

Interview mit Petra Itzinger, ehemals Mitarbeiterin bei Bosch Power Tools in Leinfelden im Marketing, Bereich internationale Werbung



„Jeder gespendete Euro fließt zu 100 % direkt in die Projekte und die Hilfe für Kinder in Not.“

Welche Berührungspunkte haben Sie zu Primavera?

Lange vor meinem Austritt aus dem Unternehmen und Einstieg in das “neue” Dasein, als nicht mehr aktive Bosch-Mitarbeiterin, suchte ich nach einer Beschäftigung mit einem gewissem Anspruch, aber vor allem nach einer Aufgabe, innerhalb derer ich anderen Menschen und vor allem Kindern helfen konnte. So wurde ich auf Primavera aufmerksam und was ich erfuhr, überzeugte mich sofort.

Was mich allerdings sehr überraschte, war die Tatsache, dass zu jener Zeit nur wenige Mitarbeiter von dieser Initiative wussten.

Ich bewarb mich daher um Unterstützung im kommunikativen Bereich. Frau Waas-Frey hat mich in der Anfangszeit sehr unterstützt, bis ich die Erstellung einzelner Kommunikationsmittel selbständig übernehmen konnte (Primavers News u.a.).

Heute ist Primavera weit bekannt, hat mehr als 1000 Mitglieder und wächst stetig weiter.

Wie und wann sind Sie zum ersten Mal in Kontakt mit Primavera gekommen?

Das war etwa im Jahr 2008.

Was ist Ihre Motivation Primavera zu unterstützen?

Es ist vor allem das professionelle Vorgehen, was konsequent angewandt wird. Alle Projekte werden nach einem definierten Profil ausgewählt und befinden sich jeweils in der Nähe von Bosch-Standorten in Schwellen- und Drittländern. So können alle Projekte vor Ort geprüft und durch ehrenamtlich tätige Bosch-Mitarbeiter unterstützt werden.

Was macht Primavera für Sie einzigartig?

Für Primavera fallen keine Verwaltungskosten an, so dass eines der schlagenden Argumente für Primavera ist: Jeder gespendete Euro fließt zu 100 % direkt in die Projekte und die Hilfe für Kinder in Not.

Gab es einen besonderen Primavera Moment für Sie?

Ja, es war das erste Mal, dass ich bei der Bosch-Veranstaltung Boxberg-Klassik Lose für die Primavera-Tombola verkaufte und ich war positiv darüber überrascht, dass die meisten der 300 Personen viel über Primavera wussten und sie nicht nur vom Spieltrieb geleitet wurden, sondern von der Tatsache, dass der Erlös über den Losverkauf wirklich für einen guten Zweck ist und zu 100 % bei den Kindern/Jugendlichen ankommt.

Es ist für mich ein sehr gutes Gefühl, mich für die gute Sache Primavera einzubringen und Kindern /Jugendlichen dabei zu helfen, durch Schul- und Berufsausbildung den Weg in ein selbstbestimmtes Leben und damit eine bessere Zukunft zu finden.