

Dezember 2008

**Angebot einer Studien-/Abschlussarbeit
von World Vision Deutschland
in Zusammenarbeit mit Booz & Company**

Thema

*Erfolgreiches Fundraising in der Rezession -
Hebel und Maßnahmen zur Verstärkung der Einnahmen
von Non-Profit Organisationen*

Inhalt

World Vision Deutschland e.V. ist ein überkonfessionelles christliches Hilfswerk und seit 1979 von Deutschland aus tätig. Im Jahr 2007 wurden mit einem Finanzvolumen von mehr als 67 Mio. Euro insgesamt 227 Projekte in 47 Ländern durchgeführt. Im Mittelpunkt standen dabei über Kinderpatenschaften geförderte Regional-Entwicklungsprojekte. World Vision Deutschland ist als gemeinnütziger Verein anerkannt, Mitglied im Deutschen Spendenrat sowie im Verband Entwicklungspolitik deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO) und trägt das Spenden-Siegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI).

Wie viele Non-Profit Organisationen ist World Vision in hohem Maße auf Spenden angewiesen. Das Spendenaufkommen ist allerdings sehr ungleichmäßig verteilt

- Über das Kalenderjahr, da in den Monaten vor Weihnachten mit Abstand der größte Anteil der Spenden und neuen Patenschaftsabschlüssen anfällt
- Über wirtschaftliche Zyklen hinweg, da in Boomzeiten in der Regel mehr gespendet wird als in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

Diese Verteilung stellt die Organisationen selbst in wirtschaftlich normalen Zeiten vor große Herausforderungen, denn in der Regel sind die Ausgaben gleichmäßig über das Jahr verteilt (z.B. Gehälter, Mieten, Mittelvergabe), über

einen Großteil der Einnahmen wird aber in wenigen Wochen entschieden. Gleichzeitig drängen in dieser Zeit alle Organisationen auf Spendensuche in den Markt und erhöhen dadurch die Konkurrenz. Schließlich sind diese Monate mit einer sehr hohen Arbeitsbelastung für alle Beteiligten verknüpft. Vor dem Hintergrund der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise sind die Überlegungen zu einer möglichen Glättung und Verstetigung dieser Verteilung sehr aktuell und drängend.

Aufgabe

Im Rahmen der Non-Profit Challenge sollen Empfehlungen entwickelt werden, wie das Spendenaufkommen sowohl über das Jahr geglättet werden, als auch eine Abkopplung von derart konjunkturell zyklischen Schwankungen erfolgen kann. Diese Fragestellungen sind nicht notwendigerweise auf World Vision beschränkt, sondern sollten auch allgemeingültig beantwortet werden.

Die Arbeit sollte daher in einer theoretischen Einführung die Grundlagen und Erfolgsfaktoren für das Spendensammeln von Non-Profit Organisationen auf dem deutschen Spendenmarkt darstellen. Darauf aufbauend sollen spezifische Fragen beantwortet werden, unter anderem

- Wie kann die Spendeneinnahmestruktur von Non-Profit Organisationen über das Jahr ausgeglichen werden?
 - Welche Möglichkeiten bestehen, die Zielgruppen und Instrumente über die klassischen Einzel- oder institutionellen Spender hinaus auszuweiten?
 - Wie können hierbei insbesondere Erfahrungen aus dem Profit-Sektor angewendet werden, in dem sich viele Firmen ebenfalls in einem zyklischen Geschäft befinden (z.B. Einzelhandel, Tourismus)?
 - Auf welche Weise kann und sollte das in zyklischen Zeiten eingenommene Geld angelegt und eingesetzt werden, um in die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen zur Einnahmensteigerung zu investieren (Stichwort Innovationsmanagement)?
-

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 – kann 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
 - 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.

Bewerbung

Bitte senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an:
nonprofit@booz.com

Alle weiteren Informationen finden Sie auf:
www.booz.com/non-profit-challenge

Für Rückfragen steht Ihnen Frau Karola Hoffmann zur Verfügung.

Karola Hoffmann
Booz & Company
Zollhof 8
D - 40221 Düsseldorf
Tel. +49/211/38 90 129