



ALLERGIEZENTRUM SCHWEIZ
CENTRE D'ALLERGIE SUISSE
CENTRO ALLERGIE SVIZZERA

Geschäftsbericht 2011



Inhaltsverzeichnis

5	Vorwort	Lernen ist Macht
7	Organisation	Grosse Schritte in die Zukunft Zeitgemäss aufbereitete Information Neuer Name, neuer Auftritt Verstärkung der Mittelbeschaffung
8	Bündelung der Mittel und Kräfte	Optimierte Strukturen Kooperationspartner
10	Gesundheit und Internet	Recherchen per Mausclick Am Anfang war das Web 2.0 Von ePatients, NetGen und Silver Surfers Von Information zu Kommunikation
11	«Empowerment» und Partizipation	Forderung nach Transparenz Ausblick
13	Öffentlichkeitsarbeit	Volle Konzentration auf aha.ch Polleninfos für unterwegs Nationaler Allergietag zum Dritten ahalcup – die Premiere
14	Mittelbeschaffung	Kosten senken dank Prävention Vier Standbeine Kundenkontakte pflegen und ausbauen Neue attraktive Plattformen
17	Schulung und Beratung	Neu auch in der Westschweiz Zöliakie im Fokus Kurse für Gastronomiebetriebe
18	Geschäftsstelle und Organe	
21	Bericht der Revisionsstelle	
22	Bilanz und Betriebsrechnung	

Impressum

Herausgeberin

Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz
Scheibenstrasse 20, 3014 Bern
Postfach 1, 3000 Bern 22

Tel. 031 359 90 00
Fax 031 359 90 90
aha!infoline 031 359 90 50
info@aha.ch
www.aha.ch

Konzept

virus Ideenlabor AG, Biel

Gestaltung

elbow-typo franziska liechti, Wabern

Druck

Läderach AG, Bern

© by Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz, Bern



«Neben blossem Wissen spielt
Lernen eine zentrale Rolle»



Vorwort

Lernen ist Macht

Die Wissensgesellschaft prägt heute alle Lebensbereiche: Wir haben Zugang zu immer mehr Daten, die es erlauben, unser Leben einfacher zu gestalten und als Konsumenten bessere Entscheide zu treffen. Auch die Medizin und unser Umgang mit Gesundheit werden in zunehmendem Ausmass durch die Rahmenbedingungen der Informationsgesellschaft geprägt: Im Internet sind Gesundheitsinformationen für jedermann zugänglich, Patienten verhalten sich immer mehr wie Konsumenten, die aktiv und selbstbestimmt bei Therapien und Behandlungen mitentscheiden wollen.

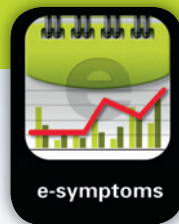
Doch mit der veränderten Rolle von Patienten und gesundheitsinteressierten Bürgern definieren sich auch die Anforderungen an Fachpersonen und medizinische Institutionen neu. Die Vielfalt an Gesundheitsdaten führt bei Patienten oftmals zu Überforderung und Verunsicherung. In Gesundheitsforen im Internet grassiert die «Cyberchondrie»: Je mehr Informationen man in einschlägigen Onlineforen über eine Krankheit sucht, desto kränker fühlt man sich. Eine weitere Eigenschaft des Internets ist es, nicht nur nutzbares Wissen schnell zu verbreiten, sondern auch Ängste und Panik. So wachsen der Beratungsbedarf und die Nachfrage nach vertrauenswürdigen und verständlichen Expertenmeinungen. Die Herausforderungen für Fachkräfte gehen aber noch weiter, weil es den oft zitierten autonomen, gut gebildeten und selbstständigen Patienten mehrheitlich (noch) nicht gibt. Viele Menschen wissen trotz Internet selbst über elementare Fragen ihrer Gesundheit nur sehr wenig.

Gerade bei Allergien ist der Zugang zu qualitätsgeprüften und vor allem einfach verständlichen Informationen deshalb wichtiger denn je. Doch neben der Vermittlung von Fakten und Empfehlungen wächst die Notwendigkeit, die Gesundheitskompetenz an sich zu fördern, sprich: die Menschen zu befähigen, sich selbstständig mit Gesundheit und Therapieformen auseinanderzusetzen. In einem Umfeld, in dem sich der aktuelle Wissensstand ständig verändert, bedeutet dies, dass neben dem blossen Wissen vor allem das Lernen eine zentrale Rolle spielt. Hierzu braucht es einen kontinuierlichen Dialog mit Informationskampagnen, Schulungen und Ausbildungen. aha! Allergiezentrum Schweiz hat mit dem neuen Internetauftritt einen weiteren Schritt zu einem noch engeren Dialog mit Interessierten und Patienten gemacht und legt damit und mit dem weiteren Angebot den Grundstein für eine ganzheitliche und nachhaltige Unterstützung der Allergiebetroffenen in der Schweiz. Herzlich willkommen auf www.aha.ch.

Stephan Sigrist

Stiftungsrat aha! Allergiezentrum Schweiz

«Wir haben im Transformationsjahr einen dezidierten Schritt hin zu den elektronischen Medien getan»



Organisation

Grosse Schritte in die Zukunft

Das Jahr 2011 war für aha! Allergiezentrum Schweiz ein ganz besonderes Jahr. Es war das Jahr, in dem wir unsere Organisation nachhaltig fit gemacht und auf die Zukunft ausgerichtet haben. Es war das Jahr, in dem wir unsere Stiftung in so einschneidenden Schritten verändert haben, wie es einmal pro Jahrzehnt möglich ist. Über diesem Veränderungsprozess stand wie immer die unbedingte Entschlossenheit, unseren Stiftungszweck zu erfüllen. Und darunter lag die Fragestellung, wie wir als Organisation diesen Stiftungszweck auch im zweiten Jahrzehnt unseres Wirkens optimal erfüllen können.

Vier Themenkreise wurden als Schlüssel zur Zukunft identifiziert: hervorragende Informationsdienstleistungen für Allergiebetroffene und Interessierte sowohl was die Inhalte als auch was die verfügbaren Kommunikationskanäle anbelangt. Ein zeitgemässer, eingängiger Auftritt, der unser Wirken optimal unterstützt und unsere Präsenz nochmals erhöht. Eine nachhaltige und breit abgestützte Finanzierung, die unser Engagement letztlich überhaupt möglich macht. Und schliesslich eine ausgezeichnete funktionierende Organisation mit schlanker, optimierter Infrastruktur. Diese vier Bereiche haben wir in unserem Zukunftsjahr 2011 intensiv bearbeitet.

Zeitgemäss aufbereitete Information

So haben wir unsere Informationsdienstleistungen in Inhalt und Form von Grund auf neu konzipiert und entsprechend realisiert. Hierbei haben wir einen dezidierten Schritt hin zu den elektronischen Medien getan – aufgrund des veränderten Nutzerverhaltens unserer Zielgruppen, aber auch aufgrund der Tatsache, dass wir hier mit unseren knappen Ressourcen deutlich mehr Menschen ansprechen können. Am augenfälligsten ist sicher unsere neue Website, die in gewohnter Qualität und inhaltlicher Reichhaltigkeit nun in zeitgemäßem Layout, technisch optimiert, interaktiv und noch benutzerfreundlicher zur Verfügung steht. Zudem wurden Smartphone-Applikationen und neue Plattformen entwickelt.

Im Bereich der Printprodukte setzen wir weiterhin auf unsere bewährten Informationsbroschüren. Sie bleiben ein wichtiger Teil unseres Dienstleistungsportfolios. Im Berichtsjahr haben wir zwei neue Produkte entwickelt: Der aha!focus ist eine vierseitige Spender- und Gönnerinformation, welche ab 2012 quartalsweise in hoher Auflage erscheint. Ein abwechslungsreicher Mix an Beiträgen soll einer breiten Leserschaft transparent aufzeigen, was unsere Organisation für die Allergiebetroffenen leistet und an Projekten realisiert. Etwas umfangreicher wird eine ebenfalls neue Publikation, welche einmal jährlich in Berichten, Interviews und Porträts viel Hintergrundwissen zu unserem jeweiligen Jahresthemenschwerpunkt anbietet.

Neuer Name, neuer Auftritt

Die Realisierung unseres neuen Auftritts war ein weiterer Meilenstein unseres Zukunftsjahres 2011. Unsere Organisation entwickelte ein neues Logo und gab sich als aha! Allergiezentrum Schweiz einen neuen Namen. Das Logo hat sich über die Jahre gut etabliert. Grafisch neu umgesetzt und aktualisiert, bleibt es einfach wiederzuerkennen. Die Wiedererkennung war auch ein zentraler Anspruch bei der neuen Namensgebung. Der neue Name «aha! Allergiezentrum Schweiz» ist kurz und prägnant. In erster Linie aber bringt er unsere Arbeit auf einen Nenner: Das Allergiezentrum Schweiz ist eine national tätige Organisation mit thematisch klarem Fokus und entsprechender Kernkompetenz.

Verstärkung der Mittelbeschaffung

Die nächsten Jahre werden auch für aha! Allergiezentrum Schweiz in finanzieller Hinsicht anspruchsvoll bleiben. Wir verweisen hierzu gerne auf unsere hohe Kosteneffizienz, die auch im Jahresabschluss 2011 wieder sichtbar wird. Zudem haben wir uns entschieden, unsere Personalressourcen im Bereich der Mittelbeschaffung zu optimieren, um die Ansprüche unserer Zielgruppen auch in diesem für unser Wirken existenziellen Bereich vollumfänglich erfüllen zu können.

Organisation

Bündelung der Mittel und Kräfte

Im Berichtsjahr wurde die Schweizerische Neurodermitis Stiftung (SNS) Teil der Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz. Grund für das Zusammengehen war die Nutzung von Synergien im Bereich Administration, Mittelbeschaffung und Dienstleistungen. Die Patientenveranstaltungen der aufgenommenen Stiftung werden fortan von aha! weitergeführt – als Ergänzung zu den bestehenden Neurodermitis-Schulungen für Kinder und Erwachsene. Und seit Januar 2011 wird die SNS-E-Mail-Beratung vom Fachteam der ahalinfoLine betreut. Die Schweizerische Neurodermitis Stiftung wurde 1996 von Professor Brunello Wüthrich gegründet mit dem Ziel «der Wissensvermittlung zu und über Neurodermitis als Weghilfe zur Besserung des Krankheitsbildes». Das Informationsbedürfnis sei immer noch gross, wie Carine Abt betont. Sie hat die SNS während sechs Jahren präsiert. Das Stiftungskapital wurde in den Brunello Wüthrich Neurodermitis-Fond (BWVNF) überführt, aus dem fortan ausgewählte Dienstleistungen für Neurodermitisbetroffene finanziert werden sollen.

Optimierte Strukturen

In diesem zentralen Bereich konnten wir durch die Einführung eines neuen IT-Systems zusätzliche Leistung bei höchster Sicherheit generieren. Besonders erfreulich zu vermerken ist, dass aha! Allergiezentrum Schweiz das grosse Rezertifizierungsaudit für ISO 9001 erfolgreich bestanden hat, was eine ausserordentlich wertvolle Bestätigung für den von uns eingeschlagenen Weg im Bereich Struktur und Organisation darstellt.

Sie ahnen es: Die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle haben im «Transformationsjahr» 2011 eine enorme Leistung für die Zukunft unserer Organisation und für die nachhaltige Sicherstellung unserer Dienste für die Allergiebetroffenen erbracht. Aber ohne die erfolgreiche Zusammenarbeit mit unseren externen Partnern wäre dies alles bei allem internen Einsatz nicht möglich gewesen. Ihnen, unseren engagierten Mitarbeitenden und unseren grossartigen Netzwerkpartnern, gebührt unser herzlichster Dank. Gemeinsam haben wir aha! Allergiezentrum Schweiz 2011 fit für die Zukunft gemacht.

Georg Schächli

Geschäftsleiter aha! Allergiezentrum Schweiz

Kooperationspartner

Institutionelle Zusammenarbeit mit:

SGAI (Schweiz. Gesellschaft für Allergologie und Immunologie)
EFA (European Federation of Allergy and Airway Diseases Patients Association)
EAACI (European Academy of Allergy and Clinical Immunology)
SPVG (Schweiz. Psoriasis- und Vitiligo-Gesellschaft)
SGA (Schweiz. Gesellschaft für Aerobiologie)
GELIKO (Schweiz. Gesundheitsligen-Konferenz)
nutrinet (Netzwerk für Ernährung Schweiz)
kiknet (Online-Plattform für Lehrpersonen)
CK-CARE (Christine Kühne – Center for Allergy Research and Education)
VKCS (Verband der Kantonschemiker der Schweiz)
HFS Belvoirpark
IG Zöliakie

Partner in Schlüsselprojekten:

Bundesamt für Gesundheit (BAG)
Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie
MeteoSchweiz
Gesundheitsförderung Schweiz (GFS)
Vögele-Stiftung
terzStiftung
Stade de Suisse

«Es entsteht gegenwärtig eine vernetzte Konsumenten- und Patientengeneration»



Vor dem Hintergrund des neuen Webauftritts unserer Stiftung schreibt Gastautorin Prof. Dr. Andréa Belliger, eine ausgewiesene Expertin und Dozentin auf dem Gebiet eHealth, Social Media und eLearning, über neue Informations- und Kommunikationsgewohnheiten namentlich im Gesundheitsbereich.

Recherchen per Mausklick

Das Medium Internet und die sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter und YouTube verändern sämtliche gesellschaftlichen Bereiche, auch die Themen Gesundheit und Krankheit. Über 80% der Internetnutzer, so aktuelle Studien, nutzen das Web zur Recherche nach gesundheitsbezogenen Themen; Patienten überprüfen ihre Diagnosen vermehrt online und sprechen ihren Arzt auf die Informationen aus dem Netz an. Und diese recherchierten Informationen verändern das Verhalten der Patienten. Mehr als ein Drittel der Befragten hat deshalb bereits einen Arzttermin vereinbart oder abgesagt oder die Einnahme von Medikamenten geändert.

Am Anfang war das Web 2.0

Das Web hat sich in den letzten Jahren von einem Medium der Informationspublikation hin zu einer Kommunikationsplattform entwickelt. Diese Entwicklung wird als Web 2.0 bezeichnet. Facebook, YouTube, Plattformen wie xing, LinkedIn oder Pinterest, Blogs, Wikis, Twitter und Tausende von anderen, zumeist kostenlosen Applikationen gehören dazu. Aus einem Trend, der 2005 begonnen hat, ist eine Bewegung geworden. Das Interessante und Neue an dieser Entwicklung kommt in den Begriffen «Social Software» und «Soziale Netzwerke» zum Ausdruck. Treiber der Entwicklung ist – wie der Name sagt – nicht eine technologische Innovation, sondern eine soziale Bewegung. Im Zentrum des Web 2.0 steht eine einfache, aber bestechende Philosophie – jene des Teilens, Mitteilens, des Interagierens und des Partizipierens. Man könnte sagen: Wenn das Web 1.0 die Vernetzung von Dokumenten war, dann ist das Web 2.0 die Vernetzung von Personen.

Von ePatients, NetGen und Silver Surfers

Die Auswirkungen dieser Entwicklung sind auch im Gesundheitsbereich spürbar. Im Zuge der Web-2.0-Bewegung entsteht gegenwärtig eine vernetzte Konsumenten- und Patientengeneration: die ePatients. ePatients kommunizieren und informieren sich auf vielfältige Weise. Sie lesen und schreiben in Blogs, vernetzen sich, kommunizieren mit anderen Patienten und Ärzten in Portalen und virtuellen Sprechstunden, tauschen Gesundheitsdaten aus und beeinflussen damit Selbstdiagnose, Arztwahl, Medikation und Therapie. Dabei steht das kleine «e» vor ePatient nicht so sehr für «elektronisch» als vielmehr für «empowered» – befähigt, aktiv, kompetent. ePatients sind nicht nur in der Altersklasse der NetGeneration, bei den 15- bis 35-Jährigen, die im und mit dem Internet aufgewachsen sind, zu finden. Zunehmend gesellen sich die Silver Surfers, Menschen ab 60, dazu. Die ePatients sind zu einer neuen Einflussgrösse auf dem Gesundheitsmarkt geworden und fordern vom Gesundheitssystem Kommunikation, Partizipation und Transparenz.

Von Information zu Kommunikation

Dass Gesundheitsinformationen zunehmend via Internet erschlossen werden, ist keine neue Sache. Patienten sind heute aber nicht nur digital informiert, sondern zunehmend digital vernetzt. Online Health Communities, auf denen sich Patienten organisieren, austauschen und moralisch unterstützen, weisen enorme Wachstumswahlen auf. Der Umgang mit Gesundheit und Krankheit geschieht zunehmend in sozialen Netzwerken. Einige Institutionen im Gesundheitswesen haben diese Tendenz erkannt und kommunizieren via Social Media mit den Patienten und ihren Angehörigen. Die amerikanische Mayo Clinic tut dies sehr erfolgreich via Blog, Podcast, Diskussionsforen, Videokanal auf iTunes und YouTube, Facebook und Twitter. Auch Versicherungen und die pharmazeutische Industrie sind in sozialen Netzwerken aktiv. Viele Pharmafirmen nutzen Twitter als Medium zur Krisenkommunikation oder als Tweets über Konferenzen und Studien. Dieser Kommunikationskanal ist sehr fragil und funktioniert nur, solange valable Informationen ins Netzwerk gestellt werden, der Gedankenaustausch gefördert wird und ein Dialog z. B. mit Patientengruppen stattfindet.

In diesem Umfeld ist es auch für Patientenorganisationen ein Gebot der Zeit, sich in sozialen Netzwerken zu engagieren. Patientenorganisationen wie aha! Allergiezentrum Schweiz zeichnen sich durch eine grosse Nähe zu den Betroffenen aus. Sie müssen sich mit ihrem Zielpublikum auf jenen Plattformen austauschen können, auf denen sich dieses bewegt.

«Empowerment» und Partizipation

Die Zugänglichkeit von qualitativ hochwertiger Information verändert die Rollen im Gesundheitswesen. Das Wissen liegt nicht mehr einseitig bei den Healthcare Professionals. Das verändert das Verhältnis und macht die Grenzen zwischen Experten und Laien durchlässig. Laien und Patienten sehen sich zunehmend weniger als passive Empfänger von Gesundheitsdienstleistungen, sondern als aktive und selbstbestimmte Kommunikationspartner, als Initianten von Präventionsmassnahmen, Verantwortliche für Gesundheitsmonitoring und Manager von «home-based care» – als befähigt, kompetent und «empowered». Diese Art der Partizipation geht weit über das persönliche Gesundheitsmanagement hinaus. Das Potenzial der Beteiligung von Patienten an Innovation und gemeinsamer Wertschöpfung im Sinne einer «value co-creation» wird durch Social Media zunehmend ersichtlich. Auch an dieser in klassischem Sinn durch Patientenorganisationen gepflegten Schnittstelle hat sich aha! Allergiezentrum Schweiz mit dem neuen Auftritt zielführend und zukunftsorientiert positioniert.

Forderung nach Transparenz

Partizipation und Entscheidungskompetenz von Patienten setzen Qualitätstransparenz und Vergleichbarkeit von Gesundheitsdienstleistungen voraus. Von zunehmender Bedeutung sind deshalb Online-Ratingsysteme von Spitälern, Arztpraxen und Kassen. Diese erhöhen die Transparenz, begünstigen den Wettbewerb und involvieren die Konsumenten in die Qualitätssicherung. Transparenz ist aber nicht nur bei den Dienstleistungen gefordert, sondern auch im Umgang mit der persönlichen Information der Patientinnen und Patienten.

Patienten – so zeigte z. B. eine Studie von TA Suisse 2007 – haben keine grundsätzlichen Ängste in Bezug auf die Digitalisierung ihrer medizinischen Daten, sie fordern aber berechtigterweise die Kontrolle und die Verwaltung der eigenen Daten und wollen eigenständig je nach Verwendung über den Datenzugang entscheiden. Die Studie «Gesundheitswesen im Social-Media-Zeitalter» von Swisscom zeigte, dass zwei Drittel der Befragten es begrüßen würden, wenn sie ihre Befunde, Röntgenbilder oder Blutdruckwerte zu einer neuen medizinischen Ansprechperson mitnehmen und über die eigenen Gesundheitsdaten im Internet einsehen könnten. Dieses Interesse nimmt mit steigendem Alter stark zu.

Ausblick

Die soziale Bewegung des Web 2.0 hat das Gesundheitssystem erreicht. Die Tragweite dieser Umgestaltung lässt sich nur schwer prognostizieren. Das Thema «Gesundheit und Internet» und die Forderungen der heutigen Patientinnen und Patienten nach mehr Kommunikation, Partizipation und Transparenz bergen auf jeden Fall ein grosses Potenzial für die Gestaltung und Weiterentwicklung unseres Gesundheitssystems.

Andréa Belliger

Prof. Dr. Andréa Belliger ist in der Leitung des Instituts für Kommunikation & Führung (ikf) und Mitglied der Schulleitung der PH Luzern. Sie leitet den Studiengang «CAS eHealth – Gesundheit digital», der für Health Care Professionals sowie Fach- und Führungspersonen im Gesundheitswesen konzipiert ist. Daneben lehrt und berät sie Organisationen zu Fragen von Trends und Veränderungen im gesellschaftlichen Kommunikationsverhalten, insbesondere in den Bereichen Bildung, Verwaltung und Gesundheit. Informationen unter: www.ikf.ch www.master-ehealth.ch

«www.aha.ch wird zum Kernstück unserer Kommunikationsaktivitäten»

Öffentlichkeitsarbeit

Volle Konzentration auf aha.ch

Mit dem Entscheid zu einem Namenswechsel und einem neuen Auftritt unserer Stiftung kam auch der Entschluss, unsere neue Website www.aha.ch zum Kernstück unserer Kommunikationsaktivitäten werden zu lassen. Wir wollten dem Webauftritt ein modernes Layout geben, die Site technisch optimieren, sie mit einer benutzerfreundlichen Navigation versehen. Damit war klar, dass wir ein neues Webtool wählen mussten. Während der letzten vier Monate des Berichtsjahres wurde intensiv daran gearbeitet, das neue Tool kennen zu lernen, die neue Websitestructur zu definieren und umzusetzen. Die umfangreiche Website ergänzten wir schliesslich noch mit einer englischen Sprachversion. Seit Anfang 2012 kann www.aha.ch nach Wunsch in vier Sprachen abgerufen werden.

Polleninfos für unterwegs

Mit einer kleinen zeitlichen Verzögerung, aber noch immer in der vollen Pollensaison konnten wir im Juni mit den «Pollen-News» unsere erste Applikation im iTunes-Store präsentieren. In den ersten Monaten luden sich rund 3835 Betroffene diese für Pollenallergiker sehr hilfreiche Applikation auf ihre Smartphones. Unsere Stiftung hat sie in enger Zusammenarbeit mit MeteoSchweiz entwickelt. Sie ist eine Ergänzung zur Website www.pollenundallergie.ch, welche die beiden Organisationen seit 2008 ebenfalls gemeinsam betreiben. Die Applikation stellt Betroffenen und Interessierten aktuelle und regionale Pollendaten von 14 Messstationen in der Schweiz kostenlos zur Verfügung, ergänzt mit Prognosen, Fakten zu den wichtigsten allergenen Pflanzen und deren Blühbeginn sowie zahlreichen Informationen und Tipps rund um die Pollenallergie.

Nationaler Allergietag zum Dritten

Unsere Stiftung und die Schweizerische Gesellschaft für Allergologie und Immunologie (SGAI) setzten sich mit dem 3. Nationalen Allergietag vom 26. März 2011 wiederum zum Ziel, eine breite Öffentlichkeit für die Allergieproblematik zu sensibilisieren: mit Informationsständen in fünf Schweizer Städten, ärztlich begleiteten Allergierisikotests und Beratung vor Ort. Das Projekt stand auch

in diesem Jahr unter dem Patronat des Bundesamtes für Gesundheit (BAG). Der Informations- und Medienanlass vom 22. März bildete den Startschuss zum 3. Nationalen Allergietag. Er fand im Belvoirpark Zürich statt. Mit Anton Pfefferle, Vizedirektor des Restaurants Belvoirpark und Ausbildungsleiter der Hotelfachschule, besteht seit mehreren Jahren eine enge Zusammenarbeit. Der Belvoirpark und das Team um Anton Pfefferle boten die ideale Infrastruktur und das nötige Know-how für das gewählte Schwerpunktthema «Nahrungsmittelunverträglichkeiten» – Allergenmanagement in der Lebensmittelproduktion und Gastronomie. Mit diesem Anlass und einer breit abgestützten Medienarbeit wurde ein Thema ins Zentrum gerückt, welches im Laufe des Berichtsjahres von verschiedenen Publikationen und elektronischen Medien aufgegriffen wurde. Am Nationalen Allergietag selber liessen sich 1013 Personen testen, davon 311 Männer, 569 Frauen und 133 Kinder. Die meisten Testpersonen zeigten Symptome auf Gräsermischung und Birke. Auffallend und auch für die anwesenden Fachpersonen erstaunlich war, dass sich ungewöhnlich viele Kinder auf ihr Allergierisiko testen liessen.

aha!cup – die Premiere

Allergien im Zusammenhang mit Sport sind und bleiben ein wichtiges Thema in unserer Aufklärungs- und Präventionsarbeit: mit bestehenden und laufend neuen Angeboten wie Camps oder Trainings. Am 7. September 2011 präsentierte unsere Stiftung mit dem aha!cup eine Premiere: ein Fussballturnier im Berner Station Neufeld, konzipiert für 100 sportbegeisterte Mädchen und Knaben im Alter zwischen 9 und 12 Jahren, welches zu einem eigentlichen Fussballfest mit grossem Finale wurde. Mitorganisiert wurde der Event vom Stade de Suisse. Als Motivation gabs Anleitungen und Tipps von ehemaligen und heutigen YB-Grössen wie Stéphane Chapuisat, Thomas Häberli oder Marco Schneuwly. Die Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz wird im laufenden Jahr auch hier am Ball bleiben.



Mittelbeschaffung

Kosten senken dank Prävention

Öffentlichkeit und Politik diskutieren über ständig wachsende Gesundheitskosten. aha! Allergiezentrum Schweiz bemüht sich um Prävention, Information und Schulung. Mit Dienstleistungen, die auf Betroffene zugeschnitten sind, trägt die Stiftung aha! zur nachhaltigen und wirkungsvollen Reduktion von Gesundheitskosten bei. Mit jeder finanziellen Zuwendung kann aha! das Wohlergehen und die Lebensqualität von Allergie- und Asthma-betroffenen wie auch von Menschen mit Hautproblemen fördern.

Mit einer Spende dazu beitragen, dass ein Kind am aha!kinderlager teilnehmen kann; mit einer Gönnerschaft die Aufklärungsarbeit über den Umgang mit Allergien unterstützen; mit einem Legat oder einer Erbschaft mithelfen, die Stiftung aha! und ihre Dienstleistungen weiterzuentwickeln: Im Berichtsjahr konnten wir verschiedenste Formen an Unterstützung entgegennehmen. Spenderinnen und Spendern boten wir unsererseits durch detaillierte Informationen in Spenderbriefen und Newslettern Einblick in die Schulungsangebote und die Informationsarbeit der Stiftung.

Vier Standbeine

Die Unabhängigkeit der Stiftung aha! manifestiert sich sehr deutlich in der Finanzierungsart: Mittel der öffentlichen Hand, Dienstleistungserträge und die Vergütungen aus Sponsoring bilden mit den Spendeneinnahmen die vier finanziellen Standbeine der Organisation. Die von der ZEWO ausgezeichnete Stiftung will künftig vermehrt mit Geldern von Vergabestiftungen und mit der längerfristigen Zusage von Gönnerschaften ihre Ziele erreichen. Wirkungsvoll und nachhaltig Dienstleistungen und Projekte umsetzen zu können, bedingt eine hohe Qualität und gute Kundennähe. Beides erreichte die Stiftung mittels eines im Berichtsjahr erneut zertifizierten Qualitätssystems, für welche aha! das ISO-Siegel überreicht wurde.

Kundenkontakte pflegen und ausbauen

Neue Sponsoren gewinnen und gleichzeitig die Zusammenarbeit mit den bisherigen Partnern beibehalten bedeutet: den Kundenkontakt laufend pflegen, Wünsche und Ideen erfragen und stets einen Schritt voraus sein. Diese Ansprüche konnten wir im Berichtsjahr trotz Neuauftritt und Wirtschaftskrise erfüllen. Dennoch sank die 2011 generierte Sponsoringssumme um rund 3 Prozent. Wir durften wieder mit 19 Firmen zusammenarbeiten und erreichten trotz weniger Sponsoren ein nur leicht rückläufiges Resultat. Unterstützung erhielt unsere Stiftung für 32 Aktivitäten oder Dienstleistungsangebote. Am meisten genutzt wurde das Sponsoringpaket im Zusammenhang mit dem Nationalen Allergietag. Diesen Anlass konnten wir das dritte Mal in Folge an fünf Standorten in der Schweiz durchführen.

Neue attraktive Plattformen

Eine neuartige Sponsoringplattform bot die im Frühling 2011 gemeinsam mit MeteoSchweiz lancierte neue «Pollen-News»-Applikation. In dieser App können sich Sponsoren seitenfüllend per Splash-Screen (Startbildschirm) präsentieren und den Betroffenen ihr Engagement zeigen. Diese neuen Anwendungen für Smartphones haben sich für Sponsoren als attraktive Plattform erwiesen, weil sie selbst sehr oft über keine eigenen Apps verfügen.

«Dienstleistungen und Projekte umzusetzen, bedingt hohe Qualität und Kundennähe»



«Die Bedürfnisse von Gästen mit Nahrungsmittelallergien und -intoleranzen werden wahrgenommen»



Schulung und Beratung

Neu auch in der Westschweiz

Im Herbst 2011 konnte aha! Allergiezentrum Schweiz zum ersten Mal Schulungen zum Thema Neurodermitis in der Romandie anbieten. Die drei Schulungen für Eltern von Kindern mit Neurodermitis fanden an den Standorten Lausanne, Freiburg und Genf statt, finanziell unterstützt durch die Loterie Romande. Engagierte, kompetente, interdisziplinär zusammengesetzte Teams informierten die anwesenden Eltern zu medizinischen und psychosozialen Aspekten von Neurodermitis bei Säuglingen und Kleinkindern. So wurden in einem ersten Teil die Entstehung von Neurodermitis und ihre Auslöser thematisiert. Mit diesem Verständnis werden die Eltern in ihrer Suche nach den Gründen die Neurodermitisschübe, die oft einer Suche nach der «Nadel im Heuhaufen» ähnelt, unterstützt.

Die Eltern lernten weiter, die für ihr Kind optimale Hautpflege zu finden. Auch Fragen nach dem Umgang mit Jucken, Kratzen und Schlafproblemen wurden beantwortet. Die Schulungen boten zudem die Möglichkeit zur Diskussion und zum Erfahrungsaustausch. Dieser Austausch wurde von Müttern und Vätern gleichermaßen geschätzt, was sich schliesslich auch in der Evaluation widerspiegelte. Die Rückmeldungen der Eltern und der Referentinnen waren äusserst positiv, was uns darin bestärkte, diese Schulungen Ende 2012 wieder anzubieten.

Zöliakie im Fokus

Nach mehrmaliger, erfolgreicher Durchführung des Praxisseminars «Mehr Sicherheit im Umgang mit Unverträglichkeiten» für dipl. ErnährungsberaterInnen FH/FH konnte aha! Allergiezentrum Schweiz mit dem Kooperationspartner Berner Fachhochschule und in Zusammenarbeit mit der IG Zöliakie im November 2011 den «Grundkurs Zöliakie» zum ersten Mal durchführen. Neben aktuellem Wissen zur Zöliakie und zur glutenfreien Ernährung wurden auch praktische Koch- und Backtipps vermittelt. Auch die Schwierigkeiten einer Ernährungsumstellung im Alltag und deren Auswirkungen auf das soziale Umfeld wurden ausführlich diskutiert.

Der Kurs war innerhalb kurzer Zeit ausgebucht und erhielt sehr positive Rückmeldungen. Dies bestätigt, dass wir mit dem Angebot ein grosses Bedürfnis der Berufsgruppe abdecken können. Zusammen mit den Referentinnen haben wir uns daher entschieden, diese Fortbildung auch im laufenden Jahr wieder anzubieten.

Kurse für Gastronomiebetriebe

aha! Allergiezentrum Schweiz bietet seit vielen Jahren Schulungen und Kurse für Berufsleute aus der Gastronomie im Bereich Nahrungsmittelallergien und -intoleranzen an. Seit Anfang 2011 nehmen die Anfragen von Gastrobetrieben und auch von kantonalen Gastroverbänden spürbar zu. Offenbar werden die Bedürfnisse von Gästen mit Nahrungsmittelallergien und -intoleranzen vermehrt wahrgenommen und man will ihnen Rechnung tragen.

Weiter konnten wir Ende des Jahres mit der Genossenschaft VEBO in Oensingen eine Zusammenarbeit vereinbaren. Die VEBO bietet geschützte Arbeitsplätze sowie berufliche Massnahmen für Menschen mit besonderen Bedürfnissen an. Sie führt ein öffentliches Restaurant und verpflegt die Mitarbeitenden. Mit dem Schulungshalbtag konnten wir das Thema Nahrungsmittelallergien und -intoleranzen dem bereits ausgebildeten oder noch in Ausbildung stehenden Personal in Küche, Service und Verkauf näherbringen, um sie noch besser auf die Bedürfnisse der Gäste mit Allergien und Intoleranzen vorzubereiten.

Geschäftsstelle und Organe

Stiftungsrat

Sylvia Schüpbach, Präsidentin
Fürsprecherin
Pharmalex GmbH Bern

Prof. Dr. med. Peter Schmid-Grendelmeier,
Vizepräsident
Leiter Allergiestation
Dermatologische Klinik, UniversitätsSpital Zürich

Dr. pharm. Carine Abt
Pharmaspezialistin
health4u AG
Oberägeri

Prof. Dr. med. Arthur Helbling
Leiter Allergiestation Spital Netz Bern Ziegler
Leitender Arzt Allergie-Poliklinik, Inselspital Bern

Dr. Daniel Imhof
Kantonschemiker
Laboratorium der Urkantone
Brunnen

Dr. Stephan Sigrist
Leiter Think Tank W.I.R.E
Bank Sarasin, Collegium Helveticum ETH Zürich

Ueli Winzenried
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Gebäudeversicherung Bern

Wissenschaftliche Kommission

Prof. Dr. med. Peter Schmid-Grendelmeier
Leiter Allergiestation,
Dermatologische Klinik, UniversitätsSpital Zürich

Prof. Dr. phil. nat. Kurt Blaser
Meikirch

Prof. Dr. med. Ulrich Müller
Bern

Dr. med. Dominique Schneeberger
Fribourg

Prof. Dr. med. Markus Solèr
Leitender Arzt Pneumologie
St. Claraspital Basel

Prof. Dr. med. Andreas Bircher
Leitender Arzt Allergologische Poliklinik
Universitätsspital Basel

Prof. em. Dr. med. Brunello Wüthrich
Zollikerberg

Mitarbeitende

Dr. Georg Schäppi
Geschäftsleiter

Judith Alder
Mitarbeiterin Fachteam

Marianne Amstutz
Mitarbeiterin Fachteam

Katrin Brunner
Leiterin Marketing und Kommunikation

Barbara Brunner
Praktikantin Fachteam

Monika Brünisholz
Assistentin
Marketing und Kommunikation (ab 1.10.2011)

Guido Frey
Leiter Spendendienstleistungen
Stv. Geschäftsleiter

Michal Gertsch
Assistentin Fachteam

Isabelle Hänni
Praktikantin Fundraising (ab 1.10.2011)

Regula Kunz
Leitung Redaktion aha!news
Marketing und Kommunikation

Lenz Sandra
Volontärin Fachteam

Annelise Lundvik
Kommunikation und Medien

Hannes Lüthi
Leiter Fachteam ad interim (ab 1.8.2011)

Dr. Daniela Münch
Leiterin Fachteam (bis 31.12.2011)

Anja Schaller
Assistentin
Marketing und Kommunikation (bis 31.9.2011)

Nadine Schäfges
Leiterin Sekretariat (bis 31.8.2011)

Swissana Sivarajasingam
Lernende KV, Sekretariat

Karin Stalder
Stv. Leiterin Fachteam

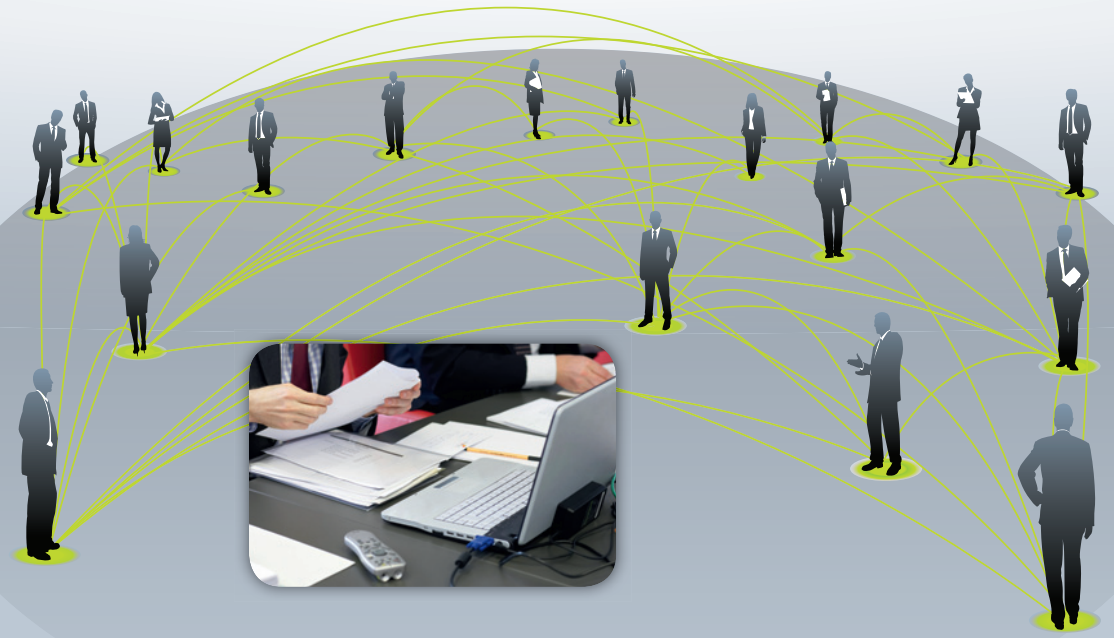
Larissa Stucki
Assistentin
Spendendienstleistungen (ab 1.8.2011)

Carola Tanner Miescher
Stv. Leiterin Sekretariat

Zita Valentina
Praktikantin Fundraising

Carmen Weber
Leiterin Sekretariat (ab 1.9.2011)

Bilanz und Betriebsrechnung



Bericht der Revisionsstelle



Bernstrasse 33
Postfach 638
3052 Zollikofen
Tel. 031 910 23 23
Fax 031 910 23 24

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision an den Stiftungsrat der **Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz**
Scheibenstrasse 20
3014 Bern
www.schneider-treuhand.com
info@schneider-treuhand.com

Zollikofen, 15. Mai 2012

Als Revisionsstelle haben wir die konsolidierte Jahresrechnung (Bilanz, Betriebsrechnung, Geldflussrechnung, Rechnung über die Veränderung des Kapitals und Anhang) der Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz, Bern für das am 31. Dezember 2011 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft. In Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 21 unterliegen die Angaben im Leistungsbericht keiner Prüfungspflicht der Revisionsstelle.

Für die Aufstellung der Jahresrechnung in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 21, den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen bei der geprüften Einheit vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstöße nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung

- kein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER 21 vermittelt;
- nicht Gesetz und Statuten entspricht.

Ferner bestätigen wir, dass die gemäss Ausführungsbestimmungen zu Art. 12 des Reglements über das Zewo-Gütesiegel zu prüfenden Bestimmungen der Stiftung Zewo eingehalten sind.

Ohne unser Revisionsurteil einzuschränken, verweisen wir auf die Anmerkung bezüglich Subventionen im Anhang, wonach in der Betriebsrechnung Stiftung 2011 unter „Erträge aus Geldern der öffentlichen Hand“ Beiträge des Bundesamts für Sozialversicherung (BSV) in der Position „Beiträge Bund aufgrund IVG Art. 74“ ausgewiesen sind. Das Jahr 2011 lehnt sich dem Leistungsvertrag zwischen dem BSV und der Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz, für die Jahre 2011 – 2013 an. Darin ist festgehalten, dass die Beiträge bei Nichterbringung der vereinbarten Leistungen über die ganze Vertragsdauer (quantitative Beurteilung) anteilmässig zurückerstattet werden müssen. Die entsprechende Beurteilung durch das BSV erfolgt erst nach Ablauf des Leistungsvertrages.

Schneider Treuhand und Revisions AG


Christof Schneider
Treuhandler mit eidg. FA
Leitender Revisor


Marc Bangert

Beilage
- Konsolidierte Jahresrechnung

Mitglied des Schweizerischen Treuhänder-Verbandes **STV/USF**



Konsolidierte Bilanz

CHF	Erläuterung	31.12.2011	31.12.2010
Umlaufvermögen			
	2.2	1 457 172	1 326 414
Flüssige Mittel			
Forderungen		207 980	104 964
Sonstige Forderungen		10 848	24 056
Aktive Rechnungsabgrenzungen		94 661	119 052
Umlaufvermögen		1 770 662	1 574 486
Anlagevermögen			
Sachanlagen		34 648	23 851
Finanzanlagen	2.3	2 374 252	2 729 039
Anlagevermögen		2 408 900	2 752 890
Total Aktiven		4 179 562	4 327 376

CHF	Erläuterung	31.12.2011	31.12.2010
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		162 439	366 473
Sonstige Verbindlichkeiten		21 475	10 821
Passive Rechnungsabgrenzungen		208 328	281 920
Kurzfristige Verbindlichkeiten		392 242	659 214
Fondskapital (zweckgebundene Fonds)			
Erlösfonds	2.5	4 206	4 206
Fondskapital (zweckgebundene Fonds)		4 206	4 206
Organisationskapital			
Einbezahltes Kapital		512 321	260 045
Erarbeitetes freies Kapital		510 544	473 300
Freie Fonds	2.6	3 084 813	2 893 367
Jahresergebnis		-324 565	37 244
Organisationskapital		3 783 114	3 663 957
Total Passiven		4 179 562	4 327 376

Die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung wird in ganzen Franken dargestellt. Dementsprechend können Rundungsdifferenzen von +/- 1 auftreten.

Konsolidierte Betriebsrechnung

CHF	Erläuterung	2011	2010
Erträge			
Ertrag aus Geldsammelaktionen		1 195 265	1 381 357
	Spenden	421 003	471 957
	Beiträge	21 930	21 835
	Erträge aus Geldern der öffentlichen Hand	2.7 752 332	752 332
	Legate	0	135 233
Übrige Erträge		1 635 286	1 435 136
	Öffentliche Aufträge	46 000	0
	Andere betriebliche Erträge	71 049	82 647
	Erträge aus erbrachten Leistungen	1 518 237	1 352 489
Erlösminderungen		-3 900	-1 968
	Erlösminderungen	-3 900	-1 968
Total Erträge		2 826 650	2 814 526
Direkter Projektaufwand und administrativer Aufwand			
Direkter Projektaufwand		-2 035 551	-1 930 188
	Personalaufwand	-1 344 656	-1 175 244
	Reise- und Repräsentationsaufwand	-26 700	-33 793
	Sachaufwand	-663 240	-719 017
	Unterhaltskosten	-5	-347
	Abschreibungen	-950	-1 787
Administrativer Aufwand		-1 067 525	-866 425
	Personalaufwand	-349 281	-410 038
	Reise- und Repräsentationsaufwand	-40 670	-5 085
	Sachaufwand	2.9 -489 717	-328 058
	Unterhaltskosten	-11 101	-15 101
	Sammelaufwand	-167 366	-102 234
	Abschreibungen	-9 391	-5 910
Total direkter Projektaufwand und admin. Aufwand		-3 103 076	-2 796 613
Zwischenergebnis		-276 425	17 912

CHF	Erläuterung	2011	2010
Finanzergebnis		-2 221	-122
	Finanzertrag	4 486	3 949
	Finanzaufwand	-6 707	-4 071
Übriges Ergebnis		-45 918	19 454
	Organisationsfremder Ertrag	75 290	53 511
	Organisationsfremder Aufwand	0	-2 000
	Wertschriftenerträge inkl. Kursgewinne	2.10 43 471	38 842
	Wertschriftenaufwendungen inkl. Kursverluste	2.10 -164 679	-70 900
Jahresergebnis ohne Fondsergebnis		-324 565	37 244
Fondergebnis freie Fonds		0	0
Jahresergebnis vor Zuweisung an Organisationskapital		-324 565	37 244
Überschuss/Fehlbetrag nach Zuweisungen		-324 565	37 244

Konsolidierte Geldflussrechnung

CHF	Erläuterung	2011	2010
Geldfluss aus Betriebstätigkeit			
	Jahresergebnis vor Fondsergebnis	-324 565	37 244
	Nettogewinn/ Nettoverlust aus Anlageabgängen	-0	1
	Nettogewinn/ Nettoverlust aus Finanzanlageabgängen 2.10	139 295	45 095
	Bildung und Auflösung von Rückstellungen 2.4	0	-50 000
	Abschreibung auf Sachanlagen	10 341	7 696
	Cashflow vor Veränderungen des Nettoumlaufvermögens	-174 929	400 36
	Abnahme/(Zunahme) Forderungen	-88 601	-29 595
	Abnahme/(Zunahme) aktive Rechnungsabgrenzungen	24 390	131 633
	Zunahme/(Abnahme) sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten und passive Rechnungsabgrenzungen	-302 259	-63 198
	Geldfluss aus Betriebstätigkeit	-541 398	78 876
Geldfluss aus Investitionstätigkeit			
	Investitionen in Sachanlagen	-21 138	-6 754
	Investitionen in Finanzanlagen	-1 261 957	-872 961
	Desinvestitionen Sachanlagen	0	1 343
	Desinvestitionen Finanzanlagen	1 399 321	982 031
	Geldfluss aus Investitionstätigkeit	116 227	103 659
Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit			
	Nettozufluss Flüssige Mittel aus Fusion 2.1	555 930	0
	Geldfluss aus Finanzierungstätigkeit	555 930	0
	Nettozunahme Flüssige Mittel	130 758	182 535
	Flüssige Mittel zu Beginn des Jahres	1 326 414	1 143 879
	Flüssige Mittel am Ende des Jahres	1 457 172	1 326 414

Rechnung über die Veränderung des Kapitals

CHF	Erläuterung	Einbezahletes Kapital	Erarbeitetes freies Kapital	Freie Fonds	Jahresgewinn/-verlust	Total
	Bestand 1.1.2010	260 045	473 300	2 893 367	0	3 626 712
	Erträge Intern aus Anlagetätigkeit					0
	Zuweisung extern				37 244	37 244
	Interne Fondstransfers					0
	Verwendung extern					0
	Bestand 31.12.2010	260 045	473 300	2 893 367	37 244	3 663 956
	Erträge Intern aus Anlagetätigkeit					0
	Zuweisung extern 2.1	252 276		191 446	-324 565	119 157
	Interne Fondstransfers		37 244		-37 244	0
	Verwendung extern					0
	Bestand 31.12.2011	512 321	510 544	3 084 813	-324 565	3 783 114

Anhang zur konsolidierten Jahresrechnung

1 Grundsätze der konsolidierten Jahresrechnung

1.1 Im Allgemeinen

Die Rechnungslegung der Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz (aha!) und ihrer Tochtergesellschaften erfolgt in Übereinstimmung mit dem Regelwerk der Fachempfehlungen zur Rechnungslegung Swiss GAAP FER (insbesondere Kern FER und Swiss GAAP FER 21), vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage (true and fair view) und entspricht damit auch den einschlägigen Richtlinien der ZEWO.

1.2 Stetigkeit

Die Darstellung der Jahresrechnung 2011 wurde bei Bedarf an die Gliederungsvorschriften von Swiss GAAP FER angepasst. Zwecks Vergleichbarkeit wurden die Vorjahreszahlen ebenfalls an die neue Gliederung angepasst. Diese Korrekturen waren nicht ergebniswirksam.

1.3 Konsolidierungskreis und -grundsätze

Die konsolidierte Jahresrechnung basiert auf den nach einheitlichen Grundsätzen erstellten Einzelabschlüssen sämtlicher Gesellschaften und Stiftungen, an denen die aha! direkt oder indirekt mehr als 50% der Stimmrechte hält oder über die der Stiftungsrat die Kontrolle ausübt.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt nach der angelsächsischen Purchase-Methode. Dabei wird das Eigenkapital der Konzerngesellschaften im Erwerbszeitpunkt bzw. im Zeitpunkt der Gründung mit dem Buchwert der Beteiligung bei der aha! verrechnet. Sämtliche zum Konsolidierungskreis gehörenden Aktiengesellschaften weisen keinen Goodwill aus.

Gestützt auf die Methode der Vollkonsolidierung, werden Aktiven und Passiven sowie Aufwand und Ertrag der konsolidierten Gesellschaften (Aktiengesellschaften und Stiftungen) vollumfänglich erfasst. Allfällige Zwischengewinne werden eliminiert. Es bestehen keine Minderheitsanteile. Konzerninterne Aktiven und Passiven sowie Aufwendungen und Erträge werden eliminiert. Auf den konzerninternen Transaktionen fallen keine Zwischengewinne an.

1.4 Bewertungsgrundsätze

Die Bewertungsgrundsätze orientieren sich grundsätzlich an historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten als Bewertungsgrundlage. Es gilt der Grundsatz der Einzelbewertung von Aktiven und Passiven. In Bezug auf die wichtigsten Bilanzpositionen bedeutet dies Folgendes:

Flüssige Mittel

Die flüssigen Mittel umfassen Kassenbestände, Post- und Bankguthaben sowie Sicht- und Depositengelder mit einer Restlaufzeit von höchstens 90 Tagen. Diese sind zu Nominalwerten bewertet.

Wertschriften

Die Wertschriften werden zu Marktwerten bewertet.

Sachanlagen

Die Bewertung der Sachanlagen erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten abzüglich notwendiger Abschreibungen. Die Abschreibungen erfolgen linear aufgrund der geplanten Nutzungsdauer (in Jahren):

Büromöbiliar 10 / Büromaschinen 5 / EDV-Hardware 4

Übrige Aktiven und Verbindlichkeiten

Alle übrigen Aktiven und Verbindlichkeiten werden zu Nominalwerten bewertet.

Steuern

Die aha! ist nicht steuerpflichtig. Die Steuern auf dem laufenden Ergebnis der steuerpflichtigen Konzerngesellschaften werden vollständig unter den passiven Rechnungsabgrenzungen zurückgestellt. Da bei den Konzerngesellschaften keine Bewertungsdifferenzen zwischen den nach den vorstehenden Richtlinien bewerteten Aktiven und Passiven im Vergleich zu den steuerrechtlich massgebenden Werten entstehen, fallen keine latenten Ertragssteuern an.

Ausserbilanzgeschäfte

Eventualverbindlichkeiten und weitere, nicht zu bilanzierende Verpflichtungen werden auf jeden Bilanzstichtag bewertet und offengelegt. Wenn Eventualverbindlichkeiten und weitere nicht zu bilanzierende Verpflichtungen zu einem Mittelabfluss ohne nutzbaren Mittelzufluss führen und dieser Mittelabfluss wahrscheinlich und abschätzbar ist, wird eine Rückstellung gebildet.

2 Erläuterungen zur Jahresrechnung

2.1 Konsolidierungskreis

Der Konsolidierungskreis umfasst neben der aha! die 100%-Beteiligung an der Service Allergie Suisse SA.

Im Berichtsjahr hat die aha! zudem über eine Fusion per 1. Januar 2011 die Stiftung Wohnen für Atembehinderte und die Schweizerische Neurodermitis Stiftung übernommen. Im Rahmen der Fusion wurden folgende Aktiven und Passiven übernommen:

Fusionsbilanzen Schweizerische Neurodermitis Stiftung und Stiftung Wohnen für Atembehinderte

in CHF	Stiftung Wohnen für Atembehinderte	Schweizerische Neurodermitis Stiftung	Total Mittelzufluss aus Fusion
Flüssige Mittel	464 443	91 487	555 930
Forderungen	120	1 087	1 207
Finanzanlagen	0	101 872	101 872
Total Aktiven	464 563	194 446	659 009
Verbindlichkeiten	12 587	0	12 587
Passive Rechnungsabgrenzung	19 700	3 000	22 700
Finanzverbindlichkeiten	180 000	0	180 000
Freie Fonds	0	191 446	191 446
Kapital	252 276	0	252 276
Total Passiven	464 563	194 446	659 009

Die im Rahmen der Fusion übernommenen Aktiven und Passiven werden in der Geldflussrechnung als Netto-Zufluss Flüssige Mittel aus Fusion abgebildet.

2.2 Flüssige Mittel

<i>in CHF</i>	31.12.2011	31.12.2010
Kasse	179	291
Post	45 860	95 571
Bank	1 411 132	1 230 552
Total Flüssige Mittel	1 457 172	1 326 414

2.3 Finanzanlagen

<i>in CHF</i>	31.12.2011	31.12.2010
Aktien und Fondsanteile	1 226 519	1 724 090
Obligationen	1 147 733	924 949
Wertschriften	2 374 252	2 649 039
Darlehen	0	180 000
Total Finanzanlagen	2 374 252	2 829 039

Im Zuge der Fusion mit der Stiftung Wohnen für Atembehinderte wurde das Darlehen (180 000 CHF) eliminiert.

2.4 Rückstellungen

Die Rückstellung von 50 000 CHF wurde im Jahr 2010 zugunsten der Erfolgsrechnung (Rückstellungen Vertragsrisiko) aufgelöst.

2.5 Zweckgebundene Fonds

<i>in CHF</i>	2011	2010
Bestand am 1.1.	4 206	4 206
Bildung	0	0
Verbrauch	0	0
Auflösung	0	0
Bestand am 31.12.	4 206	4 206

Der zweckgebundene Fonds resultiert aus einer Spende für «Minderbemittelte im Kanton Bern».

2.6 Freie Fonds

<i>in CHF</i>	2011	2010
Betriebsreserve-Fond	2 836 675	2 836 675
Emma-Löffel-Fond	56 692	56 692
Brunello-Wüthrich-Fond	191 446	0
Total freie Fonds	3 084 813	2 893 367

2.7 Erträge aus Geldern der öffentlichen Hand

<i>in CHF</i>	2011	2010
Beiträge Bund aufgrund IVG Art. 74	770 832	770 832
davon Beitrag an SPVG	- 18 500	- 18 500
Total Erträge aus Geldern der öffentlichen Hand	752 332	752 332

Zwischen der Stiftung aha! und dem Bundesamt für Sozialversicherungen besteht ein Leistungsvertrag für die Periode 2011 bis 2013.

2.8 Projektaufwand

Neben den Projekten der aha! (Nationaler Allergietag, www.pollenallergie.ch, Schulung für Neurodermitis usw.) werden sämtliche Aufwendungen der Service Allergie Suisse SA als Projektaufwand ausgewiesen. Die Service Allergie Suisse SA zertifiziert Produkte und Dienstleistungen, die speziell für Menschen mit Allergien und Intoleranzen geeignet sind. Sie verleiht nach unabhängiger Prüfung das Schweizerische Allergie-Gütesiegel, das Produkte und Dienstleistungen auszeichnet, die mehr Sicherheit und Information garantieren.

2.9 Sachaufwand im administrativen Aufwand

in CHF	2011	2010
Raumaufwand	-106 887	-106 506
Sachversicherungen und Gebühren	-6 624	-6 002
Energie- und Entsorgungsaufwand	-5 486	-3 024
Verwaltungsaufwand	-267 787	-178 271
Informatikaufwand	-54 664	-24 256
Werbeaufwand	-48 269	-9 999
Total Sachaufwand im administrativen Aufwand	-489 717	-328 058

Die höheren Belastungen in den Bereichen Verwaltungsaufwand (a), Informatikaufwand (b) und Werbeaufwand (c) resultieren aus hohen einmaligen Kosten, die als Investitionen in die Zukunft zu betrachten sind. Es sind dies Kosten der Fusion (a), Kosten für die Aufsetzung eines zeitgemässen IT-Systems (b) und Kosten der Entwicklung des neuen Auftritts, der neuen Kommunikationsdienstleistungen und der angepassten Druckerzeugnisse (c).

2.10 Wertschriftenertrag und -aufwand

in CHF	2011	2010
Dividenerträge Wertschriften	10 434	9 201
Zinserträge Darlehen	24 704	19 454
Zinserträge Wertschriften	0	7 200
Realisierte und nicht realisierte Kursgewinne	8 333	2 988
Wertschriftenertrag inkl. Kursgewinne	43 471	38 842
Bankspesen und -gebühren	-17 051	-24 776
Realisierte und nicht realisierte Kursverluste	-147 628	-46 123
Wertschriftenaufwand inkl. Kursverluste	-164 679	-70 900

Das Stiftungskapital von aha! Allergiezentrum Schweiz wird nach konservativen Grundsätzen angelegt und verwaltet. Die Anlagen wurden jederzeit im Rahmen der Vorgaben der Reglemente getätigt. Die Finanzmärkte waren im Berichtsjahr grossen Schwankungen ausgesetzt, was auch Auswirkungen auf unser Stiftungskapital zur Folge hatte.

2.11 Entschädigungen an Mitglieder der leitenden Organe

Die Entschädigung der Präsidentin und der Mitglieder des Stiftungsrates richtet sich nach dem vorhandenen Reglement.

Den Mitgliedern des Stiftungsrates (inkl. Präsidentin) wurden im Berichtsjahr insgesamt 12 800 CHF an Sitzungsgeldern und Spesen für einen Teil ihrer Aufwendungen für Sitzungsvorbereitungen, Aktenstudium und Repräsentationen vergütet.

Die Stiftungsratspräsidentin wurde für ihre Tätigkeit mit 6400 CHF entschädigt.

2.12 Transaktionen mit nahestehenden Personen

Weder im Berichts- noch im Vorjahr fanden Transaktionen mit nahestehenden Personen statt. Die zwischen der Stiftung aha! und der Service Allergie Suisse SA erfolgten Transaktionen wurden im Rahmen der Konsolidierung eliminiert.

2.13 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es gibt keine aussergewöhnliche schwebende Geschäfte und Risiken, die in der Jahresrechnung erwähnt werden müssten. Es gibt keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag, die in der Jahresrechnung 2011 noch hätten berücksichtigt werden müssen.

Kontakt

aha! Allergiezentrum Schweiz
Scheibenstrasse 20
3014 Bern
Postfach 1
3000 Bern 22

Tel. 031 359 90 00
Fax 031 359 90 90
aha!infoline 031 359 90 50
info@aha.ch
www.aha.ch

Spendenkonto PC: 30-11220-0

Wir geben jederzeit gerne detaillierte Auskunft zu den Zielen, Aufgaben und Angeboten der Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz.



Klimaneutral gedruckt 