

Pro Juventute schnallt Gürtel enger

Die Stiftung plant die Verlegung ihres Hauptsitzes aus der Stadt Zürich in die Agglomeration

Die Stiftung Pro Juventute will ihren imposanten Hauptsitz im Zürcher Seefeld veräussern und in bescheidenere Räumlichkeiten in der Region umziehen. Das bestätigt Yvonne Sutter, Leiterin Kommunikation.

VON ALFRED BORTER

Der Buchwert der Liegenschaft an der Seehofstrasse, in dem neben der Schweizer Zentrale des Kinderhilfswerks auch die Administration der Region Zürich-Schaffhausen untergebracht ist, beläuft sich laut Jahresrechnung 2006/07 auf 32,71 Millionen Franken. Wie Yvonne Sutter betätigt, will die Stiftung die Liegenschaft verkaufen. Zu welchem Preis, darüber werde nicht orientiert, sagt sie, sie wisse aber, dass die Verkaufsverhandlungen bereits weit fortgeschritten seien.

DER GRUND FÜR DEN UMZUG ist nach Yvonne Sutters Auskunft, dass die Verlegung des Hauptsitzes langfristig kostengünstiger sei als ein Sitz in der Stadtmitte. «Darüber hinaus können durch die Freisetzung des gebundenen Kapitals mehr Mittel für den Stiftungszweck eingesetzt werden», erläutert sie, «nämlich Projekte für Kinder und Jugendliche umzusetzen und neue Dienstleistungen aufzubauen.» Wohin man umziehe, das sei aber noch völlig unbestimmt.

Dass sich Pro Juventute von Liegenschaften trennt, ist nichts Neues; schon vorletztes Jahr hat man eine Liegenschaft im äusseren Seefeld verkauft und dadurch die Rechnung 2005/06 aufge bessert. Auch das Familiendorf Bosco della Bella im Tessin wurde verkauft, die ehemalige Drogenstation Cugnanello in der Toskana steht ebenfalls zum Verkauf.

DIESE VORGÄNGE SEIEN ALLERDINGS kein Zeichen einer Krise oder eines «unaufhaltsamen Niedergangs», wie das die Zeitschrift «Beobachter» schrieb, sondern der Gesundung, betont Yvonne Sutter. Im vergangenen Geschäftsjahr habe man zwar einen Verlust von 1,8 Millionen Franken ausweisen müssen, doch sei es gelungen, das operative Geschäftsergebnis gegenüber dem Vorjahr um rund 2,4 Millionen Franken zu verbessern. «Diese Entwicklung zeigt, dass der eingeschlagene Weg zur nachhaltigen Finanzierung der Stiftung richtig ist und weiter verfolgt werden muss.»

In der Jahresrechnung wird denn auch darauf hingewiesen, dass die Personalausgaben durch die Nichtersetzung von fünf Personalausritten sowie durch Abstriche bei den Sachaus-



Repräsentativ, aber zu teuer: Der Pro-Juventute-Hauptsitz.

gaben nachhaltig gesenkt werden konnten. Dass Pro Juventute den Gürtel enger schnallen muss, ist vor allem darauf zurückzuführen, dass der Verkauf von Pro-Juventute-Briefmarken mit dem Sonderzuschlag und von Weihnachtskarten stark rückläufig ist. Letztes Jahr waren die Briefmarken von Ted Scapa zwar so gefragt, dass sie bald einmal ausverkauft waren, aber dieser Erfolg gestaltete sich auf einem recht tiefen Niveau. Und mit den Pestalozzi-Kalendern, T-Shirts und anderen Verkaufsartikeln vermochte man den Rückgang auch nicht wettzumachen.

«WIR ÜBERLEGEN UNS NATÜRLICH, wie wir zusätzlich zu Einnahmen kommen», sagt die Kommunikationschefin. Denn die Dienstleistungen des Hilfswerks sind weiterhin sehr gefragt, und entsprechend ist man auch auf das Wohlwollen

von Spenderinnen und Spendern angewiesen. Über die Telefonnummer 147 haben Kinder und Jugendliche in 55 000 Fällen um Rat gefragt. Auch die Elternbriefe werden im ganzen Land geschätzt. Ferner werden Sozialpraktika angeboten, in verschiedenen Regionen gibt es verbilligte Ferienpässe für daheimgebliebene Schulkinder, es gibt die Gesundheits- und die sozialpädagogische Familienberatung, und aus den verschiedenen Hilfsfonds hilft man unkompliziert auch in Fällen, wo die staatliche Sozialhilfe sich als nicht zuständig erklärt. Ferner gibt es einen Ferienfonds, Familienpatenschaften und andere Projekte. Das Bildungsangebot «Kinder lernen ihre Rechte kennen» gibt es erst im Kanton Zürich. Die Ausweitung auf andere Kantone ist geplant. Der Aufwand und der Ertrag bewegen sich insgesamt um etwa 38 bis 40 Millionen Franken.

LIMMATTAL

Keine Schulkinder mehr im Markenverkauf

Rolf Steiner ist der Präsident des Pro-Juventute-Bezirks Dietikon. Wichtigste Einnahmequelle ist der Briefmarkenverkauf; nach Abzug aller Spesen verbleiben netto rund 15 000 Franken. Dass sich Schulkinder engagieren und von Haus zu Haus, von Wohnung zu Wohnung ziehen, um Marken und Weihnachtskarten anzubieten, damit ist es im Bezirk Dietikon aber vorbei. In Urdorf und Aesch hielt sich der Brauch länger als in den andern Gemeinden, aber nun haben sich auch hier die Lehrkräfte gegen die Weiterführung dieser Tradition ausgesprochen: Zu viel Aufwand, zu wenig Ertrag, lautete das Hauptargument. Nun setzt Steiner wohl oder übel voll auf den Versand der «Bettelbriefe» an die bisherigen Bezüger von Marken und Karten sowie auf Streusendungen. Ferner markiert Pro Juventute Präsenz am Dietiker Weihnachtsmarkt.

Grosse Aktivitäten kann der Stiftungsbezirk Dietikon nicht entfalten. «Mit 15 000 Franken macht man keine grossen Sprünge», sagt Steiner. Immerhin versucht man mit dem Geld, wo immer möglich Not zu lindern. So ermöglicht man Kindern zum Beispiel Familienferien oder zahlt man eine Zeitlang das Geld, das nötig ist, damit ein Kind eine Spielgruppe besuchen kann. (ABR)

KOPF DER WOCHE

Wenn die Spieler der ZSC Lions nicht gerade im Ganzkörperschutz den Puck zu erobern versuchen, sorgen die 14 «Suisse and sexy Dancers» in Show- und Glimmer-Outfits vor und zwischen den Spielen für Stimmung im Hallenstadion. In einer Woche haben sie ihren vierten Auftritt für die Löwen.

Frau Angelsberger, die ZSC Lions sind in dieser Saison nicht gerade vom Erfolg verwöhnt. Glauben Sie, die Auftritte von «Suisse and sexy Dancers» können die Mannschaft zu besseren Leistungen anspornen?

Sarah Angelsberger: Das wäre natürlich schön, wenn wir die Spieler mit unseren Shows zusätzlich motivieren könnten. In erster Linie sind unsere Einlagen aber nicht für die Spieler gedacht, sondern sollen den Fans und Zuschauern zusätzlich Spass bereiten ...

Mit anderen Worten: Weil die Lions mit ihrer Leistung nicht überzeugen, müssen Sie und Ihre Tanzgruppe nun die Fans begeistern.

Das ist nun etwas böse. (lacht) Es ist sicher eine zusätzliche und schöne Attraktion für die Fans. Aber es ist für die ZSC Lions ja noch nicht aller Tage Abend.

Spricht da der ZSC-Fan aus Ihnen?

Fan? Nein, eigentlich nicht. Ich bin nicht so fixiert auf die ZSC Lions. Aber seid wir dieses Engagement haben, schlägt das Herz für den Klub natürlich schon etwas höher.

Wie ist es zu diesem Engagement gekommen?

Der ZSC ist auf uns zugekommen. Weil eine meiner Tänzerinnen Schneiderin ist und für die Mannschaft die Anzüge gemacht hat, sind sie auf uns aufmerksam geworden.

Wie lukrativ ist dieses Engagement für die «Suisse and sexy Dancers»?

In erster Linie steht die Freude an den Auftritten im Vordergrund. Lukrativ ist für uns vor allem der Werbe-Effekt für die «Suisse and sexy Dancers».

Wie waren die Reaktionen der Fans auf Ihre bisherigen drei Auftritte?

Grundsätzlich hatten wir sehr positive Reaktionen. Wir haben viele Mails und Anrufe erhalten. Es ist aber auch sehr schwierig, das Hockey-Publikum zu begeistern.

Weshalb schwierig? Das vorwiegend männliche Publikum freut

sich doch sicher über die Tänzerinnen.

Es sind ja nicht nur Männer im Publikum. Es gibt auch viele Frauen, Teenager und Kinder. Und dann gibt es noch die ganz hartnäckigen Hockey-Fans. Die haben sich zu Beginn schon gefragt: «Was haben denn diese Girls hier zu suchen?» Inzwischen kommen wir aber auch bei ihnen ganz gut an.

Ihr Tipp für das nächste ZSC-Spiel am Dienstag gegen den HC Fribourg-Gotteron?

(entschlossen) Die Lions werden mit 3:1 gewinnen.

Ist das nun Ihre Hoffnung oder Ihr Tipp?

(lacht) Schon eher eine Hoffnung. Die Tipps überlass ich lieber den Profis. (ABL)

Der nächste Auftritt der «Suisse and sexy Dancers» im Hallenstadion ist am kommenden Sonntag, 28. Oktober, im Spiel gegen den EHC Basel um 15.45 Uhr.



Sarah Angelsberger aus Urdorf ist der Coach der «Suisse and sexy Dancers» und Besitzerin der Tanzfabrik in Urdorf. Als ehemalige Eiskunstläuferin fühlt sie sich bei den ZSC Lions gut aufgehoben.

Vielfalt ist erwünscht

Bei der Stadtpolizei Zürich leisten fünf Ausländerinnen und Ausländer Dienst.

Wie der Stadtrat auf eine Interpellation aus dem Gemeinderat mitteilt, handelt es sich bei den ausländischen Polizisten ausschliesslich um Angehörige des polizeilichen Assistenzdienstes, die vorwiegend für die Überwachung des ruhenden Verkehrs eingesetzt werden. Sie kontrollieren aber auch den rollenden Verkehr, patrouillieren im Umfeld der Drogenszene und sind für die Sicherheit auf Schularealen und Parkanlagen zuständig. Ferner unterstützen sie die übrigen Abteilungen der Stadtpolizei im Innen- und Aussendienst.

Ausländer können zwar mit der zweijährigen Polizeiausbildung beginnen, doch bevor ein Rekrut vereidigt werden kann, muss er das Schweizer Bürgerrecht erlangt haben. Das sei, schreibt der Stadtrat, «gerade auch angesichts der Möglichkeit der erleichterten Einbürgerung nach wie vor gerechtfertigt». Im Übrigen liessen zahlreiche ausländische Namen von Polizeiangehörigen bei der Stadtpolizei erkennen, «dass Personen aus allen Kulturkreisen im Korps arbeiten». Über genaue Zahlen zur ursprünglichen Herkunft der Polizisten verfügt der Stadtrat nicht. Personen mit Migrationshintergrund seien aber als künftige Polizisten ausdrücklich erwünscht. (ABR)