Jahresbericht 2015

Titelseite: Surprise-Mitarbeitende des Regionalbüros Basel mit Verkaufenden beim Sommerfest.
Rückseite: Surprise-Mitarbeitende und Verkaufende des Regionalbüros Bern.

Inhalt

05 Peter Aebersold, Vereinspräsident:
«Surprise wird als dynamisches und lebendiges Unternehmen wahrgenommen»

07 Paola Gallo, Geschäftsleiterin:
«Tue Gutes und rede darüber»

09 Amir Ali, Redaktor:
«Das Magazin hat sich in den letzten Jahren qualitativ weiterentwickelt»

10 Informationen zu den Surprise-Verkaufenden
12 Menschen in Not nehmen das Heft in die Hand

17 Anette Metzner, Vertriebs-Mitarbeiterin:
«Notfallübungen gehören zu unserem Arbeitsalltag»

19 Lavinia Besuchet, Leitung Strassenfussball:
«Der Strassenfussball ist der Pionierphase entwachsen»

20 Soziale Integration und Begleitung

23 Paloma Selma, Leitung Strassenchor:
«Die Mitglieder erleben Wertschätzung und gewinnen Selbstvertrauen»

25 Sybille Roter, Stv. Geschäftsleiterin:
«Wir bilden Armutsbetroffene zu selbstbewussten Experten aus»

26 Svenja von Gierke, Leitung Fundraising & Marketing:
«Jeder Beitrag hilft, das vielfältige Angebot aufrechtzuerhalten und weiterzuentwickeln»

28 Betriebsrechnung 2015
29 Organigramm
31 Verein Surprise

Der Surprise-Vorstand (von links): Roger Meier, Matthias Oesch, Vizepräsidentin Heidy Steffen, Beat Jans, Präsident Peter Aebersold, Urban Zenhäusern, Sylvia Egli von Matt, Ulrich Tecklenburg.

Vorstand

«Surprise wird als dynamisches und lebendiges Unternehmen wahrgenommen»

Peter Aebersold legt sein Amt als Vorstandspräsident des Vereins Surprise im März 2016 nieder und blickt zufrieden auf 17 bewegte und bewegende Jahre zurück.

Herr Aebersold, Sie treten demnächst als Vorstandspräsident zurück. Wie haben Sie das letzte Amtsjahr erlebt?
2015 war ein ausserordentlich erfolgreiches Jahr. Wir haben mehr Spenden eingenommen, mehr Hefte verkauft und es geschafft, die Sozialen Stadtrundgänge in Basel und Zürich erfolgreich zu etablieren. Zusammengefasst: Wir stehen wirtschaftlich endlich auf einer soliden Basis. Besonders erfreulich ist, dass wir unser vor fünf Jahren definiertes Ziel der Lohnsicherung erreicht haben. Das heisst, falls es uns morgen als Unternehmen nicht mehr geben sollte, sind wir trotzdem in der Lage, unseren Mitarbeitenden den gesetzlich garantierten Lohnanspruch während der Kündigungsfrist auszuzahlen. Das beruhigt und macht mich gleichzeitig sehr stolz, nicht zuletzt, weil wir 2006 noch kurz davor waren, das Magazin aus finanziellen Gründen einzustellen.

Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?
Wir haben in den letzten Jahren intensiv daran gearbeitet, unsere Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit zu steigern und damit das gesellschaftliche Bewusstsein für Armut zu stärken. Mit Erfolg: Heute wird Surprise als dynamisches und lebendiges Unternehmen wahrgenommen, das sich aktiv und professionell für Armutsbetroffene und -gefährdete einsetzt, ohne sie zu marginalisieren oder zu stigmatisieren. Im Gegenteil: Wir bieten Hilfe zur Selbsthilfe an, damit die Menschen ein selbstbestimmteres und unabhängigeres Leben führen können, ohne sich für ihre Situation schämen zu müssen. Dieses Selbstbewusstsein kommt im Buch «Standort Strasse», das wir im vergangenen Jahr herausgegeben haben, grossartig zum Ausdruck.

Das Buch porträtiert 21 Surprise-Verkaufende und zeichnet deren persönliche Entwicklung in den letzten zehn Jahren nach. Es hat sich so gut verkauft, dass bereits die zweite Auflage gedruckt wird. Gab es im vergangenen Jahr überhaupt schwierige Momente zu bewältigen?
Der Gastbeitrag des Aktionskünstlers Philipp Ruch – beziehungsweise sein Plakat zu Roger Köppel im Surprise-Sonderheft zu den eidgenössischen Wahlen – war sicherlich ein unangenehmer Moment im 2015. Wir hätten uns im Heft von seiner provokanten Aussage distanzieren und deutlicher darauf hinweisen sollen, dass es sich um eine Kunstaktion vom «Zentrum für Politische Schönheit» handelt. Ich habe mich für dieses Versäumnis bei Roger Köppel persönlich entschuldigt. Fakt ist aber, dass uns dieser kleine Skandal nicht vom Erfolgskurs abbringen konnte.

Man sagt, gute Mitarbeitende seien der Schlüssel zum Unternehmenserfolg. Ist das auch bei Surprise der Fall?
Ohne unsere qualifizierten Mitarbeitenden könnten wir nicht auf ein solch erfolgreiches Jahr zurückblicken. Es ist bemerkenswert, mit wie viel Engagement und Empathie sie sich täglich für die Interessen von Armutsbetroffenen einsetzen. Damit diese Motivation erhalten bleibt, müssen wir im Vorstand Rahmenbedingungen schaffen, wo sich alle unterstützt fühlen und Wertschätzung erfahren. Aus diesem Grund haben wir der Teamentwicklung während unseres partizipativen Strategieprozesses in zwei Workshops grosse Bedeutung beigemessen. Es war uns wichtig, dass wir uns gegenseitig besser kennenlernen, als Team zusammenwachsen, vernetzt arbeiten und an einem Strick ziehen. Das hat sicherlich viel dazu beigetragen, dass sich heute alle stärker mit Surprise identifizieren. Und ich bin überzeugt, dass wir dank dieser positiven Teamentwicklung in den kommenden Jahren weitere Erfolge verbuchen werden.

«Es ist bemerkenswert, mit wie viel Engagement und Empathie die Mitarbeitenden sich täglich für die Interessen von Armutsbetroffenen einsetzen.»

Sie sind seit 1999 im Vorstand des Vereins, seit 2010 dessen Präsident. Warum haben Sie sich so lange ehrenamtlich engagiert?
Für mich war es immer klar, dass ich mein persönliches Glück im Leben mit Menschen teile, denen es weniger gut geht. Insofern habe ich mein soziales Engagement nie hinterfragt. Dennoch wollte ich vor sechs Jahren als Vorstandsmitglied eigentlich zurücktreten. Doch schlitterten wir genau zu diesem Zeitpunkt erneut in eine Krise und mussten sogar Angestellte entlassen. In dieser Situation entschloss ich mich, das Präsidium so lange zu übernehmen, bis wir organisatorisch und finanziell wieder einen sicheren Boden haben. Mit Hilfe des starken Vorstands und vor allem dank der hervorragenden Geschäftsleitung ist das inzwischen gelungen.

Das Präsidium geben Sie nun an die nächste Generation weiter. Ihr Nachfolger wird der Basler Nationalrat Beat Jans. War er Ihr Wunschkandidat?
Auf jeden Fall. Mit Beat Jans, der übrigens schon seit Jahren Vorstandsmitglied ist, haben wir einen Präsidenten, der politisch bis nach Bern bestens vernetzt ist. Das kann uns bei den Behörden Türen öffnen. Ich bin überzeugt, dass er den eingeschlagenen Weg konsequent und erfolgreich weitergehen wird. Das erste grosse Projekt wartet bereits auf ihn: 2018 feiert Surprise sein 20-jähriges Bestehen. Wir haben uns als Vorstand dafür eingesetzt, dass im Rahmen dieses Jubiläums der Welt-Kongress des internationalen Strassenmagazin-Netzwerks INSP in Basel stattfindet. Die ersten Massnahmen sind bereits in die Wege geleitet, aber es gibt noch einiges zu tun. Ich wünsche Beat Jans schon jetzt viel Erfolg bei den spannenden Aufgaben als Surprise-Präsident.

Surprise-Mitarbeitende aus der Geschäftsstelle Basel, den soziokulturellen Programmen und den Regionalbüros in Bern und Zürich.

Geschäftsleitung
«Tue Gutes und rede darüber»

Seit 2011 prägt Paola Gallo erfolgreich die unternehmerische Neuausrichtung von Surprise. Sich auf den Lorbeeren auszuruhen, kommt für die Geschäftsleiterin trotzdem nicht in Frage.

2014 hat Surprise einen neuen Strategieprozess eingeleitet. Wo stehen Sie heute?
Der Prozess, der in Zusammenarbeit mit allen Mitarbeitenden, dem Vorstand sowie einigen Verkaufenden durchlaufen wurde, ist abgeschlossen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen haben wir in der darauffolgenden Phase die konkrete Strategie abgeleitet und schriftlich festgehalten. Nun liegt sie in gedruckter Form vor und gibt uns die notwendige Orientierung im Arbeitsalltag.

Bringt die neue Strategie grosse Veränderungen mit sich?
Nein, sie bestätigt vielmehr den Weg, den wir bereits eingeschlagen hatten: Surprise ist ein Unternehmen mit einem sozialen Zweck, das sein Angebot in den vergangenen Jahren sukzessive ausgebaut hat. Mit der Entwicklung der Sozialen Stadtrundgänge haben wir beispielsweise neue Chancen-Arbeitsplätze geschaffen. Darüber hinaus bieten wir unseren Verkaufenden mit dem Strassenchor und dem Strassensport die Möglichkeit, ihre Freizeit aktiv zu gestalten. Trotzdem werden wir von der Öffentlichkeit bis heute hauptsächlich über das Strassenmagazin definiert. Nun gilt es, geeignete Kommunikations- und Marketingmassnahmen einzuleiten, die uns helfen, diese Wahrnehmung zu korrigieren – ganz nach dem Motto: «Tue Gutes und rede darüber».

Was erhoffen Sie sich von einer umfassenderen Bekanntheit?
Davon werden letztendlich unsere Verkaufenden am meisten profitieren. Wer uns kennt, kauft das Strassenmagazin, besucht die Sozialen Stadtrundgänge oder spendet Geld, das wir in bestehende Programme und neue Projekte investieren. Als Non-Profit-Unternehmen, das nach marktwirtschaftlichen Kriterien funktioniert, sind diese Einnahmen für uns existenziell.

Inwieweit ist die Surprise-Strategie an Wachstumsambitionen gekoppelt?
Für uns ist Wachstum nicht per se erstrebenswert. Viel wichtiger ist es, dass wir uns an den Bedürfnissen der Surprise-Verkaufenden orientieren, sodass sie einer Tätigkeit nachgehen können, die ihren Fähigkeiten und Ressourcen entspricht.

Genauso wichtig ist es Ihnen, dass sich Surprise als eine Fachstelle für Armut und Ausgrenzung etabliert – mit welchem Ziel?
Mit viel leidenschaftlichem Einsatz und Durchsetzungsvermögen möchten wir dafür sorgen, dass Menschen, die von Armut und Ausgrenzung betroffen sind, in unserer leistungsorientierten Gesellschaft nicht vergessen werden. Deshalb ist es uns wichtig, Aufklärungsarbeit zu leisten und gleichzeitig unser fundiertes Know-how mit anderen Organisationen auszutauschen. Diese Strategie trägt bereits erste Früchte, wie die enge Zusammenarbeit mit der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW zeigt. Die Sozialen Stadtrundgänge sind dort fester Bestandteil des Lehrplans. Ebenso erfreulich ist, dass auch die Medien sich unserer Kompetenz bewusst werden. Immer öfter werden wir um eine Stellungnahme angefragt, wenn es um diese Kernthematik geht.

«Wir möchten dafür sorgen, dass Menschen, die von Armut und Ausgrenzung betroffen sind, in unserer leistungsorientierten Gesellschaft nicht vergessen werden.»

Als Vorstandsmitglied des internationalen Strassenmagazin-Netzwerks INSP haben Sie 2015 den Kongress in Seattle mitorganisiert. Gab es einen speziellen Grund, warum dieser in den USA stattfand?
Es war ein strategischer Entscheid, den Kongress in den USA durchzuführen. Dort gibt es rund 70 Strassenmagazine, die nicht dem Dachverband angeschlossen sind. Mit der Präsenz wollten wir ihre Vertreterinnen und Vertreter motivieren, ebenfalls Mitglied zu werden, aber ihnen zugleich die Möglichkeit geben, eine eigene Vertretung in den INSP-Vorstand wählen zu lassen. Beide Ziele haben wir erreicht, weil wir überzeugend darlegen konnten, wie wertvoll und konstruktiv die Zusammenarbeit zwischen den Ländern ist. Wir können weltweit mehr erreichen, wenn wir uns gemeinsam für die Interessen von Armutsbetroffenen einsetzen. Ich freue mich schon jetzt auf den Kongress im laufenden Jahr in Athen und ganz besonders auf jenen, der 2018 in Basel stattfinden wird.

Die schönen Erfolge von 2015 wurden leider von mehreren Todesfällen überschattet. Wie geht man mit dem Verlust von liebgewonnenen Verkaufenden um?
Peter Gamma, Res Ammann wie auch Wolfgang Kreibich haben mit ihrer unverwechselbaren Persönlichkeit Surprise in den vergangenen Jahren stark geprägt. Dass sie nicht mehr unter uns sind, ist ein grosser Rückschlag, der schwer zu verkraften ist. Wir wachsen durch solche Momente aber auch enger zusammen und finden Trost, wenn Familienangehörige zu uns sagen, dass wir ein wichtiger Bestandteil im Leben von Peter und Wolfgang waren.

Die Surprise-Redaktion (von links): Amir Ali, Diana Frei, Mena Kost, Sara Winter Sayilir, Florian Blumer.

Strassenmagazin Surprise

«Das Magazin hat sich in den letzten Jahren qualitativ weiterentwickelt»

Das Surprise-Strassenmagazin erfreute sich auch 2015 wachsender Beliebtheit. Mit einer Neugestaltung soll der Trend noch verstärkt werden, wie Redaktor Amir Ali erklärt.

Herr Ali, viele Printmedien beklagen einen Leserschwund. Wie sieht das beim Surprise-Strassenmagazin aus?
Wir freuen uns seit mehreren Jahren über den gegenteiligen Trend. So stieg die Anzahl verkaufter Hefte 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 14,04 Prozent auf 407 750 Exemplare. Gegenüber 2011 bedeutet das sogar eine Steigerung um 25 Prozent.

Geht die viel beschworene Medienkrise an Ihnen vorbei?
Die Krise der Medien sehe ich vor allem als Vertrauenskrise. Die Leserinnen und Leser suchen nach Werten, die wir ihnen offenbar bieten können. Auch dürfen wir wohl behaupten, dass unser Team das Magazin in den letzten Jahren qualitativ weiterentwickelt hat und dies honoriert wird. Zahlreiche Rückmeldungen bestätigen das. Man muss aber auch festhalten, dass der Absatz stark mit der Anzahl unserer Verkaufenden zusammenhängt. Diese hat in den vergangenen Jahren ebenfalls zugenommen. Alles in allem sind es mehr Verkaufende, die pro Kopf mehr Hefte absetzen. Über diese Zahlen freuen wir uns.

Zum Erfolg tragen Sonderausgaben bei, wie etwa die traditionellen Literaturausgaben im Sommer. 2015 erschien erstmals eine Nummer zu den eidgenössischen Wahlen. Mit welcher Absicht?
Vor Wahlen sehen, hören und lesen wir auf allen Kanälen permanent dieselben Politikerinnen und Politiker. Wir wollten eine Plattform bieten, auf der weniger bekannte, parteiunabhängige, aber genauso interessante Persönlichkeiten Forderungen aus zivilgesellschaftlicher Sicht formulieren. Auch aus dem Links-Rechts-Schema wollten wir ausbrechen. Allerdings ist das äusserst schwierig. Die Polarisierung der Gesellschaft ist mir noch nie so stark aufgefallen wie bei der Arbeit an diesem Sonderheft.

Auf positive Reaktionen stiessen auch die Interviews mit dem Dalai Lama und Papst Franziskus.
Tatsächlich war die Ausgabe mit dem Dalai Lama die bestverkaufte im letzten Jahr, obwohl es nicht das erste Interview mit ihm war. Weit seltener gibt Papst Franziskus Interviews. Unseren niederländischen Kollegen, mit denen wir über das internationale Strassenmagazin-Netzwerk INSP verbunden sind, ist es gelungen, ihn für ein sehr persönliches Gespräch zu gewinnen. Wie diese beiden Beiträge können wir über INSP immer wieder spannende Geschichten beziehen, die wir selbst anhand der bestehenden Ressourcen nicht initiieren könnten. Im Gegenzug finden Beiträge von uns regelmässig den Weg in andere Magazine weltweit.

Sie sprechen die Ressourcen an – wie hat sich das Redaktionsteam 2015 entwickelt?
Mit Florian Blumer und Mena Kost haben uns leider eine langjährige Kollegin und ein Kollege verlassen, welche die positive Entwicklung der letzten Jahre massgeblich mitgestaltet haben. Diesen Erfahrungsverlust bedauern wir genauso, wie wir uns über den frischen Wind freuen: Sara Winter Sayilir ergänzt mit ihren journalistischen Fähigkeiten das Redaktionsteam optimal. Und Thomas Oehler, der die neu geschaffene Stelle als Redaktionsmanager übernommen hat, entlastet uns enorm. Auch von der Persönlichkeit her passen wir alle gut zusammen. Das sieht man nur schon daran, dass unser Team ohne Leitung gut funktioniert – wir entscheiden gemeinsam.

> «Die Leserinnen und Leser suchen nach Werten, die wir ihnen offenbar bieten können.»

Dieses Team folgt erstmals einem Redaktionsleitbild. Weshalb?
Im Zuge der Strategiebildung des gesamten Vereins haben wir 2015 die Chance genutzt, auch für uns ein verbindliches Leitbild zu formulieren. Es ist das Resultat vieler Grundsatzdebatten, und wir stellen fest, dass es unsere täglichen Diskussions- und Entscheidungsprozesse positiv beeinflusst. Es hält uns nicht nur vor Augen, mit welchem Ansatz wir an eine Geschichte, an ein Interview oder auch an unsere Jahresplanung herangehen, sondern dient auch als Fundament für die Arbeit an der Neugestaltung des Magazins, an der wir gerade feilen.

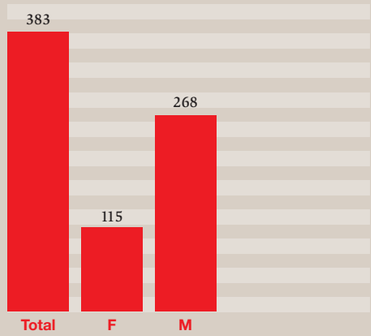
Darf man über diesen Neuauftritt bereits etwas verraten?
Nach der qualitativen Weiterentwicklung der Inhalte wird es notwendig, diesen Wandel auch in der Gliederung und Gestaltung des Magazins sichtbar zu machen. Das aktuelle Konzept ist bereits 15 Jahre alt und entspricht weder den seither veränderten Lesegewohnheiten noch den neu hinzugekommenen journalistischen Formaten. Die Neugestaltung ist also ein wichtiger Schritt für uns, mit dem wir bewusst vor allem noch mehr Männer und junge Leserinnen und Leser gewinnen wollen. Sie dürfen sich also überraschen lassen.

Informationen zu den rund 400 Surprise-Verkaufenden

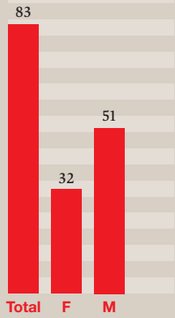
Surprise gibt benachteiligten Personen über Arbeits- und Sozialintegration wieder einen Platz in der Gesellschaft. Durch den Verkauf des Strassenmagazins haben sie die Möglichkeit, selbstbestimmt wieder ein eigenes Einkommen zu generieren. Im Jahr 2015 haben 383 Verkaufende in der Deutschschweiz, die meist keine Chance auf dem Arbeitsmarkt haben, einen eigenen Verdienst erwirtschaftet. Sie erhalten damit eine Tagesstruktur und erleben neue Lebensfreude. Das journalistisch hochwertige Magazin Surprise ist das führende Strassenmagazin der Schweiz und wird fast ausschliesslich auf der Strasse verkauft.

Weiter wurden 2015 im SurPlus-Programm 14 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 begleitet.
Surprise setzt auf Freiwilligkeit und Eigenmotivation. Wer eine Unterstützung möchte, erhält sie niederschwellig. Der Verein ist unabhängig und erhält keine staatlichen Gelder. Wir finanzieren uns mit dem Verkauf des Strassenmagazins sowie mit Spenden und Förderbeiträgen.

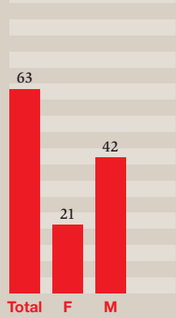
Anzahl Verkaufende



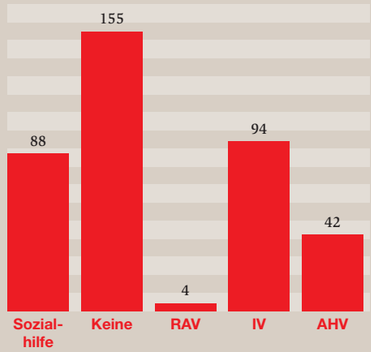
Neuanmeldungen



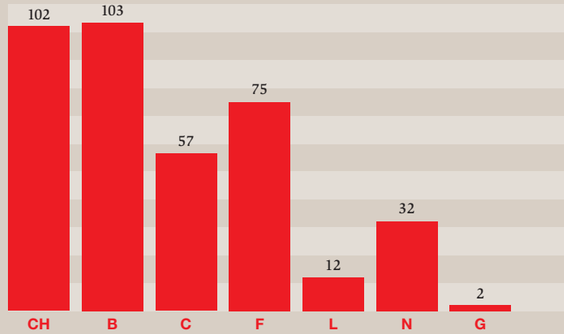
Abmeldungen



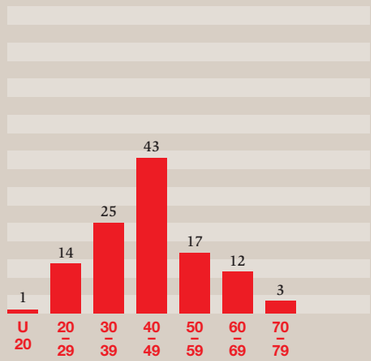
Finanzielle Unterstützung



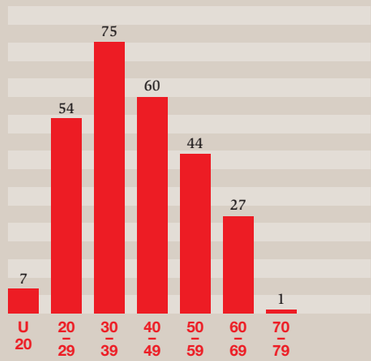
Bewilligungen



Altersstruktur Frauen



Altersstruktur Männer



1. Reihe: Nadine Gartmann, Markus Christen, Louis Nke – 2. Reihe: Tareq Islami, Doris Brechbühl, Maxamed Aaden – 3. Reihe: Aisha Kadir Jamal, Fabian Schläfli, Rolf Mauti.

Menschen in Not nehmen das Heft in die Hand

Ein weiterer Höhepunkt des letzten Jahres war die Veröffentlichung des Buches «Standort Strasse» mit Porträts aus den letzten 18 Jahrgängen des Surprise-Magazins im Christoph Merian Verlag. Der ehemalige Mitarbeiter im Surprise-Strassenfussball und Journalist, Olivier Joliat, porträtierte zusammen mit dem Fotografen Matthias Willi langjährige Surprise-Verkaufende. Gemeinsam verorteten sie den «Standort Strasse» als Ausgangspunkt der bewegenden Lebensgeschichten, die in der gleichnamigen Publikation vorgestellt werden. Auf der Strasse, mitten im pulsierenden Leben der reichen Schweiz, stehen die Verkaufenden und versuchen wieder auf die Beine zu kommen. Die Gründe für ihren sozialen Abstieg könnten unterschiedlicher nicht sein. Besonders spannend ist der Vergleich zu früheren Porträts derselben Personen im Strassenmagazin. Gastbeiträge u.a. vom Journalisten Daniel Binswanger sowie vom Rapper und Moderator Knackeboul runden das Buch ab. «Standort Strasse» rückt Menschen, die zwar mitten im Leben stehen, doch durch soziale Not an den Rand der Gesellschaft gedrängt wurden, ins Scheinwerferlicht.
Bestellen können Sie das Buch bei Surprise-Verkaufenden, beim Verein Surprise oder im Buchhandel.

«Ich mag es, im Rampenlicht zu stehen. Ich bin ja dauernd in den Medien – alle wollen etwas von meinem Leben wissen. Kein Problem, ich erzähle gerne. Viele ziehen sich zurück oder schämen sich, wenn sie arm sind. Ich bin mehr der Typ: jetzt erst recht!»

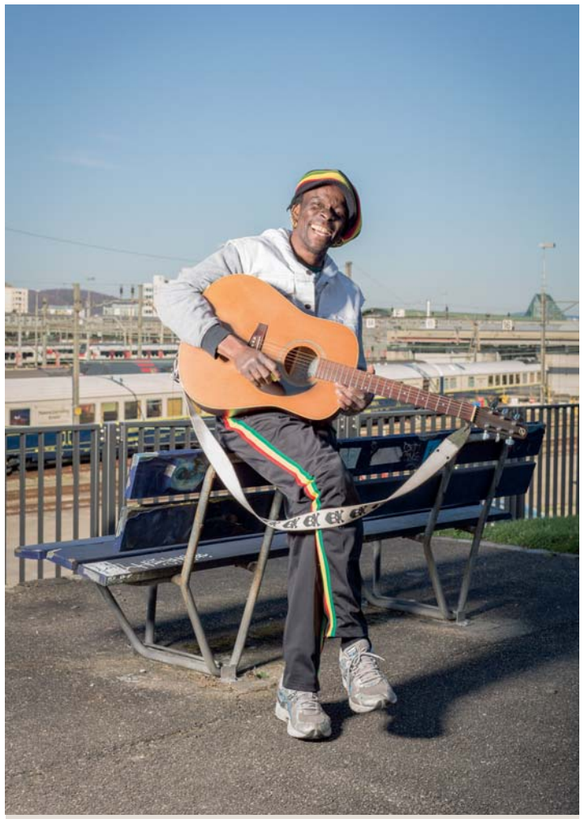
Ruedi Kälin ist einer der ersten Surprise-Verkäufer. Er bietet das Strassenmagazin an vielen Orten in der Schweiz an. Inzwischen ist er zudem Stadtführer an den Sozialen Stadtrundgängen in Zürich.

«Andere Leute haben weniger Geld als ich, darum bezeichne ich mich nur als arm an Möglichkeiten. Auch mein Rollstuhl macht mich noch nicht arm. Der hält mich nicht davon ab, Neues auszuprobieren.»

Özcan Ateş verkauft Surprise in Bern. Für ihn ist der Heftverkauf nicht nur ein Zusatzeinkommen neben seiner IV-Rente, sondern auch eine wichtige Beschäftigung und ein Ausgleich zu seinen zahlreichen Spitalaufenthalten.

«Ich bin mit Surprise nicht nur zufrieden. Es bedeutet mir viel mehr. Wie soll ich es ausdrücken: Surprise brachte die Hoffung in mein Leben zurück und Frieden für meine Seele. Darum werde ich immer Surprise verkaufen. Heute breche ich allerdings keine Verkaufsrekorde mehr, da ich täglich putzen gehe.»

Tatjana Georgievska verkauft das Strassenmagazin in Basel und singt im Surprise-Strassenchor, wenn sie Zeit hat. Zusätzlich wird sie im SurPlus-Programm unterstützt.



«Musik begleitet mich durchs Leben. Nach dem Surprise-Verkauf spiele ich täglich ein, zwei Stunden Gitarre und singe. Ich habe es früher auch mal mit Strassenmusik probiert, aber ich spiele nicht wegen des Geldes.»

Bob Ekoeri Koulekpato verkauft seit über zehn Jahren Surprise. Er hat viele treue Stammkunden vor dem Rathaus in Basel.

«Unter diesem Baum haben Marion und ich im September 2013 geheiratet. Seither kämpfen wir gemeinsam, um aus den Schulden und Drogen rauszukommen. Ich bin sehr froh, dass mir im Juni 2013 ein Mitarbeiter von Surprise über den Weg gelaufen ist. Ich schlief damals unter einer Brücke. Der Heftverkauf gab mir Auftrieb und stärkte mein Selbstwertgefühl. Meine Frau ist überzeugt, ich würde noch am Nordpol Tiefkühler verkaufen.»

Fritz Antonenko, Surprise-Verkäufer in Luzern, und seine Frau Marion.

«Obwohl ich blind bin, habe ich keine IV-Rente und beziehe auch kein Geld vom Sozialamt. Die meisten Leute glauben mir das nicht, aber es ist so. Lieber sterbe ich, als nochmals mit Ämtern zu tun zu haben. Da fühle ich mich nicht verstanden, sondern bevormundet, erniedrigt, gedemütigt.»

Dragoslav Pavlovic ist stolz auf seine Selbständigkeit. Sein Geld verdient er mit dem Heftverkauf in der Zürcher Bahnhofstrasse und seiner Drehorgel.

«Ich weiss nicht mehr, wie lange ich das Strassenmagazin verkauft habe. Aber eines weiss ich noch genau: Surprise hat mir den Arsch gerettet! Dass es ein soziales Projekt ist, war mir nicht bewusst. Für mich war es einfach ein links-alternatives Magazin über Armut. Auch die meisten Passanten kannten Surprise noch nicht. Es war damals noch kaum ein Jahr alt.»

Domenico Billari war einer der ersten Surprise-Verkäufer und hielt sich lange mit dem Verkauf des Strassenmagazins über Wasser. Heute ist er ein anerkannter Künstler und Musiker.

Surprise-Mitarbeitende und Verkaufende des Regionalbüros Zürich.

Vertrieb Schweiz – Bern, Basel und Zürich

«Notfallübungen gehören zu unserem Arbeitsalltag»

Die Mitarbeitenden der drei Vertriebsstellen in Basel, Bern und Zürich schaffen den täglichen Spagat zwischen Teamwork und Autonomie. Für Anette Metzner, Mitarbeiterin im Vertrieb Basel, ist dies Arbeitsalltag.

Frau Metzner, Teamentwicklung war im Strategiejahr 2015 in den Vertrieben ein zentrales Thema. Wie sind sich die Mitarbeitenden in diesem Prozess nähergekommen?
Wir hatten mehrere Workshops zum Thema Sozialbilanz und im Rahmen eines Vertriebsausflugs eine Teamretraite, um uns in einem anderen Kontext kennenzulernen. Ich fand diese aktive Auseinandersetzung sehr konstruktiv, denn sie hat uns alle zusammengeschweisst und geholfen, dass wir uns trotz der geografischen Distanz als Einheit erleben.

Was ist das Besondere an Ihrer täglichen Arbeit mit den rund 400 Surprise-Verkaufenden?
Unsere Angebote zeichnen sich dadurch aus, dass wir spontan und bedürfnisorientiert handeln können. Wir erhalten keine staatlichen Gelder und nutzen diesen Freiraum, um unsere Verkaufenden individuell zu begleiten. Kaum ein anderes soziales Unternehmen bietet armutsbetroffenen Menschen eine so breite Palette an niederschwelligen Unterstützungsangeboten in einer einzigen Organisation. Auch Notfallübungen gehören zu unserem Arbeitsalltag.

Können Sie diese Arbeitsweise an einem konkreten Beispiel veranschaulichen?
Ein langjähriger Verkäufer und seine Partnerin informierten uns letztes Jahr, dass sie mit ihrem Sohn innerhalb weniger Tage ihre Wohnung verlieren und auf der Strasse landen würden. Sie konnten sich bis kurz vor der drohenden Obdachlosigkeit niemandem anvertrauen. Mein Teamkollege und ich halfen ihnen bei der Räumung der Wohnung. Anschliessend suchten wir nach einer Bleibe, wo sie ein paar Tage übernachten konnten. Während der nächsten Wochen war ich ihre Ansprechperson bei der Wohnungssuche, half ihnen bei der Verarbeitung ihrer Existenzängste und organisierte eine neue, bezahlbare Unterkunft. Solche Vorfälle verursachen komplexe Folgeaufgaben mit einem hohen Arbeitsaufwand.

Wie schaffen Sie es, die verschiedenen Anforderungen unter einen Hut zu bringen?
Indem man über ein Multitasking-Gen verfügt (lacht). Nein, ernsthaft: Eine grosse Flexibilität, ein offenes Ohr und viel Empathie sind wichtige Voraussetzungen für diese Tätigkeit. Auch berufliche Qualifikationen und eine langjährige Erfahrung im Umgang mit Personen in Krisensituationen sind hilfreich. Ich bin Sozialarbeiterin und habe mich unter anderem im Bereich Coaching weitergebildet. Dieser Background hilft mir, in komplexen Situationen einen klaren Kopf zu bewahren, professionell vorzugehen und mich abzugrenzen. Selbstverständlich funktionieren diese Schutzmechanismen nicht immer auf Knopfdruck. Deshalb überlegen wir uns, ob wir im Vertrieb nicht regelmässig eine Supervision in Anspruch nehmen sollten, um unseren Berufsalltag intensiver zu reflektieren und gemeinsam weitere Handlungsstrategien zu erarbeiten.

Welche Momente waren 2015 besonders belastend?
Wir erlebten in Bern und Basel einige traurige Momente, weil mehrere langjährige, stadtbekannte Verkäufer starben oder so schwer erkrankten, dass sie nicht mehr in der Lage waren, das Strassenmagazin zu verkaufen. Diese Trauer beschäftigte uns Mitarbeitende genauso wie einige Verkaufende, für die der Verlust eines Freundes besonders schwer zu verkraften war. Für 2016 wünsche ich mir weniger solche Schicksalsschläge, dafür mehr Glücksmomente, die wir mit unseren Verkaufenden teilen können – wie letztes Jahr bei unserem gemeinsamen Ausflug auf den Ballenberg mit grossem Picknick, einer Wanderung sowie einer witzigen Älpler-Olympiade. Für einige war dies der erste Ausflug seit vielen Jahren.

«Wir erhalten keine staatlichen Gelder und nutzen diesen Freiraum, um unsere Verkaufenden individuell zu begleiten.»

Was schätzen die Verkaufenden bei Surprise?
Wir bieten den Menschen, die in der Gesellschaft wenig Chancen und Perspektiven haben, einen Nebenverdienst, eine Struktur und unbürokratische Soforthilfe. Sie vertrauen uns – und wir sind für viele eine Art Familienersatz. Das geht so weit, dass Verkaufende ungern zu anderen Institutionen gehen, sondern sich lieber von uns beraten lassen. Bei Themen, bei denen wir nicht über genügend Fachwissen verfügen, begleiten wir sie zu den entsprechenden Sozialinstitutionen, um ihnen die Hemmschwelle zu nehmen. Neu unterstützt uns bei Bedarf eine Juristin bei komplexen rechtlichen Themen wie Rekursen oder Beschwerden.

Gibt es daneben weitere Neuerungen in den Vertrieben?
In Zürich sind wir in grössere Büroräumlichkeiten umgezogen, in denen wir den Besuchergruppen der Sozialen Stadtrundgänge mit einem Kaffee Surprise einen spannenden Abschluss bieten können. Zudem verfügen wir dort neuerdings über mehr Ressourcen für die Begleitung und die soziale Integration der Surprise-Verkaufenden sowie der sieben Stadtführer, die ebenfalls als Verkäufer tätig sind. In Bern ergänzt seit Mai letzten Jahres Barbara Kläsi unser Team. In Basel konnten wir den Chancen-Arbeitsplatz von 30 auf 50 Prozent aufstocken. Die Sozialbilanz zeigt klar auf, dass der Bedarf an Unterstützung und Begleitung unserer Verkaufenden in den Bereichen Arbeit, Wohnen, Administration oder Gesundheit stark zugenommen hat. Wir müssen entsprechend reagieren, wenn wir unsere Verkaufenden weiterhin engagiert in ihrem oft schwierigen Alltag unterstützen möchten.

Surprise-Strassenfussballer mit Coach David Möller (rechts, obere Reihe).

Strassenfussball

«Der Strassenfussball ist der Pionierphase entwachsen»

Neue Strukturen im Surprise-Strassenfussball, eine eigene Fussball-Halle und begeisterten Zuschauerzuspruch – darüber konnte sich Leiterin Lavinia Besuchet im vergangenen Jahr besonders freuen.

Frau Besuchet, Ihr grösster Wunsch war seit Jahren eine eigene Halle für den Strassenfussball. Ging er 2015 endlich in Erfüllung?
Oh ja, und es ist tatsächlich ein Quantensprung für unser Programm. Zwar ist die Halle, die uns die Christoph Merian Stiftung auf dem Basler Dreispitz-Areal zu günstigen Konditionen zur Verfügung stellt, erst eine Zwischenlösung, aber sie ermöglicht es, unser Konzept zu veranschaulichen. Nun müssen wir die Verantwortlichen der Stadt und mögliche Geldgeber mit guten Argumenten überzeugen.

Was spricht für eine dauerhafte Strassenfussball-Halle?
In kürzester Zeit ist die Halle nicht nur zu einem beliebten niederschwelligen Sportplatz, sondern auch zu einem sozialen Treffpunkt geworden. Hier geht es nicht mehr um gesellschaftliche Unterschiede – allein der Fussball zählt. Neben unseren Mannschaften nutzen viele andere Streetsoccer-Begeisterte wie die Fussballschule justfootball das Angebot. Neben ihren und unseren offiziellen Trainings, Freundschaftsturnieren sowie unserem Liga-Auftakt-Turnier könnten wir hier künftig auch internationale Strassenfussball-Konferenzen abhalten, ein Dreiland-Turnier organisieren, Filmabende veranstalten, ein Sportcafé mit Chancen-Arbeitsplätzen sowie eine Secondhand-Sportkleiderbörse betreiben. Ideen gibt es genug – es fehlt nur noch das Geld für eine längerfristige Perspektive.

Die Freude am Sport und an Begegnungen hat 2015 auch den Turnierbetrieb geprägt. Worauf führen Sie das zurück?
Während der letzten Saison habe ich diesbezüglich auf zwei Ebenen sehr Erfreuliches festgestellt. Einerseits beim Fairplay unter den Mannschaften und andererseits beim Verhalten der Zuschauerinnen und Zuschauer. Letztere kommen mittlerweile vor allem wegen dem Sport. Es geht nicht mehr darum, den «Exoten» beim Spielen zuzuschauen oder aus sozialem Pflichtgefühl anwesend zu sein. Die Besuchenden haben Spass, und das überträgt sich auf die gesamte Atmosphäre des Turniers.

Auch auf das Fairplay?
Auf mehr Fairness auf und neben dem Spielfeld haben wir bewusst hingearbeitet. Dabei hat sich gezeigt, wie wichtig der Austausch mit Partnerorganisationen ist. Die niederländischen Kolleginnen und Kollegen sind ein gutes Beispiel, wie man Anstandsregeln im Sport lustvoll vermitteln kann. Von ihnen haben wir die Idee einer zusätzlichen Schiedsrichter-Karte übernommen. Wird sie gezückt, werden der Mannschaft des betroffenen Spielers von einem anfänglichen Bonuskonto Fairplay-Punkte abgezogen. Somit schlittert das Team nicht gleich in ein demotivierendes Minus. Weiter schenkten wir zusammen mit Thomas Gander, dem Verantwortlichen für Social Responsibility bei der Swiss Football League (SFL), am Finalturnier in Bern allen Spielern ein Surprise-Trikot, für das sie künftig Fairplay-Aufnäher sammeln können.

Inwiefern sind solche pädagogischen Aspekte wichtig beim Strassenfussball?
Sie spielen eine sehr zentrale Rolle. In unserer Strategie setzten wir uns letztes Jahr deshalb intensiv mit pädagogischen Fördermassnahmen auseinander und richteten unser Team daraufhin neu aus. Das Strassenfussball-Programm gibt es in dieser Form seit 2009 – wir sind der Pionierphase entwachsen. Die Erfahrungen zeigen, dass die Coaches neben den sportlichen auch die pädagogischen Fähigkeiten weiterentwickeln müssen. Das ist zeitintensiv und bedarf einer engen Begleitung durch unseren sportlichen Leiter David Möller. Deshalb haben wir nach eingehender Analyse seine Stelle ausgebaut. Darüber hinaus freut es uns sehr, dass wir in unseren Vertriebsstellen in Basel, Bern und Zürich je ein Zehn-Prozent-Pensum für die Teamcoaches der jeweiligen Surprise-Mannschaft einrichten konnten.

> «Die Entwicklung unserer Spieler und der positive Zuschauerzuspruch bestätigen uns auf unserem Weg.»

Das klingt nach grundlegenden Professionalisierungsschritten.
Ja, und diese kommen in erster Linie unseren Teilnehmenden zugute, indem wir ein für ihre persönliche Entwicklung ideales Umfeld schaffen. Auch die Geldgeber erwarten je länger je mehr solche sichtbaren Fortschritte. Ein Beispiel hierfür ist die SFL, mit der wir künftig im Bereich Social Responsibility verbindlich zusammenarbeiten werden.

Droht der sportliche Aspekt bei diesen Entwicklungen nicht in den Hintergrund zu geraten?
Ganz im Gegenteil. Wir stellen ja nicht alles auf den Kopf, sondern entwickeln uns dort weiter, wo es Sinn macht. Die Entwicklung unserer Spieler und der positive Zuschauerzuspruch bestätigen uns auf unserem Weg. Sportlich läuft es ausgezeichnet. Die Surprise-Nationalmannschaft 2015 hat beim Homeless World Cup in Amsterdam tapfer gekämpft und den 2. Rang des INSP-Cups erreicht. Auch die Strassenfussball-Familie wächst weiter: Neu nimmt eine Tessiner Mannschaft an unserer Schweizer Meisterschaft teil.

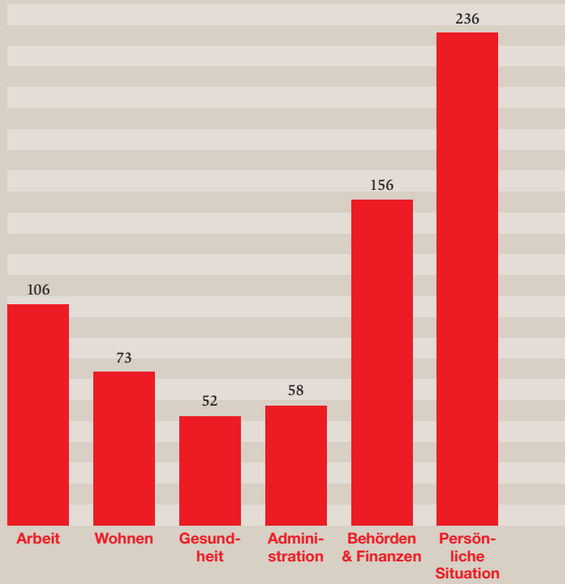
Soziale Integration und Begleitung

Mit seinen vielfältigen Angeboten leistet Surprise einen konkreten Beitrag gegen Armut und Ausgrenzung in der Schweiz. Der Verein unterstützt seit 1997 benachteiligte Personen und fördert die soziale Integration von Armutsbetroffenen. Neben dem Strassenverkauf stellt Surprise mit den niederschwelligen Programmen im Strassenchor, Strassenfussball und den Sozialen Stadtrundgängen in Basel und Zürich ein qualitativ hochstehendes Angebot – mit dem Ziel «Hilfe zur Selbsthilfe» – zur Verfügung.

Bei Problemen im Alltag helfen ausgebildete Mitarbeitende in den Regionalbüros Bern, Basel und Zürich oder vermitteln eine Triage zu Behörden und Beratungsstellen. Rund 400 Verkaufende, Fussballer, Chormitglieder und Stadtführer wurden 2015 teilweise sehr intensiv unterstützt. Innerhalb der Organisation bietet Surprise Chancen-Arbeitsplätze an. Diese Personen sind in den Regionalbüros Basel und Zürich angestellt und werden bei Problemen ebenfalls begleitet.

Seit 2013 ermittelt Surprise die vielseitigen Unterstützungs- und Beratungstätigkeiten in einer Sozialbilanz. Eine Auflistung der Hilfsangebote in den Bereichen Arbeit, Wohnen, Gesundheit, Administration, Behörden & Finanzen und Persönliche Situation finden Sie in der Spalte nebenan.

Geleistete Unterstützungs- und Beratungstätigkeit in Stunden



Arbeit
- Bearbeiten und Erstellen von Bewerbungsdossiers
- Unterstützung beim Ausfüllen bzw. Erklären und Übersetzen von Arbeitsverträgen, Formularen, Dokumenten und Arbeitsbewilligungen
- Deklaration der Arbeitsbemühungen
- Kontakt zu RAV, Arbeitgebenden, Temporärbüros
- Unterstützung bei der Stellensuche durch Auswahl von Inseraten bei Stellenbörsen und Online-Bewerbungen
- Organisation von Arbeitszeugnissen

Wohnen
- Kontakt mit Vermietern bzgl. Wohnungskündigung, Kautionszahlungen, Rückzahlung des ausstehenden Mietzinses und Mietzinsreduktion
- Unterstützung bei der Wohnungs- und Zimmersuche über Inserate auf verschiedenen Immobilien-Websites
- Organisation und Hilfe bei der Wohnungsräumung
- Vermittlung von Zimmern in Unterkünften

Gesundheit
- Unterstützung und Begleitung bei Arztterminen
- Besuche von Verkaufenden im Spital und in der Psychiatrie
- Einholen von Krankenkassen-Offerten und Arzt-Terminen

Administration
- Unterstützung beim Ausfüllen bzw. Erklären und Übersetzen von Korrespondenz, Verträgen, Formularen, Dokumenten in den Bereichen Bewilligungen, Billag, Handy, Schuldeninkasso
- Anmeldung Nothilfe Sozialhilfe, KESB-Beistandschaft, Prämienverbilligung
- Unterstützung bei Steuerbescheiden und Visum-Reiseanträgen

Behörden & Finanzen
- Kontaktaufnahme, Vermittlung und Unterstützung in den Bereichen Ergänzungsleistungen, AHV, IV, Steuerbehörden, Kinderzulagen, KESB-Beistandschaften, Schuldenberatungsstellen
- Unterstützung bei Anträgen und Stiftungsgesuchen
- Abklären und Unterstützung bei Fragen zu Asyl und Aufenthaltsbewilligungen, Familiennachzug
- Begleitung beim Besuch von Beratungsstellen
- Erstellen von Rekursanträgen und Kontaktaufnahme mit Beratungsstellen, Behörden und Rechtsanwälten

Persönliche Situation
- Befindlichkeitsgespräche zur psychischen Stabilisierung und Hausbesuche bei persönlichen Belastungssituationen
- Kontaktaufnahme zu Beratungsstellen für Triagen in den Bereichen Alkohol- und Suchtprobleme, Familienberatung und Budgetberatung, allgemeine Unterstützung im Alltag

«Mit meinem Chancen-Arbeitsplatz bei Surprise bekam ich wieder Boden unter den Füssen. 2009 fing ich beim Strassenfussball an. Ich hatte damals keinen Job, war nicht integriert – hatte nichts. Über die Projektleitung lernte ich viele Schweizer kennen, verbesserte meine Deutschkenntnisse und verstand, wie das Leben in der Schweiz funktioniert. Ich erhielt verschiedene Aufträge bei der Organisation und Planung von Strassenfussball-Anlässen und gründete mit afghanischen Freunden meine eigene Mannschaft. Seit Dezember 2013 bin ich Mitarbeiter im Vertrieb Basel. Ich habe ein regelmässiges Einkommen, fühle mich wohl im Team und konnte mich von der Sozialhilfe abmelden. Als ich den Bescheid erhielt, dass ich nach Afghanistan zurückkehren müsse, brach für mich die Welt zusammen. Auch hier half mir Surprise und beauftragte eine Juristin, meine Ausschaffung abzuwenden. Ich hoffe sehr, dass ich in der Schweiz bleiben und noch viel lernen kann. Ohne Surprise hätte ich meinen Weg nie geschafft.»
Tareq Islami, Chancen-Arbeitsplatz-Mitarbeiter im Vertrieb Basel und Coach im Surprise-Strassenfussball

«Der Strassenfussball hat mir sehr geholfen. Über den Sport in der Mannschaft lernte ich, meine Probleme in den Griff zu bekommen und mich an Regeln zu halten. Durch den familiären Zusammenhalt innerhalb des Projekts bekam ich neuen Lebensmut.»
Pascal Fust, Ex-Strassenfussballer, Coach und Hauptschiedsrichter beim Surprise-Strassenfussball

«Meine Tätigkeit als Stadtführer hat mein Leben komplett auf den Kopf gestellt. Ich geniesse die Touren und fühle mich wieder als ein Teil dieser Gesellschaft. Vorher war ich viele Jahre obdachlos, nachdem ich als Folge eines Unfalls meinen Job und meine Wohnung verloren hatte. Inzwischen habe ich wieder ein Dach über dem Kopf, kann mir Ferien leisten und lebe in einer Beziehung. Meine Freundin lernte ich im Surprise-Strassenchor kennen. In ein paar Monaten gehen wir gemeinsam für längere Zeit nach Griechenland. Ich bin Surprise sehr dankbar für die Chance, die ich erhalten habe.»
Rolf Mauti, Stadtführer beim Sozialen Stadtrundgang in Basel

«Ich habe den perfekten Job: Beim Surprise-Verkauf bin ich nah an den Menschen. Viele erzählen mir von ihren eigenen Schwierigkeiten. Ich habe das Gefühl, einem Surprisler gegenüber sind die Leute offen. Mit der Surprise-Nationalmannschaft war ich 2012 in Brasilien am Homeless World Cup und davor in Polen an der EM. Diese wunderbaren Erfahrungen verdanke ich Surprise. Hier fühle ich mich gebraucht.»
Markus Thaler, Surprise-Verkäufer beim Vertrieb Zürich und Strassenfussballer

«Seit 2013 bin ich in Basel mit den Sozialen Stadtrundgängen unterwegs. Das Programm ist in jeder Hinsicht eine Erfolgsgeschichte. Zuvor konnte ich nicht vor Menschen stehen und einen Vortrag halten. Inzwischen spreche ich in der Öffentlichkeit über Ausgrenzung und Armut. Deshalb freue ich mich, dass ich neuerdings zu Projekten oder Podiumsdiskussionen eingeladen werde. Ich habe mich entschieden, für den Grossrat des Kantons Basel-Stadt zu kandidieren. Das wäre vor vier Jahren noch nicht vorstellbar gewesen. Mein Leben hat eine unglaubliche positive Wendung genommen.»
Markus Christen, Stadtführer bei den Sozialen Stadtrundgängen in Basel und Surprise-Verkäufer

Mitglieder des Surprise-Strassenchors mit Chorleiterin Ariane Rufino dos Santos (mit Akkordeon) und Leiterin Paloma Selma (Dritte von rechts).

Strassenchor
«Die Mitglieder erleben Wertschätzung und gewinnen Selbstvertrauen»

Die Sängerinnen und Sänger sind so bunt gemischt wie das Repertoire des Chors. Das begeistert nicht nur das Publikum, sondern dient auch der persönlichen Entwicklung der Teilnehmenden, weiss die Programmleiterin Paloma Selma.

Frau Selma, der Surprise-Strassenchor hat inzwischen noch mehr Sängerinnen und Sänger. Mit welchen Folgen?
Es ist wunderbar, wie sich der Chor entwickelt. Nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ. Die mittlerweile rund 20 Mitglieder erleben persönlich und als Gruppe zunehmend Wertschätzung und gewinnen Selbstvertrauen. Je grösser der Chor, desto spannender die Arbeit für unsere musikalische Leiterin Ariane Rufino dos Santos. Sie hat nun die Möglichkeit, Lieder mehrstimmig einzustudieren oder sogar vereinzelte Solostimmen aufzubauen. Das motiviert alle gleichermassen, und wir können mit der musikalischen auch die persönliche Entwicklung vorantreiben.

Wie setzt sich diese erfolgreiche Truppe zusammen?
Bunt gemischt. Es sind immer mehr Surprise-Verkaufende dabei, Männer wie Frauen. Vor allem sozial benachteiligte Personen wie Armutsbetroffene oder Menschen mit psychischen Erkrankungen. Aber auch Persönlichkeiten, die sich engagieren möchten. Bei uns sind alle, die gerne singen, herzlich willkommen.

Bringen diese positiven Entwicklungen auch Herausforderungen mit sich?
Der Betreuungsaufwand ist nicht kleiner geworden (lacht). Ich bin sehr froh, dass der Chor trotz unterschiedlichster Persönlichkeiten und Lebensumstände mittlerweile ein stabiles Gefüge geworden ist. Aber wie in jeder grossen Familie gilt es auch bei uns, Konflikte zu lösen und schwierige Charaktere zu integrieren. Das fordert bisweilen alle heraus, nicht nur mich und die Chorleiterin.

Gibt es trotz Mitgliederwachstum auch Abgänge zu beklagen?
Ja, auch sie bescheren uns zwischendurch emotionale Momente. Aber das gehört zu einem Chor wie dem unseren dazu. Es ist unser Ziel, die Mitglieder bei der Entwicklung neuer Lebensperspektiven zu unterstützen – auch über die Chorarbeit hinaus. Wenn jemand den Schritt in einen neuen Lebensabschnitt oder in das Arbeitsleben schafft, ist das sehr erfreulich.

Aber Sie singen nicht dauernd Abschiedslieder?
Zum Glück nicht – eher Geburtstagslieder (lacht). Wir feiern jeden einzelnen Geburtstag der Chormitglieder. Das sorgt bei selbstgemachtem Rüebli- und Schoggikuchen zusätzlich für gute Stimmung und stärkt den Zusammenhalt der Gruppe.

Fördern Sie diese zwischenmenschlichen Beziehungen auch über die wöchentlichen Proben hinaus?
Ganz bewusst sogar. Schon unsere öffentlichen Auftritte führen uns mit spannenden Menschen zusammen. Letztes Jahr erhielten wir 17 Einladungen. Und wenn sich die Gelegenheit dank Sponsoren bietet, wechseln wir auch die Seite und besuchen gemeinsam ein Konzert. Ein Highlight war 2015 der Abstecher an die Bâloise Session. Oder in den Bird's Eye Jazzclub in Basel zu einem Auftritt von Gino Sitson. In der Folge hat uns der kamerunische Stimmvirtuose sogar mit einem gemeinsamen musikalischen Rhythmus- und Bewegungsworkshop beeindruckt.

Gab es solch intensiven Austausch auch mit anderen Chören?
Es war uns im vergangenen Jahr ein zentrales Anliegen, den Austausch mit anderen Chören zu fördern. Das mündete in einer bereichernden Zusammenarbeit mit der Sopranistin Ana Arnaz, der Chorleiterin des Kinder- und Jugendchors MuSoul aus Witterswil. Jung und Alt probten gemeinsam und absolvierten drei umjubelte Auftritte. Eine Begegnung, die trotz oder gerade wegen des grossen Altersunterschieds und der verschiedenen sozialen Hintergründe extrem bereichernd war. Genauso wie die Partnerschaften mit den Unitarian Universalists of Basel (UUBasel) und dem International Women's Institute Basel (IWI).

«Wenn jemand den Schritt in einen neuen Lebensabschnitt oder in das Arbeitsleben schafft, ist das sehr erfreulich.»

Was war das Ziel dieser beiden Partnerschaften?
Mit dem Chor der multireligiösen Gemeinschaft UUBasel gestalteten wir einen Teil des OnePeople-Tags auf der Basler Schützenmatte. Weltweit trafen sich an diesem Tag Personen verschiedener Sozialinstitutionen und formierten sich zu Menschenketten, um ein Zeichen für mehr Solidarität zu setzen. Auch die englischsprachigen Frauen von IWI, die über die MuSoul-Kinder auf uns aufmerksam wurden, haben während der Weihnachtszeit einen Kuchen-Wettbewerb zu unseren Gunsten organisiert.

Der Surprise-Strassenchor finanziert sich weitgehend über Spenden. Wie schwierig ist es, für Ihr Projekt Gelder zu akquirieren?
Unsere positive Entwicklung bedeutet auch Mehraufwand. Deshalb sind wir dankbar für jeden Franken, ob von Stiftungen, Unternehmen oder Privatpersonen. Erfreulich war diesbezüglich die Initiative einer Basler Gymnasiastin, die für ihre Maturaarbeit zwei Klavierstücke komponierte und sie im Spätherbst 2015 im Rahmen eines Benefizkonzerts für und mit dem Strassenchor uraufgeführt hat. Das war ein riesiger Erfolg mit einem ausverkauften Konzert, dem Lokalfernsehen vor Ort und einem beträchtlichen Kollektenertrag in unserer Kasse. So einen wunderbaren Anlass würden wir uns auch im laufenden Jahr wünschen.

Stadtführer der Sozialen Stadtrundgänge aus Basel und Zürich.

Soziale Stadtrundgänge – Basel und Zürich

«Wir bilden Armutsbetroffene zu selbstbewussten Experten aus»

Seit der Einführung der Sozialen Stadtrundgänge im Jahr 2013 haben rund 25 000 Personen an den Touren in Basel und Zürich teilgenommen. Eine Erfolgsgeschichte mit vielen positiven Rückmeldungen der unterschiedlichsten Besuchergruppen. Für die Programmverantwortliche Sybille Roter ist die persönliche Entwicklung der Stadtführer der grösste Erfolg.

Frau Roter, die Besucherzahlen sprechen für sich. Haben Sie mit einer derart grossen Nachfrage gerechnet?
Ich bin schon davon ausgegangen, dass das Projekt auf Interesse stossen wird. Mit solch einer grossen Nachfrage hatte ich aber nicht gerechnet. Vor Weihnachten mussten wir Besuchergruppen abweisen, weil die Nachfrage so gross war.

Der grosse Zuspruch ist auch den Stadtführern zu verdanken. Wie bereiten Sie diese auf die anspruchsvolle Aufgabe vor?
Die Anforderungen an die angehenden Stadtführer sind hoch. Neben der Motivation sind Lernfähigkeit, Zuverlässigkeit und Selbstverantwortung wichtige Voraussetzungen, um zu reüssieren. Erst wenn diese erfüllt sind, beginnen wir mit einem mehrmonatigen Coaching-Prozess. In dieser intensiven Zeit vermitteln wir ihnen Fakten über Armut, damit sie sich von der eigenen Opferrolle lösen und die Thematik in einem gesellschaftlichen Kontext sehen können. Aus Armutsbetroffenen sollen selbstbewusste Experten werden, die authentisch über die Auswirkungen von Armut informieren können.

Was geschieht nach dieser intensiven Ausbildungsphase?
Damit sich das Programm weiter entwickeln und lebendig bleiben kann, unterstützen wir die Stadtführer nicht nur bei ihren Problemen im Alltag, sondern auch in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung als Stadtführer, indem wir beispielsweise den Austausch zwischen den Stadtführern aus Zürich und Basel fördern oder ihnen Weiterbildungsmöglichkeiten anbieten. So haben wir 2015 in Zusammenarbeit mit Professor Carlo Knöpfel einen Workshop organisiert, der von den Stadtführern sehr geschätzt wurde. Sie waren stolz darauf, dass ihnen der bekannte Armutsexperte auf Augenhöhe begegnete.

Tauschen Sie diese Erfahrungen auch mit anderen Strassenzeitungen aus?
Ja, der Wissensaustausch hilft, die eigene Vorgehensweise kritisch zu hinterfragen. Deshalb besuchten wir 2015 gemeinsam mit den Stadtführern und den Vertriebsmitarbeitenden die Verantwortlichen des Strassenmagazins Hinz&Kunzt in Hamburg. Ziel war es, vor Ort zu erfahren, wie die Stadtführer ihre Touren in der Hansestadt gestalten, mit welchen Herausforderungen sie konfrontiert sind und wie sie diese bewältigen. Es war eine sehr inspirierende Reise, nicht zuletzt, weil Hamburg bereits seit 13 Jahren die Sozialen Stadtrundgänge anbietet. Von diesem Know-how haben wir alle profitiert. Ausserdem wollten wir den Surprise-Stadtführern mit dieser Reise unsere Wertschätzung für ihre grossartige Arbeit zum Ausdruck bringen – und sie für die weiteren Aufgaben motivieren.

Ist der qualitative Erfolg auch darüber hinaus nachweisbar?
Ja, durch die enge Zusammenarbeit mit zwei Studierenden der Sozialen Arbeit an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW hatten wir die Chance, anhand einer Wirkungsanalyse den qualitativen Erfolg der Sozialen Stadtrundgänge zu messen. In ihrer spannenden Abschlussarbeit wiesen sie nach, dass wir mit diesem Projekt die Besuchenden nachhaltig für die Situation von Armutsbetroffenen sensibilisieren und dabei helfen, Vorurteile abzubauen. In unseren Evaluationen konnten wir zudem aufzeigen, dass die neue Tätigkeit bei den Stadtführern einen positiven Entwicklungsprozess auslöst. Die vielseitige Auseinandersetzung mit ihrer Biografie, der Armutsthematik, mit dem Team und den Rückmeldungen durch die Gruppen fördert neue Denk- und Lösungsstrategien. Die positive persönliche Entwicklung der Stadtführer ist für mich der grösste Erfolg des Angebots.

Wie sieht diese Entwicklung im Leben der Stadtführer aus?
Dafür gibt es viele Beispiele. So fand ein Stadtführer nach rund 20 Jahren Obdachlosigkeit eine Wohnung. Zwei andere konnten ihre Schulden zurückzahlen und sich nach Jahren wieder Ferien leisten, um sich vom Stress auf der Strasse zu erholen. Alle Stadtführer konnten ihre Lebensqualität steigern und sich lang gehegte Wünsche erfüllen.

> «Mit unserem Programm sensibilisieren wir die Besuchenden für die Situation von Armutsbetroffenen und helfen, Vorurteile abzubauen.»

Welche Rolle spielt Öffentlichkeitsarbeit für den weiteren Erfolg?
Bis jetzt bestand dafür wenig Handlungsbedarf, weil das Interesse nach wie vor gross ist. Wir müssen eher darauf achten, dass wir die Stadtführer nicht überfordern. Falls die Besucherzahlen jedoch stagnieren sollten, würden wir geeignete Massnahmen einleiten. Nicht zuletzt deshalb, weil die Stadtführer ihre Aufgabe schätzen und keinesfalls auf den Zusatzverdienst verzichten möchten. Mediale Aufmerksamkeit bedeutet auch Wertschätzung und gibt Selbstvertrauen. Deshalb freuen nicht nur wir uns, sondern auch die Stadtführer, wenn Medien wie das Migros-Magazin die Rundgänge in einer grossen Reportage vorstellen. Einen besonderen Höhepunkt gibt es auch dieses Jahr: Das Schweizer Fernsehen strahlt eine 30-minütige Dokumentation über das Leben von zwei Stadtführern aus. Die Recherchen hierfür starteten bereits letztes Jahr.

Kann man sich bei einem so erfolgreichen Programm überhaupt noch etwas wünschen?
Mein Traum ist es immer noch, die erste Tour mit Frauen zu lancieren. Trotz vieler Erstgespräche zeigt sich, dass Frauen kaum bereit sind, sich zu outen. Wir sind aber für unsere Hartnäckigkeit bekannt, entsprechend werde ich nicht so schnell aufgeben.

Marketing & Fundraising

«Jeder Beitrag hilft, das vielfältige Angebot aufrechtzuerhalten und weiterzuentwickeln»

Damit Surprise seinen gesellschaftlichen Auftrag auch in Zukunft erfüllen kann, will das Unternehmen seine Kommunikations- und Mittelbeschaffungsaktivitäten weiter professionalisieren. Dafür zeichnet seit 2014 Svenja von Gierke verantwortlich.

Frau von Gierke, Sie haben die Aufgabe, den Bereich Marketing & Fundraising auszubauen. Welche Zwischenbilanz ziehen Sie?
Die ersten Massnahmen, die wir im abgelaufenen Geschäftsjahr insbesondere beim Fundraising eingeleitet haben, zeigen positive Wirkung. Die Spenden- und Fördergelder sind 2015 höher ausgefallen als budgetiert. Dass uns so viele Einzelpersonen, Firmen und Stiftungen unterstützen, ist ein grossartiger Vertrauensbeweis. Dafür sind wir sehr dankbar, denn jeder einzelne Beitrag hilft uns, die vielfältigen Angebote aufrechtzuerhalten und weiterzuentwickeln.

Welche Massnahmen haben zu diesen Mehreinnahmen geführt?
Sicherlich haben verschiedene Faktoren dazu beigetragen. Für uns war etwa die Aktualisierung unserer Datenbank wichtig, da sie für eine nachhaltige Spendenbeziehung unabdingbar ist. Dadurch können wir heute private und institutionelle Spenderinnen sowie Sponsoren ihren Bedürfnissen entsprechend optimal betreuen und unsere Fundraising-Aktivitäten gezielter angehen. Diese Professionalität ist aber auch dem Umstand zu verdanken, dass wir mit 140 Stellenprozenten heute personell besser aufgestellt sind und bei Bedarf auch externes Know-how hinzuziehen können. Gleichzeitig entwickeln unsere Geschäftsführung sowie Kolleginnen und Kollegen aus den Programmen die Angebote inhaltlich kontinuierlich weiter, sodass es für Stiftungen interessant bleibt, Surprise zu fördern. All das wird unterstützt von öffentlichkeitswirksamen Angeboten wie dem Sozialen Stadtrundgang, unserem neuen Porträtband «Standort Strasse» oder Aktionen wie der «Vendor Week».

«Wir haben uns von einem Strassenmagazin hin zu einem Sozialunternehmen mit einem vielfältigen Angebot für Armutsbetroffene entwickelt.»

Was ist die «Vendor Week»?
Das ist die Woche, in der Strassenzeitungen weltweit mit verschiedenen Aktivitäten die Aufmerksamkeit auf ihre Verkaufenden lenken. Zusammen mit den Regionalbüros Bern, Basel und Zürich haben wir im Rahmen der Aktionswoche interessierte Prominente sowie Leserinnen und Leser eingeladen, in die Rolle der Verkaufenden zu schlüpfen und gemeinsam mit ihnen das Magazin unter die Leute zu bringen. Auch Medienschaffende haben es sich nicht nehmen lassen, daran teilzunehmen. Entsprechend gross war die Berichterstattung.

Auf die Öffentlichkeitsarbeit soll künftig ein stärkeres Augenmerk gelegt werden. Wie wollen Sie dieses Ziel erreichen?
Die Kommunikation nach aussen lief in den vergangenen Jahren primär über die Verkaufenden. Sie tragen unser Engagement und unsere Philosophie als Botschafterinnen und Botschafter Tag für Tag in die Öffentlichkeit. Aufgrund der Organisationsgrösse, die wir mittlerweile erreicht haben, ist es aber zwingend, dass wir unsere Aktivitäten bündeln und erweitern, um über verschiedene Kanäle mit unseren heterogenen Anspruchsgruppen in Dialog zu treten. Die ersten Massnahmen konnten wir bereits umsetzen: So starteten wir 2015 mit der Professionalisierung unserer Social-Media-Aktivitäten und konnten in die Planung weiterer Kommunikationskanäle einsteigen – wie zum Beispiel die Überarbeitung der Webseite und die Lancierung eines Newsletters im Jahr 2016.

Das Surprise-Team hat in den letzten Jahren in einem internen Prozess die Organisationsstrategie überarbeitet. Welche Folgen hat das für die Aussendarstellung?
Natürlich bleibt sich Surprise treu und verschenkt nichts von dem hart erarbeiteten Wiedererkennungswert. Es ist aber wichtig, die Veränderungen, die Surprise in den letzten Jahren als Organisation vollzogen hat, auch nach aussen besser darzustellen. Schliesslich haben wir uns von einem Strassenmagazin hin zu einem Sozialunternehmen mit einem vielfältigen Angebot für Armutsbetroffene entwickelt. Aus diesem Grund überarbeiten wir derzeit unsere gesamte Corporate Identity – einschliesslich unseres Erscheinungsbildes.

Gemeinsam mit Ihrer Kollegin Zaira Esposito sind Sie auch für Café Surprise zuständig. Wie kommt es, dass ein solches Programm in Ihrem Bereich angesiedelt ist?
Das hat sich organisch entwickelt, weil bei der Lancierung die anderen Bereiche mit ihren Programmen ausgelastet waren. Trotzdem macht es Sinn, dass wir Café Surprise betreuen. Es ist einerseits eine weitere Spendenaktion, andererseits schaffen wir damit für uns und die Betriebe eine positive Aussenwirkung. Diese Strategie scheint zu überzeugen: Letztes Jahr konnten wir neun zusätzliche Gastronomie-Unternehmen gewinnen. Toll an diesem Projekt ist, dass plötzlich auch andere Branchen auf uns zukommen und mitmachen. Der Basler Jazz Club Bird's Eye bietet beispielsweise das gleiche System mit gespendeten Tickets an. Das heisst: Die Gäste kaufen anstatt einem Billett zwei und ermöglichen damit Menschen mit wenig Geld, ein Konzert zu besuchen. Schöner kann ich mir die Weiterentwicklung eines Projekts nicht vorstellen.

«Surprise verkaufe ich spontan, wenn ich nach meinen Tagelöhner-Jobs noch Zeit habe. Besonders nach einem schlechten Tag gehe ich gern Surprise verkaufen. Ich mag den Kontakt mit Leuten, ich brauche ihn. Eine andere Familie habe ich nicht.»
Urs Saurer, Surprise-Verkäufer seit 17 Jahren am Bahnhof SBB in Basel

«Ich kam 2006 als Flüchtling in die Schweiz und fing bereits vier Monate später bei Surprise an. Das war ein grosses Glück, denn so kam ich schnell mit Schweizern und Schweizerinnen in Kontakt, die mir bei der Wohnungssuche halfen. Auch Surprise unterstützte mich immer. Ich kam schon oft mit meinen Fragen oder Formularen ins Büro Bern. Durch Surprise kam ich auch zum Strassenfussball und konnte am Homeless World Cup in Mailand teilnehmen – das sind unvergessliche Erlebnisse für mich.»
Hayelom Ghebrezgiabiher, Surprise-Verkäufer im Vertrieb Bern und Strassenfussballer

«Ich bin mit meiner Familie seit 2012 in der Schweiz. In meiner Heimat Somalia war ich Tierarzt und NGO-Direktor – bis der Bürgerkrieg ausbrach. Heute verkaufe ich gern Surprise. Es gibt Leute, die extra bei mir das Magazin kaufen. Das gibt mir ein gutes Gefühl. Ich versuche einen möglichst grossen Kundenkreis aufzubauen. Viele Kunden sind wirklich an meiner Geschichte interessiert – das freut mich sehr. Surprise hilft mir und meiner Frau, neue Freunde in der Schweiz zu finden.»
Ali Nur Mohamed, Surprise-Verkäufer im Vertrieb Basel

«Seit über zehn Jahren habe ich meinen Standplatz am Bahnhof St. Gallen und bin auch für die Verteilung der Magazine dort zuständig. Zuvor arbeitete ich viele Jahre als Pflegehelferin in einem Spital. Immer wenn es beruflich schlecht lief, konnte ich Surprise verkaufen. Bei Surprise gibt es keine Wartefrist, man kann direkt Geld verdienen. Dank Surprise komme ich ohne staatliche Unterstützung aus.»
Kostana Barbul, Surprise-Verkäuferin am Bahnhof St. Gallen

«Es ist sehr schön, wenn die Leute bei unseren Konzerten klatschen. Nach Auftritten schlafe ich besser – mit einem Lächeln auf den Lippen.»
Fabian Schläfli, Surprise-Verkäufer im Vertrieb Basel und Mitglied im Surprise-Strassenchor

«Das Tolle beim Surprise-Verkauf ist der Kontakt mit vielen unterschiedlichen Menschen. Der Heftverkauf ist eine wichtige Einnahmequelle für mich. Ein Leben ohne Surprise ist für mich nicht vorstellbar.»
Marlis Dietiker, Surprise-Verkäuferin am Bahnhof Olten

«Seit acht Jahren habe ich einen Chancen-Arbeitsplatz im Regionalbüro Zürich und bin dadurch finanziell abgesichert. Das Magazin verkaufe ich auch weiterhin – ich bin sehr zufrieden mit beiden Jobs. Vor Surprise arbeitete ich im Gastgewerbe, war krank und hatte Alkoholprobleme. Damals war ich auf die Unterstützung durch die Sozialhilfe angewiesen. Heute habe ich mein Leben im Griff und kann sogar meine Steuern bezahlen. Mein Chef bei Surprise hat mir in Krisensituationen immer geholfen. Surprise ist das Beste, was mir passiert ist.»
Ralf Rohr, Chancen-Arbeitsplatz-Mitarbeiter und Surprise-Verkäufer im Regionalbüro Zürich

Betriebsrechnung 2015

Verein Surprise, Basel
Bilanzen per 31. Dezember 2015 und 2014

in CHF	31.12.2015	31.12.2014
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	1 038 306	638 446
Forderungen aus Lieferungen & Leistungen	28 869	40 787
Andere Forderungen	16 179	3 328
Aktive Rechnungsabgrenzung	14 098	31 284
Total Umlaufvermögen	**1 097 452**	**713 845**
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	300 372	150 164
Geschäftseinrichtungen	7 935	4 580
Immaterielle Anlagen	0	0
Feste Einrichtungen und Installationen	17 550	0
Mietkautionen	35 616	17 612
Total Anlagevermögen	**361 473**	**172 356**
Total Aktiven	**1 458 925**	**886 201**
Passiven		
Fremdkapital		
Verbindlichkeiten aus Lieferungen & Leistungen	73 217	97 297
Andere Verbindlichkeiten	74 910	44 985
Passive Rechnungsabgrenzung	149 314	84 237
Total kurzfristiges Fremdkapital	**297 441**	**226 519**
Rückstellungen INSP 2018	142 000	0
Total langfristiges Fremdkapital	**142 000**	**0**
Total Fremdkapital	**439 441**	**226 519**
Zweckgebundene Fonds		
Fonds Betreuung/Chancen-Arbeitsplatz	72 088	0
Fonds Sozialer Stadtrundgang	186 223	48 483
Total zweckgebundene Fonds	**258 311**	**48 483**
Total Fremd- und Fondskapital	**697 752**	**275 002**
Organisationskapital		
Erarbeitetes gebundenes Kapital	145 000	0
Erarbeitetes freies Kapital	616 173	611 199
Total Organisationskapital	**761 173**	**611 199**
Total Passiven	**1 458 925**	**886 201**

Verein Surprise, Basel
Betriebsrechnungen 2015 und 2014

in CHF	2015	2014
Spenden, Zuwendungen und Gönnerbeiträge	1 694 559	1 330 134
Erlös aus Sponsoring	50 680	50 000
Erlös aus Verkauf Strassenmagazin Surprise	2 526 224	2 224 040
Erlös aus Inseraten	62 678	64 267
Erlös aus Sozialer Stadtrundgang	158 412	57 798
Übriger Ertrag	43 824	16 217
Total Ertrag	**4 536 377**	**3 742 456**
Verteilaufwand Verkaufende	1 300 593	1 146 923
Personalaufwand	1 380 087	1 210 191
Reise- und Repräsentationsaufwand	38 690	29 602
Sachaufwand	694 856	495 595
Unterhaltskosten	19 975	1 686
Total Projektaufwand	**3 434 201**	**2 883 997**
Personalaufwand	316 891	303 132
Sachaufwand	204 448	149 480
Reise- und Repräsentationsaufwand	11 122	10 660
Unterhaltskosten	37 165	24 492
Sammelaufwand	164 105	247 041
Abschreibungen	12 661	10 944
Total administrativer Aufwand	**746 392**	**745 749**
Total Aufwand für die Leistungserbringung	**4 180 593**	**3 629 746**
Betriebsergebnis	**355 784**	**112 710**
Finanzergebnis	-3 232	-3 033
Steuern	0	500
Periodenfremder Ertrag	7 250	14 105
Jahresergebnis vor Fondsergebnis	**359 802**	**124 282**
Veränderung der zweckgebundenen Fonds		
Zuweisungen	-395 483	-409 471
Entnahmen	185 655	417 633
Abnahme/Zunahme der zweckgebundenen Fonds	**-209 828**	**8 162**
Ergebnis vor Zuweisungen/Entnahmen an Organisationskapital	**149 974**	**132 444**
Zuweisung an gebundenes Kapital	-145 000	
Zuweisung an Organisationskapital	-4 974	-132 444
Ergebnis nach Zuweisungen	**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 17.9%.

Vorstand Verein Surprise
Prof. Dr. Peter Aebersold, Präsident
Heidy Steffen, Vizepräsidentin
Beat Jans
Roger Meier
Prof. Dr. Matthias Oesch
Ulrich Tecklenburg
Sylvia Egli von Matt
Gabriela Wawrinka
Dr. Urban J. Zenhäusern

Geschäftsstelle Verein Surprise
Paola Gallo, Geschäftsleiterin
Sybille Roter, Stv. Geschäftsleiterin

Buchführung extern
Franziska Singeisen
Monique Kuoni
FINORG Services GmbH

Anzeigen extern
Claudia Schweizer
ProgrammZeitung

IT-Support
Thomas Oehler
Jean-Luc Aeby (extern)

Personalwesen
Isabelle Meyer
Clea Kühni
Zivildienst-Stelle

Administration
Nicole Mathys
Thomas Oehler

Marketing/Fundraising
Svenja von Gierke
Zaira Esposito

Strassenfussball
Lavinia Besuchet, Leitung
David Möller, Sportcoach
Olivier Joliat, Speaker
Tareq Islami, Materialverantwortlicher
1 Nationalteam
20 Teams
180 Fussballer/innen
9 Liga-Schiedsrichter
20 Freiwillige

Strassenchor
Paloma Selma, Leitung
Ariane Rufino dos Santos, Chorleitung
20 Sängerinnen und Sänger
Mitglieder Freundeskreis

Café Surprise
Zaira Esposito, Leitung
19 Cafés, Bars und Restaurants

Redaktion
Amir Ali
Diana Frei
Sara Winter Sayilir
50 freischaffende Journalist/innen, Illustrator/innen, Fotograf/innen

Strassenverkauf & Sozialintegration
Sybille Roter, Leitung

Vertrieb Basel
Anette Metzner
Thomas Ebinger

Vertrieb Bern
Barbara Kläsi
Alfred Maurer
Fabian Steinbrink

Vertrieb Zürich
Reto Bommer

Chancen-Arbeitsplätze
Irene Paulitz
Tareq Islami, Vertrieb Basel
Ralf Rohr, Vertrieb Zürich

SurPlus
14 Teilnehmer/innen aus Basel, Bern, Zürich

Sozialer Stadtrundgang
Sybille Roter, Leitung

Basel
Paloma Selma, Koordination

Stadtführer
Rolf Mauti
Markus Christen
Werner Hellinger

Zürich
Carmen Berchtold, Koordination

Stadtführer
Ewald Furrer
Hans Peter Meier
Ruedi Kälin
Peter Conrath
Daniel Stutz
Marcel Lauper
Hans Rhyner

Verkaufende
383 Surprise-Verkäuferinnen und -Verkäufer in 112 Schweizer Städten und Gemeinden

Strassenmagazin Surprise:
Ein ganzer Jahrgang Porträts, Geschichten, Reportagen, Informationen und Tipps

Impressum
Herausgeber: Verein Surprise
Konzept, Organisation und Mitarbeit: Sybille Roter
Text und Redaktion: Güvengül Köz Brown + Philipp Grünenfelder – Büro für Kommunikation Umlaut
Gestaltung: WOMM Werbeagentur AG, Basel
Fotos: Tobias Sutter, Sutter Photography, Walzwerk Münchenstein
Organisation Fotoshootings: Zaira Esposito
Fotos und Texte aus dem Buch «Standort Strasse» (Hrsg: Christoph Merian Verlag): Matthias Willi (Fotos), Olivier Joliat (Text)
Korrektorat: Rosmarie Anzenberger
Druck: Werner Druck & Medien AG, Basel

Verein Surprise

Geschäftsstelle
Paola Gallo GL, Sybille Roter Stv. GL
Administration
Nicole Mathys, Thomas Oehler
Spalentorweg 20, 4051 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
Kanzleistrasse 107, 8004 Zürich
T +41 44 242 72 11
zuerich@vereinsurprise.ch

Vertrieb Bern
Fredi Maurer, Barbara Kläsi, Fabian Steinbrink
Pappelweg 21, 3013 Bern
T +41 31 332 53 93
bern@vereinsurprise.ch

Redaktion
Amir Ali, Diana Frei, Sara Winter Sayilir
T +41 61 564 90 90
redaktion@vereinsurprise.ch

Marketing & Fundraising
Svenja von Gierke, Zaira Esposito
T +41 61 564 90 50
info@vereinsurprise.ch

Strassensport
Lavinia Besuchet, David Möller
T +41 61 564 90 10
l.besuchet@vereinsurprise.ch
www.strassensport.ch

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

Soziale Stadtrundgänge/SurPlus/Vertrieb CH
Sybille Roter
T +41 61 564 90 63
s.roter@vereinsurprise.ch

Sozialer Stadtrundgang Basel
Paloma Selma, Koordination
T + 41 61 564 90 40
rundgang@vereinsurprise.ch

Sozialer Stadtrundgang Zürich
Carmen Berchtold, Koordination
T +41 44 242 72 14
rundgangzh@vereinsurprise.ch

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

Verein Surprise, Spalentorweg 20, 4051 Basel
T +41 61 564 90 90, F +41 61 564 90 99, info@vereinsurprise.ch
www.vereinsurprise.ch