

Der gemeinnützige Verein Surprise unterstützt seit 1998 armutsbetroffene und sozial ausgegrenzte Menschen in der Schweiz. Mit Erwerbsmöglichkeiten, Angeboten zur Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und niederschwelliger Sozialberatung eröffnet Surprise ihnen Perspektiven und Handlungsfelder. Diese Hilfe zur Selbsthilfe aktiviert die Fähigkeiten der Menschen und wirkt dadurch nachhaltig. Surprise sensibilisiert die Öffentlichkeit für Armut, Ausgrenzung und soziale Gerechtigkeit, stellt fachliche Expertise zur Verfügung und wirbt für gesellschaftliche Vielfalt.

Die Begleitung und Befähigung armutsbetroffener und sozial ausgegrenzter Menschen verbindet die Angebote von Surprise miteinander: das Strassenmagazin «Surprise», die Sozialen Stadtrundgänge, den Strassenfussball, den Strassenchor, die Textwerkstatt, den Schulworkshop «Surprise macht Schule», das Projekt «frauen@surprise», das gastronomische Solidaritätsnetzwerk Café Surprise, die Job- und Förderprogramme SurPlus und Chancen-Arbeitsplatz sowie die niederschwellige Sozialberatung und -begleitung an den vier Standorten Basel, Bern, Zürich und Aarau.

Als Unternehmen mit einem sozialen Zweck arbeitet Surprise nicht gewinnorientiert und finanziert sich und seine Angebote ohne staatliche Gelder.

HIGHLIGHTS 2025



Grosses geleistet

Genau 525 «Surprise»-Verkäufer*innen brachten insgesamt 433'942 Strassenmagazine an die Kundschaft. So erwirtschafteten sie für sich einen Lohn von rund CHF 1,7 Mio.



Eine Tasse Solidarität

In 145 Cafés, Bars, Restaurants, Bistros, Quartiertreffpunkten, Bäckereien, Läden, Kaffeeröstereien und Kollektiven wurde Solidarität gelebt. Hier konnte anonym ein Café Surprise spendiert oder konsumiert werden.



Expert*innen der Strasse

Das Fachwissen der fünfzehn Surprise-Stadtführer*innen über verschiedene Armutsthemen wird immer mehr anerkannt und geschätzt. 2025 hörten ihnen 17'933 Besucher*innen auf 1'148 Sozialen Stadtrundgängen gespannt zu.



Nah dran

Unsere Sozialarbeiter*innen unterstützten die «Surprise»-Verkäufer*innen und die Angebotsteilnehmer*innen in über 3'877 Stunden beim Lösen von Problemen.



Das Runde und das Eckige

Ein aktives Fussballjahr erlebten wir mit 300 Spieler*innen in 38 Teams, die an vier Turnieren kickten. Unsere Nati nahm an zwei internationalen Wettbewerben teil – einer davon war von uns selbst organisiert.



Heftverkauf ankurbeln

«Lesen hilft, kaufen lohnt» war das Motto unserer Marketing-Kampagne für das Heft. Bereichsübergreifend konnten wir den Rückgang der Absatzzahlen abschwächen.



Stimmungsvoll

Unsere dreissig Sänger*innen liessen an achtzehn Auftritten ihre Stimmen erklingen – so oft wie noch nie zuvor. Der Zusammenhalt der Gruppe ist noch immer überwältigend.



Weniger Bargeld

Um dem Trend zum bargeldlosen Bezahlen gerecht zu werden, kann «Surprise» seit 2022 mit TWINT bezahlt werden. Im letzten Jahr nutzten Kund*innen diese Möglichkeit fast 20'000 Mal.

Mehr Informationen gibt es im Jahresbericht unter [surprise.ngo/jahresbericht2025](https://www.surprise.ngo/jahresbericht2025)