

Geleitwort

Die vorliegende Arbeit greift mit dem Abwanderungsverhalten und den Möglichkeiten der Rückgewinnung von Spendern ein in Wissenschaft und Praxis hoch relevantes und interessantes Thema auf. In Zeiten knapper werdender finanzieller Ressourcen (beispielsweise durch erschwerte Neuspendergewinnung, durch Rückgänge bei Zuwendungen der öffentlichen Hand und der Unternehmen, durch das Abschmelzen des Kapitalstocks während der Finanzkrise etc.) kommt der Bindung von regelmäßigen Spendern (also einer Verhinderung der Spenderabwanderung) bzw. der Rückgewinnung von abgewanderten Spendern eine große Bedeutung für das langfristige Überleben von Nonprofit-Organisationen zu.

Insofern verwundert es, dass es bislang kaum wissenschaftliche Arbeiten gibt, die sich dieser Problematik im Kontext von Nonprofit-Organisationen widmen. In diese Forschungslücke stößt die vorliegende Arbeit.

Vor diesem Hintergrund besteht die Zielsetzung der vorliegenden Arbeit zunächst darin, die Abwanderungsgründe von Spendern zu erfassen. Darauf aufbauend sollen verschiedene Typen der Spenderabwanderung identifiziert werden. Schließlich soll herausgefunden werden, auf welche Art und Weise die Spenderabwanderung verhindert werden und abgewanderte Spender zurück gewonnen werden können.

Dazu arbeitet Beat Hunziker neben den terminologischen und branchenspezifischen die theoretischen Grundlagen des Spendenverhaltens, insbesondere des Abwanderungsverhaltens, umfassend heraus. Aufbauend auf einer instruktiven Übersicht zur Abwanderungsforschung, innerhalb derer die Forschungsschwerpunkte der Kundenabwanderung präsentiert werden, widmet sich Beat Hunziker den verschiedenen Arten der Beziehungsbeendigung, die in eine eigenständig generierte Matrix von Arten der Beendigung von Kundenbeziehungen mündet. Ferner erfolgt in Anlehnung an die

existierende Literatur eine Systematisierung von Abwanderungsgründen, bevor die Theorien der Abwanderungsforschung und der Stand der Forschung zu merkmals-, ereignis- sowie prozessbezogenen Studien zum Abwanderungsverhalten von Spendern präsentiert werden.

Der empirische Teil der Arbeit besteht aus einer Befragung von (ehemaligen) Spendern einer weltweit tätigen Hilfsorganisation. Für die Generierung des Datenmaterials wurde zu 1.347 potenziellen Auskunftspersonen brieflicher Kontakt aufgenommen, was letztlich zur Durchführung von 77 qualitativen persönlichen Tiefeninterviews führte, die die Datenbasis der vorliegenden Arbeit bilden. Die Interviews wurden einem sorgfältigen Transkriptions- und Codierprozess unterzogen, an den sich eine qualitative Inhaltsanalyse, eine Typenbildung sowie eine typologische Analyse anschlossen.

Im Analyseteil beschäftigt sich Beat Hunziker zunächst mit den Auslösern der Spendenabwanderung, wobei er zwischen spenderinitiierten, organisationsinitiierten und konkurrenzinitiierten Auslösern unterscheidet. Anschließend werden die Prozessdeterminanten der Spenderabwanderung einer intensiven Untersuchung unterzogen. Im Rahmen seiner Ergebnisse zur Spenderabwanderung differenziert Beat Hunziker auf Basis der Selbsteinschätzungen der Probanden zwischen abgewanderten, pausierenden, inkonstant aktiven und nicht abgewanderten Spendern. Zudem analysiert Beat Hunziker die Auswirkungen dieser Unterteilung auf das jeweilige Spendenverhalten und Möglichkeiten der Rückgewinnung. Im darauf folgenden Abschnitt präsentiert Beat Hunziker die empirisch generierten Ergebnisse der Typenbildung. Als zentrale Erkenntnis der Arbeit können auf der Basis des empirischen Datenmaterials insgesamt sechs unterschiedliche Abwanderungstypen identifiziert werden, wobei Beat Hunziker bei drei dieser Typen die Wahrscheinlichkeit einer Rückgewinnung als hoch einschätzt.

Mit der vorliegenden Arbeit erhält der Forscher einen guten Einblick in die Problematik des Spendermanagement bzw. Fundraising im Allgemeinen sowie des Abwanderungsverhaltens im Besonderen. Ferner ist die Dokumentation der qualitativen Forschungsarbeit eine Fundgrube für Wissenschaftler, die sich dieser Methode bemächtigen wollen. Die Erkenntnisse der Arbeit und die daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen für Nonprofit-Manager sind von Bedeutung für die konkrete Ausgestaltung von deren Spendermanagement bzw. Fundraising. Die von Beat Hunziker generierten wissenschaftlichen Erkenntnisse sind somit von großem Nutzen für Wissenschaft und Praxis.

Prof. Dr. Bernd Helmig