

Jahresbericht 2022





Liebe Freundinnen und Freunde der Stiftung Elternsein

Jedes Jahr, wenn ich das Vorwort zum Bericht über das vergangene Jahr schreibe, ist der Befund gleich: Für die Welt haben sich die guten Wünsche zum Jahresbeginn nicht bewahrheitet. Ich denke, dass die meisten Menschen infolge des verbrecherischen Kriegs gegen die Ukraine und dessen Folgen dasselbe empfinden: 2022 war für viele kein gutes Jahr.

Das vorläufige Ende des billigen Geldes oder der Unterbruch der Lieferketten beschert vielen Menschen eine neue Realität. Die Kosten im Alltag steigen, die Einnahmen dagegen nur zögerlich. Die Rückkehr zu dem, was wir in den Jahrzehnten des Friedens in Europa «Normalität» nannten, ist in weite Ferne gerückt.

Zu allem Überflus treffen uns die wirtschaftlichen und damit sozialen Probleme genau zu dem Zeitpunkt, wo das Prinzip der Leistungsgesellschaft wie nie zuvor infrage gestellt wird.

Erstmals bereitet sich eine Generation auf den Eintritt in die Wirtschaft vor, die mit dem Smartphone in den Wohlstand hineingeboren wurde: die Generation Z. Das sind junge Menschen mit Jahrgängen zwischen 1995 und 2010. Im Jahr 1951 geboren, steht es mir nicht zu, heute die Forderungen der Work-Life-Balance zu kommentieren. Meiner Generation wurde, besonders was die Frauen anbelangt, viel, zu viel auferlegt. Die Arbeit kam immer weit vor der Freizeit, der Selbstverwirklichung. Dieser Fortschritt ist nun infrage gestellt. Die politischen Verwerfungen

schwächen uns als Gesellschaft und jeden Einzelnen.

Die Stiftung Elternsein muss sich auch in diesem belastenden Umfeld mit den Folgen der Digitalisierung auseinandersetzen. Für Marc Walder, den CEO der Ringier AG, ist klar: «Je höher der Digitalisierungsgrad eines Medienunternehmens, desto besser sind die Chancen, einigermaßen gut durch diese neue Krise zu kommen.»

So haben wir, Stand heute, mit der Vision «Elternbildung für alle» bereits 50 Kurzfilme abgedreht: Elternbildung soll gesellschaftlich etabliert werden, permanentes Lernen über schulische und erzieherische Fragen auch! Im Jahr 2022 haben wir mit Print, Videos, Newsletter und anderen digitalen Angeboten monatlich rund 500'000 und übers Jahr rund sieben Millionen Menschen erreicht!

Nun wird es darum gehen, die Eltern – ganz besonders die jungen – auf digitalem Weg in nicht deutschschweizerischen Sprachregionen mit Sprachadaptionen besser zu erreichen.

Wir danken Ihnen für Ihre Bereitschaft, uns auf dem Weg in die digitalisierte Elternbildung weiterhin zu unterstützen. Im Interesse der Generation nach Z.

Herzlichst

Ellen Ringier
Präsidentin des Stiftungsrats
Stiftung Elternsein



Rückblick.....	4
«Elternbildung für alle».....	8
Fritz+Fränzi Print.....	10
Fritz+Fränzi Digital.....	12
Zahlen & Fakten.....	14
Finanzbericht.....	17
Förderer.....	18
Team.....	20
Ausblick.....	22

«Unsere Währung im Lesermarkt ist Glaubwürdigkeit.»

Unter der Leitung von Thomas Schlickerieder hat sich Fritz+Fränzi zum führenden ElternMagazin der Schweiz entwickelt. Nun wechselt der 65-Jährige in den Stiftungsrat und übergibt 2023 die Geschäftsführung an Tobias Winterberg. Im Gespräch blickt Thomas Schlickerieder auf ein interessantes und herausforderndes Stiftungsjahr zurück – und spricht über Herausforderungen und persönliche Highlights in seiner Zeit als Geschäftsführer.

Interview: Irena Ristic

Herr Schlickerieder, 2022 war für Sie ein besonderes Jahr: das Ende der Pandemie und der Abschluss einer erfolgreichen und langen Karriere als Geschäftsführer bei der Stiftung Elternsein. Welche Gefühle löst das bei Ihnen aus?

Zu meiner Anfangszeit als Geschäftsführer der Stiftung Elternsein war da ein Magazin, das sechs Mal pro Jahr erschien. Heute produzieren wir zehn Ausgaben zusammen mit vier Sonderausgaben mit Fokus auf Kindergarten und dem Spezialheft zum Thema Berufswahl. Mit einer Auflage von 102'447 Exemplaren und einer monatlichen Leserschaft von 233'000 Personen ist das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi heute das führende Magazin für Eltern schulpflichtiger Kinder. Verglichen mit dem heutigen Angebot, der aktuellen Reichweite, der

erarbeiteten Reputation und auch der wirtschaftlichen Situation, die sich massgeblich stabilisiert hat, bin ich stolz auf das Geleistete. Besonders freut mich, dass uns dies entgegen dem allgemeinen Trend bei den Printmedien, Umfang und Inhalt zu reduzieren, gelungen ist.

Was hat sich aus Ihrer Sicht in den rund 15 Jahren Ihrer Tätigkeit für die Stiftung Elternsein verändert?

Für die Eltern sind die Herausforderungen von aussen noch komplexer geworden. Ich denke da an den Einfluss sozialer Medien, die Klimakrise, die Pandemie und Zukunftsängste, die Spuren in der Gesellschaft hinterlassen. In einem solchen Umfeld Kindern eine gesunde Entwicklung zu ermöglichen, ist ein grosser Kraftakt. Hinzu kommt, dass Kinder und Jugendliche sowieso schon mit eigenen

Fragen und Ängsten konfrontiert sind. Insbesondere die sozialen Medien sind für sie ein toxisches Thema. Die vermeintlichen Idealbilder dieser Scheinwelt üben Druck aus und können eine gesunde Entwicklung der individuellen Persönlichkeit erschweren. Depressionen in jungen Jahren und ein mangelndes Selbstwertgefühl sind heute bei Kindern und Jugendlichen leider weit verbreitet.

Was waren Ihre grössten beruflichen Herausforderungen?

Zum einen die Finanzierung aller unserer Print- und Onlinekanäle. Zum anderen die Entwicklung neuer Ratgeber-Formate. Unsere Leserinnen und Leser gehören eher zu einem bildungsnahen Elternpublikum. Es ist aber unsere Aufgabe, allen Müttern und Vätern Elternbildungsformate anzubieten, insbesondere auch

der Mittelschicht und fremdsprachigen Müttern und Vätern. Es besteht noch viel Potenzial, diese Lücke mit Angeboten durch die Stiftung Elternsein zu füllen.

Was befriedigt Sie besonders an Ihrer Karriere bei der Stiftung Elternsein?

Zu meinen persönlichen Highlights gehören bedeutende nationale und internationale Preise, die wir gewonnen haben. So wurde die Stiftung Elternsein anlässlich des WorldMediaFestivals 2022 in Hamburg mit dem Gold-Award für ihre Marken-Awareness und dem Grand-Award für ihre crossmediale Strategie geehrt. Die beiden WorldMediaFestival-Awards gehören zu den vorläufigen Höhepunkten in einer Reihe von insgesamt neun nationalen und internationalen Auszeichnungen. In den Jahren 2014 und 2018 erhielt Fritz+Fränzi den «Q-Award» für das beste Fachmagazin der Schweiz. Und 2020 wurde der Elternratgeber mit dem «European Magazine Award» in der Sparte «Indie» ausgezeichnet. In dieser Kategorie werden Magazine geehrt, die ohne Unterstützung eines grossen Verlages erscheinen. Ich kann an dieser Stelle darum dem Verlag und der Redaktion nur meinen grossen Dank für ihre Arbeit auf höchstem Niveau aussprechen.

Es gibt sicherlich noch weitere Highlights in Ihrer langen Karriere bei der Stiftung Elternsein.

Die kontinuierlich steigenden Leserzahlen von Fritz+Fränzi freuen mich ausserordentlich sowie unsere stabile Situation im Werbemarkt. Mit Sicherheit waren wir der einzige Verlag, der während der Pandemie die Auflage erhöhen konnte. Und: Anders als die meisten Herausgeber von Printmedien mussten wir noch nie Mitarbeitende aus wirtschaftlichen Gründen entlassen.

Bleiben wir beim Thema Werbemarkt. Sie haben es erwähnt: Fritz+Fränzi schaffte es, die Situation stabil zu halten, während andere Verlage auch im Jahr 2022 mit Einbussen kämpfen mussten. Was macht die Stiftung Elternsein anders als ihre Mitbewerben?

Wir haben uns seit unseren Anfangszeiten eine wohl einzigartige Reputation erarbeitet. Unsere Währung im Lesermarkt ist Glaubwürdigkeit. Von Beginn weg haben wir uns ausnahmslos auf das Informationsbedürfnis von Eltern konzentriert. Wir veröffentlichen keine verdeckte

Produktwerbung oder Lifestyle-Beiträge. Auch publizieren wir kein Native Advertising, obwohl sich das kommerziell sehr lohnen würde. Aber ich gebe zu, es war nicht immer einfach. Gerade in unseren Anfangszeiten, als das Budget sehr knapp war, brauchte es grosse Standfestigkeit, an dieser Strategie festzuhalten.

Die Stiftung hat 2021 eine Digitalstrategie entwickelt mit dem Ziel, mittels neuer digitaler Formate Müttern und Vätern Elternwissen bereitzustellen. Wo steht das Projekt heute?

Es ist mir und der Stiftung Elternsein ein grosses Anliegen, Eltern dafür zu motivieren, sich kontinuierlich in ihrer Erziehungskompetenz weiterzubilden. Doch lange und vertiefte Texte zu lesen, dazu sind die Leute immer weniger bereit. Der Fokus unseres Strategieprojektes ist es aus diesem Grund, Müttern und Vätern mittels neuer digitaler Formate Elternwissen zu übermitteln, die ihrem heutigen Online-Konsumverhalten entsprechen. Das heisst: kurze Beiträge, unterhaltsam und Tipps ohne Mahnfinger. Dieses Angebot haben wir 2022 weiter ausgebaut.

Haben Sie ein aktuelles Beispiel?

Wir haben die neue Videoserie «Erziehungstipps von Fritz+Fränzi» lanciert. Konzipiert wurde das Projekt von mir. Die Themen und die Skripte hat der Erziehungscoach und Psychologe Fabian Grolimund erarbeitet. Die 50-teilige Serie greift Alltagssituationen auf und gibt konkrete Tipps, wie Sie als Eltern am besten reagieren können. Erziehung ist etwas Schönes, wobei ich den Begriff «Erziehung» eigentlich etwas deplatziert finde. Wir ziehen nicht am Kind herum, sondern wir begleiten, fördern und beschützen es. Aber zurück zu Ihrer Frage: Die Herausforderung liegt darin, Unterhaltung und wissenschaftliche Erkenntnisse zu verbinden und sie in der für uns gewohnt hohen Qualität anzubieten.

Welche Projekte werden Sie in Ihrer neuen Funktion als Stiftungsrat angehen? Gibt es Themen, die Ihnen besonders am Herzen liegen?

Wir haben unsere Arbeit über all die Jahre stets mit einer gesunden Portion Selbstkritik reflektiert und unser Angebot laufend an die aktuellen Bedürfnisse von Müttern und Vätern angepasst. So auch jetzt: Das digitale Zeitalter verändert unser Leben rasant – unsere Gewohnheiten, insbesondere auch unser Infor-

mationsverhalten. Eine Entwicklung, die auch Mütter und Väter in der Erziehung fordert. Wie sollen Elternbildungsformate für die kommenden Elterngenerationen aussehen und umgesetzt werden? Welche Themen beschäftigen die künftigen Eltern? Und: Wie sollen die neuen Formate finanziert werden? Das sind die grossen Fragen, die die Stiftung Elternsein beschäftigen werden, und Projekte, die ich als Stiftungsrat begleiten werde.

Wir schliessen das Gespräch mit derselben Frage, die wir Ihnen schon vor einem Jahr gestellt haben: Was wünschen Sie sich für die Stiftung Elternsein?

Ich wünsche mir, dass die Stiftung Elternsein die Power der vergangenen Jahre beibehält und mit grosser Leidenschaft die Eltern in der Schweiz weiterhin mit attraktiven und vielfältigen Hilfestellungen unterstützt. Und ich wünsche der Stiftung Elternsein, dass sie ihren Platz im gesellschaftlichen wie technologischen Paradigmenwechsel, den wir gerade erleben, weiterhin behaupten kann. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir das schaffen.



Thomas Schlickerieder verantwortete 15 Jahre bis Ende 2022 die Geschäftsführung der Stiftung Elternsein. 2023 wechselt er in den Stiftungsrat der Stiftung Elternsein. Thomas Schlickerieder ist verheiratet, hat zwei erwachsene Kinder und wohnt in Stäfa ZH.



«Wir wollen für die Eltern ein Leuchtturm sein.»

Tobias Winterberg übernimmt ab 2023 die Geschäftsführung der Stiftung Elternsein. Im Interview gibt er einen Ausblick auf die kommenden Jahre der Stiftung Elternsein und erklärt, warum die Rolle des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi in Zeiten der künstlichen Intelligenz noch wichtiger wird.

Interview: Irena Ristic

Herr Winterberg, Sie sind vor Kurzem Vater eines Sohnes geworden und übernehmen ab 2023 die Geschäftsführung der Stiftung Elternsein. Das Timing ist ideal, oder?

Thematisch gesehen auf jeden Fall. Unser Sohn feierte vor Kurzem seinen ersten Geburtstag. Ich gebe zu: Diese zwölf Monate waren die bisher schönsten meines Lebens – aber auch die intensivsten. Ich habe nun selbst erfahren, wie nah Glücksmomente und elterliche Sorgen beieinanderliegen und wie wichtig es ist, dass man gut fundierte Ratschläge und Unterstützungsangebote in Anspruch nehmen kann.

Wohin geht die Reise mit Fritz+Fränzi mit Ihnen als neuem Geschäftsführer?

Zuerst möchte ich mich bei Thomas Schlickerrieder für die ausgezeichnete

Vorarbeit bedanken. Ich übernehme ein hervorragend positioniertes Portfolio an Produkten und Projekten, das jährlich Millionen von Eltern unterstützt. Ich werde alles daransetzen, den Wirkungskreis unserer Arbeit weiter zu intensivieren, zu

«Die Digitalisierung bietet uns viele Chancen, um genau die Mütter und Väter zu unterstützen, die wir bis heute nur schwer erreichen konnten.»

erweitern und Eltern in ihrer individuellen Lebenssituation abzuholen.

Wo sehen Sie die Herausforderungen und Chancen der kommenden Jahre?

Die Digitalisierung schreitet rasant voran

und bietet uns viele Chancen, um genau die Mütter und Väter zu unterstützen, die wir bis heute nur schwer erreichen konnten. Die Herausforderung wird sein, in diesem immer grösser werdenden Meer von frei zugänglichen, jedoch oft nicht qualifizierten Inhalten als Leuchtturm sichtbar zu bleiben.

Wo werden Sie den Fokus setzen – speziell auch aus Sicht eines frisch gebackenen Vaters, der zur neuen Generation der Väter gehört?

Wir begegnen den Eltern auf Augenhöhe und unterstützen sie in ihrem individuellen Familienalltag. Hierzu werden wir die Kommunikationskanäle basierend auf dem Mediennutzungsverhalten der heutigen Eltern ausbauen und individualisierte Angebote schaffen. Gleichzeitig setzen wir weiter auf den bewährten Kanal

unseres gedruckten Elternratgebers, der sich mit weiterhin stabilen Leserzahlen im stark rückläufigen Printmarkt behaupten kann.

«Beim Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi erhalten Eltern überprüfte Informationen, Ratschläge und Unterstützung von den besten Fachleuten. Sie werden mit der grössten Sorgfalt durch unsere fachlich versierte Redaktion journalistisch aufbereitet.»

Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi ist im Special-Interest-Bereich positioniert. Welche Erfolgskriterien sind in diesem Segment aus Ihrer Sicht entscheidend?

Qualität ist der wichtigste Faktor. Gerade wenn es um so sensitive Themen wie Er-

ziehung und Familie geht, ist die Rolle eines seriösen Elternratgebers besonders wichtig. In einer Zeit, in der wie erwähnt die Informationsflut und Fake News stetig zunehmen, ist ein verlässlicher Ratgeber, der Eltern durch diesen Dschungel der Informationen navigiert, unerlässlich. Beim Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi erhalten Eltern überprüfte Informationen, Ratschläge und Unterstützung von den besten Fachleuten. Sie werden mit der grössten Sorgfalt durch unsere fachlich versierte Redaktion journalistisch aufbereitet. Mit anderen Worten: Mütter und Väter informieren sich mit Inhalten von ausgewiesenen Expertinnen und Experten. In Zeiten zunehmender künstlicher Intelligenz können sie darauf vertrauen, dass diese Inhalte von echten Menschen kommen. Von Fachleuten, die die elterlichen Herausforderungen und die damit verbundenen menschlichen Emotionen kennen und selbst Tag für Tag erleben – und vor allem durchleben.



Tobias Winterberg begleitet die Stiftung Elternsein seit 11 Jahren in verschiedenen Funktionen. Der 36-jährige Medienfachmann und Betriebswirt übernimmt ab 2023 die Geschäftsführung der Stiftung Elternsein. Tobias Winterberg ist verheiratet, Vater eines Sohnes und wohnt in Zürich.



«Elternbildung für alle»

Das Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung ist heute so vielseitig wie noch nie. Gleichzeitig nehmen die elterlichen Herausforderungen gerade durch die weiter rasant fortschreitende Digitalisierung der Gesellschaft stetig zu. Die Stiftung Elternsein setzt es sich zum Ziel, die Eltern aller Gesellschaftsschichten zu unterstützen und hierfür die entsprechenden Angebote bereitzustellen.

Text: Tobias Winterberg

Wie geht Erziehung? Es ist die Frage aller Fragen, die Erziehende umtreibt. Was ist das richtige Rezept? Wie viel Sorge um das eigene Kind ist angebracht, wie viel Vertrauen nötig? Wie findet sich die ideale Balance zwischen Liebe und Strenge? Elternsein ist zu oft «trial and error», Versuch und Irrtum. «Erziehung ist der schwierigste Job der Welt», sagt der renommierte Berner Kinder- und Jugendpsychologe Philipp Ramming. Für Experten wie ihn ist klar: Gesunder Menschenverstand allein reicht oft nicht aus. Eltern benötigen bei den zunehmend anspruchsvollen Herausforderungen externe Unterstützung.

Wie also geht Erziehung? Wie hat sich die Beziehung zwischen Eltern und Kindern

verändert? Und was braucht es, damit eine Familie glücklich ist? Fachpersonen sind sich einig: Nicht Disziplin und Unterordnung, sondern Vertrauen bildet

«Die Stiftung Elternsein unterstützt Eltern aller Gesellschaftsschichten in ihren täglichen Herausforderungen und begegnet ihnen auf Augenhöhe.»

heute die wichtigste Basis für Erziehung. Die Stiftung Elternsein macht es sich seit 2001 zur Aufgabe, Mütter und Väter aller Gesellschaftsschichten für Elternbildung

zu sensibilisieren. Einige der elterlichen Herausforderungen sind seit Generationen dieselben, viele haben sich mit der Zeit jedoch zunehmend verändert, gerade in der schnelllebigen und zunehmend digitalisierten Welt, in der wir uns heute befinden.

Mit crossmedialer Strategie alle erreichen

«Elternbildung für alle» ist die Vision, welche die Stiftung Elternsein mit ihrer crossmedialen Strategie umsetzen möchte: Sie unterstützt Eltern aller Gesellschaftsschichten in ihren alltäglichen Herausforderungen, begegnet ihnen auf Augenhöhe und vermittelt essenzielles Wissen, um in der herausfordernden Rolle als

Mutter oder Vater bestehen zu können. Geschäftsführer Tobias Winterberg: «Wir erreichen die Eltern zu der Uhrzeit und auf dem Kanal, die und der sich für sie in ihrer individuellen Situation als optimal darstellt. Hierzu publizieren wir gedruckte Magazine für Eltern von Kindergarten- und Schulkindern, für Berufseinsteigerinnen und -einsteiger, Betreiben eines der reichweitenstärksten digitalen Elternportale, begleiten 14-tägig mit kuratierten Newslettern, produzieren Lern- und Erziehungsvideos, bieten Podcasts an, veranstalten Vorträge und führen Aufklärungskampagnen durch.»

Die Stiftung Elternsein leistet damit wertvolle Pionierarbeit – und der Erfolg zeigt, wie gross die Nachfrage nach diesem hochwertigen Themen- und Serviceangebot ist. Was vor über 20 Jahren mit einem gedruckten Elternmagazin begann, ist heute ein breites Portfolio an multimedialen Angeboten, die sich stetig weiterentwickeln. Stets mit der Zielsetzung, Elternbildung allen Eltern zugänglich zu machen und somit einen essenziellen Beitrag zum Wohl der Familien zu leisten.

Das Engagement der Stiftung Elternsein in der Übersicht

Mit Ihrer Unterstützung ermöglichen Sie Müttern und Vätern einen kostenlosen Zugang zu unserem crossmedialen Angebot «Elternbildung für alle».

Print	Digital	Events
<ul style="list-style-type: none"> • Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi (10 Ausgaben/Jahr) • Fritz+Fränzi Kindergarten (4 Ausgaben/Jahr) • Fritz+Fränzi Berufswahl (1 Ausgabe/Jahr) • Fritz+Fränzi Booklet: 111 Fragen und Antworten zu Medien und Erziehung • Fritz+Fränzi Booklet: 150 Fragen und Antworten zu Erziehung, Familie und Schule 	<ul style="list-style-type: none"> • Website • Video-Erziehungstipps • Webinar • Podcasts • Newsletter • Social Media • App (in Planung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Elternveranstaltungen (Vortragszyklus Kosmos Kind) • Sensibilisierungskampagnen (z. B. Erziehungsmythen, Cybermobbing-Kampagne)
<p>Jährliche Kosten für die kostenlose Verteilung an Institutionen, Schulen, Kindergärten, Messen und Berufsinformationszentren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 590'000 Exemplare Fritz+Fränzi • 220'000 Exemplare Kindergarten • 110'000 Exemplare Berufswahl <p>Total: ca. 1,2 Mio. Franken</p>	<p>Jährliche Kosten für die kostenlose Zustellung und Distribution unserer digitalen Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Website • Social Media • Newsletter • App (in Planung) <p>Total: ca. 400'000 Franken</p> <p>Jährliche Kosten für die Sprachadaptation (in Planung)</p> <p>Total: ca. 175'000 Franken</p>	<p>Jährliche Kosten für die Produktion von Kampagnen und die Durchführung von Elternveranstaltungen</p> <p>Total: ca. 250'000 Franken</p>

Pro Jahr verschenkt die Stiftung Elternsein ca. 920'000 Exemplare von Fritz+Fränzi an Schulen und Institutionen. Das entspricht rund 67 Prozent der Gesamtauflage.



Fritz+Fränzi-Stammhefte 2022 publizierte Fritz+Fränzi diese zehn Dossiers:

- Psychische Gewalt (Heft 2/22)
- Eifersucht (Heft 3/22)
- Gutes Lernen (Heft 4/22)
- 100 Fragen – 100 Antworten zu Medienerziehung (Heft 5/22)
- Konflikte (Heft 6/22)
- Soziale Kompetenz (Heft 7+8/22)
- Eigenverantwortung (Heft 9/22)
- Elternangst (Heft 10/22)
- Grenzen setzen (Heft 11/22)
- Familienglück (Heft 12/22+01/23)

Fachkompetenz überzeugt in gedruckter Form

Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi schreibt seine Erfolgsgeschichte fort. Steigende Leserzahlen, eine grosse Themenvielfalt und viele Leserinteraktionen machen es zu einem lebendigen Medium mit viel Fachkompetenz.

Text: Nik Niethammer

Im dritten Jahr der Covid-19-Pandemie normalisierte sich die Redaktionsarbeit weitgehend – das Redaktionsteam arbeitete wieder vermehrt in Präsenz. Den Mitarbeitenden war es aber freigestellt, weiterhin mindestens einen Tag im Homeoffice zu verbringen. Viele publizistische und produktionstechnische Fragen wurden wie zu Beginn der Pandemie in Zoom- und Teams-Meetings besprochen. Das digitale Zusammenspiel funktionierte hervorragend. Alle im Hybrid-Modell (In-house/Homeoffice) produzierten Hefte erschienen in gewohnter Qualität und ohne Verspätung.

Kompetenz im Monatsinterview

Für die Rubrik «Monatsinterview» führte die Redaktion 2022 unter anderem Ge-

spräche mit dem Familiencoach Carsten Vonnoh («Wir Männer sind immer noch nicht mutig genug», Heft 2/22), der Psychologin Claudia M. Roebers («Kinder möchten mit Kindern zusammen sein, nicht mit Erwachsenen», Heft 3/22), der Mobbing-Expertin Christelle Schläpfer («Wer sich gleichwertig fühlt, braucht andere nicht fertigzumachen», Heft 6/22) und der Psychologin Franziska Bobillier («Wir sollten den Tod beim Namen nennen», Heft 11/22). Im April sprach die Redaktion ausserdem aus aktuellem Anlass mit der Psychotherapeutin Isabella Helmreich über Resilienz in Kriegs- und Krisenzeiten («Auch Eltern dürfen sagen: Das macht mir Angst», Heft 4/22).

Viertelige Serie

Im Juni-Heft – der 175. Ausgabe von Fritz+Fränzi – startete die vierteilige Serie «Eltern-Kind-Beziehungen». Die Redaktion ging der Frage nach, wie sich das Verhältnis einer Mutter zur Tochter von jenem zum Sohn unterscheidet. Und was eine gute Vater-Tochter- beziehungsweise Vater-Sohn-Beziehung ausmacht. In der Serie wurden die Besonderheiten dieser vier Konstellationen ausführlich beleuchtet. Darüber hinaus publizierte die Redaktion 2022 mehr als 100 Texte, Reportagen, Essays und Kolumnen und es wurden rund 180 Leserzuschriften veröffentlicht.

Inhaltspartnerschaften

Die vor zwei Jahren begonnene publizistische Partnerschaft mit dem Verband

Schulleiterinnen und Schulleiter Schweiz (VSLCH) wurde wie die Zusammenarbeit mit dem Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz (LCH) erfolgreich weitergeführt. Die Partnerschaften mit der Jacobs Foundation (BOLD), mit Swisscom und Betty Bossi gingen unverändert weiter. Mit dem Verein Elternnotruf wurde

2022 zudem eine neue Inhaltspartner-schaft ins Leben gerufen. In der Doppelnnummer Juli/August berichtete Sozialarbeiter und Elternnotruf-Berater Matthias Gysel aus seinem Alltag.

Steigende Leserzahlen

2022 konnte Fritz+Fränzi im sechsten

Jahr in Folge einen Leserzuwachs verbuchen. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der Leserinnen und Leser um beachtliche 20'000 und beträgt neu 233'000 (Mach-Basic 2022_2)!

Fritz+Fränzi-Booklet



Nach 2019 («150 Fragen und Antworten zu Erziehung, Familie und Schule») erschien 2022 mit «111 Fragen und Antworten zu Medien und Erziehung» ein zweites Ratgeber-Booklet der Fritz+Fränzi-Redaktion. Kolumnist und Medienjournalist Thomas Feibel bat 14 Erziehungswissenschaftler, Psychologinnen und Medien-

experten um verständliche, praxisorientierte Einschätzungen und Handlungsempfehlungen, wie ein stressfreier Umgang mit Handy, Computer und Fernsehen in der Familie gelingen kann.

Fritz+Fränzi-Berufswahlheft



Am 25. August erschien zum achten Mal in Folge das Berufswahlheft «Was will ich werden?» als Beilage der Fritz+Fränzi-Ausgabe 9/22. Auf neu 84 Seiten (8 Seiten mehr als in den Vorjahren) begleitete die Redaktion Jugendliche und Erwachsene beim anspruchsvollen Übergang von der Schule in die Arbeitswelt. Das Heft wurde erneut stark

überarbeitet und die Wahl der passenden Ausbildung nach der Sekundarschule in sieben aufeinanderfolgende Schritte aufgeschlüsselt. Dem Thema «Junge Geflüchtete in der Berufsausbildung» widmete die Redaktion ein eigenes Kapitel.

Fritz+Fränzi-Kindergartenhefte



Im Frühjahr und Herbst 2022 erschienen wiederum vier überarbeitete Hefte aus unserem Kindergartenprogramm: «Endlich Chindsgi» (1. Jahr Herbst), «Gut eingelebt» (1. Jahr Frühling), «Fast schon gross» (2. Jahr Herbst) und «Tschüss Chindsgi» (2. Jahr Frühling). Die Ratgeber-Magazine für Eltern von Kindergartenkindern wurden wie in

den Jahren zuvor in einer Auflage von jeweils 55'000 Exemplaren an rund 2'600 Kindergärten in der Deutschschweiz ausgeliefert und stiessen wiederum auf grosses Interesse. Insgesamt wurden über 3000 Hefte nachbestellt. Der Dachverband Lehrerinnen und Lehrer Schweiz (LCH) unterstützt das Kindergartenprogramm seit seiner Lancierung im Frühjahr 2016, neu in der Person von Christian Hugi, Präsident der LCH-Stufenkommission Zyklus 1 und Mitglied der Geschäftsleitung des LCH.

Vortragsreihe «Kosmos Kind»



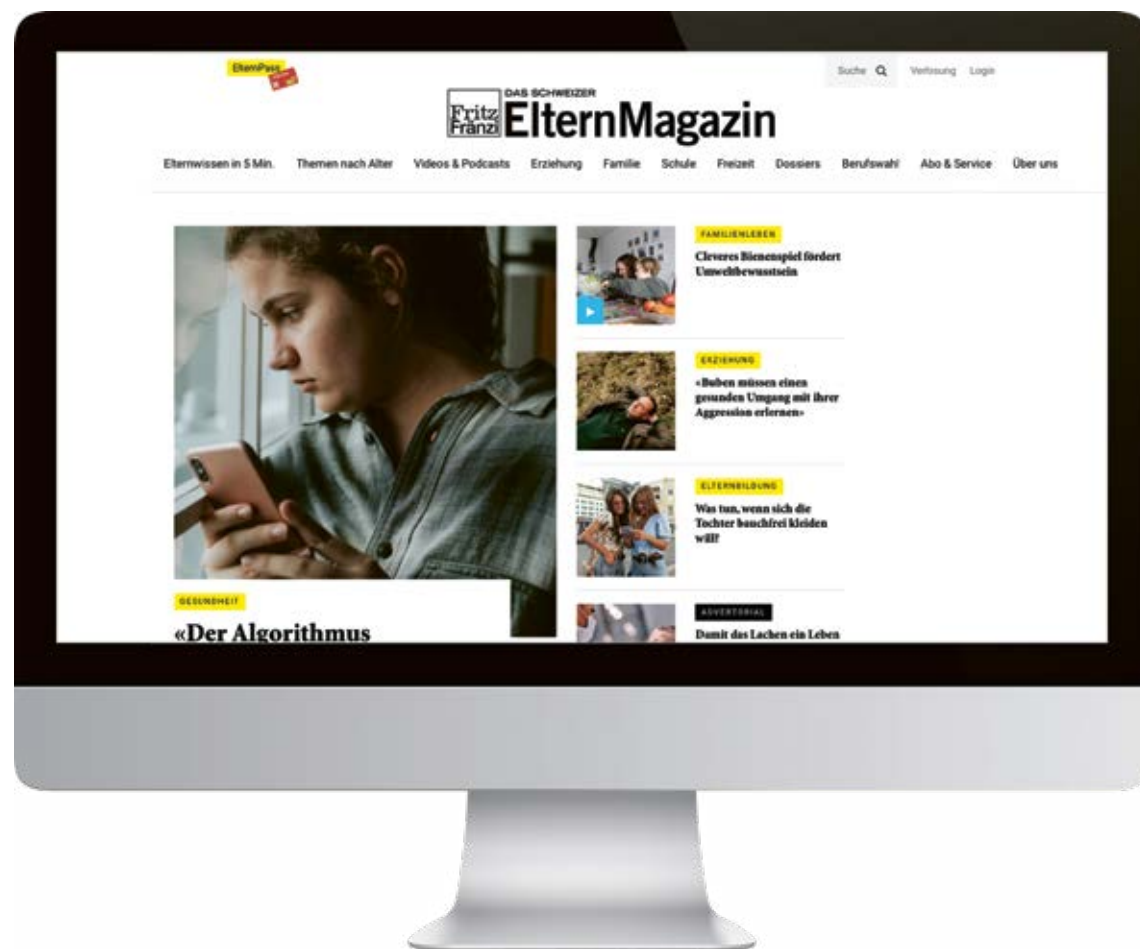
Im Rahmen der Vortragsreihe «Kosmos Kind», einer Aktion der «Akademie. Für das Kind. Giedion Risch» und der Stiftung Elternsein, fanden 2022 insgesamt 15 Vorträge zu diversen Themen der Erziehung statt. Expertinnen und Experten wie Heidi Simoni vom Marie Meierhofer Institut für das Kind, Entwicklungspsychologin Moritz Daum, Psycho-

therapeutin Simone Munsch und Erziehungswissenschaftler Roland Reichenbach vermittelten spannende Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis zu den Themen Kinder, Erziehung und Bildung. In Kooperation mit der Hamasil-Stiftung wurden 2022 insgesamt vier Veranstaltungen der «Kosmos-Kind»-Vortragsreihe im Kulturpark Zürich durchgeführt. Die Events waren mit durchschnittlich 100 Zuhörerinnen und Zuhörern gut besucht. Alle Vorträge sind als Podcast oder als Video auf der Website von Fritz+Fränzi kostenlos abrufbar.

Social Media, Newsletter, Videokampagne: digitale Offensive von Fritz+Fränzi

Hohe Klickraten, eine wachsende Community und viele innovative Ideen. Die Online-Redaktion des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi bucht für ihr grosses Engagement viele Erfolge.

Text: Lisa Groelly



In der Online-Redaktion des Schweizer ElternMagazins Fritz+Fränzi war das Jahr 2022 geprägt von Umstrukturierungen und Veränderungen – sowohl auf technischer als auch auf personeller Ebene. Die neue Website beschäftigte das Team auch in diesem Jahr intensiv. Im Zuge der Digitalstrategie wurden viele neue Projekte lanciert. Bei unserem Newsletter konnte sowohl der Adressatenstamm als auch die Öffnungs- und Klickrate erneut gesteigert werden. Ausserdem haben

wir unsere Aktivitäten in den sozialen Medien ausgebaut und die Pflege der Community intensiviert.

- **Website:** Die Auswirkungen des Relaunchs der Website fritzundfraenzi.ch mit neuem CMS und CRM im Oktober 2021 waren auch 2022 noch zu spüren. Die Online-Redaktion musste sich mit dem neuen System zurechtfinden und hat Funktionen getestet, Prozesse verbessert und neue Ideen umgesetzt. Im

Herbst wurde nach sorgfältigem Abwägen die Registrierungsbarriere, eine der Hauptneuerungen der neuen Website, testweise ausgeschaltet. Seit dem 7. November 2022 ist der Zugang zum gesamten Internetauftritt von Fritz+Fränzi auch ohne Registrierung möglich.

- **Erziehungstipp-Videos:** Im Auftrag der Stiftung Elternsein und des ElternMagazins Fritz+Fränzi wurden 2022



insgesamt 50 Videos produziert. Die einminütigen Kurzvideos beleuchten verschiedene Themen aus dem Erziehungsalltag. Die Videos sollen insbesondere Eltern ansprechen, die Fritz+Fränzi noch nicht kennen, aber froh sind um Unterstützung. Damit soll eine neue Zielgruppe angesprochen werden. Seit Mitte November 2022 wird pro Woche eines der Erziehungstipp-Videos auf blick.ch sowie auf Blick TV ausgespielt. In den ersten fünf Wochen sind dadurch bereits über 800'000 Personen mit den Videos in Kontakt gekommen. Im Jahr 2023 werden wir die Videokampagne auch auf unseren eigenen Distributionskanälen ausspielen.

- **Social Media:** Fritz+Fränzi ist zwar seit Jahren auf verschiedenen Plattformen wie Facebook, Pinterest, Instagram und Twitter präsent. Die Online-Redaktion hat die sozialen Medien bisher aber nur «nebenher» betreut. Künftig wollen wir einen stärkeren Fokus auf den Social-Media-Auftritt legen, die Kanäle bewusster wählen und den Austausch mit unserer Community verstärken. Dafür haben wir eine neue Social-Media- und Content-Produzentin angestellt (mehr dazu siehe Personelles).

- **Newsletter:** Bei unserem 14-täglich verschickten Newsletter ist die Leserschaft wiederum gewachsen. Unsere Empfängerliste umfasst inzwischen 45'000 Personen. Auch die Öffnungsrate konnte erneut verbessert werden und ist mit 49 Prozent beträchtlich. Wir versenden im Wechsel einen Heft- und einen Sondernewsletter. Im Heftnewsletter stellt Chefredaktor Nik Niethammer am Erscheinungstag unseres Magazins das aktuelle Dossier sowie die wichtigsten Themen vor. Im Sondernewsletter setzt die Online-Redaktion einen Schwerpunkt und präsentiert zu einem bestimmten Thema neue oder bereits bewährte Artikel aus dem reichen Fundus von Fritz+Fränzi.

- **Personelles:** Florina Schwander, Leiterin des Online-Teams, verliess Fritz+Fränzi Ende Juli und wechselte in das Führungsteam des Online-Familienmagazins Kleinstadt. Sie war seit 2017 Teil der Online-Redaktion des Elternmagazins, seit 2020 stand sie ihr vor. Auf sie folgte im Oktober Lisa Groelly, bis anhin stellvertretende Ressortleiterin Region bei der Basler Zeitung. Sie ist 30 Jahre alt und lebt mit ihrem Partner und dem bald dreijährigen Sohn im Baselbiet. Auch die stellver-

tretende Online-Redaktionsleiterin Hanna Lauer verliess das Team, sie wechselte im Oktober als Senior-Online-Produzentin zum Beobachter. Seit September verstärkt Silvia Ramsay, 46, das Online-Team. Sie wurde in der Funktion einer Social-Media- und Content-Produzentin eingestellt, um unseren Auftritt auf den diversen Plattformen zu verbessern.

«Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.»

Chinesisches Sprichwort

Zahlen & Fakten

Reichweite Stiftung Elternsein

Auch 2022 konnte die Gesamtreichweite dank einer differenzierten Multichannel-Strategie erhöht werden.



Wirkungskreis 2022

	Reichweite	Kommentar
Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi	491'000	MACH-Basic 2022-2
Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi Kindergartenprogramm	454'800	Umrechnung Leserfaktor
Online	1'209'212	
Newsletter	944'832	
Facebook	958'039	
Instagram	36'093	
Pinterest	2'179'571	Impressions CH/AT/DE
Filmbeiträge	793'253	Start «Elternbildung für alle»
Elternveranstaltungen	2'400	
Total geschätzte Bruttoreichweite 2022 in Personen	7'069'200	+ 5,1 % ggü. 2021

Vertrieb 2022

	Druckaufl.	Kostenfrei	
Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi	1'050'000	754'933	
Das Schweizer ElternMagazin Berufswahl	110'000	110'000	
Das Schweizer ElternMagazin Kindergarten	220'000	220'000	
Total Exemplare	1'380'000	1'084'933	78,24 %

78,24% kostenlos

Unserem Stiftungszweck entsprechend haben wir im Berichtsjahr 2022 fast $\frac{4}{5}$ der Auflage unseres Elternratgebers kostenlos über Schulen und Institutionen abgegeben. Beim Fritz+Fränzi Kindergartenprogramm betrug die Gratisleistung 100 % der Auflage. Der Anteil der kostenlosen Verteilung hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 20% erhöht, da sich viele Familien aufgrund der Teuerung kein bezahltes Abo mehr leisten konnten. Mit diesem Engagement stellen wir sicher, dass weiterhin alle Eltern einen Zugang zu Elternbildung erhalten und wir auch die Eltern unterstützen können, die sich bisher nicht aktiv mit der Entwicklung ihrer elterlichen Kompetenzen auseinandergesetzt haben.



WEMF Leserzahlen

Auch 2022 konnte das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi die Leserreichweite um 20'000 Personen steigern. Gemäss der Medienanalyse Schweiz, welche durch die unabhängige Kontrollstelle für Werbemedienforschung WEMF erhoben wird, erreichte unser Elternratgeber im Jahr 2022 rund 233'000 Leserinnen und Leser pro Ausgabe.



Vertrieb

Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi erscheint 10 Mal pro Jahr in einer beglaubigten Auflage von 102'447 Exemplaren pro Ausgabe. Dazu kommt die Sonderausgabe «Berufswahl-Spezial», die jeweils der September-Ausgabe beiliegt und in einer erhöhten Auflage zusätzlichen Empfängern wie zum Beispiel den Berufsinformationszentren BIZ und anderen Fachstellen kostenlos zur Verfügung gestellt wird.

Seit 2017 erscheint mit dem Fritz+Fränzi Kindergartenprogramm ein zusätzliches, gedrucktes Zeitschriftenprogramm. Dieses erscheint in jährlich vier Ausgaben in einer Auflage von 55'000 Exemplaren pro Ausgabe. Mit diesem zusätzlichen Angebot kommen wir einem spürbar grossen Bedürfnis nach einer frühzeitigen Unterstützung der Eltern nach.

Strategie- prozess

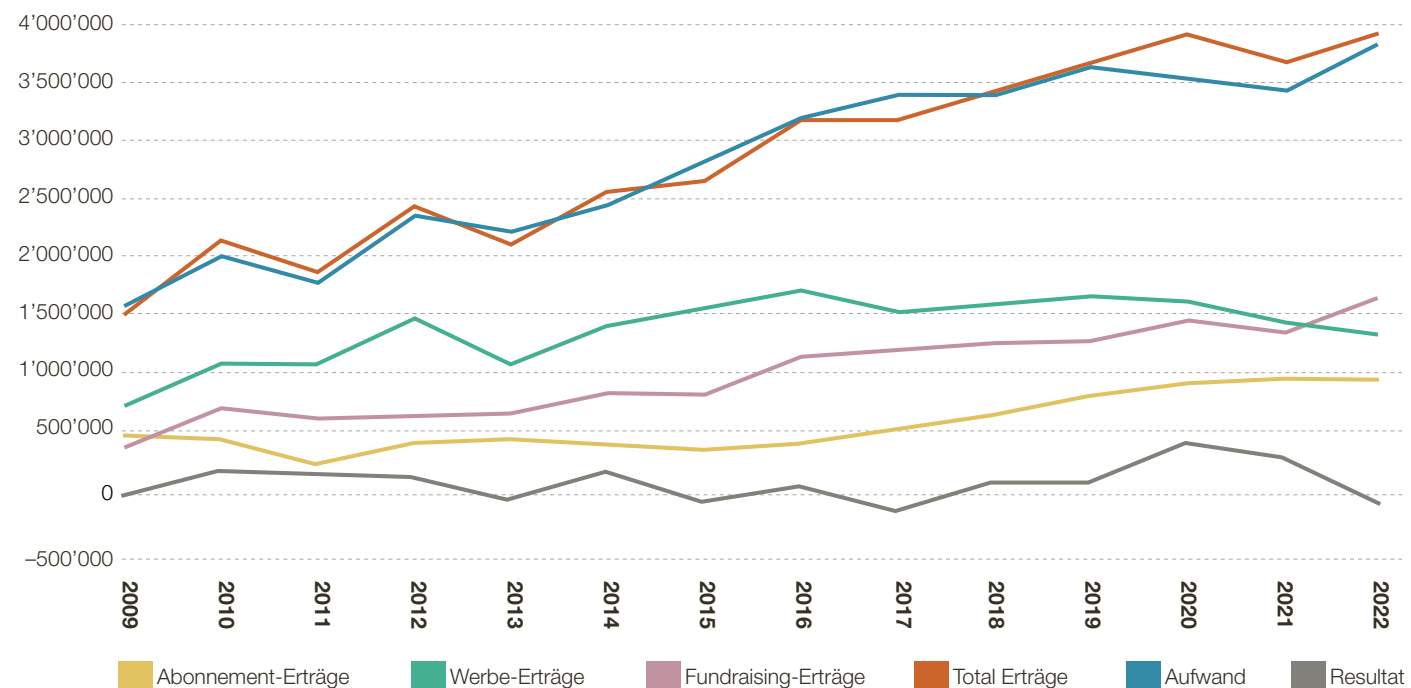


Die Stiftung Elternsein überarbeitet und erweitert ihr Elternbildungsangebot laufend. Die rasant voranschreitende Digitalisierung beeinflusst die Gewohnheiten, Medien und Informationen zu nutzen. Künftige Elterngenerationen haben zudem neue Bedürfnisse und sehen sich zusätzlich mit heute noch nicht existenten Herausforderungen konfrontiert. Das Entwickeln neuer Angebote und Formate bedeutet für die kleine Stiftung Elternsein eine riesige Herausforderung punkto Ressourcen. Mit der erfolgreichen Lancierung der Vision «Elternbildung für alle» konnte 2022 eine weitere Steigerung der Reichweite erzielt werden und gleichzeitig erweiterte Elterngruppen unterstützt werden.

Ertragsentwicklung

Steigende Lebenshaltungskosten zwingen viele Familien, die nicht unbedingt notwendigen Ausgaben zu reduzieren. Dies hat einen entsprechenden Einfluss auf die Erträge im Leser- und Werbemarkt. Dank grosszügigen Spenderinnen und Spendern konnten die entstandenen Lücken gedeckt werden.

Entwicklung Erträge / Aufwand



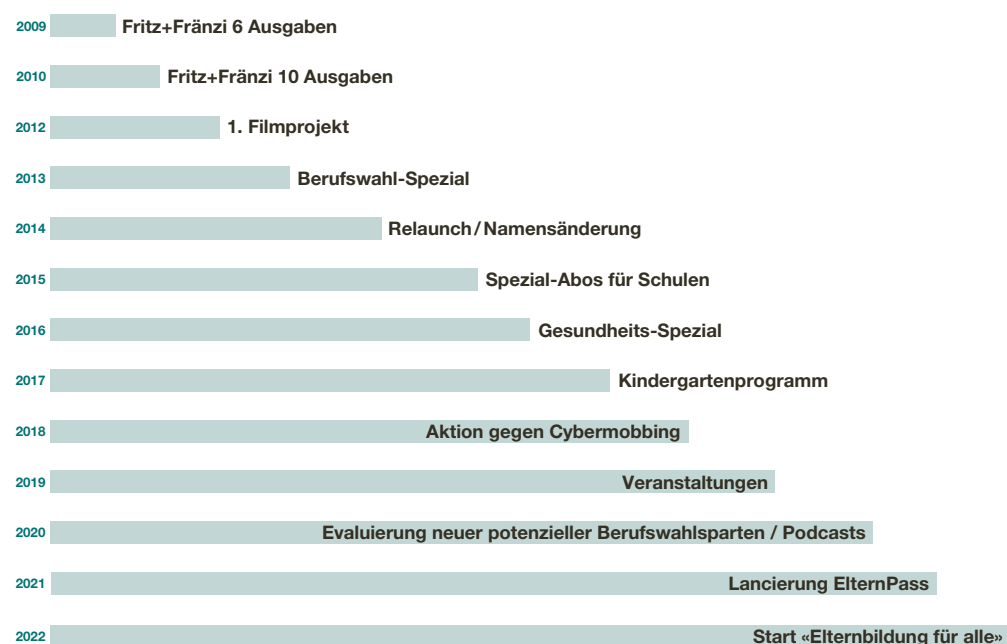
Erfolgsrechnung 2022

Als Nonprofit-Organisation liegt der Fokus unserer Arbeit auf einem möglichst grossen Wirkungskreis und nicht auf der Gewinnmaximierung. Auch im Jahr 2022 ist uns dies gelungen, wie ein Blick auf unsere vielseitigen Aktivitäten und Reichweiten zeigt. Die schnell voranschreitende Digitalisierung und die damit verbundenen Veränderungen im Mediennutzungsverhalten bedingen weiterhin umfassende finanzielle Investitionen, um dem Informationsbedürfnis der heutigen, vor allem aber auch der zukünftigen Elterngeneration gerecht zu werden und die entsprechende Wirkung nachhaltig erzielen zu können. Auch im Jahr

2022 sahen wir uns mit Lieferengpässen und steigenden Produktionskosten konfrontiert, was sich auf unsere Aufwände, aber auch auf tiefere Erträge im Werbemarkt auswirkte. Die steigenden Lebenshaltungskosten führten bei vielen Familien dazu, dass als nicht zwingend notwendig wahrgenommene Ausgaben eingespart wurden, was sich entsprechend auf unsere Aboerlöse ausgewirkt hat. Dank grosszügigen Spendenbeiträgen konnten die aus den Mindereinnahmen resultierenden Budgetlücken minimiert und ein passables Jahresergebnis erzielt werden.

Ertrag		CHF
Abonnements		925'680
Werbeertrag Print		1'178'271
Werbeertrag Online		156'314
Spenden und Förderbeiträge		1'676'566
Total Ertrag		3'936'831
Aufwand		CHF
Produktion und Vertrieb		1'029'199
Interaktive Projekte		208'055
Bildmaterial		130'735
Grafik, Layout		157'785
Korrektorat		11'410
Leserservice		52'000
Honorare an Dritte		96'302
Veranstaltungen		9'091
Kommunikation und Verkaufsförderung Lesermarkt		48'166
Auflagebeglaubigung, Mach Basic, Werbemarkt		66'623
Personal		1'810'392
Fundraising, Reisespesen, Kundenpflege		19'693
Raumaufwand		100'360
Verwaltung und Informatik		67'612
URE Geschäftsräume, Mobiliar, EDV-Support, Versicherungen, Abgaben		31'213
Abschreibungen		4'303
Finanzaufwand		784
Total Aufwand		3'843'723
Betriebliches Ergebnis		CHF
Aufwand: F&E neue Elternbildungsformate		-142'136
Ertrag: Nachzahlung Kurzarbeit		22'210
Rundungskorrektur		-4
Ergebnis 2022		-26'822

Entwicklungsschritte Stiftung Elternsein



Entwicklungsschritte

Die Stiftung Elternsein verfolgt seit über zehn Jahren eine konsequente Entwicklungsstrategie. Als neuer Entwicklungsschritt konnte 2022 das Informationsangebot um Erziehungstipps im Videoformat erweitert werden.

Wir danken Ihnen von Herzen!

Nur dank des Engagements von grosszügigen Förderern können wir unseren Stiftungszweck vollständig erfüllen. Jeder Franken wird effizient in Projekte oder Massnahmen investiert, welche die Erziehungskompetenzen bei Eltern oder Lehrpersonen stärken, um unseren Kindern mit diesem Wissen gute Perspektiven und eine glückliche Zukunft zu ermöglichen.

Text: Valentina Rota

Im Frühjahr 2022, als die Welt um uns herum ins Taumeln geriet, beschloss ich, mich beruflich zu verändern. Den Beruf der Fundraiserin wollte ich weiter ausüben. Ich verspürte aber den dringenden Wunsch, etwas Sinnstiftendes, Nachhaltiges für Eltern zu tun. Als Mutter von zwei kleinen Kindern werde ich mir der Verantwortung, die das Elternsein mit sich bringt, jeden Tag aufs Neue bewusst. Glück und Freude mit meinen Lieben überwiegen. Und doch ist sie da, die ständige Sorge, nicht zu genügen. An den eigenen Erwartungen ans Elternsein zu zerbrechen. Es ist die Angst, meinen Kindern nicht gerecht zu werden.

Eltern wünschen sich starke Kinder. Sie sehnen sich nach Informationen, wie sie ihre Tochter, ihren Sohn dabei unterstützen können, körperlich und mental stark zu sein.

Auch ein Kind wünscht sich starke Eltern. Ganz besonders in unsicheren Zeiten. Eltern, die für ihr Kind da sind, es bedingungslos lieben, ihm Sozialkompetenz und Lebensfreude vermitteln.

Mit der Arbeit als Fundraiserin für die gemeinnützige Stiftung Elternsein will ich einen Beitrag dazu leisten, Eltern und Kinder zu stärken. Mit unserer crossmedialen Strategie «Elternbildung für alle» möchten wir die Kompetenzen von Müttern und Vätern schulpflichtiger Kinder fördern.

Wir tun dies seit 22 Jahren auf unterschiedliche Weise: mit unseren Stamm- und Kindergartenheften, mit Videos und Podcasts, via Website und Newsletter, mit Sensibilisierungskampagnen und Vorträgen. Mit Ihrer Unterstützung helfen Sie uns, möglichst viele Eltern zu erreichen und zu begleiten. In schönen wie in anspruchsvollen Zeiten mit ihrem Kind.

Wir danken all unseren Förderern von ganzem Herzen, dass sie im Jahr 2022 in unsere Vision investiert und uns so grosszügig unterstützt haben. Denn nur so können wir beispielsweise in nachfolgenden Bereichen im Sinne des Stiftungszwecks aktiv und erfolgreich sein:

Kostenlose Distribution Stammhefte:

Verteilung von jährlich 590'000 Exemplaren an rund 1300 Schulen in der Deutschschweiz (Gesamtauflage: rund 1 Million Exemplare).

Kostenlose Distribution KIGA-Ausgaben:

Verteilung von jährlich 220'000 Exemplaren der Fritz+Fränzi Kindergartenhefte an rund 2600 Kindergärten in der Deutschschweiz.

Kostenlose Distribution Sonderhefte:

Verteilung von jährlich 110'000 Exemplaren «Berufswahl» z.B. an Fachmessen, Berufsbildungszentren usw.

Kostenlose Verbreitung digitale Inhalte:

Verbreitung von Artikeln oder Themen-Dossiers auf Kanälen wie Website, Newsletter, sozialen Netzwerken.

Der steigende Mittelbedarf ist signifikant und muss daher durch Fördergelder gedeckt werden. Wir sind auf treue und grosszügige Sponsoren, Mäzene und Dossierpartner angewiesen.

Ein besonderer Dank gebührt auch unseren Anzeigenkunden, welche uns im Jahr 2022 begleitet und unterstützt haben.

Sie alle, liebe Förderer, helfen uns dabei, unser Ziel zu erreichen: so viele Eltern wie möglich zu begleiten und zu stärken.

Vielen Dank an alle Sponsoren, Partner und Mäzene der Stiftung Elternsein:

Enabling Partner

Dr. iur. Ellen Ringier

WALTER HAEFNER STIFTUNG
Walter Haefner Stiftung

manawa
FOUNDATION

Manawa Foundation

Stiftungspartner



Happel Foundation

KUMA Foundation

KUMA Foundation

ROSMARIE METTLER-STIFTUNG

Rosmarie Mettler-Stiftung

Hauptsponsor



UBS Switzerland AG

Projektpartner

Josef Müller Stiftung Muri

Georg und Bertha
Schwyzer-Winiker-
Stiftung

Else v. Sick Stiftung

Hirschmann-Stiftung

Jacobs Foundation

Pro Familia Schweiz

Projektsponsor

Credit Suisse (Schweiz) AG

Dossierpartner

Werner Dessauer Stiftung

Dr. Mirjam Staub-Bisang
und Martin Bisang

Hans Imholz-Stiftung

Paradies-Stiftung für
soziale Innovation

MBF Foundation

Max Kohler Stiftung

Paul Schiller Stiftung

Rahn-Stiftung

... und alle unsere anonymen Förderer.

Engagierte Menschen stehen hinter der Stiftung

Der Erfolg der Stiftung Elternsein wird von grossartigen Persönlichkeiten bewirkt, die mit ihrer Erfahrung und Fachkompetenz zur ständigen Optimierung unserer Produkte beitragen. Ihnen allen danken wir für das beispiellose Engagement.

Stiftungsrat



Dr. Ellen Ringier
Präsidentin



Ernesto Ferro
Vizepräsident,
Rechtsanwalt (Aktuarat)



Eva-Maria Bucher-Haefner
Stiftungsrätin, Präsidentin
der Walter Haefner Stiftung



Dr. Eveline von Arx
Stiftungsrätin,
Erziehungswissenschaftlerin
und Psychologin



Thomas Schlickerieder
Stiftungsrat,
Ehemaliger Geschäftsführer
Stiftung Elternsein

Beirat



Prof. Dr. Dominique von Matt
Verwaltungsratspräsident
der Jung von Matt LIMMAT AG,
Verwaltungsrat der
NZZ-Gruppe



Urs Schneider
Verwaltungsratspräsident
der Mediaschneider AG



Beat W. Zemp
Ehemaliger Präsident des
LCH, Dachverband Lehrerinnen
und Lehrer Schweiz

Stiftung Elternsein



Tobias Winterberg
Geschäftsführer Stiftung



Éva Berger
Stiftungssekretärin



Valentina Rota
Head of Fundraising

Verlag



Oliver Wirtz
Verlagsleiter Fritz+Fränzi



Valérie Schwery
Verlagsadministration



Renata Canclini
Sales-Managerin



Jacqueline Zygmunt
Sales-Managerin

Redaktion



Nik Niethammer
Chefredaktor



Evelin Hartmann
Stv. Chefredaktorin



Andreas Zollinger
Leiter Produktion



Virginia Nolan
Redaktorin



Lisa Groelly
Leiterin Online-Redaktion



Maria Ryser
Stv. Leiterin Online-Redaktion



Irena Ristic
Online-Redaktorin



Cathrin Brodersen
Social-Media-Managerin

Wir wollen die Kompetenzen aller Eltern stärken und ihnen Zugang zu Elternbildung ermöglichen

Das digitale Zeitalter prägt mit hohem Tempo die Gesellschaft und fordert die Menschen. Intensive gesellschaftliche Veränderungen prägen speziell die Eltern-Kind-Beziehung. Mit erhöhten Anforderungen steigt auch die Zahl der überforderten Eltern dramatisch an. Damit Erziehung trotzdem gelingt, ist die gezielte Unterstützung der Erziehenden unumgänglich.

Die Folgen mangelnder Elternkompetenz sind tragisch und folgenschwer: Kinder, Jugendliche, Mütter und Väter leiden – Eltern trennen sich, Kinder sind traumatisiert, Jugendliche flüchten sich in Parallelwelten und riskieren den wichtigen Sprung ins Erwerbsleben zu verpassen. Die negativen sozialen und finanziellen Auswirkungen sind riesig, sowohl für die Betroffenen als auch für die Gesellschaft.

Expertinnen und Experten haben unterschiedliche Meinungen zu vielen Fragen rund um Erziehung und Schule, aber in einem Punkt sind sie sich einig: Es wird für Eltern immer komplexer. Die heutigen Familienmodelle verlangen den Eltern viel ab, wenn es um Organisation, Planung und Ressourcen geht. Zusätzlich stellt die gesellschaftliche Entwicklung die Eltern von heute immer wieder vor neue Herausforderungen. Gesunder Menschenverstand allein reicht oft nicht mehr aus. Deshalb wird die aktive Auseinandersetzung mit Elternbildung immer wichtiger, ja gar Voraussetzung für das Bestehen in den vielseitigen Herausforderungen. Aus diesem Grund arbeitet die Stiftung Elternsein daran, dass Elternbildung als etwas Selbstverständliches betrachtet wird und Eltern ihre Kompetenzen in Fragen der Elternschaft bewusst und kontinuierlich erweitern.

Familiäre Herausforderungen betreffen jede Familie und Elternbildung ist entsprechend für alle Gesellschaftsschichten elementar. Mit unserer Vision «Elternbildung für alle» möchten wir allen Eltern, unabhängig von finanziellen Verhältnissen und Bildungsstand, den Zugang zu Elternbildung ermöglichen.

Hierzu wird die Stiftung Elternsein auch in den kommenden Jahren das Unterstützungsangebot ausbauen, die bestehenden Angebote überprüfen und wo nötig anpassen – damit die angestrebte Vision Wirklichkeit wird und wir allen Eltern den Zugang zu Elternbildung ermöglichen können. Ein grosses Vorhaben. Aber eines von grosser gesellschaftlicher und volkswirtschaftlicher Bedeutung.

Werden Sie Teil dieser grossartigen Vision!



Impressum

Herausgeberin

Stiftung Elternsein,
Dufourstrasse 47, 8008 Zürich

Verlag

Fritz+Fränzi,
Dufourstrasse 47, 8008 Zürich

Inhalt

Dr. Ellen Ringier,
Thomas Schlickerrieder,
Tobias Winterberg,
Nik Niethammer,
Lisa Groelly,
Valentina Rota

Konzept, Redaktion

Stiftung Elternsein,
Zeno van Essel

Produktion

Partner & Partner AG

Bildredaktion

13 Photo AG

Korrektorat, Druck

Brunner Medien AG

Fotocredits

Anne Gabriel-Jürgens/13Photo (Cover)
Joël Hunn (Seite 3)
Anne Gabriel-Jürgens/13Photo (Seite 7)
Joël Hunn (Seite 8)
Joël Hunn (Seite 13)
Fabian Hugo/13Photo (Seite 22)
Herbert Zimmermann/13Photo (Seite 23)

«Erziehung ist nicht das Anfüllen eines Eimers, sondern das Entfachen eines Feuers.»

William Butler Yeats

1865–1939, irischer Dramatiker, Lyriker, Essayist und Autobiograf
Nobelpreisträger für Literatur 1923

Vielen Dank für Ihre Spende
IBAN CH96 0900 0000 8850 8005 9

