

PROF. DR. NICOLE FABISCH

Publikationen

Artikel

FABISCH, N. (2017). In sieben Schritten zum Erfolg – der Planungsprozess im Fundraising. *Stiftung & Sponsoring*, 2017 (6), pp. 5-6.

FABISCH, N., BRUNNER, M., DIECKMANN, N., TIEMANN, V. (2015). Handlungsfelder der CSR. *Bank und Markt*, 44 (4), pp. 19-24.

FABISCH, N., WOLF, A. (2013). Ausbildung auf dem Prüfstand. Empirische Studie zu Kernkompetenzen im Eventmanagement im europäischen Kontext. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 5 (2), 233 - 238. doi:10.1515/tw-2013-0211.

ZIMMERMANN, K., FABISCH, N., BEHRINGER, S. (2013). Ethische Perspektiven des Atomausstiegs für deutsche Produzenten. *Der Betriebswirt - Management in Wissenschaft und Praxis*, 54 (3), pp. 10-15.

Monografien

FABISCH, N. (2013). *Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr ...* (3., vollst. überarb. und erw. Aufl. ed.). München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

FABISCH, N. (2006). *Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr ...* (2., vollst. überarb. Aufl. ed.). München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

FABISCH, N. (2004). *Soziales Engagement von Banken. Entwicklung eines adaptiven und innovativen Konzeptansatzes im Sinne des Corporate Citizenship von Banken in Deutschland* (1 ed.). München; Mering: Hampp.

FABISCH, N. (2002). *Fundraising. Spenden, Sponsoring und mehr ...* (1 ed.). München: Deutscher Taschenbuch Verlag.

Buchbeiträge & Kapitel

FABISCH, N. (2020). Corporate Social Responsibility (CSR) – Neue Chancen für das Fundraising (2 ed.). In Urselmann, M. (Eds.), *Handbuch Fundraising* (pp. 189-205). Springer Gabler.

FABISCH, N. (2020). Ethische Grenzen der Datennutzung im Marketing (1 ed.). In Boßow-Thies, S.; Hofmann-Stölting, C.; Heike Jochims, H. (Eds.), *Data-driven Marketing: Insights aus Wissenschaft und Praxis* (pp. 283 - 310). Springer Gabler.

FABISCH, N. (2018). Compliance und Corporate Social Responsibility (4., neu bearb. ed.). In Behringer, S. (Eds.), *Compliance kompakt: Best Practice im Compliance-Management* (pp. 341-361). Berlin: Erich Schmidt Verlag.

FABISCH, N. (2017). CSR 4.0 und neue Arbeitswelten – (auch) eine Frage der Haltung (1 ed.). In Spieß, B.; Fabisch, N. (Eds.), *CSR und neue Arbeitswelten: Perspektivwechsel in Zeiten von Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Industrie 4.0* (pp. 3-26). Springer Gabler.

FABISCH, N., WÖHLKE, J. (2017). Nachhaltigkeit in vierter Generation (1 ed.). In Spieß, B.; Fabisch, N. (Eds.), *CSR und neue Arbeitswelten: Perspektivwechsel in Zeiten von Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Industrie 4.0* (pp. 269 - 283). Springer Gabler.

- WOLF, A., FABISCH, N. (2017). CSR im Tourismus im Kontext der Menschenrechte, insbesondere der sexuellen Ausbeutung von Kindern (1 ed.). In Lund-Durlacher, D.; Fifka, M. S.; Reiser, D. (Eds.), *CSR und Tourismus: Handlungs- und branchenspezifische Felder* (pp. 49-69). Springer Gabler.
- FABISCH, N. (2016). Corporate Social Responsibility (CSR). Neue Chancen für das Fundraising (1 ed.). In Urselmann, M. (Eds.), *Handbuch Fundraising* (pp. 1-17). Springer Gabler.
- FABISCH, N., WOLF, A. (2014). Ausbildung auf dem Prüfstand. Kernkompetenzen im Eventmanagement im europäischen Kontext (1 ed.). In Hartmann, R.; Herle, F. B. (Eds.), *Interkulturelles Management in Freizeit und Tourismus: Kommunikation - Kooperation - Kompetenz* (pp. 157 - 163). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- ZIMMERMANN, K., FABISCH, N. (2014). Personalmarketing als Baustein eines Komplexitätsmanagements in der logistischen Personalbeschaffung (1 ed.). In Schoeneberg, K.-P. (Eds.), *Komplexitätsmanagement in Unternehmen: Herausforderungen im Umgang mit Dynamik, Unsicherheit und Komplexität meistern* (pp. 249 - 274). Springer Gabler.
- FABISCH, N. (2013). Compliance und Corporate Social Responsibility (3., neu bearb. Aufl. ed.). In S. Behringer (Ed.), *Compliance kompakt: Best Practice im Compliance-Management* (pp. 347-365). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- FABISCH, N. (2012). Corporate Social Responsibility im Maschinenbau (1 ed.). In Zerres, M.; Zerres, C.; Thiebes, F. (Eds.), *Maschinenbaumarketing* (pp. 117-135). München; Mering: Hampp.
- FABISCH, N. (2012). Ethik und Nachhaltigkeit in der Markenführung schaffen Vertrauen. In Disch, W. K. A. (Eds.), *Markenführung vor drei großen Herausforderungen: Markendialog, Februar 2012* (pp. 50-63). Berlin: Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens.
- FABISCH, N., ELLE, M. (2012). Zur Rolle des Personalmanagements bei der Etablierung nachhaltiger Unternehmenskulturen (1 ed.). In Kaiser, S.; Kozica, A. (Eds.), *Ethik im Personalmanagement: Zentrale Konzepte, Ansätze und Fragestellungen* (pp. 211 - 224). München; Mering: Hampp.
- FABISCH, N. (2011). Compliance und Corporate Social Responsibility (2., durchges. und wesentlich erw. Aufl. ed.). In Behringer, S. (Eds.), *Compliance kompakt: Best Practice im Compliance-Management* (pp. 359 - 379). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- FABISCH, N. (2010). Compliance und Corporate Social Responsibility (1 ed.). In Behringer, S. (Eds.), *Compliance kompakt: Best Practice im Compliance Management* (pp. 257 - 277). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- FABISCH, N. (2010). Corporate Citizenship bei Versicherungen (1 ed.). In Zerres, M. P.; Reich, M. (Eds.), *Handbuch Versicherungsmarketing* (pp. 231 - 245). Wiesbaden: Springer.
- FABISCH, N. (2010). Nachhaltigkeitsmarketing als innovativer Strategieansatz (1 ed.). In Loock, H.; Steppeler, H. (Eds.), *Marktorientierte Problemlösungen im Innovationsmarketing: Festschrift für Michael P. Zerres* (pp. 461 - 477). Wiesbaden: Gabler.
- FABISCH, N. (2008). Sponsoring (1 ed.). In Habisch, A.; Schmidpeter, R.; Neureiter, M. (Eds.), *Handbuch Corporate Citizenship: Corporate Social Responsibility für Manager* (pp. 209 - 215). Wiesbaden: Springer.
- FABISCH, N. (2006). Corporate Citizenship-Controlling (1 ed.). In Zerres, C.; Zerres, M. P. (Eds.), *Handbuch Marketing-Controlling* (pp. 75 - 90). Wiesbaden: Springer.
- FABISCH, N. (2005). Der Entrepreneur als Corporate Citizen (1 ed.). In Möbus, M.; Götte, S. (Eds.), *Marketingmanagement für Entrepreneure* (pp. 179 - 197). München; Mering: Hampp.
- FABISCH, N. (2005). Entscheidungen müssen auch durchgesetzt werden. Techniken einer Durchsetzung (1 ed.). In Zerres, C. (Eds.), *Marketing-Techniken: Instrumente einer marktorientierten Unternehmensführung im internationalen Wettbewerb* (pp. 241-264). München; Mering: Hampp.
- FABISCH, N. (2005). Gesellschaftliches Engagement von Banken (1 ed.). In Budäus, D. (Eds.), *Governance von Profit- und Nonprofit-Organisationen in gesellschaftlicher Verantwortung* (pp. 93 - 111). Wiesbaden: DUV Deutscher Universitätsverlag.

FABISCH, N. (2004). Markenethische Rahmenbedingungen (1 ed.). In Zerres, C. (Eds.), *Markenforschung : Analyse aktueller Ansätze in Wissenschaft und Praxis* (pp. 69-76). München; Mering: Hampp.

Herausgeberschaften

SPIESS, B., FABISCH, N. (2017). *CSR und neue Arbeitswelten. Perspektivwechsel in Zeiten von Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Industrie 4.0* (1 ed.). Springer Gabler.

Vorträge

FABISCH, N. (2012). Ethik und Nachhaltigkeit in der Markenführung schaffen Vertrauen., *Gesellschaft zur Erforschung des Markenwesens e.V.*.