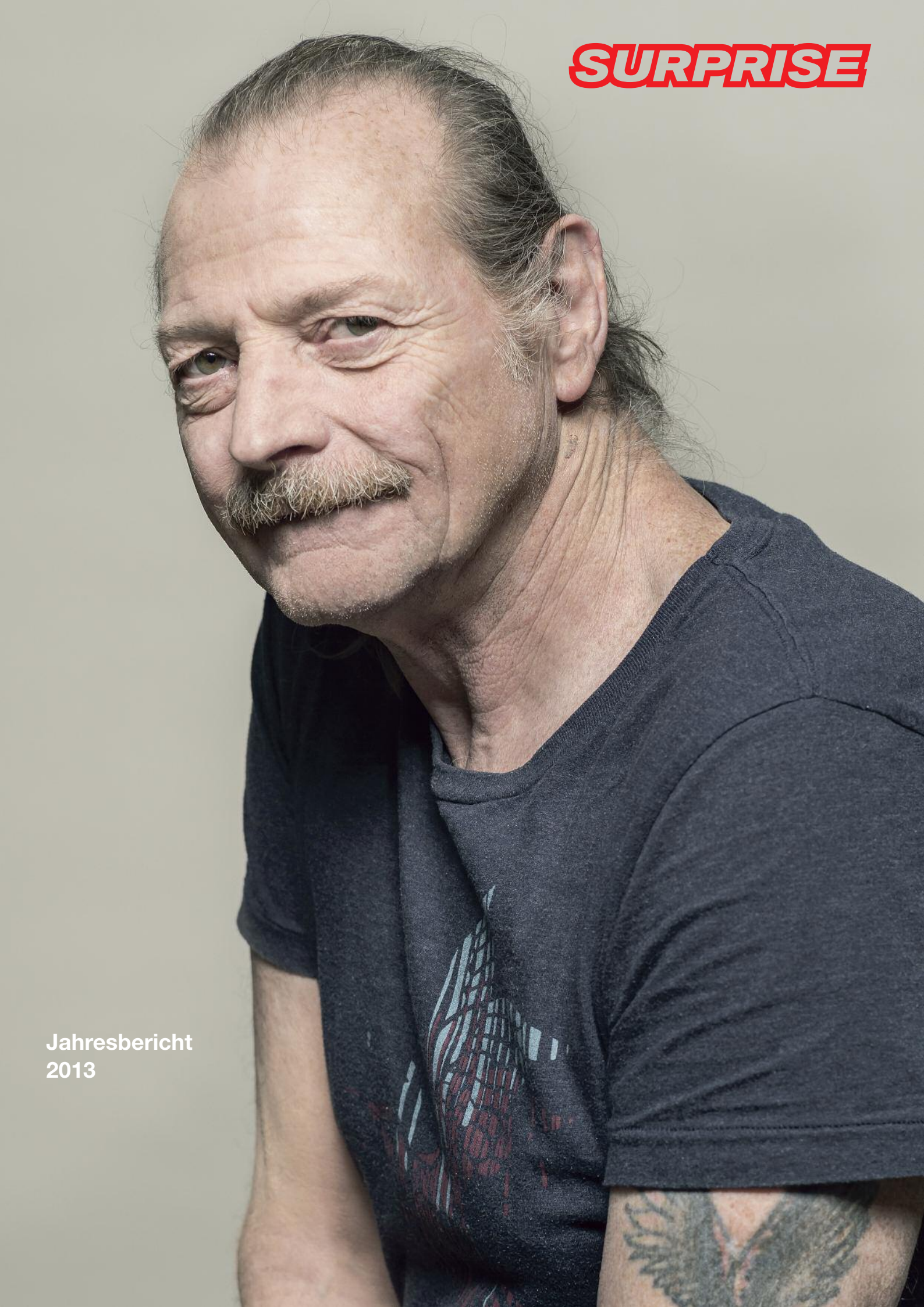
SURPRISE



Jahresbericht 2013

Titelseite: Rolf Mauti, Stadtführer beim «Sozialen Stadtrundgang» und Sänger im Surprise Strassenchor.
Rückseite: Nadine Gartmann, Sängerin im Surprise Strassenchor.

Inhalt

5 Vorstandspräsident Peter Aebersold:
«Surprise soll weiter zusammenwachsen»

7 Geschäftsleiterin Paola Gallo:
«Wir wollen uns als soziales Unternehmen positionieren»

9 Redaktor Florian Blumer:
«Sonderhefte sind unsere Highlights»

13 Vertriebs-Mitarbeiterin Anette Metzner:
«Der Bedarf an Betreuung hat stark zugenommen»

15 Projektleiterin Lavinia Biert:
«Der Surprise Strassensport hat Vorbildcharakter»

19 Projektleiterin Paloma Selma:
«Der Strassenchor bedeutet Gemeinschaft»

21 Stv. Geschäftsleiterin Sybille Roter:
«Der Stadtrundgang soll Armut sichtbar machen»

23 Fundraising-Mitarbeiter Christian von Allmen:
«Surprise ist eine starke Marke»

24 Betriebsrechnung 2013
25 Organisation
26 Verein Surprise

Das unvollständige Surprise-Team (von links nach rechts): Lavinia Biert, Amir Ali, Nicole Mathys, Mena Kost, Tarek Sayed Islami, Sybille Roter, Paola Gallo, Christian von Allmen, Paloma Selma, Florian Blumer, Olivier Joliat.

Carole Erlemann Mengue, Torhüterin in der Surprise Strassenfussball-Liga.

Vorstandspräsident Peter Aebersold
über die «Surprise-Familie», Investitionen und Spendenvolumen

«Surprise soll weiter zusammenwachsen»

2013 war ein erfolgreiches Jahr für Surprise. Ein Grund hierfür war das 15. Jubiläumsjahr von Surprise mit vielen Anlässen und innovativen Projekten. Auch finanziell war 2013 ein gutes Jahr. Das künftige Ziel ist eine noch engere Zusammenarbeit der einzelnen Abteilungen.

Wie verlief das Geschäftsjahr 2013 aus der Sicht des Vorstands?
Sehr erfreulich – bereits im November begann der Vorstand mit einem positiven Ergebnis zu rechnen. Die grosse Überraschung kam im Dezember: Sowohl die Heftverkäufe als auch das Spendenvolumen übertrafen unsere Erwartungen. Ein schönes Weihnachtsgeschenk nach den finanziell weniger erfolgreichen Jahresabschlüssen!

Surprise ist eine Non-Profit-Organisation. Wie investiert Surprise diese Erträge?
Wir können dadurch unsere neuen Projekte rascher vorantreiben. Den in Zürich geplanten «Sozialen Stadtrundgang» nach dem Vorbild in Basel sowie das Projekt Café Surprise, welches wir ab 2014 starten, können wir dadurch teilfinanzieren. Zudem konnten wir das Defizit ausgleichen, mit dem wir im Vorjahr abgeschlossen hatten. Darüber hinaus ist es möglich, eine kleine Reserve anzulegen. Diese sichert die Löhne der 24 Teilzeitstellen des Surprise-Teams und die verschiedenen Chancen-Arbeitsplätze in den Vertrieben Basel und Zürich. Diese Reserve verschafft uns nach vielen Jahren einen gewissen Spielraum.

Surprise konnte 2013 mehr Spenden generieren. Worauf führen Sie das zurück?
Nicht zuletzt auf die grosse Präsenz von Surprise im Jubiläumsjahr. Surprise organisierte diverse Anlässe und neue Projekte, die in der Öffentlichkeit und von den Spendern wahrgenommen wurden. Wir waren gut sichtbar und hatten eine breite Resonanz in den Medien. Nicht zuletzt mit dem ersten «Sozialen Stadtrundgang» dieser Art in der Schweiz, der die Armut in unserem Land sichtbar macht. Unserem Ziel, als soziales Unternehmen in der ganzen Deutschschweiz wahrgenommen zu werden, sind wir erneut etwas näher gekommen.

Welche Rolle spielte dabei der Vorstand?
Wir haben uns im letzten Geschäftsjahr besser mit dem Betrieb Surprise vernetzt. Die einzelnen Mitglieder des Vorstands sind für bestimmte Ressorts zuständig und stehen im regelmässigen Kontakt mit der Organisation: So sind beispielsweise die Finanz- oder Personalverantwortlichen Roger Meier und Urban Zenhäusern häufig vor Ort und spüren rasch, wo der Schuh drückt. Als Präsident des Vorstands arbeite ich eng mit der Geschäftsleiterin Paola Gallo zusammen und bereite mit ihr die Geschäfte des Vorstands vor. Hierdurch sind die Entscheide breiter abgestützt. Zudem wirken mit Heidy Steffen, Ueli Tecklenburg und Matthias Oesch engagierte Persönlichkeiten mit einem breiten Erfahrungsfundus aus anderen Regionen im Vorstand mit. Das trägt dazu bei, dass wir nicht nur in Basel, sondern auch in Bern, Zürich und Luzern inzwischen besser mit den Behörden vernetzt sind – und dank Nationalrat Beat Jans auch beim Bund prominent vertreten sind.

Wie verlief die für Surprise wichtige Zusammenarbeit mit den kantonalen Behörden?
Diese entwickelte sich gut: Der Kanton Zürich etwa wurde ein sehr guter Partner. Auch in Baselland zeichnet sich eine Lösung für die Verkaufenden mit F-Bewilligung ab. Es ist eine aufwändige Arbeit, weil jeder Kanton andere Rahmenbedingungen hat – aber die Mühe lohnt sich. Die gute Vernetzung der Vorstandsmitglieder wirkte sich sehr positiv aus. Generell ist die Kommunikation zwischen dem Betrieb und dem Vorstand mit dieser neuen Ressortverteilung gut eingespielt. Wir sind alle gemeinsam für das gute Gelingen von Surprise verantwortlich.

In welche Richtung soll sich Surprise weiterentwickeln?
Neben den gesellschaftlichen Veränderungen hat auch Surprise in den letzten 15 Jahren verschiedene Entwicklungen durchgemacht. Vor ein paar Jahren noch galten die Verkaufenden als selbständige Unternehmer. Beispielsweise war es ein erklärtes Ziel, einzelne von ihnen wieder auf dem ersten Arbeitsmarkt zu integrieren. Heute steht Surprise als niederschwelliges Projekt für die soziale Integration der Verkaufenden. Sie sind Teil der grossen «Surprise-Familie» und sollen sich angenommen fühlen – sich mit dem Betrieb identifizieren. Im Strassenchor und im Strassensport ist diese starke Gemeinschaft bereits spürbar. Auch der Vorstand will für die Verkaufenden fassbarer werden. Deshalb haben wir allen zum Jahresende einen Dankesbrief und ein kleines Präsent verteilt. Das sind kleine, aber wichtige Zeichen. Surprise soll weiter zusammenwachsen, das ist unser erklärtes Ziel. Zudem geht mein Dank wie immer an alle, die Surprise seit vielen Jahren unterstützen.

2013 in Kürze

- Surprise feierte mit verschiedenen Aktivitäten und Anlässen sein 15-jähriges Bestehen und das 300. Heft.
- Ein Höhepunkt im Jubiläumsjahr: das Benefizkonzert des Basler Sinfonieorchesters im Tinguely Museum.
- Im August wurde die GmbH auch im Handelsregister gelöscht. Das war der Abschluss einer mehrjährigen Änderung der Rechtsform.
- Neu arbeitet Gabriela Wawrinka, Geschäftsleiterin vom Kurszentrum K5, im Vorstand mit. Sie verfügt über eine breite Erfahrung und viel Wissen im Bereich Bildung und Migration.
- Verbesserte Instrumente für das Controlling und Reporting machten eine straffere Finanzplanung möglich.

Fabian Schläfli, Surprise-Verkäufer und Sänger im Surprise Strassenchor.

Geschäftsleiterin Paola Gallo
über volkswirtschaftliche Studien, symbolträchtige Tage und internen Austausch

«Wir wollen uns als soziales Unternehmen positionieren»

Das Motto des vergangenen Jahres hiess: «Surprise – mehr als ein Strassenmagazin». Künftig sollen die Wirkungen des Unternehmens für alle noch sichtbarer werden.

Welches Ereignis aus dem vergangenen Surprise-Jahr ist Ihnen besonders in Erinnerung?
Eine wunderbare Sache war das Image-Video, welches tpc, eine Tochterfirma des SRF, uns zum 15-jährigen Jubiläum schenkte. Ein grosser Teil des Betriebs reiste für die Aufnahmen nach Zürich. Von den Verkaufenden über den Chor und die Fussballer bis zur Redaktion waren alle vertreten. Ein sehr symbolträchtiger Tag für uns. Der Titel der Produktion lautete «Surprise – mehr als ein Strassenmagazin». Das war auch das Motto für unser Jubiläumsjahr 2013.

Was heisst das genau?
Surprise ist kein Projekt mehr, sondern ein soziales Unternehmen, das nach marktwirtschaftlichen Kriterien funktioniert. Wir sind kein Beschäftigungsprogramm und werden nicht vom Staat subventioniert. Mit unserer Arbeit unterstützen wir die Gesellschaft. Vor allem entlastet Surprise die Sozialwerke. Wir bieten Arbeitsplätze und begleiten Menschen in Schwierigkeiten. Und wir agieren als Vermittler zwischen diesen Menschen, den Behörden und den Institutionen. Höchste Zeit, dass wir unsere Leistungen sichtbarer machen.

An der Fachhochschule Olten läuft derzeit eine Studie zum Thema «Soziale Firmen». Geht es hierbei auch um Surprise?
Ja, die Studie befasst sich in einer betriebs- und volkswirtschaftlichen Analyse mit ausgewählten Sozialfirmen. An dieser Studie nimmt Surprise teil. Die Resultate der Studie werden uns helfen, die Wirkung von Surprise klarer aufzuzeigen.

Was muss Surprise unternehmen, damit eine noch breitere Öffentlichkeit die Leistungen des Unternehmens anerkennt?
Die Position des Magazins in der Medienlandschaft muss weiter gestärkt werden. Wir produzieren schon lange ein professionelles und überaus lesenwertes Heft. Beim INSP, der internationalen Organisation der Strassenzeitungen weltweit, haben wir schon länger einen ausgezeichneten Ruf. In der Schweiz konnten wir letztes Jahr zwei Artikel in anderen Medien platzieren. Das sind erste Erfolge. Auf einer anderen Ebene wollen wir unser Know-how in Sachen Armut und Ausgrenzung verdeutlichen. Auf diesem Gebiet sind wir Fachleute – und dank dieser Kompetenz wollen wir uns in den gesellschaftlichen Diskurs einmischen.

Es geht also nicht zuletzt darum, das vorhandene Know-how und Fachwissen vermehrt zur Verfügung zu stellen?
Genau. Das machen wir auch schon. So hat beispielsweise die Hochschule für Soziale Arbeit der FHNW unseren «Sozialen Stadtrundgang» bereits als festen Bestandteil in ihre Studiengänge integriert. Jetzt geht es darum, weitere entsprechende Möglichkeiten wahrzunehmen. Hierfür braucht es noch Vor- und Aufbauarbeit. Unser Ziel ist, in verschiedenen Gremien, etwa bei der Armutskonferenz des Bundes, mitzuwirken. Wir wollen uns bewähren und uns besser vernetzen. Das stärkt unseren Ruf und schafft mehr Aufmerksamkeit, was wiederum unseren Verkaufenden zugute kommt. Das sind unsere Schwerpunkte für das Jahr 2014.

Wie steht der Betrieb heute da?
Der Betrieb ist stabil und zukunftsorientiert. Auch intern galt 2013 das Motto «Surprise – mehr als ein Strassenmagazin». Wir haben die nötigen Gefässe für den internen Austausch geschaffen. Mittlerweile stellen alle Bereiche ihre Jahresziele an einer Betriebssitzung vor. Wir verfolgen in den verschiedenen Bereichen und Projekten das gleiche Ziel: Surprise setzt sich gegen Armut und Ausgrenzung ein.

2013 in Kürze

- Das Jubiläumsjahr war voller Höhepunkte: das Benefizkonzert des Sinfonieorchesters Basel, die Produktion des Imagevideos, das 300. Heft oder der Auftritt von Surprise am Wildwuchs Festival Basel.
- Der «Soziale Stadtrundgang» wurde als Jubiläumsprojekt ein voller Erfolg. Ein grosser Dank gebührt der Christoph Merian Stiftung, die das Projekt von Anfang an grosszügig unterstützte.
- Im Jubiläumsjahr erhielten wir viel Aufmerksamkeit in den Medien: zwei Berichte in der Coopzeitung, zwei Sendungen auf SRF2 Kultur und über 40 Berichte zum «Sozialen Stadtrundgang» in verschiedenen Medien.
- Erfolge gab es in der Zusammenarbeit mit den Behörden: Heute können in zehn Kantonen Personen mit F-Bewilligung Surprise verkaufen. Im Kanton Basel-Landschaft steht der Entscheid noch aus.
- Ein tolles Signal aus Bern: Das Bundesamt für Migration wird einen Empfehlungsbrief für die Kantone formulieren. Darin sind auch die rechtlichen Grundlagen beschrieben, nach denen Menschen mit F-Bewilligung Surprise verkaufen können.
- Als einzige Institution haben wir mit der SBB einen Vertrag, der uns erlaubt, Surprise an Bahnhöfen zu verkaufen.
- Ein organisatorisches Highlight: Im August wurde die GmbH endlich liquidiert.
- Paola Gallo wurde am INSP-Kongress in München in den Vorstand der internationalen Organisation gewählt. Das stärkt die Position von Surprise im In- und Ausland.
- Neue Ideen für 2014: Caffè Sospeso für bedürftige Menschen – oder Café Surprise – startet im April in Basel, Bern und Zürich in ausgewählten Lokalen. Wer einen Kaffee konsumiert, kann einen weiteren bezahlen und spendet somit ein warmes Getränk – eine Tasse Solidarität!

Tarek Sayed Islami, Coach und Spieler in der Surprise Strassenfussball-Liga sowie Chancenplatz-Mitarbeiter im Vertrieb Basel.

Redaktor Florian Blumer
über Lesevergnügen, renommierte Schrifstellerinnen und den Aufbau einer Internet-Community

«Sonderhefte sind unsere Highlights»

Als gut eingespieltes Team konzentrierte sich die Surprise-Redaktion 2013 auf mehrere Sonderhefte und starke Geschichten. Ins neue Jahr startet sie mit einem neuen Redaktor und dem Ziel, den Online-Auftritt des Strassenmagazins Surprise zu verbessern und die Social-Media-Präsenz zu steigern

Welche Themen prägten im Rückblick die Arbeit der Redaktion?
Die vierköpfige Redaktion mit Reto Aschwanden, Diana Frei, Mena Kost und mir arbeitete 2013 bereits im dritten Jahr in der gleichen Besetzung – wir nahmen das Jahr also als eingespieltes Team in Angriff. Diese Konstanz ermöglichte es, uns im 2013 auf unser Kerngeschäft zu konzentrieren – die inhaltliche Auseinandersetzung mit aktuellen soziokulturellen und gesellschaftlichen Themen. Schliesslich ist es unser Anliegen, das Magazin laufend zu verbessern: noch spannendere Geschichten zu erzählen, noch relevantere Berichte zu bringen, letztendlich noch mehr Lesevergnügen zu bereiten. Ich denke, wir sind auf einem guten Weg. Dies zeigen auch die steigenden Auflagezahlen.

Welches waren 2013 die inhaltlichen Highlights im Magazin?
Journalistische Höhepunkte waren für uns die Themenhefte «Armut zeigen» und zur Asyl-Problematik mit Reportagen, Hintergrundberichten und Interviews. Im 300. Surprise-Heft rückten wir unsere Verkaufenden auf unkonventionelle Art ins Zentrum. Ein weiteres Highlight waren für uns auch die beiden Lesenummern im Sommer, für die renommierte Schriftstellerinnen und Schriftsteller wie Sibylle Berg oder Alex Capus exklusiv Geschichten für uns geschrieben haben – unentgeltlich. Wir wissen dieses Engagement sehr zu schätzen. Es beweist, dass Surprise in weiten Kreisen grosse Sympathie geniesst.

Der Auftritt und Inhalt von Surprise scheint internationaler geworden zu sein. Trifft dieser Eindruck zu?
Unser Fokus liegt nach wie vor auf Geschichten aus der Schweiz. Tatsächlich hatten wir letztes Jahr etwas mehr Berichte aus dem Ausland. Dies hängt damit zusammen, dass die interne Nachrichtenagentur Street News Service (SNS) des internationalen Netzwerks der über 120 weltweiten Strassenzeitungen (INSP) immer mehr professionelle Artikel und Fotos anbietet. Diese sind eine gute Ergänzung zu unseren eigenen Geschichten. In diesem Zusammenhang möchte ich einen weiteren Höhepunkt erwähnen: Unsere Geschichte «Im Nichts» im Heft Nr. 283, eine Reportage aus dem Ausreisezentrum im abgelegenen bündnerischen Valzeina, war am internationalen INSP-Kongress in München für den «Best Story Award» nominiert – eine schöne Anerkennung unserer journalistischen Arbeit.

Neben der journalistischen Tätigkeit ist auch eine gute Präsenz im Internet wichtig. Welche neuen Ideen hat die Redaktion bezüglich des Online-Auftritts?
Surprise ist und bleibt ein Strassenmagazin. Ein verbesserter Online-Auftritt könnte den Strassenverkauf zusätzlich unterstützen. Wir sind überzeugt, dass Surprise ein grosses Potenzial in Bezug auf Social Media und den Aufbau einer Internet-Community hat, da sich viele Leserinnen und Leser nicht nur mit dem Magazin, sondern auch mit der Organisation Surprise identifizieren. Auch deshalb wollen wir uns in diese Richtung weiter entwickeln.

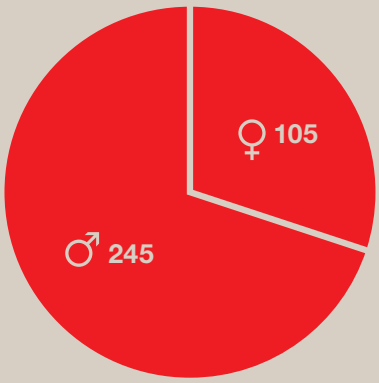
Welche Ziele hat die Redaktion für 2014?
Wir wollen uns in der Medienlandschaft besser positionieren und uns noch besser vernetzen. Unterstützt werden wir dabei auch von unserem neuen Redaktor Amir Ali, der schon als freier Mitarbeiter viele starke Geschichten für Surprise geschrieben hat. Er hat im Februar 2014 die Stelle unseres langjährigen Redaktionskollegen Reto Aschwanden übernommen, der als Produzent zur Tageswoche gewechselt hat. Amir Ali verfügt sowohl über Erfahrung im tagesaktuellen Journalismus – bei tagesanzeiger.ch – als auch im Schreiben von Hintergrund-Geschichten und Reportagen u.a. für «Die Zeit». Wir freuen uns darauf, mit ihm unsere neuen Ziele zu verfolgen und die Herausforderungen anzupacken!

2013 in Kürze

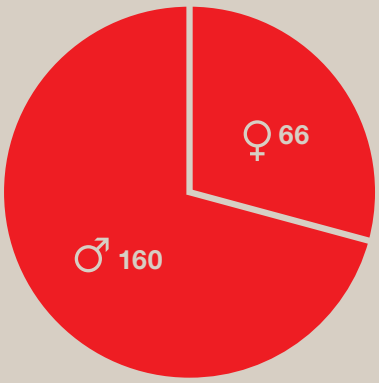
- Das vierköpfige Redaktionsteam produzierte 2013 insgesamt 25 Surprise-Ausgaben. Alle Hefte werden in gemeinsamer Verantwortung erstellt. Jede Ausgabe wird abwechselnd von einem Redaktor/einer Redaktorin als Heftverwantwortliche/r konzeptioniert und produziert.
- Sondernummern-Highlights: Das Sonderheft Nr. 300 zum 15. Jubiläumsjahr mit persönlichen Texten und Geschichten von und über Verkaufende u.a. von Ueli Maurer, Lara Stoll und Andy Egli.
- Die Sommer-Lesenummern mit exklusiv für Surprise verfassten Liebes- und Krimi-Kurzgeschichten u.a. von Sibylle Berg, Alex Capus, Charles Lewinsky und Ruth Schweikert.
- Das Spezialheft zur Lancierung des «Sozialen Stadtrundgangs» zum Thema Armut mit Interviews, Porträts und Reportagen aus Sicht der drei Stadtführer.
- Das Schwerpunktheft zum Thema Asyl mit den INSP-Award-nominierten Reportagen aus einem abgelegenen Ausweisungszentrum, einem Selbsterfahrungsbericht aus einer Flüchtlingsunterkunft in einem Zivilschutzbunker bzw. einer Reportage aus Marokko, wo tausende von Flüchtlingen stranden.
- Viel Aufmerksamkeit erhielten die Ausgaben mit Interviews u.a. mit Mike Müller, Dieter Meier, Maya Graf, Nick Cave und Robbie Williams; ein bildstarker Bericht zum Thema Landschaftsverschandelung in den Skigebieten; der persönliche Text einer Frau, die illegal eine Sans-Papier-Frau beschäftigt; ein Text über Polizeiwillkür in der Schweiz.
- Weiterbildungs-Workshop zu den Themen Covergestaltung und Bildredaktion mit Tageswoche-Creative-Director Hans-Jörg Walter und unseren Grafikern der Werbeagentur WOMM.
- Dreitägiges INSP-Treffen in München – Austausch mit anderen Redaktionen der insgesamt rund 120 Strassenzeitungen weltweit über Themen wie Covergestaltung oder digitale Zukunft der Strassenzeitungen.

Informationen zu den Surprise-Verkaufenden

Anzahl Verkaufende

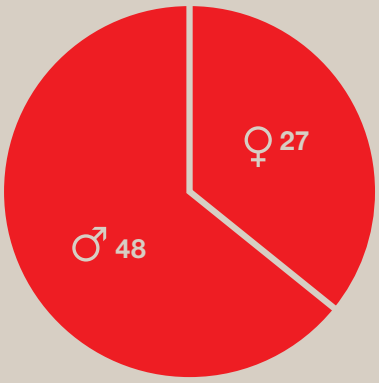


Regelmässig Verkaufende

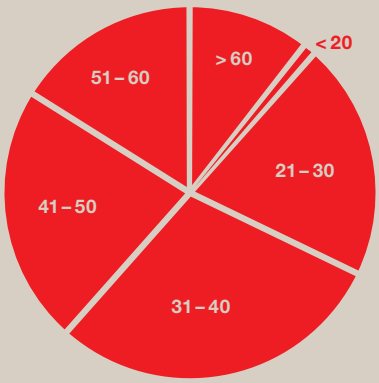


Neuanmeldungen

Austritte



Alterstruktur



Surprise gibt benachteiligten Personen durch den Verkauf des Strassenmagazins die Möglichkeit, selbstbestimmt wieder ein eigenes Einkommen zu generieren. Im Jahr 2013 haben 350 Menschen in der Deutschschweiz, denen der Arbeitsmarkt verschlossen bleibt, einen eigenen Verdienst erwirtschaftet. Sie erhalten damit eine Tagesstruktur und erleben neue Lebensfreude. Surprise entlastet die Schweizer Sozialwerke mit Integrationsprojekten in den Bereichen Beschäftigung, Arbeit, Sport und Kultur. Der Verein ist unabhängig und erhält keine staatlichen Gelder. Wir finanzieren uns mit dem Verkauf des Strassenmagazins sowie mit Spenden und Förderbeiträgen. Das journalistisch hochwertige Magazin Surprise ist das führende Strassenmagazin der Schweiz und wird fast ausschliesslich auf der Strasse verkauft.

Maxamed Aaden, Surprise-Verkäufer in Riehen.

Sokha Roth, Sänger im Surprise Strassenchor und Surprise-Verkäufer.

Vertriebs-Mitarbeiterin Anette Metzner
über die Zusammenarbeit der Vertriebe, sommerliche Grillfeste und erfolgreiche Standaktionen

«Der Bedarf an Betreuung hat stark zugenommen»

2013 gab es viele positive Entwicklungen in den drei Surprise-Vertriebsbüros: Die Atmosphäre in den Vertrieben in Basel, Bern und Zürich ist geprägt von Respekt und Vertrauen; die Verkaufenden wurden bei ihren vielseitigen Anliegen unterstützt. Zudem nahm 2013 nicht nur die Anzahl Verkaufender zu, sondern auch die Menge verkaufter Magazine.

Die Vertriebsstellen von Surprise arbeiten besonders eng mit den Verkaufenden zusammen. Wie funktioniert die Gratwanderung zwischen Sozialer Arbeit und Heftverkauf?
Auch im vergangenen Jahr haben wir in den Vertriebsbüros Basel, Bern und Zürich viele Einzelschicksale hautnah miterlebt und begleitet. Die Verkaufenden kommen zu uns, wenn Sie Unterstützung bei der Arbeits- und Wohnungssuche brauchen, oder wenn sie Beratung bei ihren finanziellen und persönlichen Sorgen benötigen. Wir übersetzen Dokumente, machen Haus- und Krankenbesuche oder vermitteln die Verkaufenden an entsprechende Anlaufstellen weiter. Allgemein stellten wir 2013 fest, dass der Bedarf an Betreuung und Beratungen stark zugenommen hat.

Von diesen Leistungen des Vertriebs erfährt die Öffentlichkeit bisher kaum.
Stimmt, deshalb möchten wir diesen Teil unserer Arbeit sichtbarer machen. Ab 2014 werden wir unsere vielseitigen Beratungstätigkeiten in einer Art Sozialbilanz erfassen. Ziel ist, unsere geleistete Arbeit kritisch zu reflektieren, Schwerpunkte in der Betreuungsarbeit auszumachen und unsere Arbeit zu optimieren.

Wie werden die rund 350 Verkaufenden weiter im Betrieb Surprise integriert?
Einige unserer Verkaufenden singen im Chor, spielen in einem Team der Strassenfussball-Liga oder haben eine neue Tätigkeit als Stadtführer beim «Sozialen Stadtrundgang». Zudem organisieren wir seit letztem Jahr ein Verkäufer-Frühstück. Einmal im Monat treffen sich die Verkaufenden im Vertriebsbüro Basel bei einem gemeinsamen Frühstücks-Brunch. Hierzu sind auch die Familienmitglieder herzlich eingeladen. Dieser Anlass wird sehr geschätzt und stärkt den Zusammenhalt. Weiter planen wir einen grösseren Ausflug mit den Verkaufenden. Viele von ihnen können sich ansonsten keine Ausflüge leisten. Überhaupt finden in allen Vertrieben jährlich viele Events statt. Die sommerlichen Grillfeste in Bern, Basel und Zürich sind jeweils ein Höhepunkt. Auch unsere Weihnachtsfeiern mit Geschenkübergabe sind immer gut besucht.

Wie verlief das Jahr 2013 aus Sicht der drei Vertriebsstellen?
In allen drei Vertriebsregionen – Basel, Zürich und Bern – konnten wir die Zahl der Verkaufenden erhöhen und mehr Magazine absetzen als im Vorjahr. Insgesamt hat sich das Vertrauensverhältnis zu unseren Verkaufenden sehr positiv entwickelt. Die Vertriebsregion Luzern, die vom Vertriebsbüro Bern aus betreut wird, befindet sich nach wie vor im Aufbau. Unser Ziel für 2014 ist, dort stärker präsent zu sein und die Zahl der Verkaufenden vor Ort zu steigern.
Im Kanton Bern mussten wir mit den kantonalen Behörden die Verkaufsbewilligungen für Personen aus dem Asylbereich neu verhandeln. Dies führte zu einem vorübergehenden Zulassungsstopp für vorläufig aufgenommene Personen und Asylsuchende – eine schwierige Situation für uns und die Verkaufenden. Inzwischen konnten alle Fragen geklärt werden.
Im Jubiläumsjahr veranstalteten die Vertriebe Zürich, Basel und Bern mehrere Standaktionen, die auf grosses Interesse stiessen. Solche Events tragen erheblich dazu bei, Surprise, den Vertrieb und die Verkaufenden sichtbarer zu machen. Für das Jahr 2014 sind weitere Standaktionen geplant.

Wie unterscheiden sich die Arbeits-Schwerpunkte in den drei Vertriebsstellen?
Die drei Vertriebsbüros arbeiten eng zusammen, setzen jedoch unterschiedliche Schwerpunkte. Im Vertrieb Basel denken wir über eine räumliche Veränderung nach. Ein Ladenlokal mit Treffpunkt-Charakter wäre interessanter für uns und die Verkaufenden. Am aktuellen Standort in einer Wohnstrasse werden wir kaum von der Öffentlichkeit wahrgenommen. Zeit für Begegnungen, gemeinsame Aktivitäten sowie Austausch mit anderen Sozialinstitutionen sind uns in Basel wichtig.
Der Vertrieb Zürich möchte durch gezielte Aktivitäten die Kontakte im Quartier intensivieren. Zudem soll der «Soziale Stadtrundgang», der in Basel bereits erfolgreich etabliert ist, 2014 auch an der Limmatstadt aufgebaut werden. Das Vertriebsbüro Bern plant, stärker auf der Strasse präsent zu sein und den Kontakt zu sozialen Anlaufstellen und den Verkaufenden auf der Strasse zu intensivieren. Es warten viele Herausforderungen auf uns – es bleibt spannend.

2013 in Kürze

- Erfreulich: Alle Standorte konnten neue Verkaufende gewinnen. Die meisten Anfragen kommen von Personen aus dem Migrationsbereich oder von Menschen, die Sozialhilfe beziehen. Wir versuchen, das Verhältnis aller Verkäufergruppen ausgewogen zu halten.
- Die Situation der Verkaufenden mit Aufenthaltsbewilligung F (vorläufige Aufnahme) hat sich erfreulich entwickelt. Einzig mit dem Kanton Bern mussten wir diesen Punkt neu verhandeln.
- Wir waren in allen Vertriebsregionen aktiv: Standaktionen, Teilnahme am Zürcher Mondopoly.
- Teilnahme am «German Day» des internationalen INSP-Kongresses in München. Spannender Austausch mit Vertriebsmitarbeitenden von anderen deutschsprachigen Strassenmagazinen.
- Das Weihnachtsgeschenk, ein Set Thermo-Unterwäsche, kam bei den Verkaufenden sehr gut an.
- In den Vertrieben Basel und Zürich arbeiten wir erfolgreich mit Zivildienstleistenden. Im Vertrieb Basel konnten wir mit Tarek Sayed Islami den Chancenarbeitsplatz von Kurt Brügger neu besetzen. Im November starb Kurt Brügger, unser langjähriger Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter. Im Juni starb der Luzerner Verkäufer Andi Hilfiker. Zwei traurige Ereignisse, die uns sehr betroffen machten.

Ralf Breidenbach, Coach, ehemaliger Spieler in der Surprise Strassenfussball-Liga und Spieler in der Surprise Nationalmannschaft 2012.

Projektleiterin Lavinia Biert
über ihren grossen Traum, klare Regeln und Erfolgsgeschichten

«Der Surprise Strassensport hat Vorbildcharakter»

Das vergangene Jahr verlief positiv für den Surprise Strassensport: Die Turniere der Strassenfussball-Liga haben sich auf hohem Niveau etabliert. Das grosse Ziel für 2014 ist eine eigene Halle für den Strassenfussball.

Welches Projekt stand 2013 beim Strassensport im Fokus?
Eines der wichtigsten Ziele war und ist weiterhin eine eigene Sporthalle, von der wir allerdings schon lange träumen. Wir möchten einen Ort für unsere Fussball-Arena, der täglich geöffnet ist. Ein solcher Treffpunkt wäre ein grosser Gewinn für sozial Benachteiligte. Unsere Erfahrungen zeigen, dass Menschen am Rand der Gesellschaft durch Fussball an Selbstsicherheit gewinnen: Bewegung und die Gemeinschaft in einem Team unterstützen eine positive Entwicklung. Bisher gibt es in unserer Region keine entsprechende soziale Einrichtung. Eine Surprise-Halle würde diese Lücke schliessen und könnte Wunder bewirken.

Wie ist der aktuelle Stand eurer Suche?
Wir sind seit geraumer Zeit in engem Kontakt mit dem Kanton, grossen Stiftungen und Firmen, die über Industriegebäude verfügen. Wir stellen uns für dieses Projekt eine leere Industriehalle vor. Fast hätte es 2013 geklappt. Wir sind startbereit und könnten sofort loslegen. Besonders spannend wäre es für den Aufbau dieses Projekts, wenn auch das Team mit dem Nationaltrainer David Möller und Olivier Joliat in die Halle zügeln würde. So wären wir nahe am Geschehen und könnten die Fussballer mit ihren teilweise schwierigen Geschichten enger begleiten.

Soll der Strassensport zu einem ständigen Angebot ausgebaut werden?
Das wäre unser Wunsch. Dadurch könnten sich die Betroffenen unkompliziert zu einem gemeinsamen Fussballspiel verabreden. Die Teams der Strassenfussball-Liga könnten sich zu Freundschaftsspielen treffen und zusammen trainieren. Über den Sport haben wir einen sehr direkten Zugang zu den Menschen. Es gibt ganz klare Regeln: Wer Drogen oder Alkohol konsumiert, muss gehen. Mit der Zeit wissen die Sportler diese Null-Toleranz zu schätzen und spüren, dass es ihnen letztendlich besser geht.

Sind die Behörden offen für ein Sport-basiertes Integrationsprojekt?
Mit der Liga haben wir den Strassenfussball in der Schweiz bekannt gemacht. Heute sind wir dank den Turnieren in verschiedenen Städten sehr gut vernetzt und geniessen einen guten Ruf. In Bern freuen sich die Behörden inzwischen, wenn wir den Bundesplatz als Austragungsort für ein Turnier reservieren. Diese Entwicklung bedeutet Respekt und Anerkennung für unsere Arbeit, nicht nur von den Teams.

Die Liga der Schweizer Meisterschaft wurde 2013 auf 18 Teams aufgestockt. Warum?
Weil wir 2012 realisierten, dass das Engagement einiger Teams nachliess. Deshalb machten wir viel Werbung und haben das Projekt an verschiedenen Orten vorgestellt. In der Folge spielten letztes Jahr 18 Teams um den Meistertitel. Durch die Aufstockung entstand eine neue Dynamik – mit spannenden Turnieren und mehr Konkurrenz. Inzwischen rufen uns Teams an, um eine weitere Mannschaft anzumelden.

Surprise nahm letztes Jahr bereits zum 12. Mal am Homeless World Cup teil, bei dem sich Fussball-Mannschaften aus der ganzen Welt treffen. Wie international vernetzt ist der Surprise Strassensport?
Der internationale Austausch über den Homeless World Cup wird immer intensiver. 2013 schlossen sich diverse europäische Street-Soccer-Verbände zusammen, um gemeinsame Standards für Coaching und Training zu erarbeiten. Das Projekt wird von der EU unterstützt und finanziert. Surprise ist mit von der Partie, da wir seit Jahren eine eigene Coaching-Ausbildung anbieten. Einige unserer früheren Spieler wirken heute als Coach und haben auch dank dieser Führungsaufgabe ihr eigenes Leben stabilisiert. Das sind grosse Erfolgsgeschichten – nicht nur für unser Projekt. Auch für die anderen Länder sind wir deshalb ein Vorbild. Darauf sind wir stolz, aber es gibt noch viel zu tun.

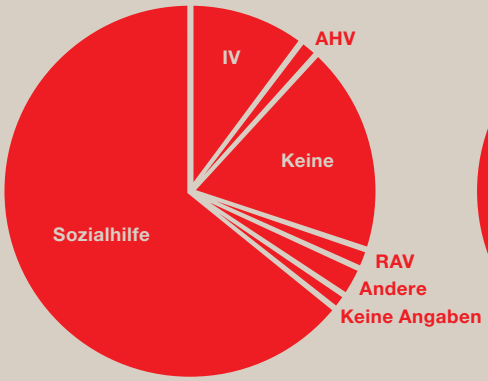
2013 in Kürze

- Die Saison begann im März mit der Weiterbildung der Coaches, welche vom Teammitglied und Nationaltrainer David Möller geleitet wurde.
- Inzwischen schon Tradition: der Schiedsrichterkurs unter der Leitung der ehemaligen FIFA-Schiedsrichterin Nicole Petignat.
- Saisonstart im April mit dem Benefiz-Turnier in Basel. Direkt im Anschluss fand das erste Meisterschafts-Turnier statt. Hierbei wurden die Spieler für die Nationalmannschaft nominiert.
- Von Mai bis August führte das Team mit der Nationalmannschaft einen Trainingstag und zwei Trainingslager durch.
- Im Juni reisten ehemalige Nationalspieler an ein europäisches Turnier nach München.
- Höhepunkt der Saison im August: Teilnahme am Homeless World Cup in Polen – eine einmalige Erfahrung für alle Nationalspieler.
- Zum Abschluss der Saison Ende September das Finale der Schweizer Meisterschaft auf dem Bundesplatz in Bern. Die stolzen Gewinner: das Team Haudenäbe Schwyz (Kategorie A) und CSA Teamplayers Aarau (Kategorie B). Der Fairplay-Preis ging an das Team AVRB Multicolor Basel. Herzlichen Glückwunsch!
- Ein besonderer Dank gebührt unseren Hauptsponsoren Hyundai Suisse und erdgas (Gasverbund Mittelland AG), die uns seit Jahren grosszügig unterstützen.

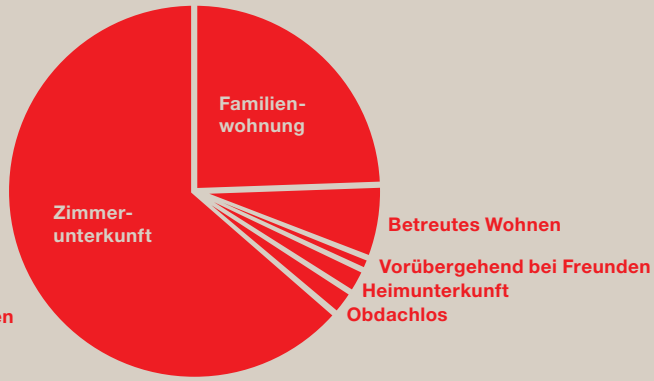
Weitere Informationen zu den Surprise-Verkaufenden

Surprise ist die Stimme und das Gesicht gegen Armut und Ausgrenzung. Wir geben benachteiligten Personen über Arbeits- und Sozialintegration wieder einen Platz in der Gesellschaft. Surprise setzt auf Freiwilligkeit und Eigenmotivation. Wer eine Unterstützung möchte, erhält sie niederschwellig u. a. über den Verkauf von Strassenmagazinen, das Mitspielen in der Streetsoccer-Liga oder das Mitsingen im Strassenchor. Der «Soziale Stadtrundgang» ermöglicht neue Arbeitsplätze.
In der Organisation bietet der Verein Surprise zudem vier Chancenarbeitspätze an. Weiter werden im SurPlus-Programm 13 Surprise-Verkaufende, die regelmässig verkaufen und hauptsächlich vom Heftverkauf leben, gezielt unterstützt. Sie sind sozial abgesichert (Taggeld bei Krankheit, Feriengeld, Monatsabo für den öffentlichen Nahverkehr) und werden bei Problemen im oft schwierigen Alltag begleitet. Die SurPlus-Teilnehmenden und alle Surprise-Verkaufenden erhalten bei Bedarf Unterstützung u. a. bei der Schuldensanierung, Wohnungs- und Teilzeitstellensuche, bei Fragen zu Arbeits- und Asylrecht sowie Sozialversicherungen und Unterstützungsgesuchen. Die rund 350 Verkaufenden haben 182 Kinder, die in armutsbetroffenen Familien aufwachsen.

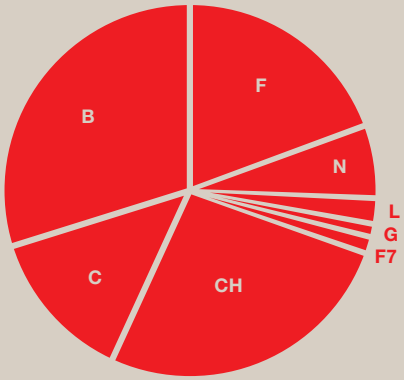
Finanzielle Unterstützung



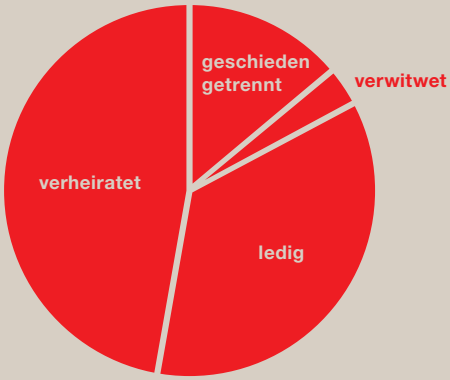
Wohnsituation



Bewilligungen



Familiärer Status



Aisha Kadir Jamal, Surprise-Verkäuferin im Aargau.

Doris Brechbühl, Sängerin im Surprise Strassenchor.

Projektleiterin Paloma Selma
über Respekt, pünktliche Proben und einen eigenen Surprise-Song

«Der Surprise Strassenchor bedeutet Gemeinschaft»

Die rund 20 Sängerinnen und Sänger des Strassenchors konnten 2013 ihr musikalisches Repertoire weiterentwickeln und ihr Selbstvertrauen festigen – dank erfolgreicher Auftritte und Workshops mit Musikprofis. Ebenso wichtig ist für manche Teilnehmenden eine enge Begleitung in ihrem meist schwierigen Alltag.

Der Surprise Strassenchor existiert seit fünf Jahren. Wie hat er sich seit seiner Gründung entwickelt?
Im Verlauf der fünf Jahre gab es verschiedene Entwicklungen. Von der ersten Chorbesetzung ist keine Person mehr dabei. Vor drei Jahren übernahm Ariane Rufino dos Santos die Leitung des Chors. Seither arbeitet sie mit Begeisterung und grossem musikalischem Einsatz für die Gruppe. Die Zahl der Mitglieder ist ständig gewachsen. 20 Sängerinnen und Sänger sind heute verbindlich dabei. Unter ihnen sind Surprise-Verkaufende, aber auch Mitglieder anderer sozialer Organisationen. Mit wenigen Ausnahmen erscheinen sie regelmässig und pünktlich zur Probe, womit wir ein wichtiges Ziel erreicht haben. Vor allem unsere persönliche Begleitung im meist schwierigen Alltag einiger Mitglieder hat dazu geführt, dass sie sich noch mehr mit den Chor identifizieren – und die Proben ernster nehmen. Dadurch können wir intensiver an unserem Repertoire feilen. Ich habe bemerkt, dass der Chor durch jeden erfolgreichen Auftritt noch ehrgeiziger wird.

Welche Bedeutung hat die Arbeit im Chor für die Sängerinnen und Sänger?
Die zweistündigen Proben in der Musikschule archemusia in Basel sind für viele ein persönlicher Höhepunkt in ihrer Woche. Armut bedeutet soziale Isolation, aber bei den Chorproben wird gesungen, gelacht und sogar getanzt. Die Sängerinnen und Sänger haben nicht nur Spass, sie erfahren auch Gemeinschaft – und was es bedeutet, angenommen zu sein. Jeder hat seinen Platz in der Gruppe und wird respektiert. Und Singen tut gut, zumal alle beim Singen den angestauten Emotionen freien Lauf lassen können. Das gibt Selbstvertrauen und erhöht die Motivation. Zudem haben die Teilnehmenden kaum Zeit oder Geld für weitere Freizeit-Angebote.

Im vergangenen Jahr hat der Surprise Strassenchor auch mehrere Workshops durchgeführt. Mit welchen Ambitionen?
Bislang führten wir pro Jahr zwischen zwei und vier eintägige Workshops durch. Die Teilnehmenden schätzten diese intensiven Tage, weil sie sich musikalisch weiterentwickeln möchten. 2013 arbeiteten wir mit Susanne Moldovanyi, einer Stimmbildnerin und Körpertherapeutin aus dem Bereich der klassischen Musik. Grossen Wert legt sie bei ihren Workshops auf eine bewusste Körperwahrnehmung. Ihre Stimmwerkstatt war für die Sängerinnen und Sänger zwar anstrengend, ermöglichte ihnen aber viele neue Erfahrungen. Susanne brachte jede einzelne Chorstimme zum Klingen und zeigte hierzu gezielte Übungen. Im zweiten Workshop unter der Leitung von Polina Shepherd lernten wir jiddische Lieder kennen und übten einige ein. Die Sängerin mit russischen Wurzeln war begeistert vom Chor, von seiner Singfreude und Leidenschaft. Entsprechend gutgelaunt begleitete sie den Strassenchor auf dem Klavier. Beide Workshops hinterliessen bei den Sängern und Sängerinnen einen tiefen Eindruck und vermittelten ihnen noch mehr Sicherheit.

Welche Ziele haben Sie 2014 für den Surprise Strassenchor?
Wir möchten erstmals einen zweitägigen Workshop durchführen. Was uns die Gelegenheit geben würde, noch mehr im rhythmischen Bereich und gezielter an einzelnen Stücken zu arbeiten. Das ist anspruchsvoll für die Chormitglieder und braucht viel Übung. Weiter planen wir ein Projekt mit zwei Künstlern, die zusammen mit dem Strassenchor ein eigenes Lied für uns komponieren werden. Ich bin überzeugt, dass dieser Song, an dem alle mitgewirkt haben, dem Surprise Strassenchor noch mehr Ausstrahlung verleihen wird. Und natürlich wollen wir weitere tolle Auftritte erleben – es gibt auch schon Anfragen.

2013 in Kürze

- Im April und November führten wir zwei Workshops mit Susanne Moldovanyi bzw. Polina Shepherd durch.
- Ein eindrückliches Erlebnis für den Chor waren die Dreharbeiten zum Imagevideo anlässlich des 15-jährigen Jubiläums von Surprise in Zürich.
- Zwischen Mai und Dezember trat der Chor neunmal an verschiedenen Anlässen auf. Höhepunkte waren der Auftritt am Wildwuchs Festival in Basel, das Jubiläumskonzert für Surprise am 17. Mai, ein Konzert anlässlich des Begegnungsfests INTEGRA 13 in Liestal sowie ein Auftritt in der Basler Elisabethenkirche am Tag der Armut.
- Von der offenen Chorprobe, die wir im Mai für unseren Freundeskreis veranstalteten, gibt es ein Video auf unserer Webseite. Ein weiteres Video zeigt Eindrücke von unserem Konzert beim Wildwuchs Festival.
- Unter dem Titel «Singen ist Medizin» erschien ein Radiobericht über den Chor. Autor Bernhard Senn: www.srf.ch/sendungen/lokaltermin/singen-ist-medizin
- Gemeinschaftserlebnisse ergänzten die musikalische Arbeit: Alle Geburtstage wurden an den Chorabenden gefeiert, wir unternahmen einen Sommerausflug und feierten gemeinsam Weihnachten.
- Das Repertoire ist gewachsen: Es umfasst rund 20 einfache, mehrstimmige Lieder in verschiedenen Sprachen (u.a. Spanisch, Kroatisch, Portugiesisch).
- Erfolgreiche Unterstützung einzelner Chormitglieder u.a. bei der Wohnungs- und Stellensuche, Beratung und Begleitung bei Behördengängen, Eingabe von Rekursen gegen eine Ausweisung oder beim Umzug.

Markus Christen, Stadtführer beim «Sozialen Stadtrundgang» und Surprise-Verkäufer.

Stv. Geschäftsleiterin Sybille Roter
über ungewohnte Lebensrollen, eigenwilligen Humor und neue Projekte

«Der Stadtrundgang soll Armut sichtbar machen»

Mit Unterstützung der Christoph Merian Stiftung und in Zusammenarbeit mit rund 20 sozialen Institutionen startete im April letzten Jahres das neue Surprise-Projekt – der «Soziale Stadtrundgang». Bis Ende 2013 besuchten über 2000 Personen die Touren und sind dankbar für die Einblicke in ungewohnte Realitäten. 2014 soll das Projekt nach dem Vorbild in Basel auch in Zürich realisiert werden.

Welches sind die Ziele des «Sozialen Stadtrundgangs», dem ersten dieser Art in der Schweiz?
Armut ist selten öffentlich und existiert auch in der wohlhabenden Schweiz. Die Betroffenen ziehen sich jedoch zurück – Armut macht einsam. Surprise-Verkaufende geben der Armut ein Gesicht. Mit dem «Sozialen Stadtrundgang» wollen wir einen Schritt weitergehen und Armut auch spürbar machen. Alleine in Basel leben tausende von Armutsbetroffenen.

Wie wurde der «Soziale Stadtrundgang» konzipiert?
Nach Recherchen bei anderen Strassenzeitungen in Deutschland suchte ich nach Surprise-Verkaufenden, die bereit sind, von ihren Erfahrungen als Armutsbetroffene oder Obdachlose zu erzählen. Mit drei interessierten Personen begann ich die Touren zu entwickeln und mit ihnen zusammen die sozialen Institutionen wie die Gassenküche oder das Tageshaus für Obdachlose aufzusuchen – Orte aus ihrem persönlichen Alltag.

Wie sah die Zusammenarbeit mit den Stadtführern aus?
Zunächst fuhren wir gemeinsam zum Strassenmagazin «Trott-war» nach Stuttgart, das seit ein paar Jahren einen ähnlichen Stadtrundgang anbietet. Die Tour mit dem Stadtführer Thomas Schuler, der nach jahrelangem Alkoholismus und Obdachlosigkeit sein Leben als Strassenverkäufer wieder in den Griff bekam, war für die Stadtführer in spe sehr inspirierend. Danach führte ich mit ihnen zahlreiche Gespräche, um möglichst konkret in ihre Erfahrungen einzutauchen: Wie fühlt es sich an, in der Notschlafstelle zu erwachen? Wie sehen die Möbel aus? Wie ist die Stimmung nachts? Es war spannend, die Stadtführer bei diesem Prozess begleiten zu dürfen – heraus aus dem Gefühl der Sprachlosigkeit und Ohnmacht. Sie begannen auf vielen Proberundgängen ihre eigenen Texte zu üben, um künftig vor Gruppen ihre Geschichte erzählen zu können, ohne langweilig oder larmoyant zu wirken. Den letzten Schliff gab die Schauspielerin Carina Braunschmidt. Sie coachte die Stadtführer in ihrer noch ungewohnten Rolle. Ein wichtiges Ziel war, dass sich die drei Stadtführer als kompetente Menschen mit ihren Lebenserfahrungen präsentieren – nicht als Opfer gesellschaftlicher Umstände.

Werden bei den Stadtrundgängen auch die sozialen Hintergründe der Armut benannt?
Die persönlichen Geschichten sind die Antworten auf gesellschaftliche Bedingungen. Das Publikum erfährt, was es bedeutet in einem reichen Land armutsbetroffen zu sein, welche wertvolle Arbeit die sozialen Institutionen leisten, die sich für Randständige engagieren. Oder welche Mengen an Lebensmitteln in der Schweiz jährlich im Abfall landen. Die Rundgänge sollen anhand konkreter Erzählungen, Fakten und Erfahrungen zum Nachdenken anregen.

Die Touren finden sehr viel Anklang – welche Gruppen melden sich an?
Die Bandbreite der Gruppen reicht von Schulklassen über Konfirmanden bis hin zu Weiterbildungsinstitutionen. 2013 konnten wir rund 160 Touren anbieten. Der Erfolg beruht auf der guten Zusammenarbeit mit den verschiedenen sozialen Institutionen sowie den spannenden Persönlichkeiten der drei Stadtführer – sie sind authentisch und haben einen eigenwilligen Humor. Zudem sind sie engagiert und veränderten dank ihrem Chancenarbeitsplatz ihr Leben: So konnte sich ein Stadtführer über Surprise von der Sozialhilfe ablösen, ein anderer fand ein Zimmer bei ELIM. Der dritte Stadtführer schreibt als freier Journalist kompetent über Armut und gegen gesellschaftliche Vorurteile.

Wie sind Ihre weiteren Pläne?
2013 war die Aufbauphase. Jetzt müssen wir darauf achten, dass das Projekt lebendig bleibt. Wir tauschen regelmässig Erfahrungen aus und planen verschiedene Weiterbildungen. Zudem soll im September 2014 der «Soziale Stadtrundgang» nach dem Vorbild in Basel auch in Zürich starten. Noch ist das Projekt in der Anfangsphase. Aber ich bin zuversichtlich!

2013 in Kürze

Projekt «Sozialer Stadtrundgang»:

- Dank der grosszügigen Unterstützung durch die Christoph Merian Stiftung (CMS) bereits in der Recherche-, Konzept- und Vorbereitungsphase startete der «Soziale Stadtrundgang» Anfang April. Gemeinsamer Medien-Apéro mit der CMS und Hans Georg Signer, dem Leiter Bildung im Erziehungsdepartement, in der Gassenküche.
- In Zusammenarbeit mit rund 20 Sozialinstitutionen in Basel entstanden drei verschiedene Touren: www.vereinsurprise.ch/stadtrundgang
- Über 2000 Personen besuchten 2013 die Touren; viele positive Rückmeldungen der Besuchergruppen; 43 Medienberichte (Print, Radio und TV); Surprise wird das Projekt jeweils den neuen Studierenden der FHNW präsentieren.
- Durch das Projekt entstanden drei neue Chancenarbeitsplätze. Die Stadtführer konnten ihre Lebensumstände verbessern und sich u.a. von der Sozialhilfe ablösen.
- Seit Dezember koordiniert und unterstützt Paloma Selma, Projektleiterin des Strassenchors, das Projekt.

Projekt SurPlus:

- Das bisherige SurPlus-Konzept wurde zusammen mit den Vertrieben in Bern, Basel und Zürich überarbeitet: u.a. wurde 2013 das Basis-Feriengeld für die Teilnehmenden erhöht. Ab 2014 werden die Aushängeschilder von Surprise jeweils ein Jahr lang unterstützt. Dadurch erhalten auch weitere engagierte Verkaufende, die meist keine Sozialhilfe erhalten, eine minimale Unterstützung. Ab 2014 sind vier neue Personen im SurPlus-Programm.
- Gemeinsamer Ausflug der SurPlus-Teilnehmenden nach Kerzers ins Papiliorama mit Mittagessen und Kutschenfahrt.

Louis Nke, Spieler in der Surprise Strassenfussball-Liga, Sänger im Surprise Strassenchor.

Marketing- und Fundraising-Mitarbeiter Christian von Allmen über Sponsoring-Partner, Spenderinnen und Stiftungen

«Surprise ist eine starke Marke»

Das neue Fundraisingkonzept trug 2013 erste Früchte: Surprise übertraf das budgetierte Spendenziel. Dank dem Jubiläumsjahr und dem 300. Heft hatten wir zudem erhöhte öffentliche Aufmerksamkeit, was die Spendenfreudigkeit auch steigerte.

2012 liess sich Surprise ein Fundraisingkonzept massschneidern. Wie wurde dies im Jubiläumsjahr implementiert?
Das Konzept war die Grundlage, um unsere Aktivitäten im Jubiläumsjahr auszudehnen und zu verstärken. Wir haben die definierten Instrumente weiter verfeinert und verfügen jetzt über eine breite und gute Basis für die Bereiche Fundraising & Marketing.

Welche Instrumente stehen Suprise für das Fundraising zur Verfügung?
Nebst der Plattform «Positive Firmen», mit welcher Unternehmen im Magazin ihre soziale Verantwortung beweisen können, sind die Directmailings ein wichtiges Instrument. Sie zeigen uns, dass Surprise eine starke und vertrauenswürdige Marke ist. Das lässt sich an der hohen Rücklaufquote ablesen, die wir beim Anschreiben neuer Adressen erzielen. Im Jubiläumsjahr 2013 hat sich Surprise in erster Linie um den bestehenden Adressenstamm gekümmert. Im Mai erhielten unsere teilweise langjährigen Unterstützerinnen und Unterstützer eine Geburtstagskarte. Wir wollten uns bei ihnen dafür bedanken, dass sie mit ihren Spenden 15 Jahre Surprise ermöglichten. Das Mailing war überaus erfolgreich. Sehr erfreuliche Resultate brachte auch der Versand eines Mini-Surprise-Magazins im November, in dem wir die gesamte Organisation mit den verschiedenen Projekten vorstellten.

Welche weiteren Instrumente nutzt Surprise?
Enorm wichtig für uns ist auch das Sponsoring. Im Strassensport werden wir seit längerem von Hyundai Suisse und Erdgas (Gasverbund Mittelland AG) unterstützt. Im Jubiläumsjahr haben die beiden Unternehmen ihr Sponsoring sogar erhöht. Auch Stiftungen sind für uns wichtige Unterstützer – allerdings ist dieses Instrument sehr aufwändig. Da heisst es im Vorfeld, den Stiftungszweck jeweils genau zu erkennen. Auf diesem Feld werden wir uns weiter verbessern.

Was hat es mit dem SurPlus-Programm auf sich?
In diesem Programm haben Spenderinnen und Spender die Möglichkeit, ausgewählte Verkaufende – oftmals langjährige Aushängeschilder von Surprise – zusätzlich zu unterstützen. Wir haben das Konzept im vergangenen Jahr weiterentwickelt, so dass die Verkaufenden noch stärker von ihrer Teilnahme im SurPlus-Programm profitieren. Die Änderungen haben gegriffen und zu einem Anstieg der Spenden geführt.

Hat Surprise 2013 das Spenden-Budgetziel erreicht?
Wir haben unser Ziel sogar übertroffen! Was natürlich auch der grossen Aufmerksamkeit zu verdanken ist, die uns das Jubiläumsjahr brachte. Wir konnten zwei grosse Artikel in der Coopzeitung platzieren. Der «Soziale Stadtrundgang» in Basel wurde in über 40 Medien besprochen. Um via Magazin mehr Spenden zu generieren, legten wir zweimal einen Einzahlungsschein ins Heft. Auch den Bereich Merchandising haben wir aufgefrischt. Die roten Surprise-Mützen sind wieder im Sortiment. Unsere robusten Taschen werden neu in einer Behindertenwerkstatt in der Region produziert. Das passt zu uns und kommt beim Publikum sehr gut an.

Was will Surprise 2014 mit Fundraising & Marketing erreichen?
Wir sind schweizweit die erste NGO, welche die Finanzierung eines sozialen Projekts über eine Crowdfunding-Kampagne anpackt. Dafür haben wir eine eigene Plattform entwickelt und sind nun gespannt, wie das in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Es geht bei unseren Aktivitäten immer nur um eins: Die Menschen sollen auf unsere Anliegen aufmerksam werden. Mit unseren Projekten setzen wir kontinuierlich ein Zeichen gegen Armut und Ausgrenzung. Schliesslich ist Surprise längst mehr als ein Strassenmagazin.

2013 in Kürze

- Im April fanden Dreharbeiten zu einem Imagevideo statt, welches uns die Firma tpc schenkte. Das gelungene Video ist auf unserer Website zu sehen.
- Das grosse Spenden-Mailing zum 15. Geburtstag von Surprise im Mai war ein voller Erfolg.
- Mitte Mai spielte das Basler Sinfonieorchester ein Benefizkonzert für Surprise im Tinguely Museum. Ein ganz besonderes Erlebnis.
- Die Suche nach neuen Stiftungen ist eine ständige Aufgabe. 2013 hat sich der Aufwand gelohnt!
- Am IWB Basel Marathon im September 2013 liefen rund 30 Freiwillige für Surprise mit und sammelten Spenden. Zudem war Surprise der offizielle Charity-Partner des Marathons.
- Mit dem erfolgreichen Mailing im Dezember gab es einen guten Jahresabschluss. Vielen Dank an alle Spenderinnen und Spender!
- Der Zürcher Silvesterlauf war ein würdiger und erfolgreicher Abschluss des Jahres.

Betriebsrechnung 2013

Verein Surprise, Basel
Bilanzen

in CHF	31.12.2013	31.12.2012
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	661 768	501 805
Forderungen aus Lieferungen & Leistungen	19 796	28 237
Andere Forderungen	15 687	14 411
Aktive Rechnungsabgrenzung	3 104	19 425
Total Umlaufvermögen	**700 355**	**563 878**
Anlagevermögen		
Geschäftseinrichtungen	4 858	6 936
Immaterielle Anlagen	7 392	12 320
Mietkautionen	17 599	18 612
Total Anlagevermögen	**29 849**	**37 868**
Total Aktiven	**730 204**	**601 746**
Passiven		
Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen & Leistungen	43 329	56 140
Andere Verbindlichkeiten	24 719	36 151
Passive Rechnungsabgrenzung	96 256	87 209
Total kurzfristiges Fremdkapital	**164 304**	**179 500**
Darlehen von Dritten	30 500	114 000
Total langfristiges Fremdkapital	**30 500**	**114 000**
Total Fremdkapital	**194 804**	**293 500**
Zweckgebundene Fonds		
Fonds Betreuung/Chancenarbeitsplatz	44 607	0
Fonds Strassensport	12 038	0
Total zweckgebundene Fonds	**56 645**	**0**
Organisationskapital		
Erarbeitetes freies Kapital	478 755	308 246
Total Organisationskapital	**478 755**	**308 246**
Total Passiven	**730 204**	**601 746**

Verein Surprise, Basel
Betriebsrechnungen

in CHF	2013	2012
Spenden, Zuwendungen und Gönnerbeiträge	1 310 186	1 152 664
Erlös aus Sponsoring	50 000	45 000
Erlös aus Verkauf Strassenmagazin Surprise	2 172 860	2 056 016
Erlös aus Inseraten	72 120	66 629
Erlös aus Sozialem Stadtrundgang	22 590	0
Übriger Ertrag	18 267	18 258
Total Ertrag	**3 646 023**	**3 338 567**
Verteilaufwand Verkaufende	1 124 343	1 070 195
Personalaufwand	1 034 305	1 038 993
Reise- und Repräsentationsaufwand	31 003	27 495
Sachaufwand	525 368	442 703
Unterhaltskosten	1 104	268
Total Projektaufwand	**2 716 123**	**2 579 654**
Personalaufwand	340 084	296 198
Sachaufwand	166 843	204 460
Reise- und Repräsentationsaufwand	15 124	4 583
Unterhaltskosten	17 287	31 739
Sammelaufwand	153 624	308 451
Abschreibungen	7 004	23 291
Total administrativer Aufwand	**699 966**	**868 722**
Total Aufwand für die Leistungserbringung	**3 416 089**	**3 448 376**
Betriebsergebnis	**229 934**	**-109 809**
Finanzergebnis	-2 634	-3 052
Steuern	-146	-398
Jahresergebnis vor Fondsergebnis	**227 154**	**-113 259**
Veränderung der zweckgebundenen Fonds		
Zuweisungen	-339 115	0
Entnahmen	282 470	0
Zunahme der zweckgebundenen Fonds	**-56 645**	**0**
Ergebnis vor Zuweisungen/Entnahmen an Organisationskapital	**170 509**	**-113 259**
Zuweisung/Entnahme Organisationskapital	-170 509	113 259
Ergebnis nach Zuweisungen/Entnahmen	**0**	**0**

Die Rechnungslegung des Vereins Surprise erfolgt nach Massgabe der Fachempfehlung zur Rechnungslegung (Swiss GAAP FER 21).
Das Verhältnis zwischen dem administrativen Aufwand und dem Aufwand für die Leistungserbringung beträgt 20%.

Vorstand Verein Surprise

Prof. Dr. Peter Aebersold, Präsident
Heidy Steffen, Vizepräsidentin
Beat Jans
Roger Meier
Prof. Dr. Matthias Oesch
Ulrich Tecklenburg
Dr. Urban J. Zenhäusern
Gabriela Wawrinka

Geschäftsstelle Verein Surprise

Paola Gallo, Geschäftsleiterin
Sybille Roter, Stv. Geschäftsleiterin

Personalwesen

Nicole Füllemann
Clea Kühni
Zivildienst-Stelle

Administration

Nicole Mathys

Buchführung extern

Franziska Singeisen
Monique Kuoni
FINORG Services GmbH

Anzeigen extern

Claudia Schweizer
ProgrammZeitung

Redaktion

Reto Aschwanden
Florian Blumer
Diana Frei
Mena Kost

Vertrieb/ Strassenverkauf

Basel:
Anette Metzner
Thomas Ebinger
Kurt Brügger
Tarek Sayed Islami
Bern:
Andrea Blaser
Alfred Maurer
Bruno Schäfer
Zürich:
Reto Bommer
Ralf Rohr

Chancenarbeitsplätze

Irene Paulitz
Tarek Sayed Islami
Kurt Brügger
Ralf Rohr

Verkaufende

350 Surprise-Verkäuferinnen und -Verkäufer

Marketing/ Fundraising

Christian von Allmen

Strassensport

Lavinia Biert, Leitung
Olivier Joliat
David Möller

1 Nationalteam
20 Mannschaften
180 Fussballerinnen und Fussballer
9 Freiwilligen-Liga-Schiedsrichter

Strassenchor

Paloma Selma, Leitung
Ariane Rufino dos Santos, Chorleitung

15 Sängerinnen und Sänger
Mitglieder Freundeskreis

Sozialer Stadtrundgang/ SurPlus

Sybille Roter, Leitung

Sozialer Stadtrundgang

(Stadtführer)
Wolfgang Kreibich
Rolf Mauti
Markus Christen

SurPlus

13 Teilnehmende

insp International Network of Street Papers

Impressum
Herausgeber: Verein Surprise
Konzept, Organisation und Mitarbeit: Sybille Roter
Text und Redaktion: Interviews mit Surprise-Mitarbeitenden von Janine Kern, wortgewandt
Gestaltung: WOMM Werbeagentur AG, Basel
Fotos: Tobias Sutter, Sutter Photography, Walzwerk Münchenstein
Druck: Werner Druck AG, Basel

Verein Surprise

Geschäftsstelle
Spalentorweg 20, Postfach, 4003 Basel
T +41 61 564 90 90, F +41 61 564 90 99
info@vereinsurprise.ch
www.vereinsurprise.ch

Vertrieb Basel
Anette Metzner, Thomas Ebinger
T +41 61 564 90 83/85
basel@vereinsurprise.ch

Vertrieb Zürich
Reto Bommer, Ralf Rohr
Engelstrasse 64, 8004 Zürich
T +41 44 242 72 11
zuerich@vereinsurprise.ch

Vertrieb Bern
Andrea Blaser, Alfred Maurer, Bruno Schäfer
Pappelweg 21, 3013 Bern
T +41 31 332 53 93
bern@vereinsurprise.ch

Redaktion
T +41 61 564 90 90
redaktion@vereinsurprise.ch

Strassensport
T +41 61 564 90 10
l.biert@vereinsurprise.ch
www.strassensport.ch

Strassenchor
T +41 61 564 90 40
p.selma@vereinsurprise.ch
www.vereinsurprise.ch/strassenchor

Sozialer Stadtrundgang/SurPlus
T +41 61 564 90 63
s.roter@vereinsurprise.ch
www.vereinsurprise.ch/stadtrundgang

Marketing/Fundraising
T +41 61 564 90 50
info@vereinsurprise.ch

Anzeigenverkauf
T +41 61 564 90 90, M +41 76 325 10 60
anzeigen@vereinsurprise.ch

Verein Surprise, Spalentorweg 20, Postfach, 4003 Basel
T +41 61 564 90 90, F +41 61 564 90 99
info@vereinsurprise.ch, www.vereinsurprise.ch