

# Das erste Fundraising-Lexikon !

Das Fundraising-Lexikon von Bernd Jaenicke ist das erste Lexikon für alle Fachbegriffe des Fundraisings und Sponsorings. Das Buch ist ein praktischer Ratgeber für das Beschaffungsmarketing aller Einrichtungen der Bereiche Soziales, Sport, Kultur, Kunst, Kirche und Hochschule. Es gibt Orientierung für die Bereiche Fundraising und Sponsoring für Beratungs- und Werbeagenturen sowie Unternehmen.

Das Lexikon beschreibt über 400 Begriffe aus den Themenbereichen Fundraising, Spendenakquise, Mailings, Erbschaftsmarketing, Events, Marketing, Merchandising, Alumni, Sponsoring, Vereinsmanagement, Controlling, Werbung, Image, Leitbild, Öffentlichkeitsarbeit, Internet, Datenbankmanagement und viele weitere.



- Das Lexikon beschreibt Methoden und Techniken, nennt Beispiele und gibt Tipps und Ratschläge für die tägliche Praxis.
- Als praktischer Ratgeber und Nachschlagewerk ist es besonders für Personen geeignet, die schnell konkrete Infos suchen und für das Lesen langer Bücher wenig Zeit haben.
- Es bietet umfangreiche weiterführende Adressen, Internet-Kontakte und Literaturhinweise.
- Es enthält Mustersatzungen für Vereine und Stiftungen, einen Musterbrief an Sponsoren und vieles mehr.
- Es sagt Ihnen, ob es sich lohnt, eine(n) Fundraiser(in) einzustellen.

**Eckdaten und Preise:** Das Fundraising-Lexikon inkl. CD-ROM kostet 59,- € zuzügl. 4 € Versand. Das Lexikon nur auf CD-ROM kostet 49,- € zuzügl. 3,- € Versand. Überarbeitete Neuauflage 2005 / 2006, 321 Seiten, Loseblatt-Werk im DIN A5 Ordner, ISBN des Buches inkl. CD-ROM 3-9808590-0-2, ISBN der CD-ROM 3-9808590-1-0.

**CD-ROM Besonderheit:** Die auf dem PC installierte Version des Lexikons gestattet das selbständige Ergänzen, Ändern und Löschen eigener Begriffe und Texte.

**Und so schreibt die Presse:** "Das Lexikon enthält eine umfangreiche und teilweise kommentierte Literaturliste und im Anhang mehr Mustersatzungen, z.B. auch für die Gründung von Stiftungen. Das Lexikon ist eine ideale Ergänzung (...), wenn man in der Alltagshektik schnell Informationen sucht. Es enthält kurze verständliche Erklärungen, Querverweise, Adressen und Links, wie man es von einem modernen Nachschlagewerk erwartet. (...) Eine neue Ergänzung ist die CD-ROM, die jetzt zum Lexikon dazugehört. (...) Insgesamt ist das Lexikon in dieser (...) Version sehr empfehlenswert".

Manfred Belle, Münster, 2003

„Die Liste der Begriffe (...) bietet (...) einen sehr guten Überblick (...). All das wird kurz und prägnant erklärt. (...) Für Fundraising-Einsteiger bietet das Lexikon den größten Nutzen. Fundraising-Profis können (...) von der Loseblattsammlung profitieren, denn nicht alle Begrifflichkeiten und Instrumente sind im Alltagsstress immer präsent“.

Dr. Friedrich Haunert, Berlin, 2005

**Werbung im Fundraising-Lexikon:** Firmen können in dem Lexikon ihre Werbung direkt neben dem Begriff ihrer Wahl platzieren. Preise auf Anfrage.

|   |   |
|---|---|
| <p>Büro INNO<br/>Verlag &amp; Agentur</p> <p>Bernd Jaenicke<br/>Dietzgenstr. 36 a<br/>D-13156 Berlin, Germany</p> | <p><b>Bestellungen an:</b><br/>E-Mail: <a href="mailto:info@fundraisinglexikon.com">info@fundraisinglexikon.com</a><br/>Tel: +49 (0) 30 –66 52 78 66<br/>Fax: +49 (0) 30 – 66 52 78 63<br/>Internet: <a href="http://www.fundraisinglexikon.com">www.fundraisinglexikon.com</a></p> <p><b>BüroINNO</b><br/>Verlag &amp; Agentur</p> |
|---|---|