



Non-Profit Challenge



Dezember 2008

**Angebot einer Studien-/Abschlussarbeit
von KOMEN Deutschland e.V.
in Zusammenarbeit mit Booz & Company**

Thema

*Entwicklung und Aufbau spezifischer und nachhaltiger Regionalstrukturen
zur Realisierung der Wachstumsziele*

Inhalt

KOMEN Deutschland e.V. wurde 1999 als deutsche Vertretung von Susan G. Komen for the Cure (USA) gegründet. Der Verein mit Sitz in Frankfurt am Main ist als gemeinnützige Organisation anerkannt und finanziert modellhafte Projekte zur Heilung von Brustkrebs und betreibt Aufklärungskampagnen.

Susan G. Komen for the Cure ist das größte und fortschrittlichste Netzwerk von Frauen und Männern, die Brustkrebs hatten oder zur Heilung von Brustkrebs beitragen wollen. Über 100.000 Mitglieder engagieren sich in 125 regionalen Vertretungen in den USA, in Deutschland (als KOMEN Deutschland e.V.), in Italien und in Puerto Rico.

KOMEN Deutschland e.V. konnte seit seiner Gründung bereits insgesamt annähernd 840.000 Euro an Fördergeldern für Modellprojekte in Deutschland vergeben und zahlreiche Initiativen wie z.B. die Pink-Infotasche für Frauen mit Brustkrebs oder Aufklärungskampagnen auf den Weg bringen. Der Verein finanziert seine Arbeit durch Kooperationen mit Unternehmen, durch Spenden von Privatpersonen sowie durch Veranstaltungen bisher primär im Rhein-Main Gebiet, z.B. den Pink Tie Ball® und den Race for the Cure®.

Auch wenn der Verein KOMEN Deutschland innerhalb des KOMEN-Netzwerks für das gesamte Bundesgebiet zuständig ist, konzentrierten sich die lokalen Aktivitäten bislang vor allem auf das Rhein-Main Gebiet. Durch das bundesweite Marketing und die bisherigen Erfolge erhält KOMEN zunehmend aber auch Anfragen und Projektvorschläge von Interessierten aus anderen Regionen, um dort ebenfalls lokale Initiativen ins Leben zu rufen (z.B. Benefizbälle oder Races for the Cure® in anderen Städten). Ganz konkret sind im Jahr 2009 die Eröffnung eines Büros in München, sowie Aktivitäten an drei weiteren Standorten geplant.

Um solche Bedarfe systematisch beantworten und eine Expansion umsetzen zu können, ist der nachhaltige Aufbau von Regionalstrukturen mit ehrenamtlicher Unterstützung die nächste große Aufgabe – auch vor dem Hintergrund, dass sich KOMEN in den USA als „Grassroots Movement“ versteht.

Aufgabe

Im Rahmen der Non-Profit Challenge soll diese Herausforderung umfassend beschrieben und analysiert werden mit dem Ziel, konkrete Handlungsempfehlungen für den Vorstand und die Geschäftsführung zu entwickeln. Dazu gehören sowohl wirtschaftliche Aspekte wie die Finanzierung von lokalen Büros als auch organisatorische Fragestellungen wie z.B. Rollen und Aufgabenverteilung zwischen Zentrale und Regionen.

Die Arbeit sollte daher in einer theoretischen Einführung die Grundlagen und Erfolgsfaktoren für Wachstumsstrategien von Profit- und Non-Profit Organisationen darstellen. Darauf aufbauend sollen spezifische Fragen von KOMEN Deutschland beantwortet werden, u.a.:

- Welche Bedeutung haben Regionalstrukturen für eine Organisation wie KOMEN hinsichtlich des Ausbaus der Wachstumsziele?
- Welche Rollen und Verantwortlichkeiten müssen zwischen der Zentrale und den Regionen geregelt werden (Operating Modell/ Governance Modell)?
- Welche Leistungen können/ sollten von der Zentrale bereitgestellt werden (z.B. im Sinne von Shared Services, wie Marketing/ Öffentlichkeitsarbeit, Standards, CI, Einkauf, etc.)?
- Können Erfahrungen von profitorientierten Institutionen (z.B. Franchise-Systeme oder Vertriebsstrukturen aus der Versicherungswirtschaft) für KOMEN nutzbar gemacht werden?
- Wie viel Freiraum sollten die regionalen Ableger erhalten? Wie viel Kontrolle ist erforderlich? Was sind geeignete Kontroll-Instrumente (z.B. Balanced Scorecards)?

- Wie kann mit möglichen Interessenskonflikten effektiv umgegangen werden?

Unmittelbares Ziel der Arbeit ist, einen Handlungsrahmen für KOMEN zu definieren, um die Anfragen von Interessierten und den regionalen Aufbau nicht ad hoc entscheiden zu müssen, sondern im Einklang mit der Strategie ein holistisches Zielbild sowie abgestimmte Vorgehensweisen zur Verfügung zu haben.

Formales

Das Ergebnis des Praktikums soll im Rahmen einer Abschlusspräsentation der Leitung der NPO sowie einem Team von Booz & Company vorgestellt werden. Die Abschlussunterlagen – eine Dokumentation in Textform sowie eine Powerpointpräsentation mit der erarbeiteten Strategieempfehlung – können dabei entweder in Englisch oder Deutsch verfasst werden.

- Der Student/die Studentin wird als Praktikant beschäftigt und kann entsprechend Büro/Infrastruktur von Booz & Company benutzen.
- Zeitraum: nach Absprache ca. 3 – max. 6 Monate, Starttermin im 2. Quartal 2009
- Je Bearbeiter/-in steht seitens Booz & Company ein dedizierter Ansprechpartner zur Verfügung.

Qualifikation

Das Praktikum richtet sich an Studierende im zweiten Studienabschnitt. Wesentliche Auswahlkriterien sind neben exzellenten Hochschulleistungen und sehr guten analytischen Fähigkeiten vor allem erste Praxis- und Auslandserfahrung sowie sehr gute Englischkenntnisse. Weitere Merkmale eines erfolgreichen Praktikanten-Bewerbers bei Booz & Company sind persönliche Reife, Kreativität, Motivation, Teamspirit, soziale Kompetenz, Kommunikationsstärke, Humor und Gelassenheit.

Bewerbungen bitte an nonprofit@booz.com, zu Händen Karola Hoffmann