relevanz der Marke für Stiftungen	96
4.2	Stiftungsrelevante Nutzenpotenziale	109
4.3	Markenimage als einstellungsorientiertes Konstrukt	115
4.4	Fazit	123
5	Zufriedenheit als zentrale psychographische Größe der Stiftungsstakeholder	125
5.1	Ergebnis einer kognitiven und affektiven Evaluation	125
5.2	Stakeholderzufriedenheit als mehrdimensionales Konstrukt.....	128
5.3	Verhaltensrelevante Konsequenzen von Zufriedenheit.....	132
6	Vertrauen als Determinante erfolgreicher Stakeholderbeziehungen.....	136
6.1	Vertrauen aus Sicht ökonomischer Erklärungsansätze	136
6.2	Wirtschaftswissenschaftliches Verständnis von Vertrauen.....	138
6.3	Vertrauensbildung als Bestandteil des Stakeholder- managements	144
7	Commitment als Ersatzindikator des Stakeholderverhaltens	153
7.1	Commitment und seine Bestandteile.....	153
7.2	Abgrenzung von verwandten Konstrukten.....	156
7.3	Verhaltenswissenschaftliche Bedeutung von Commitment.....	158

8	Verständnis und Bedeutung von Stiftungsperformance als endogene Variable	161
8.1	Das Konzept der NPO-Performance	162
8.2	Überblick zu relevanten Erfolgsansätzen	164
8.3	Die Wirkungskette der Stiftungsperformance	167
9	Entwicklung des Bezugsrahmens und der Hypothesen	170
9.1	Zusammenfassender Bezugsrahmen.....	170
9.2	Formulierung von Thesen und Ableitung von zu überprüfenden Hypothesen.....	173
C	Empirische Untersuchung.....	181
1	Design und Methodik der empirischen Untersuchung	181
1.1	Datenerhebung	181
1.2	Darstellung der Datengrundlage	185
1.3	Methoden der statistischen Auswertung.....	194
1.3.1	Strukturgleichungsanalyse als Auswertungsmethode	194
1.3.2	PLS-Pfadmodellierung als vorzugswürdiges Verfahren.....	196
1.3.3	Aufbau und Schätzalgorithmus von PLS-Pfadmodellen.....	197
2	Kriterien zur Beurteilung von PLS-Modellen	202
2.1	Anforderungen an die Konstruktmessung	202
2.2	Beurteilungskriterien für reflektive Messmodelle	203
2.3	Beurteilungskriterien für formative Messmodelle.....	206
2.4	Gütebeurteilung des Stukturmodells	208
2.5	Umgang mit Moderatoren und Mediatoren.....	211
2.6	Operationalisierung der Konstrukte	218
3	Validierung der Modelle und empirische Ergebnisse	232
3.1	Beurteilung des Gesamtmodells	233

3.2	Überprüfung von moderierenden Effekten des Stiftungstyps	247
3.3	Validierung der verschiedenen Stakeholdergruppen.....	251
3.3.1	Evaluierung des Submodells der Leistungsempfänger	251
3.3.2	Evaluierung des Submodells der Netzwerkvertreter	257
3.3.3	Evaluierung des Submodells der Kooperationspartner	263
3.3.4	Evaluierung des Submodells der Mitarbeiter	269
3.4	Vergleich der Stakeholdergruppen	275
3.5	Zusammenfassende Würdigung der postulierten Thesen und Hypothesen	278
D	Zusammenfassung und Fazit.....	284
1	Zusammenfassung der zentralen Resultate	284
2	Handlungsempfehlungen für die Stiftungspraxis.....	299
3	Kritische Würdigung und Identifikation weiterer Forschungsfelder	304
	Anhangverzeichnis.....	311
	Literaturverzeichnis	355

Stakeholderorientierte Führung großer Stiftungen
Ein kausalanalytischer Erklärungsansatz der
Stiftungsperformance

Stahl, B.

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

ISBN: 978-3-658-08042-6