Animal Rights Switzerland



JAHRESBERICHT 2017

Ziele – Leistungen – Wirkungen

INHALT

1 Einleitung 4
1.1 Vision und Ansatz
1.2 Gegenstand des Berichts

2 Das Problem und unser Lösungsansatz 7
2.1 Das Problem
2.2 Bisherige Lösungsansätze
2.3 Unser Lösungsansatz
2.3.1 Leistungen und direkte Zielgruppen
2.3.2 Intendierte Wirkungen
2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik

3 Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtzeitraum 20
3.1 Eingesetzte Ressourcen (Input)
3.2 Erbrachte Leistungen (Output)
3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)
3.4 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen (Grafik)
3.5 Massnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung
3.6 Lernerfahrungen und Erfolge im ersten Geschäftsjahr

4 Planung und Ausblick 31
4.1 Planung und Ziele 2018
4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken
4.2.1 Chancen
4.2.2 Risiken

5 Organisationsstruktur und Team 36
5.1 Organisationsstruktur
5.2 Vorstellung der handelnden Personen
5.2.1 Geschäftsleitung
5.2.2 Vorstand
5.3 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke
5.3.1 Vernetzung mit Organisationen
5.3.2 Kooperationen mit Unternehmen
5.3.3 Unser Beirat

6 Organisationsprofil 44
6.1 Allgemeine Angaben zu Animal Rights Switzerland
6.2 Governance
6.2.1 Leitungs- und Geschäftsführungsorgan
6.2.2 Aufsichtsorgan
6.2.3 Interessenkonflikte
6.2.4 Internes Kontrollsystem
6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen
6.4 Umwelt- und Sozialprofil

7 Finanzen und Rechnungslegung 47
7.1 Buchführung und Rechnungslegung
7.2 Vermögensrechnung
7.3 Einnahmen und Ausgaben
7.4 Finanzielle Situation und Planung

8 Quellenverzeichnis 50

9 Impressum 52

1 EINLEITUNG

1.1 Vision und Ansatz

Wer in der Schweiz lebt, geniesst den Schutz durch gewisse Grundrechte – sofern es sich um einen Menschen handelt. Fische, Hühner, Schweine, Kühe, Hunde, Katzen, Pferde und Füchse bevölkern die Schweiz, doch durch das Schweizer Recht, das ihr Leben entscheidend mitprägt, werden sie kaum geschützt. Unsere Vision ist eine Schweiz, in der Tiere wirksam durch das Recht geschützt werden. Das ist nur mit Grundrechten möglich.

Der Kern des Problems ist, dass Tiere immer noch als Rohstoff behandelt werden. Solange Schweine gegessen, Kühe von ihren Kälbern getrennt und Küken geschreddert werden, sind Tiergrundrechte nicht realistisch. Erst wenn wir diese Praktiken hinter uns lassen, können Tiere die Grundrechte erhalten, die jedem empfindungsfähigen Wesen zustehen: das Recht auf Leben, körperliche und geistige Unversehrtheit, Bewegungsfreiheit, die Tierwürde als Grundrecht, und weitere mehr. Konkrete Grundrechtskataloge existieren bereits: Wir orientieren uns am Vorschlag der Schweizer Juristin Dr. iur. Saskia Stucki.[1]

Grundrechte für Schweizer Tiere sind unser politisches Fernziel. In der Zwischenzeit arbeiten wir daran, die gesellschaftliche Entwicklung zu beschleunigen, welche von der Tiernutzung weg führt. Zu diesem Zweck leisten wir Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit, die sich an die breite Bevölkerung richtet. Gleichzeitig betreiben wir Vernetzungs- und Weiterbildungsarbeit für bisherige und zukünftige Freiwillige, damit sie sich oft, wirksam und gern für Tiere einsetzen.

Unsere Vision ist eine Schweiz, in der Tiere wirksam durch das Recht geschützt werden.



1.2 Gegenstand des Berichts

Geltungsbereich
Dieser Jahresbericht deckt die meisten unserer Aktivitäten im Jahr 2017 ab.

Berichtzeitraum und Berichtzyklus
Gegenstand des Berichts sind unsere Aktivitäten im Jahr 2017. Der Jahresbericht wird jeweils in der ersten Jahreshälfte der Mitgliederversammlung präsentiert.

Anwendung des Social Reporting Standard
Diesen Jahresbericht verfassen wir nach den Vorgaben des Social Reporting Standard (SRS), Stand 2014. Dabei handelt es sich um einen international anerkannten Standard für die wirkungsorientierte Berichterstattung von gemeinnützigen Organisationen. Die Struktur des SRS wurde mit zwei Ausnahmen streng eingehalten: Erstens wurde der Abschnitt «Vergleich zum Vorjahr» (3.6 des SRS) abgeändert zu «Erfolge und Lernerfahrungen im ersten Geschäftsjahr», da das Berichtjahr das erste Geschäftsjahr war und kein Vergleich zum Vorjahr möglich ist; zweitens wurden die Unterkapitel des Abschnitts 6.3 zwecks Übersichtlichkeit zusammengefasst.

Ansprechpartner
Unsere Kontaktangaben finden Sie im Abschnitt 6.1. Verantwortlich für die Inhalte dieses Jahresberichts ist der Vorstand. Primäre Ansprechperson für Fragen zum Jahresbericht ist der Strategieverantwortliche, Nico Müller.



2 DAS PROBLEM UND UNSER LÖSUNGSANSATZ

2.1 Das Problem

Tiere: Ohne Rechte kein wirksamer Schutz
In der Schweiz gibt es ein Tierschutzgesetz, das Tiere schützen soll. Die ethische Grundidee dahinter lautet, dass die Interessen von Tieren zählen. Wir schützen Tiere also nicht bloss aus rein menschlichem Interesse. Das Schweizer Tierschutzrecht ist damit ethisch motiviert und drückt einen gesellschaftlich geteilten Wert aus. Allerdings leben wir bisher kaum im Einklang mit dem Wert, den wir auf Tiere legen.[2] Ein Grossteil der Wesen, welche die Schweiz bevölkern, wird miserabel behandelt und kaum geschützt. Das ist das Grundproblem, um das sich Animal Rights Switzerland kümmert.

Was heisst es, Tiere zu schützen? Für Tiere ist es prinzipiell gut, wenn ihr körperliches und geistiges Wohl gewährleistet ist und sie ihre Fähigkeiten ausleben können. Das erfordert zunächst einmal, dass ein Tier am Leben ist. Zudem brauchen viele Tiere auch Bewegungsfreiheit und soziale Ordnung – sie leiden darunter, eingesperrt zu werden oder nicht in eine Gruppe von Artgenossen integriert zu sein. Zudem geht man bereits heute davon aus, dass neben dem Wohlergehen auch die Würde der Tiere zu schützen ist. Das heisst, dass auch Erniedrigung, Instrumentalisierung und Verletzungen des körperlichen Erscheinungsbilds schlecht für Tiere sind. Vor diesen Schädigungen sollten sie geschützt sein.

Gemessen an diesen Massstäben muss man aber sagen: Das herkömmliche Tierschutzrecht schützt Tiere kaum. Man darf ihr Wohl unwichtigen menschlichen Zwecken unterordnen, man darf ihnen soziale Ordnung verweigern, sie einsperren, sie verletzen, sie instrumentalisieren, sie töten. All das geschieht jeden Tag routinemässig, insbesondere für die Herstellung von Tierprodukten wie Fleisch, Eiern und Kuhmilch. Diese Tierprodukte brauchen wir heute in der Schweiz nicht mehr, um gesund und gut zu leben. Das herkömmliche Tierschutzrecht ist somit nicht einmal fähig, schwerste Tierschädigungen für unnötige Zwecke zu verhindern. Hier liegt ein grundsätzliches Problem vor.

Die Schwächen des geltenden Tierschutzrechts hängen mit der Tatsache zusammen, dass Tiere in der Schweiz keinerlei Rechte haben. Gemäss dem Schweizerischen Zivilgesetzbuch sind Tiere weder Sachen noch Personen.[3] Sie sind ein Zwischending, das in vielen Hinsichten den Sachen näher steht – nicht nur insofern man sie kaufen, verkaufen und vernichten darf, sondern auch insofern sie keine Grundrechte haben.

Das herkömmliche Tierschutzrecht schützt Tiere kaum.



Dass ihnen der wichtige Schutzschild der Grundrechte fehlt, wirkt sich besonders in drei Aspekten gravierend auf ihr Leben aus[4]:

Erstens akzeptiert das Recht menschliche Verwendungen von Tieren meist stillschweigend. Die geltenden Bestimmungen sollen oftmals nur «unnötiges», d.h. angesichts des Verwendungszwecks sinnloses Leiden verhindern. Ob ein Verwendungszweck selbst «nötig» ist, wird kaum beachtet. So werden die Formen wirtschaftlicher Tiernutzung möglich, von denen die grösste Gruppe von Tieren betroffen ist: die Fleisch-, Milch- und Eierproduktion. Ein besonders krasses Beispiel ist hier die Eierproduktion: Die wirtschaftliche Herstellung von Hühnereiern erfordert es heute, dass massenhaft männliche Küken kurz nach dem Schlüpfen getötet werden. Dass es an sich unnötig ist, Hühnereier zu produzieren und zu konsumieren, wird dabei ignoriert.

Zweitens richtet sich der Schutz von Tieren sehr stark danach, wofür Menschen sie verwenden wollen.[5] Zum Beispiel darf man dem Hund, der als Heimtier gilt, nicht die Rute coupieren.[6] Selbst mit Betäubung ist dies nicht legal. Dem Nutztier Lamm hingegen darf man den Schwanz in den ersten sieben Tagen sogar ohne Betäubung kürzen.[7] Ein Lamm spürt nicht weniger Schmerzen als ein Hund – der einzige Unterschied ist, dass es für den Menschen als Nutztier gilt.

Drittens werden menschliche Absichten bei der rechtlichen Beurteilung «tierquälerischer» Handlungen besonders stark gewichtet. Eine Praxis kann je nach menschlicher Einstellung als Tierquälerei gelten oder nicht. Ein Beispiel ist das Kükenschreddern: Massenhaft Küken zu töten, um eine rentable Eierproduktion aufrecht zu erhalten, gilt als «gerechtfertigt» und deshalb nicht als Tierquälerei. Ein Küken zum Spass zu schreddern, wäre Tierquälerei. Aus der Sicht des Tieres gibt es keinen guten Grund für diese Ungleichbehandlung, denn das Küken wird in beiden Fällen genau dem gleichen Schaden ausgesetzt.

Ohne den Schutzschild der Grundrechte werden Tiere also nicht wirksam geschützt. Ihr Schutz im geltenden Recht orientiert sich weniger an ihnen, mehr am menschlichen Nutzungszweck. Das Schweizer Tierschutzrecht mag als fortschrittlich und streng gelten – aus der Sicht der Tiere ist es das aber nicht. Im Gegenteil heisst das geltende Recht die routinemässige, massive Schädigung von Tieren gut.

Der Konsum von Tierprodukten als Problemfaktor

Der mangelnde Schutz von Tieren durch das geltende Recht wirkt sich besonders stark auf Tiere aus, weil der Konsum von Tierprodukten so weit verbreitet ist. Im Durchschnitt konsumiert eine Schweizer Person jährlich etwa 50kg Fleisch, 245kg Milchprodukte[9] und 177 Eier[10]. Das führt zu einer jährlichen Schweizer Gesamtproduktion von beinahe einer halben Million Tonnen Fleisch[11], vier Millionen Tonnen Milchprodukten[12] und über 900 Millionen Eiern[13].

Um diese Produkte herzustellen, werden zahlreiche Tiere schwer geschädigt. Das Schema ist bei praktisch allen Tierprodukten das gleiche: Tiere müssen Geld einbringen und werden vernichtet, sobald sie das nicht mehr tun. Bei Schlachttieren geht es sogar nur darum, dass sie nach der optimalen Mastzeit sofort getötet werden. Doch auch Milchkühe leben in der Schweiz meist nicht länger als drei Melkzyklen und werden dann getötet.[14] Auch beinahe alle männlichen und viele der weiblichen Kälber in der Milchwirtschaft werden getötet – sie werden produziert, um den Laktationszyklus der Mutter einzuleiten. Legehennen werden meist nach 12 Monaten getötet.[15] Männliche Küken in der Eierproduktion werden routinemässig kurz nach dem Schlüpfen mit Gas getötet oder geschreddert.[16]

Diese schweren Schädigungen sind nicht vermeidbar, solange Tierprodukte ganz selbstverständlich konsumiert werden. Somit herrscht der Zustand, dass das Schweizer Recht Tiere nicht wirksam schützt und KonsumentInnen eine immense Menge von Tierprodukten nachfragen. Deswegen leiden und sterben letztlich Schweizer Tiere.

Konsum und Recht hängen also eng zusammen: Solange der Konsum von Tierprodukten gang und gäbe ist, ist es unmöglich, einen griffigen Tierschutz einzuführen, denn die übliche Praxis hat Vorrang vor ethischen Grundwerten. Sobald man das schützt, was für Tiere wirklich entscheidend ist – Leben, Wohlergehen, Würde – muss man den Schutz verwässern oder vernachlässigen, so dass es wieder möglich ist, sie für menschliche Verwendungen zu schädigen. Die grosse Aufgabe,Tieren zu ihren Grundrechten zu verhelfen, ist damit noch einmal anspruchsvoller: Damit Grundrechte realistisch und wirksam sind, müssen wir weitgehend von der Tiernutzung wegkommen.

Das Ausmass des Problems

Wie gross ist die Betroffenengruppe? Jedes Schweizer Tier mit eigenen Interessen, d.h. jedes empfindungsfähige Tier, ist potentieller Leidtragender des ungenügenden Schutzes. Die Zahl der empfindungsfähigen Tiere in der Schweiz ist sehr schwer zu präzisieren, besonders wenn man wildlebende Tiere miteinrechnet. Zu den empfindungsfähigen Wesen gehören gemäss dem aktuellen Forschungsstand nicht die Insekten[17], durchaus aber Fische[18] und Krebstiere[19].

Damit Grundrechte realistisch und wirksam sind, müssen wir weitgehend von der Tiernutzung wegkommen.



So ergibt sich eine immense Betroffenenzahl. Wir müssen uns hier auf die grössten Untergruppen konzentrieren. Die mit Abstand stärksten Auswirkungen hat der fehlende Schutz auf Tiere in der Lebensmittelproduktion. Die zweitgrösste Betroffenengruppe bilden die Tiere in der Forschung.

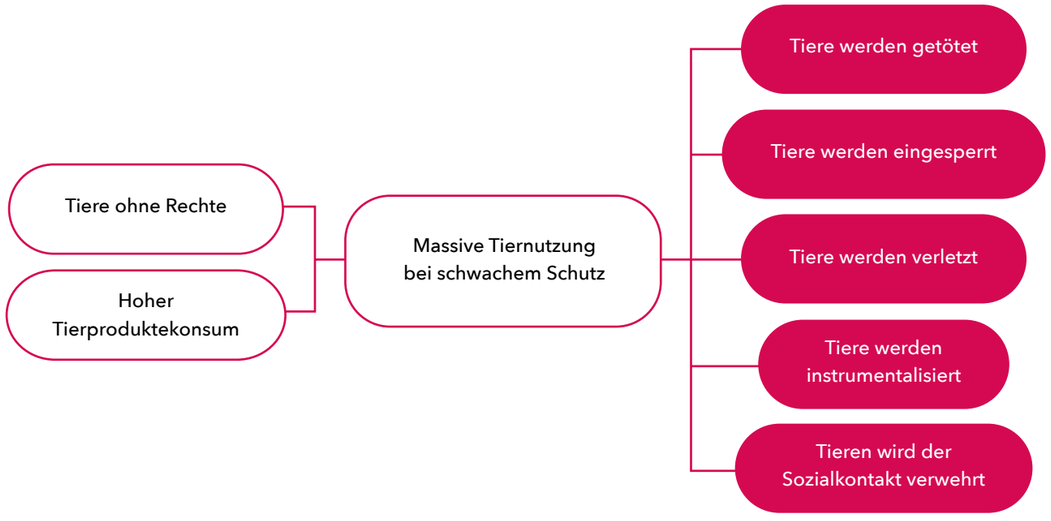
Die Schlachtzahlen in der Schweiz belaufen sich jedes Jahr auf etwa zweieinhalb Millionen Schweine, über eine halbe Million Rinder, über 200'000 Schafe, über 30'000 Ziegen[20] und rund 65 Millionen Hühner und andere Vögel[21]. Zu jedem Zeitpunkt leben ungefähr 1,55 Millionen Rinder, 1,45 Millionen Schweine, sowie 10,89 Millionen Hühner und andere Vögel in der Schweiz.[22] Hinzu kommt die sehr grosse Dunkelziffer der Fische. Tiere bevölkern die Schweiz also weitaus zahlreicher als alle Menschen zusammen.

Die Tierlandwirtschaft ist aus drei Gründen der Hauptproblembereich: Erstens werden hier am meisten Tiere geschädigt. Zweitens wären diese Schädigungen besonders leicht vermeidbar, denn Menschen müssen für gewöhnlich keine Tierprodukte konsumieren.[23] Drittens wird das Tierleid in der Landwirtschaft nach wie vor vernachlässigt, sowohl in der öffentlichen Diskussion als auch im Tierschutz. Zum Vergleich: In den USA ergehen Schätzungen zufolge nur 1% aller Spenden an Tierschutzorganisationen.[24] Von diesem einen Prozent wandern wiederum 66% in den Unterhalt von Tierheimen für Katzen und Hunde, und für Tiere in der Landwirtschaft werden nur etwa 0.8% gespendet.[25] In der Schweiz dürfte die Situation ähnlich sein – es gibt deshalb dringenden Nachholbedarf.

Unter dem mangelnden Rechtsschutz leiden auch Tiere in der Forschung. Trotz Bezeichnungen wie «Schweregrad 0» und «nicht belastend» enden die meisten Tierversuche mit dem Tod des Tiers. 2016 wurden über 600'000 Versuchstiere benutzt.[26] Hinzu kommt aber die sehr grosse Dunkelziffer derjenigen Tiere, welche für die Entwicklung von Zuchtlinien verwendet werden. Die eigentlichen Versuchstiere sind nur die letzten Erben dieser Zuchtlinien.

Insgesamt ist die Anzahl der besonders Leidtragenden auf über 60 Millionen Tiere jährlich zu schätzen. Angesichts der immensen Dunkelziffern ist eine genauere Bestimmung der Betroffenenzahl kaum möglich.

Die mit Abstand stärksten Auswirkungen hat der fehlende Schutz auf Tiere in der Lebensmittelproduktion.



2.2 Bisherige Lösungsansätze

Klassischer Tierschutz

Unter «klassischem Tierschutz» verstehen wir den Ansatz, das Wohl der Tiere ausschliesslich durch stärkere Einforderung des geltenden Rechts oder punktuelle Verschärfungen desselben zu fördern. Diese Haltung prägt bis heute öffentliche Diskussionen über Tierschutzthemen.[27] Im klassischen Tierschutz besteht aber erstens das Problem, dass man das herkömmliche Tierschutzrecht mit all seinen Schwächen, Lücken und Vagheiten als Ausgangslage nehmen muss. Zweitens wird das eigentliche Grundproblem nicht einmal teilweise gelöst, nämlich der fehlende Schutz von Tieren durch Rechte zusammen mit hohem Tierproduktekonsum. Drittens laufen die Strategien des klassischen Tierschutzes sogar Gefahr, den Mechanismus von mangelndem Rechtsschutz und hohem Tierproduktekonsum längerfristig zu stabilisieren und zu rechtfertigen. Das oft vorgebrachte Argument, die Forderungen des klassischen Tierschutzes seien besser «umsetzbar», halten wir für unschlüssig – auch wir geben in unseren Kampagnen konkrete, umsetzbare Handlungsempfehlungen, und zwar sowohl für die Politik als auch für einzelne Menschen.[28]

Die Probleme des klassischen Tierschutzes in Kauf zu nehmen, mag unter den historischen Umständen vergangener Jahrzehnte pragmatisch und zielführend gewesen sein. Früher war das Umsteigen auf Alternativen zu Tierprodukten auch nahezu unmöglich. In den letzten Jahren hat sich die Situation in der Schweiz aber dahingehend verändert, dass Alternativen zu Tierprodukten hohe Qualität und weite Verbreitung geniessen. Der klassische Tierschutz, der die Notwendigkeit der Tierlandwirtschaft als selbstverständlich hinnehmen musste, ist dieser neuen Situation nicht mehr angemessen. Tiergrundrechte sind die Zukunft des Tierschutzes.

Lokale Tierschutz- und Tierrechtsgruppen

Es ist bemerkenswert, dass es in der Schweizer Tierschutz- und Tierrechtslandschaft kaum Ableger internationaler Grossorganisationen gibt. Auch eine schweizweite Organisation, die klar an Tierrechten orientiert ist, fehlte bisher. In der Schweiz existieren aber diverse lokal verankerte Tierschutz- und Tierrechtsgruppen unterschiedlicher inhaltlicher Ausprägung und Spezialisierung. Einige dieser Gruppen sind dem herkömmlichen Tierschutz verpflichtet. Andere werben für Tierrechte und einen Ausstieg aus der Tierlandwirtschaft. In den letzten Jahren sind zudem mehrere lokale Gruppen entstanden, welche sich für den veganen Lebensstil einsetzen.



Lokale Gruppen leisten wertvolle Arbeit, unterliegen aber notwendigerweise gewissen Beschränkungen. Sie richten sich an eine lokale Zielgruppe und haben in der Regel keine Pläne für einen Übergang auf die nationale Ebene. Diese Beschränkung in der Zielgruppe ist ganz entscheidend, da das Grundproblem der fehlenden Rechte ein Problem der Bundesverfassung ist. Eine dauerhafte Lösung dieses Problems erfordert deshalb auch Arbeit auf nationaler Ebene.

2.3 Unser Lösungsansatz

Unser Lösungsansatz setzt auf gesellschaftliche und politische Arbeit für eine Lösung des Hauptproblems, unter dem Tiere zu leiden haben. Dieses Hauptproblem besteht im Fehlen von Tiergrundrechten, zusammen mit dem hohen menschlichen Tierproduktekonsum. Da das Recht kein Mittel zur erzwungenen Veränderung der Gesellschaft ist, sondern gesellschaftlichen Entwicklungen nachfolgt, setzen wir auf eine Strategie mit starkem sozialem Schwerpunkt. Unser Lösungsansatz besteht aus zwei Phasen:

- Erste Phase: Wir argumentieren auf freundliche und verständliche Weise für Tierrechte und für Alternativen zu Tierprodukten. So erhöhen wir den Informationsstand der Bevölkerung über die Grundprobleme des Tierschutzes und über den Ausstieg aus der tierbasierten Landwirtschaft.

- Zweite Phase: Längerfristig – im Laufe der kommenden Jahrzehnte – verstärken wir die politische Arbeit auf nationaler Ebene, um konkret auf die Einführung von Grundrechten für Tiere hinzuarbeiten.

Beim Umsetzen unseres Lösungsansatzes stellen wir schweizweit einzigartige Leistungen zur Verfügung, darunter ein nationales Freiwilligen-Netzwerk mit Einsatzmöglichkeiten in sämtlichen Städten, Hochschulgruppen an Universitäten, sowie diverse Schul- und Freizeitworkshops.

2.3.1 Leistungen und direkte Zielgruppen

Zielgruppe allgemeine Bevölkerung
Die Hauptzielgruppe besteht in der menschlichen Bevölkerung der Schweiz, insbesondere in demjenigen Teil, der in den nächsten Jahrzehnten stimmberechtigt sein wird. Im internationalen Vergleich hat die Schweiz eine eher geringe menschliche Bevölkerung, die etwa 8.4 Millionen ausmacht.[29] Zugleich herrschen in der Schweiz dank direkter Demokratie gute Voraussetzungen für längerfristige Verfassungsänderungen. Diese weltweit einzigartige Chance wollen wir mit gezielter Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit nutzen. Besonders wichtig sind vorerst jüngere Leute (unter 40 Jahre), da unser Hauptziel, die Einführung von wirksamen Grundrechten für Tiere, noch einige Jahrzehnte in der Zukunft liegt. Menschen unter 40 machen in der Schweiz derzeit etwa 3,9 Millionen aus.[30]

An die breite Bevölkerung richteten sich bei uns im Berichtzeitraum folgende Leistungen:

- Die Animal Rights Flyeraktionen in der ganzen Schweiz, bei welchen die Flyer der Organisation verteilt werden.

- Gezielte Internetwerbung, insbesondere auf Google und Facebook, welche für die Kampagnen der Organisation wirbt.

- Medienarbeit, insbesondere das Lancieren von Nachrichten, welche die von uns bearbeiteten Probleme betreffen. Im Berichtzeitraum waren dies etwa Nachrichten über Werbung für den angeblichen «Familienanschluss» von Milchkühen, sowie über Einschüchterungsversuche einer Milchorganisation gegen vegane Läden.

- Bildungs-Events wie Schulworkshops, Besuchstage auf dem Lebenshof, sowie Vorträge zu unseren Themen.

- Der Newsletter-Guide «vegan probieren», bei welchem Interessierte während 22 Tagen mit kostenlosen Rezepten, Informationen und Gutscheinen versorgt werden. Zudem sind zahlreiche vegane Rezepte auf unserer Webseite verfügbar.

- Die Kampagne «Pelz ist untragbar», bei welcher Interessierte Materialien bestellen können, um selbst sichtbar Stellung gegen Pelz zu beziehen.

Zielgruppe (potentielle) Freiwillige
Eine weitere Zielgruppe besteht in aktuellen und potentiellen Freiwilligen. Bis Ende des Berichtzeitraums sind beinahe 1000 Freiwillige der Organisation beigetreten. Das Potential nach oben ist schwer einzuschätzen. Ein Anhaltspunkt könnte die Zahl der bisherigen VeganerInnen in der Schweiz sein (gemäss optimistischen Schätzungen etwa 252'000 Menschen oder 3% der Bevölkerung).[31] Allerdings sind weder alle veganen Menschen automatisch potentielle Freiwillige, noch sind alle Freiwilligen in der Organisation vegan – wir führen dazu keine Erhebungen durch. In jedem Fall gehen wir davon aus, dass sich die Zahl der Freiwilligen mit guter Planung noch vervielfachen lässt.



An die Zielgruppe aktueller und potentieller Freiwilliger richteten sich im Berichtzeitraum insbesondere die folgenden Leistungen:

- Animal Rights Workshops in Zürich, Basel, St. Gallen und Luzern zu den Themen «Was sind Tierrechte?», «Eierproduktion», «Meerestiere», «Pelz» und «Veganismus». Die Workshops bestehen aus Präsentationen, Diskussionen, Gruppenübungen und Filmausschnitten. Primäres Ziel ist die Weiterbildung der Freiwilligen, sekundäres Ziel das Vernetzen und die Mobilisierung für anstehende Events.

- Diverse soziale Events, darunter Potluck-Treffen sowie Meet-Ups in Restaurants und an Universitäten. Im Berichtzeitraum fanden solche Events in Zürich und Basel statt.

- Lesegruppen an der Universität Zürich zu den Themen «Tierrechte» und «Geschichte des Veganismus». Dabei werden zuvor gelesene Texte in der Gruppe diskutiert.

- Skillshare-Treffen, bei denen besonders engagierte Freiwillige im Planen, Organisieren und Durchführen von Events weitergebildet werden. Diese Treffen fanden im Berichtzeitraum in Zürich statt.

- Verbreitung von Merchandising, welches die Identifikation mit der Organisation erleichtert und zum Wiederkommen ermuntert. Zudem erhöht es den Bekanntheitsgrad unserer Corporate Identity.

- Unterstützen von Abschluss- und Vertiefungsarbeiten zu unseren Themen durch Interviews.

2.3.2 Intendierte Wirkungen

Zielgruppe allgemeine Bevölkerung
Im Bezug auf die breite Bevölkerung verfolgen wir zwei Hauptziele:

- Erstens wollen wir die Unterstützung von Grundrechten für Tiere fördern.

- Zweitens wollen wir den Umstieg auf Alternativen zu Tierprodukten erleichtern.



Mit unserer Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit bezwecken wir, dass die allgemeine Bevölkerung:

- besser informiert ist über die Probleme, die wir bearbeiten und die Lösungen, die wir anbieten.

- besser informiert ist über die Gründe für den persönlichen Umstieg auf Alternativen zu Tierprodukten.

- im eigenen Handeln auf Alternativen zu Tierprodukten umsteigt.

- gegenüber der längerfristigen Einführung von Grundrechten für Tiere positiv eingestellt ist.

Unser Auftritt ermöglicht Aussenstehenden einen angenehmen Erstkontakt mit unseren Themen. Wir zielen klar auf ein Mainstream-Publikum ab und setzen auf einen freundlichen und zugänglichen Auftritt: Erstens verwenden wir keinerlei Schockbilder, um Abschreckung zu vermeiden. Zweitens verstehen wir uns nicht als reine Protestgruppe, sondern liefern Lösungen zu den aufgezeigten Problemen. Drittens legen wir hohen Wert auf die voraussetzungslose Verständlichkeit unserer Materialien für Aussenstehende.

Der mittelfristige Impact unserer Leistungen soll sein, dass der Ausstieg aus der tierbasierten Landwirtschaft als gesellschaftliche Möglichkeit ernst genommen wird und die Probleme des herkömmlichen Tierschutzrechts weithin bekannt werden. Der langfristige Impact unserer Leistungen soll sein, dass die soziale, ethisch motivierte Entwicklung weg von der Tierlandwirtschaft deutlich beschleunigt wird und Tiergrundrechte in der Schweiz eingeführt werden.



Zielgruppe (potentielle) Freiwillige
Im Bezug auf diese Zielgruppe verfolgen wir zwei Hauptziele:

- Erstens wollen wir sie motivieren, sich oft und gern für Tiere einzusetzen
- Zweitens wollen wir ihnen Wissen und Fähigkeiten vermitteln, die ihre Wirksamkeit für die Tiere erhöht

Unsere sozialen Events und unser Merchandising-Auftritt sollen Hemmschwellen für den Einsatz für Tiere abbauen. Zu diesen Hemmschwellen gehören insbesondere:

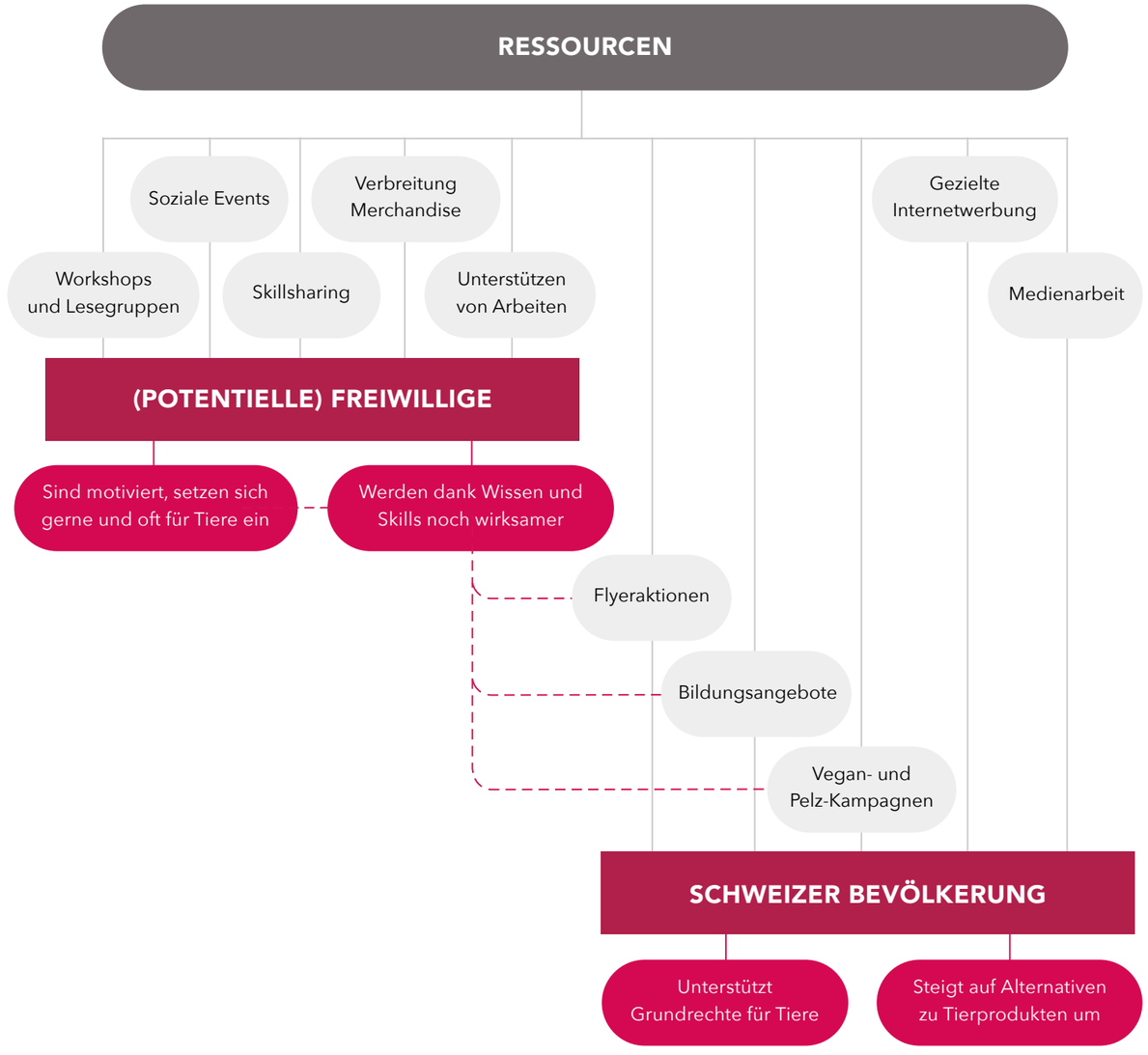
- mangelnde soziale Beziehungen zu Engagierten
- Angst vor einem Einsatz, den man sich nicht konkret vorstellen kann
- mangelnde Identifikation mit einer bestimmten Organisation
- Unkenntnis der Möglichkeiten, sich einzusetzen

Wir geben inhaltliche Informationen zu den Themen weiter und vermitteln Fähigkeiten:

- Mit Skillshare-Workshops geben wir Wissen über technische Hilfsmittel, Arbeitsweisen, Bewilligungsverfahren, Mobilisierung und Durchführung von Events weiter. Das hat die Funktion, entscheidende Fähigkeiten an besonders engagierte Freiwillige weiterzugeben. So befähigen Skillshare-Workshops Freiwillige, selbst Events zu leiten.
- Weitere Workshops und Lesegruppen sollen Wissen zu unseren Themen vermitteln und Freiwillige befähigen, gut informiert über unsere Themen diskutieren zu können.
- Interviews für Vertiefungs- und Abschlussarbeiten helfen bei der Recherche und vermitteln wichtige Informationen an interessierte SchülerInnen und Studierende.

Der mittel- und langfristige Impact unserer Leistungen für (potentielle) Freiwillige soll sein, dass sich deutlich mehr Menschen wirksam für Tiere einsetzen.

2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik





3 RESSOURCEN, LEISTUNGEN UND WIRKUNGEN IM BERICHTZEITRAUM

3.1 Eingesetzte Ressourcen (Input)

Sämtliche Angaben sind in Schweizer Franken (falls nicht anders angegeben).

Leistungen für die allgemeine Bevölkerung

4'275.–	Flyer «Wieso Tierrechte?»
665.–	Flyer «vegan probieren»
465.–	Flyer «Was du über Eier wissen solltest»
695.–	Flyer «Pelz ist untragbar»
10'090.–	Social Media Outreach
16'190.–	**Summe**

Leistungen für (potentielle) Freiwillige

2'480.–	Workshops
1'450.–	Soziale Events (Potlucks, Meet-Ups)
5'120.–	Merchandising für Verkauf
6'380.–	Merchandising gratis

Evaluation und Qualitätssicherung

275.–	Mailprogramm
128.–	To-Do-Programm

Arbeitsleistung

ca. 11'299	Ehrenamtlich geleistete Arbeit an Events in Stunden[32]
3'600.-	Bruttolohn Geschäftsleiter 30% (1200.- monatlich von Okt-Dez 2017)

3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

Leistungen für die allgemeine Bevölkerung

Äquivalent von 120'000 $	Von Google gratis zur Verfügung gestellte Nonprofit-Werbung
95'000 Stück	Gedruckte Flyer «Wieso Tierrechte»
57'500 Stück	Gedruckte Flyer «vegan probieren»
10'000 Stück	Gedruckte Flyer «Was du über Eier wissen solltest»
22'500 Stück	Gedruckte Flyer «Pelz ist untragbar»
73	Flyeraktionen
7	Vorträge, Lebenshof-Besuchstage und Schulworkshops
21	Lancierte Medienberichte

Leistungen für (potentielle) Freiwillige

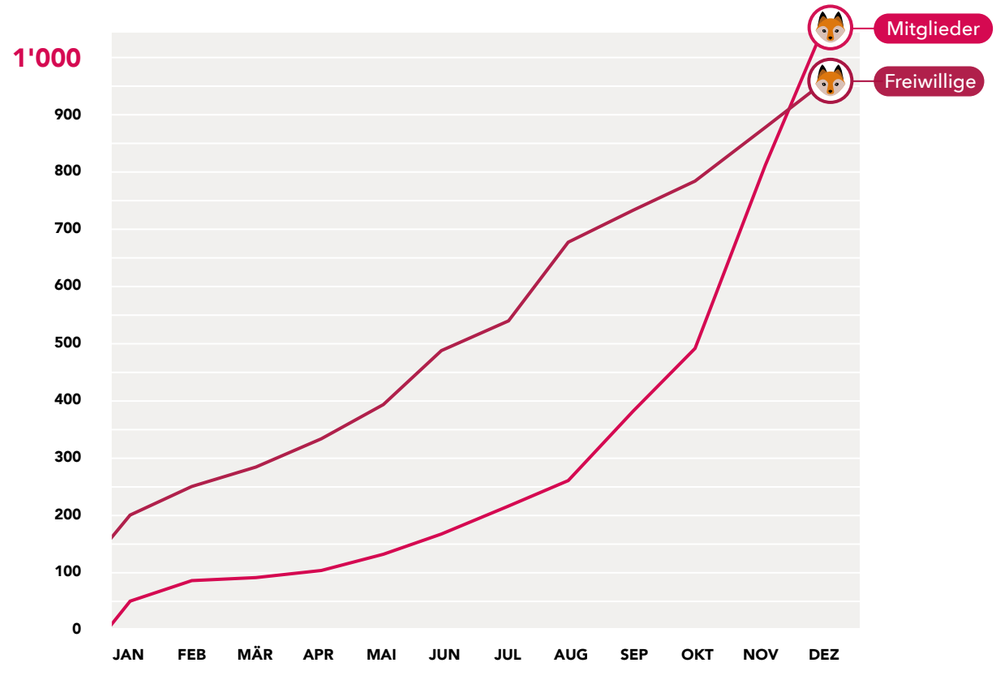
9	Workshops
7	Soziale Events
12	Lesegruppen-Treffen
23	Freiwillige im Skillsharing-Kurs
230 Stück	Merchandising-Artikel verkauft
ca. 57'500 Stück	Merchandising-Artikel verteilt[33]
ca. 54'500 Stück	Davon Stickers und Buttons
4	Unterstütze Projekt- und Abschlussarbeiten

3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

Quantifizierbare Outcomes

966	Als Freiwillige angemeldet
1'055	Als Mitglied angemeldet
2'939	Bei «Pelz ist untragbar» mitgemacht
1'419	Bei «vegan probieren» mitgemacht
9'616	Unique Visitors auf Rezepten
10'875	Social Media Followers und Fans
ca. 161'500	Verteilte Flyer gesamt[34]
ca. 4'061'000	Reichweite Social Media[35]
ca. 2'600'177	Reichweite lancierter Medienberichte[36]
ca. 6'839'931	**Erreichte Personen gesamt**

Unsere Strategie 2017 gliederte sich in zwei Phasen: Die erste Phase dauerte von der Gründung im Januar bis Juli und priorisierte neben der Aufklärungs- und Überzeugungsarbeit auch den Freiwilligenzuwachs. Zur anfänglichen Gruppe von 157 Freiwilligen kamen gleichmässig weitere hinzu, sodass die Organisation viele Events durchführen und ein klares Aktivitätenprofil entwickeln konnte. Bald nachdem sich mehr als 500 Freiwillige eingeschrieben hatten, gingen wir in die zweite Phase über, welche den Mitgliederzuwachs stärker betonte. Dies erhöhte den Umsatz und ermöglichte uns eine noch weiter reichende Präsenz.





Weitere Outcomes und Impacts

Ein schwer quantifizierbarer, aber sehr wichtiger Aspekt unserer Arbeit ist, wie Animal Rights Switzerland von aussen wahrgenommen wird. Über E-Mail und Social Media haben uns zahlreiche Nachrichten erreicht, deren Inhalt darauf schliessen lässt, dass Animal Rights Switzerland als etablierte, kompetente Organisation mit positivem Image wahrgenommen wird. So sind neben diversen unterstützenden Nachrichten auch fünf Blindbewerbungen und Anfragen für Praktika bei uns eingegangen. Zudem erreichten uns regelmässig E-Mails mit Sachfragen zu Tierschutz und Tierrechten, veganem Lebensstil oder Kampagnenthemen wie Pelz. Wir werden also als Anlaufstelle für diese Fragen verstanden. Auch, dass wir Teil der Gruppe von Tierschutzorganisationen waren, welche Ende des Jahres zu einer Austauschsitzung im Bundeshaus eingeladen wurden, deutet darauf hin, dass die Etablierung als schweizweite Tierrechtsorganisation geglückt ist.

Ebenfalls schwer in Zahlen zu fassen ist die Wirkung einer Lauterkeitsbeschwerde, welche wir bei der Schweizerischen Lauterkeitskommission gegen eine Werbung der Schweizer Milchproduzenten eingelegt haben. Der beanstandete Slogan behauptete, Schweizer Milchkühe hätten «Familienanschluss». Gemäss unserer Einschätzung wird dem Durchschnittsadressaten damit vermittelt, Milchkühe hätten Anschluss an ihre Kälber, was nicht der Fall ist. Wir halten die Werbung deshalb für irreführend. Mittels unserer Beschwerde konnten wir mehrere Medienberichte lancieren, welche die Tatsache erwähnen, dass Milchkühe systematisch von ihren Kälbern getrennt werden. Die Schweizerische Lauterkeitskommission hat die Beschwerde in einem ersten Entscheid abgewiesen, ein Rekurs ist beim Verfassen dieses Berichts noch hängig.

Des Weiteren hat die Kampagne «vegan probieren» sehr viel positives Feedback bekommen. Gegenüber sind einige Beispiele von Nachrichten aufgeführt, die uns im Laufe des Jahres erreicht haben. Insbesondere betonen Teilnehmende den Wert der Kampagne für AnfängerInnen. Aus den Feedbacks schliessen wir, dass «vegan probieren» den Teilnehmenden Spass macht und sie sich auf die täglichen E-Mails freuen. Das deckt sich mit den Erkenntnissen aus unserem E-Mail-Monitoring, welches nur sehr geringe Unsubscribe-Raten aufzeigt. Die allermeisten Teilnehmenden absolvieren also das gesamte E-Mail-Programm. Sobald noch mehr Leute mitgemacht haben, planen wir Erhebungen zur Verhaltensänderung aufgrund des Programms durchzuführen.

Auch bei Unternehmen kam die Kampagne «vegan probieren» sehr gut an. So haben diverse Geschäfte und Restaurants die Flyer zur Kampagne aufgelegt (vgl. Abschnitt 5.3.2 unten). Zudem haben wir uns mit «vegan probieren» erfolgreich um Unterstützung durch den «Charity Pot» von Lush Cosmetics beworben. Besonders gefreut hat uns zudem, dass die Kampagne mit einem Swiss Vegan Award in der Kategorie «Medien» ausgezeichnet wurde.

Die Kampagne «vegan probieren» hat sehr viel positives Feedback bekommen.

Feedbacks zu Vegan Probieren

Hallo zusammen

Vorhin kam mein letzter Newsletter.
Schon fast ein bisschen schade, dass es zu Ende ist.

Herzliche Gratulation euch allen. Ich finde es ein rundum geglücktes, stimmiges, informatives, authentisches, schön gestaltes, toll formuliertes, sanftes - im Sinne von nicht mit dem Zeigefinger belehrendes - hilfreiches, wichtiges Projekt.

Am besten gefällt in meinem Umfeld übrigens der Flyer-Spruch «Probier's mal mit Gemüsigkeit» 🙂

Danke für eure grosse Arbeit,
euer Engagement!

Herzlich alles Gute
Regula

Liebes Vegan-Probieren-Team

Ganz lieben Dank für die wertvollen Tipps und Anregungen. Für mich als Vegan-Anfängerin war diese Unterstützung extrem hilfreich. Ich vermisse die täglichen Mails bereits…

Super, wie ihr euch für die Verbreitung der veganen Ernährung und damit
für das Wohl aller Lebewesen einsetzt!
Tausend Dank dafür.

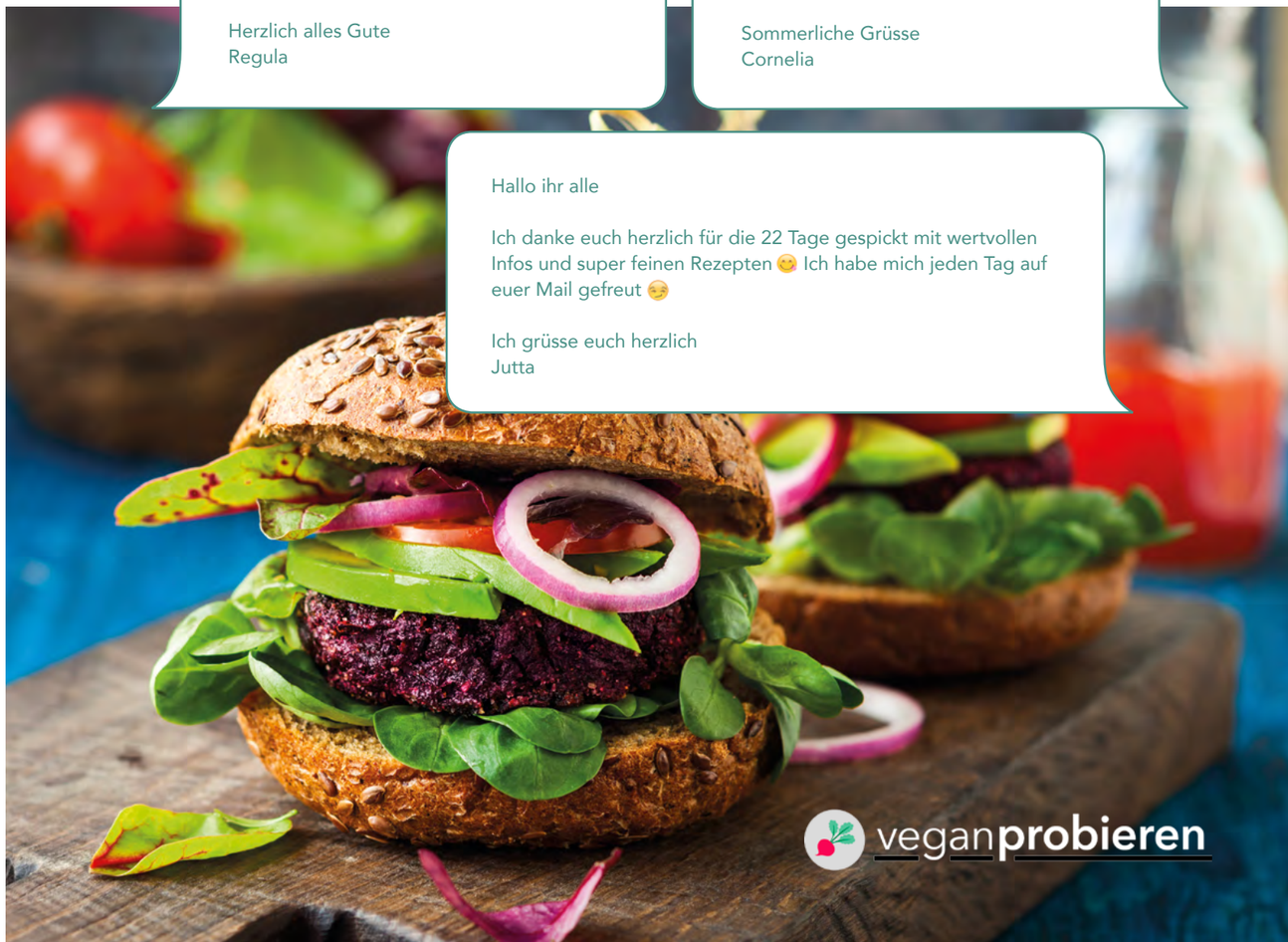
Ich werde künftig gerne meinen bescheidenen Teil dazu beitragen, mich vegan ernähren und euch unterstützen.

Sommerliche Grüsse
Cornelia

Hallo ihr alle

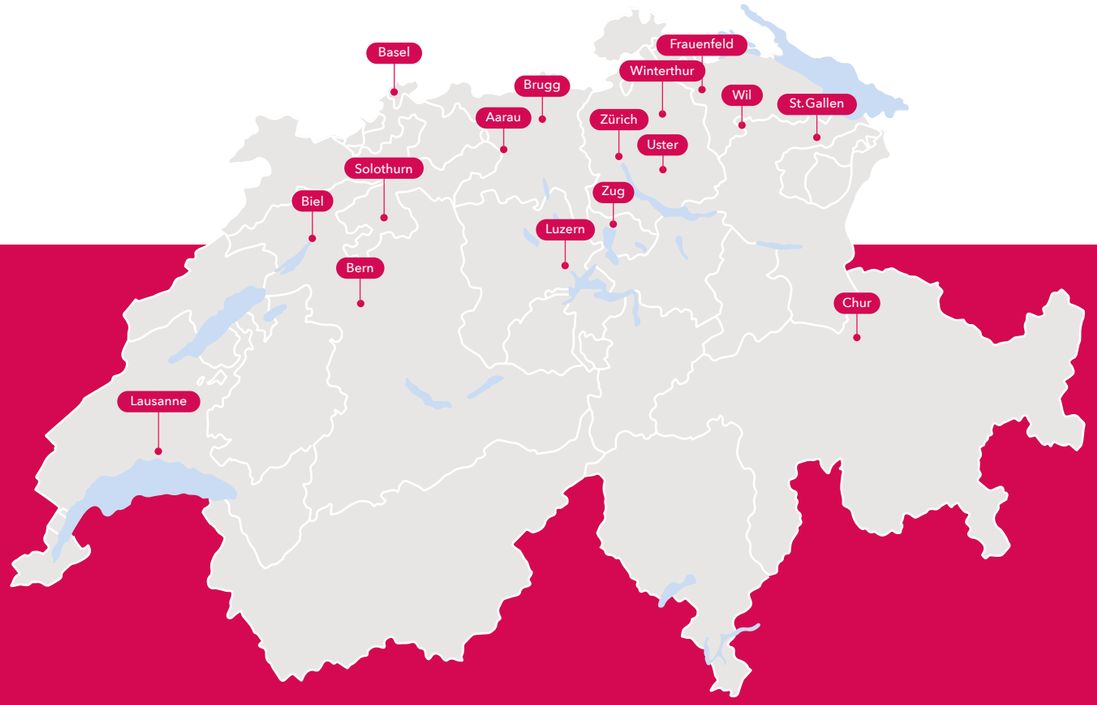
Ich danke euch herzlich für die 22 Tage gespickt mit wertvollen Infos und super feinen Rezepten 😋 Ich habe mich jeden Tag auf euer Mail gefreut 😉

Ich grüsse euch herzlich
Jutta



Flyeraktionen in der ganzen Schweiz

Bei Flyeraktionen kommt es auf mehr an als bloss auf die Zahl verteilter Flyer. Ein Aspekt ist, dass Freiwillige bei Flyeraktionen mit PassantInnen diskutieren können, wobei sie einerseits Informationen weitergeben und sich im Diskutieren üben. Zudem begünstigt der persönliche Kontakt auch die Offenheit gegenüber Tierrechten beim Publikum. Für die Organisation ist zudem entscheidend, dass wir uns dank weiter geografischer Verbreitung der Aktionen als gesamtschweizerische Organisation etablieren konnten. So waren wir 2017 von Biel bis Chur und von St. Gallen bis Lausanne mit Aktionen vertreten. Im Oktober konnten wir mit gleichzeitig stattfindenden Flyeraktionen in acht verschiedenen Städten sogar einen «Animal Rights Powerday» durchführen. Unten befindet sich eine Darstellung der Standorte unserer Flyeraktionen 2017.





Die Feedbacks von Freiwilligen sind sehr positiv und deuten darauf hin, dass unsere Events als motivierend und informativ wahrgenommen werden. Beispielsweise waren die Ergebnisse einer Lesegruppen-Evaluation sehr gut: Der Grossteil der Teilnehmenden gab an, viel gelernt zu haben und schätzte den Schwierigkeitsgrad und die Länge der Texte als angemessen ein. In Zukunft planen wir ähnliche Evaluationen für weitere Events.

Freiwillige geben immer wieder die Rückmeldung, dass das Flyern für sie motivierend ist, auch dank gemeinsamer Einführung, Gruppenfoto und anschliessendem Restaurantbesuch.

Einen Eindruck vom freiwilligen Einsatz bei Animal Rights Switzerland liefert unser Kurzinterview mit Fabienne:

Fabienne Joos, Freiwillige



Fabienne, du bist freiwillig bei Animal Rights Switzerland dabei. Wie kam es dazu?
Da ich mich schon seit meinem zweiten Kantijahr für das Thema Veganismus und Tierrechte interessierte, suchte ich eine Möglichkeit, mich aktiv für die Tiere einzusetzen. Auf Facebook stiess ich dann auf eine Flyeraktion von Animal Rights Switzerland in meiner Nähe und meldete mich an.

Wie würdest du deine Erfahrungen als Freiwillige beschreiben?
Mega toll! Schon bei meiner ersten Flyeraktion waren alle so herzlich, dass ich mich sofort als Teil des Teams fühlte. Früher war ich eher schüchtern und hätte mich nie getraut, fremde Leute anzusprechen. In der Gruppe habe ich mich getraut und heute habe ich damit kein Problem mehr. Jetzt kann ich noch mehr für die Tiere tun und mein Einsatz lohnt sich.

Was hat sich für dich verändert, seit du Freiwillige bist?
Ich habe extrem viel gelernt, habe mir neue Fähigkeiten antrainiert und bin selbstbewusster geworden. Für mich ist jetzt klar, dass ich mich in Zukunft noch mehr für Tierrechte einsetzen will, wenn möglich auch beruflich.

Merchandise

Zuletzt ist unter den weiteren Outcomes auch zu nennen, dass unsere Merchandising-Artikel auf sehr positive Reaktionen stiessen. Ihre intendierte Wirkung ist motivierend und identitätsstiftend: Freiwillige von Animal Rights Switzerland sollen sich mit dem Anliegen identifizieren können und gerne zeigen, dass sie zur Organisation gehören. Aus zahlreichen persönlichen Feedbacks schliessen wir, dass die Merchandising-Artikel ihre Funktion gut erfüllen.





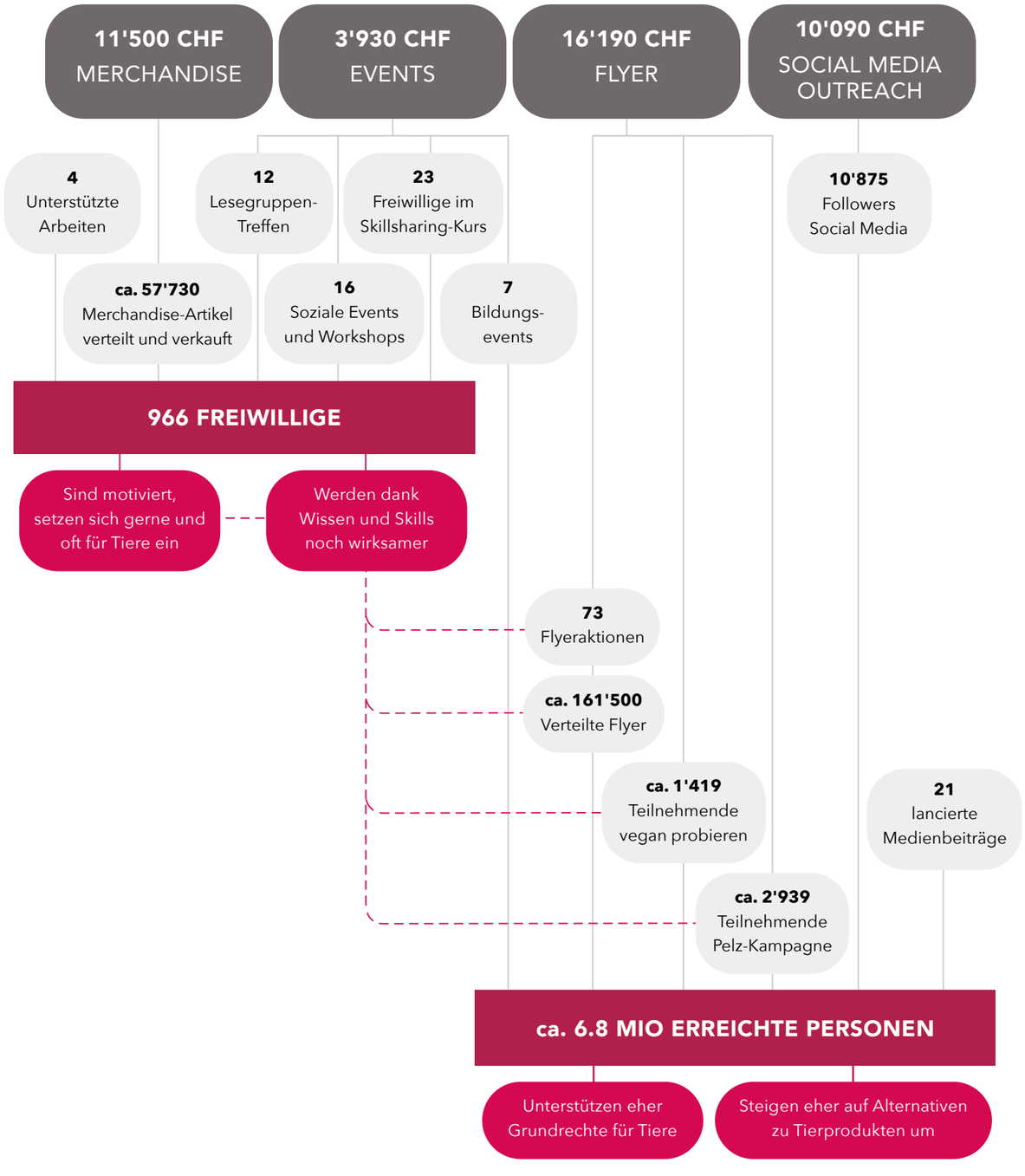
Matthias Kegelmann, Freiwilliger
Mir gefällt das Merch von ARCH sehr gut. Es sieht gut aus und steht für etwas. Leute werden aufmerksam und fragen, und schon sind wir bei einem klaren Statement für die Tiere.







3.4 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen



3.5 Massnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

Evaluation

Im Berichtzeitraum haben wir folgende Evaluationsmethoden verwendet:

1. Interne Evaluation

   a. Wöchentliche Statistik: Die Geschäftsleitung hält Daten über Mitglieder- und Freiwilligenzahlen sowie deren Struktur (Geografie, Neuzugänge und Austragungen) fest und gibt sie dem Vorstand einmal die Woche zur Kenntnisnahme und Diskussion.

   b. Qualitative Feedbackformulare für alle grösseren Events, welche von den Vorstandsmitgliedern und Event-HelferInnen auf freiwilliger Basis ausgefüllt wurden. Die Ergebnisse flossen jeweils in Event-Merkblätter ein, deren Einhaltung durch die leitende Person Pflicht ist (siehe auch «Qualitätssicherung»).

   c. Einholen von punktuellem fachlichem Feed-back unserer Beiräte zu Inhalten und Entscheidungen.

2. Wirkungsmessung

   a. A/B-Testing bei Facebookwerbung: Durch direkten Vergleich haben wir ermittelt, welche von jeweils zwei Werbeanzeigen wirksamer und kosteneffizienter ist.

   b. Monitoring von Konversionsraten: Bei Kampagnen, die eng mit einer Webseite verknüpft sind («vegan probieren» und «Pelz ist untragbar») lässt sich die Wirksamkeit von Werbung mittels der sog. Konversionsrate erheben. Anhand der Konversionsrate haben wir etwa entschieden, mit welchem Slogan wir die Kampagne «vegan probieren» bewerben sollten.

Qualitätssicherung

Wir stellen hohe Qualitätsansprüche an unsere Arbeit. Zur Qualitätssicherung wurden im Berichtzeitraum folgende Instrumente verwendet:

1. Allgemeine Qualitätssicherung

   a. Verwendung von Konzeptdokumenten, Merkblättern und Textvorlagen: Für jeden grösseren Event existiert ein Konzept, welches den Zeitplan, die Zuständigkeiten sowie einen HelferInnenplan enthält. Anhand des Konzepts werden Helfende zu Beginn gebrieft. Merkblätter regeln die Organisation von Events inklusive wichtigen Deadlines, gleichbleibenden Abläufen und der Definition von Zuständigkeitsbereichen. Für regelmässig zu verschickende Texte (Einladungen, Reminders) werden Textvorlagen verwendet, die mindestens halbjährlich erneuert werden.

   b. Zentrale Datenspeicherung: Sämtliche wichtigen Dokumente werden auf einer zentralen Plattform unabhängig von Einzelgeräten abgespeichert. Das beugt Datenverlusten und -diebstählen vor und erleichtert den Zugriff für Vorstand und Geschäftsleitung.



2. Vermeiden von Verantwortungsdiffusion und Flüchtigkeitsfehlern

   a. Verwendung von To-Do-Software: Geschäftsleitung und Vorstand verwenden eine gemeinsame Software für sämtliche Aufgaben, die an Sitzungen delegiert oder durch Konzeptdokumente zugewiesen wurden. Das fördert genaue Aufgabenstellungen und klare Delegierung an Einzelne.

   b. Gegenlesen jedes zu veröffentlichenden Textes durch ein internes Lektoratsteam.

3. Optimierung von E-Mails und Social Media Posts nach Nutzungsstatistik

   a. Detailliertes E-Mail-Monitoring: Sämtliche wichtigen E-Mails werden über eine Mailsoftware verschickt, welche genaue Daten zur Öffnung von E-Mails, zu Klicks in E-Mails und zu Ein-/Austragungen aus Mailinglisten ermöglicht. Aufgrund dieser Daten werden Inhalte und Versandzeiten optimiert.

   b. Posts auf Social Media optimieren wir inhaltlich, so dass sie einen klaren Call-to-Action haben. Zudem passen wir die Postzeiten der internen Nutzungsstatistik an und verstärken die Sichtbarkeit besonders beliebter Posts durch Werbung.

3.6 Lernerfahrungen und Erfolge im ersten Geschäftsjahr

Unsere wichtigsten Zwischenziele für das erste Geschäftsjahr haben wir erreicht oder übertroffen: Ein wichtiges Ziel lautete, bereits im ersten Jahr zu einer etablierten und gut sichtbaren Organisation heranzuwachsen. Mit Blick auf unser schnelles Wachstum an Freiwilligen und Mitgliedern, die Zahl unserer Events und die Reichweite unserer Medieninhalte wurde dieses Ziel erreicht. Ein weiteres Ziel lautete, die Geschäftsstelle zu professionalisieren. Das ist gelungen, auch dank eines sehr erfolgreichen Crowdfundings.

Viele unserer Arbeitsweisen haben sich im ersten Jahr bewährt, einige haben wir weiterentwickelt. Klar bewährt haben sich unsere Massnahmen zur Qualitätssicherung. In Zukunft möchten wir die interne Evaluation durch Freiwilligenbefragungen zum Mobilisierungsverhalten ergänzen. So können wir die Mobilisierung weiter optimieren. Am stärksten entwickelt hat sich die Organisation und Durchführung von Flyeraktionen. Optimiert haben wir hier insbesondere die Mobilisierung, die Einführung und Betreuung neuer Freiwilliger und die Begleitung auf Social Media.

Unsere Workshops waren von Beginn an gut besucht und erfolgreich, so dass wir das Konzept über das Jahr hinweg nur leicht verändert haben. Im Vergleich zum Jahresbeginn setzen wir nun stärker auf Diskussions- und Reflexionselemente, bei denen Teilnehmende ihre eigenen Erfahrungen einbringen. Gelernt haben wir insbesondere, dass die Workshops kein ausschliessliches Angebot für (potentielle) Freiwillige sein müssen, sondern sich auch sehr gut für den Schulunterricht eignen.

4 PLANUNG UND AUSBLICK

4.1 Planung und Ziele 2018

Im ersten Geschäftsjahr haben wir gut funktionierende Strukturen geschaffen, die wir weiter verbessern und in der Reichweite vergrössern können. So bedeutet weiteres Wachstum auch mehr Wirkung für die Tiere. Einerseits soll unsere Organisation mehr Mitglieder und Freiwillige anziehen, welche sich für Tiere einsetzen. Andererseits sollen bestehende Kampagnen mit mehr Mitteln und weiteren Verbesserungen ein noch grösseres Publikum erreichen.

Weiteres Wachstum
Ein wichtiges Ziel für 2018 lautet, weiter an Mitgliedern und Freiwilligen zu wachsen. Konkret lautet der Zielwert bei Mitgliedern wie bei Freiwilligen mindestens 1500 Eingeschriebene. Zur Wachstumsstrategie gehört jedoch auch ein intensiveres Fundraising. Insbesondere möchten wir beginnen, die Kollektivmitgliedschaft für Unternehmen stärker zu bewerben. Zusätzliche Mittel möchten wir teils in die Professionalisierung der Organisation investieren, teils in die Verstärkung bereits erfolgreicher Kampagnen.

Verbreitung von Informationen
In der Durchführung von Flyeraktionen waren wir bereits 2017 sehr erfolgreich. Diese Stärke wollen wir auch im Folgejahr betonen und die Frequenz unserer Flyeraktionen beibehalten. Zugleich wollen wir die Reichweite unserer Inhalte in Medien und auf Social Media erhöhen. Bei «vegan probieren» möchten wir die Anzahl Eingeschriebener mindestens verdoppeln. Ein weiteres Ziel lautet, dass wir vermehrt an Schulen präsent werden wollen, insbesondere durch Workshops.

Mehr Wachstum heisst mehr Wirkung für die Tiere.

Interne Weiterbildung
Um unsere Freiwilligen weiterzubilden und um weiteres Wachstum zu ermöglichen, wollen wir die interne Förderung ausbauen. Dafür wollen wir unsere Skillshare-Kurse von 2017 in die Richtung der Einzelförderung engagierter Freiwilliger weiterentwickeln. Für 2018 streben wir zudem die Vergabe bezahlter Praktika an, welche einerseits zur Professionalisierung von Animal Rights Switzerland beitragen, andererseits eine Form der Nachwuchsförderung im Tierschutz darstellen. Auch Vorstand und Geschäftsleitung sollen sich 2018 weiterbilden.

Aufnahme politischer Arbeit
2017 haben wir Gespräche über die Zusammenarbeit für zwei nationale Volksinitiativen aufgenommen und sind in beiden Initiativkomitees vertreten. Das Ziel für 2018 lautet, die Aktivitäten im Zusammenhang mit diesen Initiativen zu intensivieren. Konkret wollen wir uns an Unterschriftensammlungen und am Campaigning beteiligen.



4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken

Die Wirkung unserer Arbeit hängt von vielen Faktoren ab: Wie entwickeln sich unsere Mitglieder- und Freiwilligenzahlen? Welche Mittel stehen uns zur Verfügung? Welche gesellschaftlichen Trends beeinflussen unsere Arbeit? Auch wenn genaue Voraussagen unmöglich sind, ist es wichtig, Erwartungen für die Zukunft festzuhalten.

Die Zahlenwerte unten dienen der Einordnung der Chancen und Risiken. Die Werte für Wahrscheinlichkeit und Einfluss gehen von 1 (sehr gering) bis 5 (sehr hoch). Aus der Addition von Wahrscheinlichkeits- und Einflusswert ergibt sich die Wertung, welche ein grober Anhaltspunkt für die Wichtigkeit einer Chance/eines Risikos ist. 2018 erwarten wir folgende strategische Chancen und Risiken:



4.2.1 Chancen

Chance	Folgen	Wahrscheinlichkeit	Einfluss	Wertung	Massnahme
Wachsendes Netzwerk von Freiwilligen	Mehr und grössere Aktionen möglich	**5**	**3**	**8**	Netzwerk pflegen und ausbauen
Grössere Community auf Social Media	Grössere Reichweite besonders bei jungen Leuten	**5**	**3**	**8**	Community pflegen und ausbauen
Mehr finanzielle Mittel	Grössere Kampagnen möglich	**5**	**3**	**8**	Fundraising intensivieren
Weiterer Vegan-Trend	Mehr Interesse an Information und Tipps	**4**	**3**	**7**	Vegan probieren intensivieren
Tierschutz wird vermehrt Politikum	Grössere Aufmerksamkeit	**4**	**2**	**6**	Medienarbeit intensivieren
Weitere Tierschutzskandale	Grössere Aufmerksamkeit	**4**	**2**	**6**	Medienarbeit intensivieren
Immer mehr und billigere vegane Produkte in Läden	Umstellung auf vegan einfacher	**4**	**2**	**6**	Vegan probieren intensivieren
Intensivere öffentliche Diskussion zu Tierrechten	Grössere Aufmerksamkeit	**3**	**2**	**5**	Inhalte weiter verbreiten

4.2.2 Risiken

Risiken	Folgen	Wahrscheinlichkeit	Einfluss	Wertung	Massnahme
Irreführende Werbung für Tierprodukte	Vermindertes Verständnis für Tierrechte	**4**	**3**	**7**	Aufklärungsarbeit betreiben
Weitere Tierschutzskandale	Ablenkung von Grundsatzproblemen des Tierschutzrechts	**4**	**3**	**7**	Auf Grundsatzprobleme hinweisen
Zunehmende Gesamtmenge an Arbeit	Personalengpässe	**3**	**3**	**6**	Einbezug und Weiterbildung von HelferInnen, Vergabe von Praktika und Erweiterung der Geschäftsstelle
Mangelnde Vertretung in der Romandie	Suboptimale Reichweite unserer Arbeit	**3**	**2**	**5**	Vertretung in der Romandie verstärken
Forderungen führen zu Trotzreaktionen	Kontraproduktive Arbeit	**2**	**3**	**5**	Provokation vermeiden, freundlichen Auftritt pflegen
Menschen kennen unsere Materialien bereits	Vermindertes Interesse an Materialien	**4**	**2**	**6**	Neue Materialien entwickeln, weitere Formen nutzen

5 ORGANISATIONSSTRUKTUR UND TEAM

5.1 Organisationsstruktur

Animal Rights Switzerland ist ein gemeinnütziger Verein mit Sitz in Zürich. Ihm angeschlossen ist eine akkreditierte Hochschulgruppe an der Universität Zürich. Zum Ende des Berichtzeitraums war die Anerkennung einer analogen Hochschulgruppe an der Universität Basel hängig.



5.2 Vorstellung der handelnden Personen

5.2.1 Geschäftsleitung



Pablo Labhardt

Als Geschäftsleiter von Animal Rights Switzerland bin ich dafür verantwortlich, den Überblick über die laufenden Projekte, Aktionen, Abläufe und Kampagnen zu behalten. Ich stehe in engem Kontakt zum Vorstand und fungiere zuweilen auch als Schnittstelle zwischen Vorstand und Freiwilligen. Daneben gehört es zu meinen Aufgaben, das gesammelte Wissen an besonders eingebundene Freiwillige und andere Vorstandsmitglieder zu vermitteln, so dass jeweils eine möglichst grosse Anzahl von Personen anstehende Aufgaben erledigen können. Vor meiner Anstellung als Geschäftsleiter war ich Gründungsmitglied und erster Präsident von Animal Rights Switzerland. Es ist mir ein grosses Anliegen, mich möglichst wirksam für eine bessere und gerechtere Welt einzusetzen. Insbesondere Tiere sind es, deren Leben von Leid geprägt ist. Das möchte ich ändern – und habe mit Animal Rights Switzerland die richtige Umgebung gefunden, um meine Fertigkeiten einzubringen.

5.2.2 Vorstand

Celine Müller

Als Studentin habe ich mich schon früher für die Tiere eingesetzt. Dies tat ich bei einer lokalen Gruppe, wo ich viele Erfahrungen bei Flyeraktionen sammeln konnte. Zudem fiel mir auf, dass sich kein Verein schweizweit für Tierrechte einsetzt. Dies motivierte mich dazu, Animal Rights Switzerland mitzugründen. Ich bin Gründungsmitglied und seit September 2017 die Präsidentin von Animal Rights Switzerland. Im Verein kann ich meine Erfahrungen gut einbringen und lerne ständig Neues dazu. Zu meinen Aufgaben gehören sowohl das Leiten von Flyeraktionen und das Betreuen von Freiwilligen, als auch das Organisieren von anderen Events. Zusätzlich kümmere ich mich um unsere Materialien und das Lager.



5.2.2 Vorstand



Céline Schlegel

Vor einigen Jahren kam ich während eines Auslandaufenthalts erstmals mit dem Thema Tierrechte in Kontakt. Seitdem ist mir klar, dass wir Tiere moralisch berücksichtigen müssen. Gleichzeitig begann ich mein Geschichtsstudium an der Universität Zürich, wo ich momentan eine Masterarbeit im Bereich der Human Animal Studies schreibe. Aus einer historischen Perspektive ist es schön zu sehen, dass die Werte einer Gesellschaft wandelbar sind. An einen solchen Wandel knüpfen wir mit Animal Rights Switzerland nicht nur an, sondern setzen uns aktiv dafür ein.

Bei Animal Rights Switzerland engagiere ich mich im Vorstand als Vizepräsidentin und trage im Ressort Medienarbeit und soziale Medien dazu bei, dass unsere Anliegen an die Öffentlichkeit gelangen und ein grosses Publikum erreichen. Dort stossen sie auf immer grösseres Interesse - dank einer Gesellschaft, die Tiere zunehmend nicht als Ware, sondern als fühlende Wesen ansieht.



Nico Müller

Als Tierethiker an der Universität Basel beschäftige ich mich mit unseren moralischen Verpflichtungen gegenüber Tieren. Ich vertrete die Ansicht, dass wir die Pflicht haben, Tiere zu respektieren und uns nötigenfalls für sie einzusetzen. Da wäre es inkonsequent, wenn ich mich nicht auch ausserhalb der Universität für Tierrechte einsetzen würde! Gleichzeitig bereitet mir die Arbeit für die Tiere grosse Freude. Bei Animal Rights Switzerland bin ich seit der Gründung für strategische Fragen zuständig. Das heisst: Ich bringe im Vorstand Vorschläge ein, welche übergeordneten Ziele die Organisation verfolgen sollte – und wie wir vorgehen sollten, um diese Ziele zu erreichen. Neben dieser Hauptfunktion unterhalte ich den Kontakt zu unserem Beirat und bringe mich in den Hochschulgruppen ein. Ich denke, dass wir mit Animal Rights Switzerland zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind: Pflanzliche Alternativen zu Tierprodukten sind weithin erhältlich, wir leben in einem Land mit relativ geringer Bevölkerungszahl und in längerfristiger Perspektive ist die direkte Demokratie ideal für die Einführung neuer Grundrechte. Diese Chancen müssen wir nutzen.



Niklaus Schneider

Meine Arbeit für Animal Rights Switzerland hat damit begonnen, die gesamte Corporate Identity der neu gegründeten Organisation zu erstellen. Es macht mir nach wie vor viel Spass, diesen positiven Auftritt zu kreieren und weiterzuentwickeln. Ich bin mir sicher, dass eine positive Bildsprache dazu beitragen kann, unser Anliegen massentauglich zu machen. In meinem Masterstudium an der Zürcher Hochschule der Künste, das sich mit Trends und möglichen Zukunftsszenarien auseinandersetzt, befasse ich mich viel mit dem menschlichen Umgang mit Tieren und wie die Benachteiligung der Tiere in unserem Alltag verankert ist. Daneben arbeite ich als Assistent der MediensprecherInnen für Greenpeace. Es ist toll, mich an mehreren Orten für eine bessere Welt einsetzen zu können.



Philipp Hagen

Ich habe Religionswissenschaften, Philosophie und Geschichte studiert und unterrichte seit mehreren Jahren an einer Kantonsschule. Mein absolutes Lieblingsfach ist Ethik! Mir bereitet es grosse Freude mit meinen SchülerInnen kritisch unser Handeln zu reflektieren und der Frage nachzugehen, wie wir eigentlich leben sollen. Mit der Zeit wollte ich aber nicht mehr einfach nur diskutieren, sondern auch mit anpacken, um unsere Gesellschaft zu verbessern. Deshalb habe ich mich nach verschiedenen Engagements umgeschaut und bin schliesslich bei Animal Rights Switzerland gelandet. Bei Animal Rights organisiere ich verschiedene Events: In unseren Workshops vermitteln wir Hintergrundwissen zu verschiedenen tierrechtlichen Themen und diskutieren mit den TeilnehmerInnen, wie wir uns noch besser für die Tiere einsetzen können. Unsere Potlucks und neu auch Meet-Ups sind unsere kulinarischen Höhepunkte, an denen wir zeigen, wie vielfältig, lecker und einfach vegane Ernährung sein kann. Dies zeichnet Animal Rights Switzerland aus: Konsequente Aufklärungsarbeit kombiniert mit einem freundlichen und lustbetontem Aufzeigen von Lösungen.

5.3 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

5.3.1 Vernetzung mit Organisationen

ProTier – Stiftung für Tierschutz und Ethik
Mit der Stiftung ProTier haben wir im Herbst 2017 Kontakt aufgenommen und sind ab Januar 2018 Untermieter im Büro an der Alfred-Escher-Strasse 17 in Zürich. Die Organisationen bereichern sich zudem gegenseitig durch Skillsharing.

Stiftung für das Tier im Recht
Mit der Stiftung für das Tier im Recht (TIR) pflegt Animal Rights Switzerland informellen Austausch. Mit lic. iur. Andreas Rüttimann ist zudem ein Mitarbeiter der Stiftung in unserem Beirat vertreten. Er berät uns insbesondere bei Fragen zum geltenden Tierschutzrecht.

Vegallen
2017 fanden mehrere Flyeraktionen sowie ein Workshop in St. Gallen statt, welche von Animal Rights Switzerland und Vegallen zusammen getragen wurden. Zudem bereichern sich die Organisationen gegenseitig durch Skillsharing.

Züri Vegan
Züri Vegan ist ein lokales Projekt, welches gemeinsam von Animal Rights Switzerland und der Veganen Gesellschaft Schweiz (VGS) getragen wird. Dazu gehört die Webseite www.zuerivegan.ch mit Tipps fürs vegane Leben in Zürich, vegane Stammtische sowie Shoppingtouren.

Fondation Franz Weber
Mit der Fondation Franz Weber (FFW) pflegen wir informellen Austausch und unterstützen die «NOzeanium»-Kampagne gegen ein Aquarium-Grossprojekt in Basel.

Nationale politische Zusammenarbeiten
Wir beteiligten uns an den Vorbereitungen für die nationalen Volksinitiativen zur Abschaffung der Massentierhaltung (wird lanciert von Sentience Politics) und für ein Importverbot für tierquälerische Produkte. In beiden Initiativkomitees sind wir mit einem Mitglied unseres Vorstands bzw. unserer Geschäftsleitung vertreten.





5.3.2 Kooperationen mit Unternehmen

Wir unterhalten hervorragende Beziehungen zu Unternehmen. So liegen etwa in den Filialen der vegetarischen Restaurants tibits und Hiltl unsere Flyer auf und wir wurden bereits durch diverse Vergünstigungen und Sachspenden unterstützt. Hiltl und tibits haben unsere Freiwilligen nach Flyeraktionen vergünstigt bewirtet, dasselbe gilt für die Restaurants Roots (Zürich), die Leckerei (St. Gallen), Vegiman (Basel) und Max & Moriz (Aarau). Roots hat zusätzlich einen Charity Brunch zugunsten von Animal Rights Switzerland durchgeführt. Unsere Flyer liegen in veganen Läden wie Eva's Apples (Zürich), Hello Vegan (Uster), Grüeni Chuchi (Solothurn) und weiteren auf. Von folgenden Unternehmen konnten wir Rezepte auf unserer Webseite einbinden: Hiltl, tibits, Chez Mamie (Zürich), Hello Vegan. Der Online-Shop von Eva's Apples führt zudem unsere Merchandise-Artikel. Weiter haben wir uns mit «vegan probieren» erfolgreich um den «Charity Pot» von Lush Cosmetics beworben und wurden mit 3'500 Franken unterstützt. Als gemeinnützige Organisation, die sich mit dem Thema Ernährung beschäftigt, konnten wir zudem das BachserMärt Forum Langstrasse in Zürich für Sitzungen und Skillshare-Workshops nutzen.

5.3.3 Unser Beirat

Prof. Dr. Markus Wild
Professor für theoretische Philosophie, Universität Basel

Animal Rights Switzerland ist ein gesellschaftliches Projekt, das wir alle – Menschen und Tiere – dringend nötig haben. An der ethischen Frage, wie wir mit Tieren umgehen, hängen ökonomische, ökologische und gesundheitliche Fragen von enormer Reichweite. Die Aufklärungs-, Sensibilisierungs- und Politikarbeit von Animal Rights Switzerland schafft Tieranliegen eine Plattform und ein neues Image. Animal Rights Switzerland gehört sicher zu den innovativsten Akteuren auf diesem Feld in Europa.

Dr. iur. Saskia Stucki
Senior Research Fellow am Max-Planck-Institut für ausländisches öffentliches Recht und Völkerrecht, Heidelberg und Visiting Fellow an der Harvard Law School

Ich unterstütze Animal Rights Switzerland, weil sich diese junge, dynamische und divers zusammengesetzte Organisation auf vielfältige, professionelle und undogmatische Weise für ein ebenso wichtiges wie radikales Anliegen einsetzt: Grundrechte für Tiere. Gerade in einem direktdemokratischen Land wie der Schweiz ist es von besonderer Wichtigkeit, die breitere Gesellschaft für Tierrechte zu sensibilisieren und zu gewinnen, um die sozialen und politischen Voraussetzungen zu schaffen, damit Rechte für Tiere dereinst auf demokratische Weise in Verfassung und Gesetzen verankert und wirksam geschützt werden können. Animal Rights Switzerland leistet einen wertvollen Beitrag zur Erreichung dieses Ziels.

Lic. Iur. Andreas Rüttimann
Jurist, Stiftung für das Tier im Recht

Ich schätze die Arbeit von Animal Rights Switzerland sehr, da die Organisation fundierte Aufklärungsarbeit betreibt und so einen wichtigen Beitrag dazu leistet, die Gesellschaft für einen respektvollen Umgang mit Tieren zu sensibilisieren. Diese Form der Informationsvermittlung ist unabdingbar, um in der Bevölkerung das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass Tiere keine Gebrauchsgegenstände sind, die menschlichen Interessen zu dienen haben, sondern empfindungsfähige Lebewesen, die ein Recht auf Leben und Unversehrtheit verdienen.

Dr. nat. phil. Silvia Frey
Umweltnaturwissenschaftlerin, Leiterin Wissenschaft & Bildung bei OceanCare

Ich unterstütze Animal Rights Switzerland, weil sie den Tieren nicht nur eine Stimme geben, sondern insbesondere für ihr Grundrecht auf ein würdiges Leben Seite an Seite mit uns Menschen einstehen. Die Organisation arbeitet mit Elan, innovativen Ideen und profunder Fachkenntnis für die gesellschaftliche und gesetzliche Anerkennung der Rechte von Tieren. Ich schätze es sehr, dass Animal Rights Switzerland mit viel Sorgfalt aufklärt und sich verantwortungsvoll für einen Wandel unserer Werte und unseres Lebensstils einsetzt, damit wir den Tieren mit gebührendem Respekt begegnen können.

Thomas Meyer
Autor und Texter

Ich unterstütze Animal Rights, weil mich der Umgang des Menschen mit den Tieren und überhaupt der Natur jeden Tag von neuem bestürzt und empört. Tiere sind fühlende, lebendige Wesen – wir müssen alles daran setzen, dieses Bewusstsein zu verankern.

«Animal Rights Switzerland gehört sicher zu den innovativsten Akteuren auf diesem Feld in Europa.»



6 ORGANISATIONSPROFIL



6.1 Allgemeine Angaben zu Animal Rights Switzerland

Name der Organisation	Animal Rights Switzerland
Sitz der Organisation	Zürich
Gründung der Organisation	01.01.2017
Rechtsform	Verein
Kontaktdaten	Animal Rights Switzerland, 8000 Zürich
Link zu den Statuten	anml.ch/statuten
Gemeinnützigkeit	Der Verein bezweckt in uneigennütziger Weise die Einführung der Rechtspersönlichkeit für nichtmenschliche Tiere in der Schweiz und einen gesellschaftlichen Wertewandel weg von der geschäftsmäßigen Behandlung von Tieren als Ware. *Kantonales Steueramt Zürich*

Personalprofil
Anzahl MitarbeiterInnen 2017:
Ein Angestellter (30%)

6.2 Governance

6.2.1 Leitungs- und Geschäftsführungsorgan

Unser Leitungsorgan ist der Vorstand. Ihm gehören an: Celine Müller (Präsidentin), Philipp Hagen, Nico Müller, Céline Schlegel, Niklaus Schneider (Vorstandsmitglieder). Der Vorstand ist ehrenamtlich tätig und trifft sich so oft die Geschäfte es verlangen. Im Berichtzeitraum fanden 21 Vorstandssitzungen statt, wobei besonders das erste Halbjahr intensiven Einsatz erforderte. Vorstandsmitglieder sind für die Amtsdauer von zwei Jahren von der Mitgliederversammlung gewählt. Die Zuständigkeiten und Kompetenzen regelt §14 der Statuten.

Die Geschäftsführung der Organisation obliegt der Geschäftsleitung. Sie wird vom Vorstand bestimmt und hat die Hauptaufgabe, Vorstandsentscheidungen operativ umzusetzen.

6.2.2 Aufsichtsorgan

Das Aufsichtsorgan ist die Mitgliederversammlung. Sie trifft sich mindestens einmal jährlich und hat die unentziehbaren Aufgaben, den Revisionsbericht entgegenzunehmen, den Jahresbericht und die Jahresrechnung zu genehmigen, den Vorstand und die Präsidentin/den Präsidenten zu wählen, sowie das Jahresbudget und das Tätigkeitsprogramm zur Kenntnis zu nehmen.

Stimmberechtigt sind alle Einzelmitglieder, nicht aber Kollektivmitglieder. Weitere Kompetenzen und Zuständigkeiten werden durch §10 der Statuten geregelt.

6.2.3 Interessenkonflikte

Bei Animal Rights Switzerland liegen keine Interessenkonflikte vor.

6.2.4 Internes Kontrollsystem

Der Leiter des Ressorts Finanzen berichtet bei Vorstandssitzungen über die Entwicklungen der Einnahmen und Ausgaben, damit passende Massnahmen ergriffen werden können. Besonderes Augenmerk lag im Berichtzeitraum auf den Mitgliederzahlen, da Mitgliederbeiträge die Haupteinnahmequelle waren.

Die Revisorin verfasst einen Revisionsbericht und stellt ihn der Mitgliederversammlung zur Verfügung.

6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen

An unserem Verein halten weder private noch juristische Personen Anteile. Dies ist auch nicht möglich.

Ebenso sind wir kein Teil von übergeordneten Organisationen und halten keine Anteile an anderen Organisationen.

6.4 Umwelt- und Sozialprofil

Bei unseren Events achten wir darauf, fair gehandelte und biologisch produzierte Nahrungsmittel zu verwenden. Wir verwenden ausschliesslich vegane Esswaren.

Wir arbeiten weitgehend, insbesondere in der Buchhaltung, papierlos und bieten auf Wunsch eine papierlose Mitgliedschaft an. Für unsere Materialien verwenden wir wenn immer möglich Recyclingpapier und achten beim Einkauf auf Nachhaltigkeit und Langlebigkeit.

Bei Büromöbeln achten wir auf Langlebigkeit und Modularität. Wir kaufen wenn möglich gebrauchte Möbel. Merchandising-Textilien stammen aus biologischem Anbau und fairer Verarbeitung.

Der Verein besitzt keine Autos. Transporte werden wenn immer möglich mit dem öffentlichen Verkehr und ansonsten mit Autos von privaten oder öffentlichen Car-Sharings durchgeführt.

Zu unserem Sozialprofil gehört, dass der Geschäftsleiter regelmässige Sitzungen mit Vorstandsmitgliedern und HelferInnen durchführt, um allen Beteiligten einen Überblick über aktuelle Aktivitäten und Entwicklungen in der Organisation zu ermöglichen. Zudem werden Vorstandsmitglieder und Geschäftsleitung regelmässig über ihre Arbeitsbelastung befragt und Massnahmen gegen Überbelastung ergriffen.



7 FINANZEN UND RECHNUNGSLEGUNG

7.1 Buchführung und Rechnungslegung

Für die Buchführung war im Berichtzeitraum der Vorstand zuständig. Der Jahresabschluss wird von der Revisorin geprüft.

7.2 Vermögensrechnung

Alle Angaben sind in Schweizer Franken.

Aktiva

Umlaufvermögen

39'690.-	Bankguthaben und Kasse
2'780.-	Sachanlagen
1'370.-	Merch Vorräte

Anlagevermögen

460.-	Sachanlagen Vereinsausstattung
44'300.-	**Total Aktiva**

Passiva

Fremdkapital

0.-	Verbindlichkeiten

Eigenkapital

44'300 .-	Vereinsvermögen
44'300.-	**Total Passiva**

7.3 Einnahmen und Ausgaben

Alle Angaben sind in Schweizer Franken.

Einnahmen

42'786.-	Mitgliedschaftserlöse
44'370.-	Spenden
18'543.-	Davon Crowdfunding
3'590.-	Merchandise-Verkauf
90'746.-	**Total Ertrag**

Ausgaben

10'090.-	Digitale Werbung
16'208.-	Druck Werbematerial
6'636.-	Einkauf Merchandise
2'826.-	Event-Verpflegung
7'153.-	Verwaltungs- und Informatikaufwand
4'146.-	Personalaufwand
1'076.-	Raumaufwand
1'151.-	Weitere Kosten (z.B. Versicherungen)
49'287.-	**Ausgaben Total**

7.4 Finanzielle Situation und Planung

Das Jahr konnten wir mit einem Plus von etwa 41'000 Franken abschliessen. Davon gehören etwa 14'000 Franken zum Crowdfunding für die Geschäftsstelle, die also nicht als flüssige Mittel zur Verfügung stehen. Ende Jahr konnten wir deutlich an Einnahmen zulegen. Wir rechnen mit vielen Erneuerungen der Mitgliedschaften zum Jahresbeginn, weshalb unsere finanzielle Situation momentan als sehr stabil bezeichnet werden kann. Zur Planung für 2018 gehört jedoch auch die Intensivierung des Fundraisings (siehe 4.1).

Angesichts der Einnahmen von rund 90'000 Franken sind 27'000 Franken ein sehr hoher Anteil an flüssigen Mitteln. Das dient dazu, ein Polster aufzubauen. Sobald ein Polster an flüssigen Mitteln vorhanden ist, werden wir die flüssigen Mittel anteilsmässig reduzieren, so dass jeder Spendenfranken möglichst zeitnah für die Tiere eingesetzt wird.



8 QUELLENVERZEICHNIS

1 Stucki, Saskia (2016). «Grundrechte für Tiere: Eine Kritik des geltenden Tierschutzrechts und rechtstheoretische Grundlegung von Tierrechten im Rahmen einer Neupositionierung des Tieres als Rechtssubjekt». Baden-Baden: Nomos.

2 Vgl. Stucki (2016), Kap. IV. 1.

3 Art. 641a Abs. 1 ZGB.

4 Vgl. Stucki (2016), Kap. C III. 3.

5 Art. 4 Abs. 1 lit. b TSchG, vgl. Stucki (2016), 151.

6 Art. 22 Abs. 1 lit. a TSchV.

7 Art. 15 Abs. 2 lit. a TSchV.

8 Vgl. Stucki (2016), 155.

9 Bundesamt für Statistik BFS (2017). «Entwicklung des Nahrungsmittelverbrauchs in der Schweiz» (Tabelle).

10 Bundesamt für Landwirtschaft BLW (2017). «Marktbericht Eier» (Tabelle).

11 Schweizer Bauernverband, Agristat (Hrsgs.) (2016). «Statistische Erhebungen und Schätzungen über Landwirtschaft und Ernährung». Brugg: Schweizer Bauernverband, 76.

12 Schweizer Bauernverband, Agristat (2016), 77.

13 BLW (2017). «Marktbericht Eier» (Tabelle).

14 Meier, Susanne (2016). «Immer mehr 100'000er-Kühe». Schweizer Bauer, 25.01.2016. [online] https://www.schweizerbauer.ch/tiere/milchvieh/immer-mehr-100000er-kuehe-26754.html [18.02.2018].

15 Ferrara, Pasquale (2011). «Legehennen als Wegwerfware». Kassensturz-Espresso, 19.04.2011. [online] https://www.srf.ch/sendungen/kassensturz-espresso/themen/konsum/legehennen-als-wegwerfware [18.02.2018].

16 Reye, Barbara (2012). «Das traurige Schicksal der Eintagsküken». Tages-Anzeiger, 08.04.2012. [online] https://www.tagesanzeiger.ch/wissen/natur/Das-traurige-Schicksal-der-Eintagskueken/story/14867368 [18.02.2018].

17 Sømme, Lauritz S. (2005). «Sentience and Pain in Invertebrates: Report to Norwegian Scientific Committee for Food Safety». Oslo: Norwegian University of Life Sciences.

18 Wild, Markus (2012). «Fische. Kognition, Bewusstsein und Schmerz – Eine philosophische Perspektive». Gutachten für die Eidgenössische Ethikkommission für die Biotechnologie im Ausserhumanbereich EKAH. Bern: Bundesamt für Bauten und Logistik BBL.

19 Elwood, Robert R.; Barr, Stuart; Patterson, Lynsey (2009). «Pain and stress in crustaceans?». Applied Animal Behavior Science 118/3, 128-136.

20 Schweizer Bauernverband, Agristat (2016), 74.

21 Proviande (2016). «Der Fleischmarkt im Überblick 2015». Bern: Proviande, 48.

22 BFS (2017). «Weniger, dafür grössere Landwirtschaftsbetriebe.» Landwirtschaftliche Strukturerhebung 2016. Medienmitteilung. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik BFS.

23 American Dietetic Association (2009). «Position of the American Dietetic Association: Vegetarian Diets». Journal of the American Dietetic Association 109/7, 1266-1282.

24 Faunalytics (2016). «What Could $140,000 Achieve For Animals?» [online] https://faunalytics.org/what-could-140000-achieve-animals/ [18.02.2018].

25 Animal Charity Evaluators (2016). «Why farmed animals?» [online] https://animalcharityevaluators.org/donation-advice/why-farmed-animals/ [18.02.2018].

26 Bundesamt für Veterinärwesen BVET (2016). «Tierversuchsstatistik» . [online] http://tv-statistik.ch/de/erweiterte-statistik/index.php [18.02.2018].

27 Vgl. Schmitz, Friederike (2014). «Tierethik – eine Einführung». In: Dies. (Hrsg.) «Tierethik. Grundlagentexte». Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

28 Vgl. Schmitz (2014), 30.

29 BFS (2017). «Ständige und nichtständige Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeitskategorie, Geschlecht und Kanton, 3. Quartal 2017» (Tabelle).

30 BFS (2017). «Die Bevölkerung der Schweiz 2016». Statistik der Schweiz. Neuchâtel: Bundesamt für Statistik BFS, 7.

31 Swissveg (2017). «Veg-Umfrage 2017». [online]https://www.swissveg.ch/veg-umfrage [18.02.2018].

32 Schätzung auf der Basis der Anzahl Events, der jeweiligen HelferInnenzahl sowie der Einsatzlänge. Nicht einberechnet sind Sitzungen, Vorbereitungen und Gestaltung.

33 Schätzung auf der Basis der hergestellten Merchandising-Artikel und des Lagerstandes.

34 Schätzung auf der Basis der gedruckten Flyer und des Lagerstandes. Etwa 90% der verteilten Flyer wurden an Flyeraktionen durch Freiwillige verteilt. Etwa 10% wurden an Restaurants, Geschäfte und Privatpersonen versendet (insbesondere «Pelz ist untragbar»).

35 Schätzung auf der Basis der täglichen Durchschnittswerte aus Facebooks interner Statistik. Zahlen zu Instagram konnten wir aus technischen Gründen nicht berücksichtigen.

36 Schätzung auf der Basis der allgemeinen Reichweite der Publikationen (sofern veröffentlicht).

9 IMPRESSUM

Animal Rights Switzerland
8000 Zürich

E-Mail: info@animal-rights-switzerland.ch
Webseite: www.animal-rights-switzerland.ch

Danksagungen
Dieser Jahresbericht wurde komplett von Elena Gerig pro bono gestaltet. Wir danken Elena Gerig für ihren unermüdlichen Einsatz herzlich!

Weiterer Dank gilt Nora Dal Cero, welche die Portraits der Vorstandsmitglieder und des Geschäftsleiters sowie die Modefotos mit unseren Merchandising-Artikeln gemacht hat. Weiterer Dank gilt unseren freiwilligen Models Napo und Gaby.

Beim Erstellen dieses Jahresberichts haben wir uns massgeblich am Wirkungsbericht 2016 der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt orientiert. Wir danken der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt herzlich.

Diesen Jahresbericht haben wir einem SRS-Schnell-Check der Social Reporting Initiative e. V. unterzogen. Wir danken dem Team der Social Reporting Initiative e. V. für ihre Unterstützung.

