

Swissfundraising

Marc-André Pradervand: «Der GivingTuesday führt die Schweizer Tradition des Gebens weiter»

Marc-André Pradervand ist ein erfahrener Fundraiser und arbeitet heute als Leiter Fundraising der Stiftung Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz AFS. Als Mitglied einer Arbeitsgruppe hilft er mit, den #GivingTuesday (in diesem Jahr am 27. November) in der Schweiz bekannt zu machen und zu etablieren: als Tag des Gebens, Helfens und Engagements.

Interview: Roger Tinner Bild: Swissfundraising

Marc-André Pradervand, die Schweiz macht zum dritten Mal beim weltweit durchgeführten #GivingTuesday mit. Was will dieser Tag?

Ganz einfach: Dieser Tag will Menschen zum Geben motivieren und den Blick auf andere richten, die Hilfe nötig haben. Weil es mir gut geht, gebe ich etwas weiter. #GivingTuesday hat seinen Ursprung in den USA, wo der Tag als Gegenpol zum Black Friday und Cyber Monday initiiert wurde, die jeweils nach Thanksgiving Scharen von Menschen mit massiven Rabatten zum Konsum animieren. Die Grundidee von #GivingTuesday ist, dass man mit dem dank Rabatten gesparten Geld etwas Gutes tut und anderen hilft. Andere Länder haben seit den Anfängen in den USA diese Idee aufgegriffen und ihrer Kultur angepasst, aber an jedem Ort geht es darum, Geben als Teil eines aktiven und verantwortungsbewussten Lebensstils zu fördern.



Marc-André Pradervand

Warum engagiert sich Swissfundraising als Berufsverband der Fundraiserinnen und Fundraiser in der Schweiz für diesen Tag des Gebens und Helfens?

In der Schweiz haben wir eine lange humanitäre Tradition, und viele Menschen in der Schweiz leben auch eine starke Kultur des Gebens. So zeigen die Zahlen des aktuellen Spendenbarometers, dass 83 Prozent aller Haushalte im letzten Jahr gespendet haben. Gerade auch um diese Kultur des Gebens und Helfens in der Schweiz weiter zu pflegen, engagiert sich Swissfundraising für #GivingTuesday und um zu zeigen, dass Geben Spass und auch glücklich macht!

Sie sind Mitglied einer Arbeitsgruppe, die den #GivingTuesday in der Schweiz begleit-

et, und haben so den Überblick über die Aktivitäten von Organisationen. Was sind typische Beispiele für Aktionen?

Da #GivingTuesday in der Schweiz noch ziemlich neu ist, sind viele Organisationen daran, erste Erfahrungen mit diesem Tag zu sammeln. In den vergangenen Jahren wurde oftmals auf schon bestehende Sammelkampagnen verwiesen, aber mit mässigem Erfolg. Wenn man die Philosophie von #GivingTuesday näher anschaut, so stellt man fest, dass dieser Tag sehr stark online geprägt ist. Erfolgreich sind vor allem diejenigen Aktionen, die auf den Online-Kanal ausgerichtet sind, die eine gute Geschichte erzählen und nur für diesen Tag kreiert wurden. Den #GivingTuesday nur als weiteren Fundraisingkanal für eine bestehende Aktion zu nutzen,

funktioniert nicht. In den USA zum Beispiel haben 82 Prozent der teilnehmenden Organisationen für diesen Tag etwas völlig Neues ausprobiert – mit Erfolg.

Im Frühjahr haben Sie auch an einem Treffen der «Global Leaders» des #GivingTuesday teilgenommen, wo Erfahrungen aus der ganzen Welt ausgetauscht wurden. Was hat Sie bei diesem Treffen am meisten beeindruckt?

Am Treffen hat mich sehr beeindruckt zu sehen, wie #GivingTuesday in den verschiedenen Ländern umgesetzt wird. Es ist nicht einfach eine Kopie des Vorgehens aus den USA, sondern eine echte Adaption an die jeweilige Kultur. Dies wird auch durch die Initianten des #GivingTuesday gefördert. Es gibt kein

CI/CD-Manual mit klaren Vorgaben zum Vorgehen, sondern die Idee baut sehr stark auf den Werten «unternehmerisches Denken und Handeln», «Bescheidenheit» (d.h. niemand steht im Zentrum) und «Zusammenarbeit» auf. Ein sehr spannender Gegenpol zum Silodenken in vielen Organisationen.

Wie gross ist die Bedeutung des #GivingTuesday in anderen Ländern, und wie verbreitet ist er überhaupt?

In den USA hat der #GivingTuesday inzwischen den 31. Dezember als stärksten Online-Spenden-Tag im Jahr überholt, und er motiviert alle Spendergruppen überdurchschnittlich. Letztes Jahr haben Menschen aus weltweit über 150 Ländern am #GivingTuesday teilgenommen. Aktuell besteht in knapp 50 Ländern eine aktive #GivingTuesday-Bewegung, um diesen Tag des Gebens zu fördern.

Was bedeutet der #GivingTuesday für Sie persönlich, und wie motivieren Sie andere, an diesem Tag mit eigenen Aktionen und Ideen teilzunehmen?

Ich finde den #GivingTuesday eine gute Möglichkeit, die Tradition des Gebens in der Schweiz weiterzuführen und neue sowie jüngere Zielgruppen mit diesem Thema anzusprechen. Persönlich spende ich immer wieder gerne, gerade auch wenn mich eine Aktion speziell anspricht. Und in diesem Sinne motiviere ich andere, sich an diesem Tag zu engagieren. Viele haben eine Geschichte zu erzählen – eine, die das Herz berührt. Und #GivingTuesday bietet die Plattform, einer breiteren Öffentlichkeit diese Geschichte zu erzählen und Unterstützung zu bekommen.

Marc-André Pradervand

Erfahrener Fundraiser: Marc-André Pradervand ist seit 18 Jahren als Fundraiser tätig und hat bei Organisationen wie UNICEF, Save the Children, World Vision und Médecins Sans Frontières (MSF) leitende Positionen innegehabt. Aktuell ist er Leiter Fundraising der Stiftung Synapsis – Alzheimer Forschung Schweiz AFS und Mitglied der Arbeitsgruppe #GivingTuesday von Swissfundraising. Er engagiert sich auch in der Arbeitsgruppe, die den jährlichen SwissFundraisingDay, die wichtigste Fundraising-Tagung in der Schweiz, vorbereitet.



Der #GivingTuesday wird in der Schweiz von Swissfundraising betreut. Alle Interessierten – ob etablierte NPO, Firmen, Städte oder Einzelpersonen – sind aufgerufen, sich mit eigenen Aktionen und Projekten zu engagieren.

#GivingTuesday – eine Kampagne auch für Werber/-innen und Unternehmen!

Der #GivingTuesday ist eine offene Bewegung, die an einem Tag weltweit Menschen für soziales Engagement mobilisiert. Helfen, schenken, spenden, teilen – jedes Engagement zählt. Dieses Jahr feiert die Schweiz bereits zum dritten Mal den Tag des Gebens, und zwar am Dienstag, 27. November 2018.

Der #GivingTuesday ist der weltweite Tag des Gebens. Er lenkt die Aufmerksamkeit – während des Weihnachts-Shoppings, das in vielen Ländern mit dem «Black Friday» startet – auf die Themen Geben, Schenken und Spenden. Dieses Jahr findet der #GivingTuesday am Dienstag, 27. November, statt. Seit er 2012 ins Leben gerufen wurde, haben sich bereits über 40 000 Unternehmen und Organisationen in mehr als 70 Ländern angeschlossen. In der Schweiz beteiligten sich im letzten Jahr fast 100 Partner.

Ein guter Tag zum Geben

Swissfundraising, der Schweizer Verband der Fundraiserinnen und Fundraiser, initiiert wie schon zuvor auch den #GivingTuesday 2018 in der Schweiz. «An diesem Tag tun Menschen Gutes und nutzen die Power des #GivingTuesday dazu, so viele Menschen wie möglich für ihr Projekt zu begeistern», hält Roger Tinner, Geschäftsführer von Swissfundraising, fest. Jede/jeder kann mitmachen und ist frei, sich kreativ mit eigenen Aktionen

in die Bewegung einzubringen. Mit gemeinsamen Projekten und Ideen kann sich der #GivingTuesday auch in der Schweiz etablieren. Swissfundraising fordert nicht nur alle Non-Profit-Organisationen, sondern auch alle Schweizerinnen und Schweizer dazu auf, sich einzubringen, Familie und Freunde zu motivieren und zusammen am #GivingTuesday etwas Gutes zu tun. Besonders geeignet ist die Kampagne auch für Unternehmen, die das eigene Engagement und jenes der Mitarbeitenden sichtbar machen und in den Dienst einer weltweiten Bewegung stellen will.

Engagement sichtbar machen

Jede/jeder, die/der eine Idee hat, kann dieses Projekt auf www.givingtuesday.ch einreichen und so ein Teil der weltweiten Bewegung werden. Und mit dem Hashtag #GivingTuesdayCH kann die eigene Kampagne/Idee schnell verbreitet werden. Gemeinsam Gutes tun – für eine bessere Zukunft.

www.givingtuesday.ch