

Pink Ribbon Schweiz – mit neuen Impulsen und Projekten auf Erfolgskurs

Die Organisation Pink Ribbon Schweiz setzt sich seit 2007 für die Aufklärung über Brustkrebs ein. Mit unterschiedlichen Events und Kampagnen wird die Bevölkerung auf die Wichtigkeit der Früherkennung aufmerksam gemacht und den Betroffenen und Angehörigen Solidarität gezeigt. Neben etablierten Events wie der «Pink Ribbon Charity Walk», die Golfturniere oder die Benefiz-Gala sorgt die Organisation mit neuen Ideen für Aufmerksamkeit und bietet unterschiedlichen Sponsoren attraktive Kooperationsmöglichkeiten an.



von
Nicole Zindel
Gründerin von
Pink Ribbon Schweiz
nicole.zindel@2ccom.ch



Brustkrebs ist mit 6500 Diagnosen jährlich die häufigste Krebsart bei Frauen in der Schweiz. Seit 16 Jahren setzt sich Pink Ribbon Schweiz im Kampf gegen Brustkrebs ein und wird durch zahlreiche Partnerschaften unterstützt. Neu sind dieses Jahr alle Migros-Fachmärkte als Hauptsponsoren bei verschiedenen Projekten eingestiegen. «Wir sind sehr stolz, mit den Migros Fachmärkten seit Januar 2023 Partner von Pink Ribbon Schweiz zu sein. Es ist uns wichtig, ein Zeichen zu setzen und die Botschaft von Pink Ribbon nach aussen zu tragen. Zu helfen, die breite Bevölkerung, unsere Kunden und Mitarbeitenden für dieses Thema zu sensibilisieren, ist für uns eine Herzensangelegenheit», meint Patrik Pörtig, CEO der Migros Fachmärkte zur neuen Partnerschaft.

«Migros Do it + Garden» als Presenting Partner des legendären «Pink Ribbon Charity Walks» setzt ein eindrückliches Zeichen der Solidarität: Mit 1400 Calluna-Blumentöpfen, die das Infield des Stadion Letzigrund zieren, wird symbolisch gezeigt, wie viele Frauen den Kampf gegen Brustkrebs in der Schweiz jedes Jahr noch immer verlieren. «Gemeinsam mit Pink Ribbon möchten wir diese Zahl reduzieren, Forschungsprojekte vorantreiben und allen Betroffenen und Angehörigen zeigen, dass sie nicht allein sind», so Pörtig. Er möchte mit den Fachmärkten «Migros Do it + Garden», «SportXX», «melectronics», «Micasa» und «Bike World» dieses Jahr das grösste Laufteam stellen und mit 500 Mitarbeitenden an den Start des Charity Walks 2023 gehen.



Beim jährlichen «Pink Ribbon Charity Walk» formen 5000 Teilnehmende eine menschliche Solidaritätsschleife. Bilder: zVg

Pinkes Fondue sorgt für Aufmerksamkeit

Während der Pandemie konnte Pink Ribbon mit kreativen Ideen mehr Spenden sammeln als je zuvor. Neben den klassischen Events wurden neue Möglichkeiten mit diversen Partnern gesucht, um Spenden zu generieren und Awareness zu schaffen. So lancierte die Migros im Oktober 2021 ein pinkes Fondue zugunsten der Organisation, von dem während des ganzen Monats zwei Franken pro Verkauf gespendet wurden. Diese Promotion war so erfolgreich, dass noch diverse weitere pinke Migros-Produkte hinzukamen.

Zum Start der Aktion, und um das 15-jährige Bestehen von Pink Ribbon Schweiz zu zelebrieren, wurde im letzten Oktober ein Fondue-Abend lanciert. In gemütlicher Alphütten-Atmosphäre konnte die Community das pinke Fondue und ein stimmungsvolles Konzert der Pink-Ribbon-Ambassadoren geniessen. Auch in diesem Oktober wird die Migros sechs Produkte der Organisation ins Sortiment aufnehmen.

Mittelbeschaffung

Die Pink-Ribbon-Events werden ausschliesslich über Sponsoringpartnerschaften finanziert. In

schwierigen Zeiten wie diesen, in denen die Marketinggelder sorgfältig eingesetzt werden müssen, reicht es vielen Firmen nicht mehr, nur ihr Logo auf Drucksachen zu sehen. Gerade bei der Unterstützung von Charity-Projekten möchten die Partner einen Mehrwert für die eigene Community schaffen und positive Geschichten erzählen können. Aus diesem Grund hat Ochsner Shoes eine Pink-Ribbon-Schuhkollektion lanciert, wobei die Community das Design sowie die Farben und Materialien mitbestimmen durfte. «Pink Ribbon ist für uns mehr als eine Sponsoringpartnerschaft, es ist eine Herzensangelegenheit aller Mitarbeitenden von Ochsner Shoes. Als Unternehmen sehen wir eine Verantwortung darin, mit unserer Grösse auf das Thema Brustkrebs aufmerksam zu machen und zu sensibilisieren. Mit unserer Schuhkollektion verkörpern wir unsere Leidenschaft für Pink Ribbon Schweiz und teilen sie mit der Kundschaft», sagt Claude Bucher, CEO von Ochsner Shoes.

Nachhaltige Events

Pink Ribbon legt bei ihren Events Wert darauf, dass sie nachhaltig und möglichst klimaneutral sind. Dies ist auch ein Anliegen vieler Partner, die sich bemühen, umweltschonende und lokale Produkte anzubieten und möglichst auf viel Verpack-

ungsmaterial zu verzichten. Die Firma Medela, die Partnerin der ersten Stunde der Organisation ist, kompensiert seit letztem Jahr sämtliche CO₂-Emissionen des Charity Walks und macht somit den grössten Brustkrebs-Event der Schweiz klimaneutral.

Mehr Awareness mit zahlreichen Ambassadors

Seit der Gründung von Pink Ribbon Schweiz unterstützen zahlreiche prominente Persönlichkeiten die Brustkrebsprojekte als Ambassadors: Dazu gehören Moderatoren wie Sven Epiney oder Linda Fäh, Musiker wie Jesse Ritch, Tiziana Gulino, Eliane Müller, Marc Storace oder Caroline Chevin, Stylisten wie Luisa Rossi oder Clifford Lilley, Models wie Manuela Frey oder Christa Rigozzi, Sportler wie Sarah van Berkel, Franco Marvulli oder Denise Biellmann, Star-Choreograf Curtis Burger, Comedian Claudio Zuccolini oder Starkoch Anton Mosimann. Sie alle stehen mit viel Herzblut hinter der Initiative und setzen sich sowohl bei den Events wie auch als Testimonials von Kampagnen für den guten Zweck ein. Diese grosse Unterstützung ist mit Sicherheit einer der Erfolgsfaktoren von Pink Ribbon, denn mit unzähligen Posts auf den sozialen Medien helfen die Botschafter, Aufmerksamkeit für das Thema Brustkrebs zu schaffen.

Neue Christmas-Gala

Die letztjährige «Pink Ribbon Gala» wurde erstmals als Christmas-Gala im Ballsaal des Dolder Grand Hotels in Zürich durchgeführt. Dafür war der Superstar Ronan Keating als Special Act ehrenamtlich aufgetreten und hat mit Duetten gemeinsam mit den Ambassadors Eliane Müller, Luca Hänni, Tiziana Gulino und Jesse Ritch für emotionale Gänsehautmomente gesorgt.

Nach der offiziellen Aufschaltung der Onlineanmeldung war der Event nach gerade mal sieben Minuten ausgebucht. Mit einer spektakulären Auktion sowie Spenden wurden an nur einem Abend 185'000 Franken gesammelt. Dies zeigt die enorme Solidarität der Community auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

Die nächste «Pink Ribbon Christmas Gala» findet am 25. November 2023 wiederum im Dolder Grand Hotel statt. Die Spendengelder fliessen dieses Jahr in die Brustkrebsstudie «Vision I», die durch den Leiter des Brustzentrums Zürich, Christoph Tausch, initialisiert wurde und den Betroffenen eine schonendere Behandlung verspricht. Für die Gala 2023 gibt es noch unverkaufte Sponsoringpakete.

Die Erfolgsgeschichte geht weiter

Pink Ribbon Schweiz hat über die letzten Jahre über 2,5 Millionen Schweizer Franken für unterschiedliche Brustkrebsstudien, Forschungsprojekte oder Direkthilfe für Patientinnen gesammelt. Trotz unsicherer Zeiten unterstützen immer mehr Unternehmen die wichtige Arbeit der Organisation. Die Charity-Events sind jeweils innert kürzester Zeit ausgebucht, wie etwa der diesjährige Yoga-Event, an dem sich innerhalb weniger Stunden 200 Teilnehmende angemeldet haben.

Auch für die Zukunft bestehen grosse Pläne: 2025 soll ein Musical unter dem Motto «Zäme simer stercher» lanciert werden. Die Story ist geschrieben, die Songs sind am Entstehen und der Cast ist so gut wie bestimmt. Nun fehlen nur noch eine passende Location sowie engagierte Partner, die diese Idee gemeinsam mit Pink Ribbon Schweiz umsetzen wollen.



Die Pink-Ribbon-Ambassadors Tiziana Gulino und Sven Epiney beim Fondue-Event.



DJ Bobo und seine Frau Nancy spielen bei den Pink-Ribbon-Golfturnieren.



Der Musiker Ronan Keating bei einem Auftritt an der «Pink Ribbon Gala».

Pink Ribbon Schweiz 2C Communication GmbH

Im Leisibühl 21
8044 Gockhausen
Telefon 044 980 62 00
info@pink-ribbon.ch
www.2ccom.ch
www.pink-ribbon.ch
www.pink-golftour.ch
www.schleifenroute.ch