



ALLERGIEZENTRUM SCHWEIZ
CENTRE D'ALLERGIE SUISSE
CENTRO ALLERGIE SVIZZERA

Jahresbericht 2025

Liebe Unterstützerinnen und Unterstützer, liebe Partner und Interessierte

2025 wurde die aha! 25-jährig und das Allergie-Gütesiegel wurde 20-jährig. Wir feierten dieses Jubiläum zusammen mit Partnerinnen und Partnern. Dazu trafen wir uns an einem Netzerkanlass, wir tauschten alte Erinnerungen aus und blickten gemeinsam in die Zukunft.

Das Jahr brachte auch Herausforderungen, doch wir können sagen: Gemeinsam haben wir einiges erreicht, auch dank Ihnen! Wir konnten neue Projekte starten, insbesondere in den Social Media und wir haben stärker auf die Digitalisierung gesetzt. Das aha!sommerlager ist neu zweisprachig, Deutsch und Französisch.

Wir danken Ihnen allen herzlich. Für Ihre Spende, für Ihren Gönnerbeitrag, für Ihren Sponsoringbeitrag, und natürlich unseren Mitarbeitenden für ihren unermüdlichen Einsatz. Ganz besonders möchte ich mich auch für Ihr Vertrauen bedanken.

Gemeinsam verbessern wir die Lebensqualität von Menschen mit Allergien, Hauterkrankungen, Asthma und Intoleranzen. Mehr dazu können Sie in unserem Jahresbericht 2025 nachlesen, der Ihnen digital zur Verfügung steht.

Mit herzlichen Grüssen

Sylvia Schüpbach

Präsidentin des Stiftungsrats der Stiftung aha! Allergiezentrum Schweiz



Für Spenden / pour dons / per donazione: PC-Konto / No CCP / n. CP 30-11220-0





ALLERGIEZENTRUM SCHWEIZ
CENTRE D'ALLERGIE SUISSE
CENTRO ALLERGIE SVIZZERA

Fachberatung und Schulungen

Nah und professionell

aha! Allergiezentrum Schweiz bereitet Informationen für Betroffene verständlich auf und bietet Beratungen, Schulungen sowie ein einwöchiges, zweisprachiges Lager für Kinder und Jugendliche. So stärkt aha! Allergiezentrum Schweiz Betroffene im Alltag und verbessert Lebensqualität. Bei Anlässen, in strategischen Partnerschaften und Forschungsprojekten bringt aha! Allergiezentrum Schweiz konsequent die Sicht der Betroffenen ein. Mit Weiterbildungen, Workshops und Vorträge stärkt aha! zudem Fachpersonen im Umgang mit Allergien, Intoleranzen und Hauterkrankungen.

Angebote für Betroffene

Die Geschäftsstelle führte an der **aha!infoline** rund 1'150 Gespräche und beantwortete zahlreiche E-Mails. Die Anliegen reichten von ersten Fragen nach einer möglichen Allergie über die Einordnung von Symptomen bis hin zu konkreten Herausforderungen im Alltag. Viele Ratsuchende suchten Orientierung, eine rasche Einschätzung oder eine Empfehlung zum weiteren Vorgehen. Die Rückmeldungen zeigen deutlich, wie wichtig eine gut erreichbare und fachlich fundierte Anlaufstelle für Betroffene und Angehörige ist. Die aha!infoline bietet ihnen niederschwellige Unterstützung, vermittelt Sicherheit und trägt dazu bei, Unsicherheiten abzubauen.

Die seit 2023 umgesetzten Blended-Learning-Schulungen sind etabliert und werden von den Teilnehmenden sehr gut bewertet.

2025 führte aha! Allergiezentrum Schweiz sieben Blended-Learning-Schulungen zu **Neurodermitis** durch – zwei für Familien mit Kindern und fünf für Eltern. Die Teilnehmenden erhielten praxisnahe Informationen, Orientierung und konkrete Unterstützung im Umgang mit der Erkrankung. Als Referentinnen wirkten Dr. med. Antonia Reimer-Taschenbrecker, Dr. med. Anna Kirsch und Dr. med. Sarah Norrenberg mit.

Für die **Anaphylaxie-Betroffenen** bot aha! Allergiezentrum Schweiz im Berichtjahr sieben Blended-Learning-Schulungen an: Sechs für Erwachsene in Lausanne, Bern, Luzern und zweimal in Zürich sowie eine Schulung in Lausanne für Familien mit Kindern von 8 bis 12 Jahren. Insgesamt nahmen 88 Personen an den Anaphylaxie -Schulungen teil. Als Referentinnen und Referenten wirkten Dr. med. Annette Carrard, Dr. med. Rainer Kehrt, Dr. med. Miriam Hoernes, Dr. med. Oliver Fuchs, Dr. med. Felicitas Bellutti Enders sowie Dr. med. Yannick Perrin mit. Ein besonderes Highlight war die Schulung in Bern mit 15 Teilnehmenden, die von einem SRF-Fernsehteam der Sendung «Puls» begleitet wurde.



Für Spenden / pour dons / per donazione: PC-Konto / No CCP / n. CP 30-11220-0





ALLERGIEZENTRUM SCHWEIZ
CENTRE D'ALLERGIE SUISSE
CENTRO ALLERGIE SVIZZERA

Angebote für Fachpersonen

Weiterhin beliebt sind die **Workshops für Pädagogen und Betreuungspersonen**: Insgesamt neun Anaphylaxie-Workshops mit insgesamt 163 Teilnehmende wurden durchgeführt. Mitgewirkt haben Dr. med. Maria Breiding, Dr. med. Felicitas Belluti, Dr. med. Gerhard Müllner, Dr. med. Annette Carrard sowie Dr. med. Nicole Halbeisen

Fünf Webinare mit insgesamt 168 Teilnehmende richteten sich an **medizinische Fachpersonen**. Für medizinische Praxisassistentinnen und -assistenten wurden **Basiswebinare** zu Atopischem Ekzem und Anaphylaxie sowie ein **Update-Webinar zum Thema Laborwerte** in der Allergologie durchgeführt.

Für die Mütter- und Väterberatung fand im Rahmen des Careum-Lehrgangs «Berater:in frühe Kindheit» ein **Kurs zu Atopischem Ekzem**, Atemwegsallergien und Asthma angeboten, an dem 17 Personen teilnahmen.

Im Jahr 2025 verfügten 712 Apotheken – darunter 28 private Apotheken und 10 Apothekengruppierungen – über eine Lizenz für den **AllergieCheck®** und boten ihre Kundschaft zu Atemwegsallergien.

Die AllergieCheck®-Grundkurse für Fachpersonen wurden im Blended-Learning-Format durchgeführt und kombinierten E-Learning-Module, individuelle Tests in der Apotheke sowie ein abschliessendes Webinar. Insgesamt nahmen 616 Fachpersonen an 16 Live-Webinaren und den zugehörigen E-Learning-Angeboten in deutscher, französischer und italienischer Sprache teil. Neu eingeführt wurde ein eigenständiger Vertiefungskurs im E-Learning-Format, die 530 Personen absolvierten.

Im Sommer 2025 nahmen 27 Jugendliche aus der Deutsch- und Westschweiz an der **Lagerwoche** in Saanenmöser (BE) teil. Sie erlebten abwechslungsreiche Aktivitäten in der Natur und eine unterstützende Gemeinschaft. Das Lager bot allergie betroffenen Kindern und Jugendlichen eine wertvolle Auszeit vom Alltag. Die medizinische Betreuung erfolgte durch Dr. med. Felicitas Bellutti (UKBB).

aha! Allergiezentrum Schweiz setzte sich im Berichtsjahr dafür ein, dass die Perspektiven der Betroffenen in der **Forschung** Gehör finden, etwa mit der Rekrutierung von Teilnehmenden für die Studie Lactobreath der ETH Zürich, USZ und Agroscope. Ausserdem arbeitete aha! an einem Forschungsantrag zum Projekt «Topisches Schneckenschleim-Präparat bei Dermatosen» (SNAIL). Dafür wurde eine anonyme Online-Umfrage entwickelt, an der über 100 Personen teilnahmen. Damit stärkt aha! Allergiezentrum Schweiz die Ausrichtung von Forschungsprojekten an den Bedürfnissen der Betroffenen.



Für Spenden / pour dons / per donazione: PC-Konto / No CCP / n. CP 30-11220-0





Die Stiftung präsentierte sich 2025 an wichtigen **Kongressen, Tagungen und Fachveranstaltungen** (um nur einige zu nennen) und stärkte damit ihre Präsenz in der Fachwelt. Sie machte ihre Angebote einem breiten Fachpublikum bekannt, vertiefte bestehende Kontakte und erweiterte ihr Netzwerk gezielt. Vertreten war sie unter anderem an der AIU-Tagung, der Journée Romande de l'Allergologie, dem SGAI-Kongress, dem SGDVG-Kongress sowie am FOMF Update Allergologie.

Marketing und Kommunikation

Gezielter und digitaler

Die Unternehmenskommunikation und das Marketing legten den Schwerpunkt verstärkt auf die eigenen, digitalen Kanäle, darunter Kampagnen, Social Media, Newsletter, Websites und die App. Online-Sensibilisierungskampagnen ermöglichten es, an bestimmten Tagen kompakte Informationen gezielt zur Verfügung zu stellen. Parallel dazu blieben Printmedien wichtig, etwa für Broschüren, Informationsmaterialien und die Betreuung von Medienanfragen.

Kampagnen

Am 25. März 2025 nutzte aha Allergiezentrum Schweiz den «**Nationalen Allergietag**», um erstmals ein **Instagram-Live** zum Thema Pollenallergie durchzuführen. Der Livestream wurde von Dr. Christian Greis (derma2go) moderiert, zu Gast waren Dr. med. Carole Guillet (USZ) und Sonja Hartmann (aha! Allergiezentrum Schweiz). Rund 40 Teilnehmende beteiligten sich aktiv und stellten ihre Fragen in Echtzeit. Die Kampagnenbotschaft «Jetzt handeln, besser atmen!» wurde über mehrere Aktionen verbreitet: Social Media-Beiträge, ein Spezial-Newsletter, ein Schnupfentest, eine Verteilaktion mit Taschentüchern, ein Wettbewerb sowie ein Webinar zur wirksamen Behandlung der Pollenallergie mit Dr. med. Marcus Kühn. Am Welt-Asthma Tag vom 6. Mai wurde innerhalb der Kampagne auch auf allergisches Asthma aufmerksam gemacht.

Am 14. September 2025, dem **Welt-Neurodermitis-Tag**, startete die rund vierwöchige Neurodermitis-Kampagne «Gut leben mit Neurodermitis». Sie richtete sich an drei Zielgruppen: Eltern betroffener Kinder, betroffene Jugendliche und Erwachsene. Zum Angebot gehörten eine Website und verschiedene Social-Media-Beiträgen. Ein Instagram-Live mit aha!-Fachexpertin Bettina Ravazzolo und dem Dermatologen Dr. Christian Greis rundete das Info-Angebot ab.

Erstmals wurde auf der Kampagnen-Website ein **Podcast** veröffentlicht. Dieser entstand in Zusammenarbeit mit der CSS und stellte die Psychotherapeutin und Neurodermitis-





ALLERGIEZENTRUM SCHWEIZ
CENTRE D'ALLERGIE SUISSE
CENTRO ALLERGIE SVIZZERA

Betroffene Ines Schweizer vor. Die Kampagne erzielte eine hohe Reichweite: Von den geplanten 2 Millionen Impressionen wurden 1,9 Millionen erreicht. Die 6288 Seitenaufrufe lagen nur knapp unter dem Zielwert von 6700.

Vom 18. November bis 13. Dezember lief die **Kampagne zur Nahrungsmittelintoleranzen** «Einfach geniessen – trotz Intoleranzen». Eine weihnächtlich gestaltete Website und verschiedene Social-Media-Beiträge sowie ein Instagram-Live mit aha!-Expertin Alexandra van Steenkiste informierten über unterschiedliche Unverträglichkeiten sowie den Unterschied zwischen Allergie und Intoleranz. Ergänzt wurde das Angebot durch Rezeptvideos mit festlichen Snack-Ideen. Dabei arbeitete aha! Allergiezentrum Schweiz erstmals mit **einer Influencerin** zusammen: «Zmorgebox-Mami» Adelina präsentierte in ihrem Video eine Brotbox aus Produkten mit dem Allergie-Gütesiegel.

Kommunikation

Instagram, Facebook und LinkedIn blieben zentrale **Social Media** Kanäle mit insgesamt 16'366 Followern Auf LinkedIn (+423) wurden fachliche Inhalte für Medizin, Pflege und Beratung deutlich ausgebaut, was die Positionierung von aha! als kompetente Fachstelle stärkte. Instagram bleibt der reichweitenstärkste Kanal. Ende Oktober wurde zusätzlich der französischsprachige Auftritt lanciert. Auch begleiteten die Social-Media-Kanäle die durchgeführten Kampagnen eng und erhöhten Reichweite und Interaktion.

2025 publizierte aha! Allergiezentrum Schweiz **fünf Medienmitteilungen**, bearbeitete 76 Medienanfragen, war in 48 Print- sowie Online-Artikeln präsent. Am 13. Mai 2025 begleitete ein SRF-Filmteam eine Anaphylaxie-Schulung von aha! Allergiezentrum Schweiz. Die Aufnahmen wurden in der «Puls»-Sendung vom 23. Juni gezeigt und zwei aha!-Expertinnen betreuten den Live-Chat zur Sendung.

Zusätzlich veröffentlichte aha! regelmässig **Beiträge in Fachmedien** wie AstreaApotheke, SFK Kosmetik, LaFamily, Dropa, Medical Tribune und Ars Medici.

2025 erschienen sechs **aha!newsletter** sowie vier Spezial-Newsletter, unter anderem zum «Nationalen Allergietag» und zur «Neurodermitis-Kampagne». Mehr als 20'000 Personen haben den deutschsprachigen und 5'000 den französischsprachigen Newsletter abonniert.

Die 15. Ausgabe des **«aha!magazin»** mit Schwerpunkt «Allergien und Umwelt» beleuchtete die Auswirkungen der verlängerten Pollensaison durch den Klimawandel. Die Auflage betrug 14'900 Exemplare in Deutsch und Französisch und bot erneut eine attraktive Plattform für Sponsoren.



Für Spenden / pour dons / per donazione: PC-Konto / No CCP / n. CP 30-11220-0





2025 wurden neue elf «**Personas**» entwickelt, um Inhalte noch präziser auf die Zielgruppen auszurichten. Sie dienen als Grundlage für die Themenplanung im Newsroom. Der **Newsroom** arbeitet entlang eines festen Themenrasters und steuert alle Kommunikationsmassnahmen kanalübergreifend. Eine zusätzliche Compliance-Prüfstufe wurde eingeführt, damit Vorgaben frühzeitig berücksichtigt werden.

aha.ch verzeichnete 2025 über 1.25 Mio. Seitenaufrufen. Besonders gefragt waren Inhalte zu Pollenallergie (Heuschnupfen), Angioödem und Histaminintoleranz. Die Inhalte wurden gezielt erweitert: ein neues Erklärvideo zu Urtikaria, eine Seite zu «sensible Haut», eine Jubiläumsseite mit 20 Videoportraits von Mitarbeitenden mit praktischen Tipps sowie eine vollständig überarbeitete «Über uns»-Sektion. Auch die Agenda mit allen Schulungen in drei Sprachen wurde neu strukturiert.

pollenundallergie.ch erreichte über 425'000 Nutzerinnen und Nutzer und über 2.7 Mio. Seitenaufrufe. Die App «**Pollen-News**» verzeichnete rund 105'000 aktive Nutzerinnen und Nutzer sowie 5.4 Mio. Aufrufe. Mit Echtzeit-Pollendaten und der Verfügbarkeit in Deutsch, Französisch und Italienisch bietet die App einen klaren Mehrwert. Die technische Erneuerung von App und Website startete Ende 2025.

Mittelbeschaffung

Die **Sponsoringeinnahmen** lagen 2025 unter dem Vorjahr. Die Sponsoren nutzten die vorhandenen Formate in Kampagnen, Werbeplatzierungen, Broschüren, Newslettern und Schulungen. Damit bleibt das **Sponsoring** herausfordernd: Unternehmen arbeiten stärker nach globalen Vorgaben und unter höherem, internem Druck. Langjährige Partnerschaften bleiben deshalb zentral.

Das **Public Fundraising** bleibt mit seinen zweckfreien Spenden und Einnahmen durch die Gönnerschaft eine wichtige Säule für die Finanzierung und ermöglichte 2025 zentrale Angebote für Betroffene.

Mit der Einführung von eBill waren erstmals vollständig papierlose Spenden möglich. Über die Zusammenarbeit mit der CSS und ihrer active365-App kamen zusätzliche Mittel hinzu: Privatpersonen konnten ihre gesammelten Punkte zugunsten von aha! Allergiezentrum Schweiz spenden. Zudem durfte sich die Stiftung über eine Unternehmensspende der Valiant Bank freuen.

Das **institutionelle Fundraising** finanzierten unter anderem den Ausbau der Pollenangebote, den Relaunch der Website pollenundallergie.ch, die Weiterentwicklung der Materialien für die Neurodermitis-Kinderschulung – darunter ein neues Booklet 2026 – sowie die Durchführung des «aha! Sommerlagers». Ein zentrales Projekt, das 2026 durch Mittel aus dem institutionellen **Fundraising** ermöglicht werden soll, ist die





ALLERGIEZENTRUM SCHWEIZ
CENTRE D'ALLERGIE SUISSE
CENTRO ALLERGIE SVIZZERA

Weiterentwicklung des Anaphylaxie-Workshops für pädagogische Fachpersonen. Er wird künftig als Allergiemanagement-Workshop angeboten und fachlich breiter ausgerichtet, um den wachsenden Anforderungen in Schulen und Betreuungseinrichtungen gerecht zu werden. Die aktuelle Finanzierung dieses Projektes läuft noch.

Qualität und Digitalisierung

Sicher und qualifiziert

aha! Allergiezentrum Schweiz bietet hochwertige Dienstleistungen für die Öffentlichkeit und stellt hohe Anforderungen an die eigenen Prozesse, gestützt auf ISO- und Zewo-Zertifizierungen. Die Stiftung setzt in bestimmten Bereichen auf Digitalisierung und Künstliche Intelligenz. Ein zentrales Anliegen bleibt der Datenschutz, um die Daten von Betroffenen, Partner, Gönnern und Spendern konsequent zu schützen.

Qualitätsmanagement

Seit vielen Jahren bestätigt die **Zertifizierung** nach ISO 9001:2015 das hohe Qualitätsniveau der Managementprozesse von aha! Allergiezentrum Schweiz. Der Standard unterstützt die Mitarbeitenden dabei, Prozesse kontinuierlich zu verbessern und verlässlich umzusetzen. 2025 wurde das Aufrechterhaltungsaudit erneut erfolgreich abgeschlossen. Der Schwerpunkt der internen Prozessoptimierungen lag im Berichtsjahr auf den **HR-Konzept**, welches überarbeitet und klarer strukturiert wurden.

Zewo-Gütesiegel

Seit 1999 trägt aha! Allergiezentrum Schweiz das **Zewo-Gütesiegel** und erfüllt die 21 Zewo-Standards, die sicherstellen, dass Spenden zweckorientiert und wirkungsvoll eingesetzt werden und die Stiftung nach Good Governance arbeitet. Im Berichtsjahr wurde die Stiftung umfassend geprüft. Das Resultat ist eindeutig: 96 Prozent der Anforderungen wurden erfüllt – ein ausgesprochen starkes Ergebnis.

Künstliche Intelligenz (KI)

Im Berichtsjahr hat die Bedeutung von **Künstlicher Intelligenz (KI)** stark zugenommen. Alle Bereiche nutzten und testeten verschiedene KI-Werkzeuge und Methoden. Daher hat aha! Allergiezentrum Schweiz 2025 ihre im 2024 erstellten [Leitlinien für den Umgang mit KI](#) ausgearbeitet und sie um ethische Grundlagen sowie Strategien für den effizienten Einsatz von KI ergänzt. Auch 2026 wird aha! Allergiezentrum Schweiz dieses Thema weiter vorantreiben.



Für Spenden / pour dons / per donazione: PC-Konto / No CCP / n. CP 30-11220-0





ALLERGIEZENTRUM SCHWEIZ
CENTRE D'ALLERGIE SUISSE
CENTRO ALLERGIE SVIZZERA

Datenschutz

2025 traten keine meldepflichtigen **Datenschutzvorfälle** auf. Verdachtsfälle wurden intern geklärt, Auskunfts- oder Löschbegehren fristgerecht beantwortet. 2025 wurden Sicherheitsupdates, Verschlüsselung und Zugriffskontrollen weiter verstärkt, häufig mit Zwei-Faktor-Authentifizierung.

Compliance

Compliance gewinnt für die Stiftung weiter an Bedeutung. 2025 wurde im Newsroom eine zusätzliche Prüfstufe eingeführt, damit regulatorische Anforderungen frühzeitig berücksichtigt werden. Eine klare Compliance-Struktur stärkt die Verlässlichkeit der Organisation und unterstützt eine transparent regelkonforme Arbeitsweise.

Nachhaltigkeit

aha! Allergiezentrum Schweiz setzte 2025 weitere Massnahmen im Bereich **Nachhaltigkeit** um. Printprodukte wurden, wo möglich, digital ersetzt; der Jahresbericht erschien 2025 erstmals ausschliesslich online. Notwendige Drucksachen wie die Hausstaubmilbenbroschüre wurden klimaneutral auf FSC-Papier und in der Schweiz produziert. Auf Einweg- und Plastik-Give-aways wurde während der Kampagnen verzichtet. Mit der Einführung von eBill waren erstmals vollständig papierlose Spenden möglich. Beim Austausch von Bildschirmen und Laptops wurde auf energieeffiziente Geräte geachtet; funktionstüchtige Geräte werden weiterverwendet oder fachgerecht recycelt. Geschäftswege erfolgten mehrheitlich mit dem öffentlichen Verkehr. Ein internes Nachhaltigkeitsteam erarbeitet 2026 weitere Schritte.

Finanzen und Organisation

Transparent und zweckgerichtet

Die Finanzierung von aha! Allergiezentrum Schweiz stützt sich auf mehreren Säulen: öffentliche Mittel, privaten Spenden und ausgewählten Sponsoren. Transparenz, Unabhängigkeit und ein nachhaltiges Handeln stehen dabei im Zentrum. Alle Mittel und Ressourcen sollen den grösstmöglichen Nutzen für Allergiebetroffene erzielen.

Lagebericht

Das Geschäftsjahr 2025 verlief stabil und schloss im Rahmen des Budgets ab. Die Erträge blieben konstant, lagen aber leicht unter den Erwartungen. Der rückläufige **Spendenmarkt** machte sich bemerkbar, die Zahl der Spenden ging zurück, trotz höheren Durchschnittsbeträgen. Dennoch unterstützen Stiftungen, private Spenderinnen und Spender sowie **Gönnerinnen und Gönner** auch 2025 die



Für Spenden / pour dons / per donazione: PC-Konto / No CCP / n. CP 30-11220-0





Angebote der Stiftung. Kooperationen mit Partnern, der öffentlichen Hand und das Sponsoring bestätigten sich erneut als tragende Finanzierungssäulen. Effiziente Mittelverwendung, Synergien sowie Prozessoptimierungen stärken die Wirkung der Finanzstrategie.

Service Allergie Suisse

Unsere Tochtergesellschaft **Service Allergie Suisse** ist die unabhängige Zertifizierungsstelle für das Allergie-Gütesiegel. Dieses Qualitätszeichen bietet Menschen mit Allergien und Intoleranzen Sicherheit und Orientierung im Alltag. In einem standardisierten Prüfverfahren werden Produkte bewertet, die hohe Anforderungen erfüllen müssen. Über 1'200 Produkte aus Bereichen wie Lebensmittel, Kosmetik und Catering tragen aktuell das Allergie-Gütesiegel. Diese breite Präsenz schafft Vertrauen bei Konsumentinnen und Konsumenten. Die ausgezeichneten Produkte mit dem Allergie-Gütesiegel werden von aha! Allergiezentrum Schweiz empfohlen. Neben dem gesellschaftlichen Nutzen leistet Service Allergie Suisse auch einen finanziellen Beitrag an die Stiftung und stärkt damit die Verbindung von Wirkung, Qualität und Unabhängigkeit, ganz im Sinne unseres Engagements für Menschen mit Allergien und Intoleranzen.

Bilanz

	31.12.2025	31.12.2024
<i>Umlaufvermögen</i>	3'575'107	3'321'279
<i>Anlagevermögen</i>	2'840'023	2'776'247
<i>Verbindlichkeiten</i>	558'249	446'148
<i>Fondskapital</i>	629'093	464'761
<i>Organisationskapital</i>	5'227'788	5'186'616

Betriebsrechnung

	31.12.2025	31.12.2024
<i>Betriebsertrag</i>	3'597'962	3'795'302
<i>Betriebsaufwand</i>	-3'592'946	-3'726'472
<i>Betriebsergebnis</i>	5'016	68'830
<i>Jahresergebnis vor Veränderung des Organisationskapitals</i>	41'171	115'313
<i>Jahresergebnis nach Veränderung des Organisationskapitals</i>	0	0

