

# «Man muss dranbleiben, um etwas zu bewegen.»

Claudia Adrario de Roche über ihr soziokulturelles Engagement, das sie auch als Privileg sieht, sowie Erfolge und Stolpersteine beim Lobbyieren für ihre Projekte

Interview: Christa Boesinger

Eine warme Mahlzeit ist nicht für alle Menschen eine Selbstverständlichkeit. Soup&Chill bietet seinen Gästen in Basel kostenlos Suppe, Getränke und ein schützendes Dach über dem Kopf. Claudia Adrario de Roche gründete 2006 zusammen mit der Gassenarbeiterin Catherine Darge und der langjährigen Mitarbeiterin der Bahnhofshilfe Irène Lengacher die Wärmestube für Menschen, die kein eigenes Wohnzimmer haben, und ist seit 2009 Präsidentin des gleichnamigen Vereins.

**SozialAktuell:** Wie kamen Sie zu Ihrem Engagement im sozialen Bereich? Was ist Ihr Antrieb?

**Claudia Adrario de Roche:** Der erste Faktor ist meine Biografie. Mein Vater starb, als ich selbst vier Jahre alt war. Meine Mutter hat mich und meine Schwester manchmal wirklich am Rand des Abgrunds grossgezogen; sie hat unglaublich viel gearbeitet und uns trotz finanzieller Not an Kunst und Musik herangeführt. Ich schloss ein Uni- und ein Gesangsstudium ab und kam dadurch in meine heutige privilegierte Situation. Zweiter Grund ist meine grosse Dankbarkeit, dass meine beiden Söhne Glück gehabt haben und zu sensiblen, denkenden jungen Menschen mit guten Berufen herangewachsen sind.

Ein weiterer Faktor ist die soziale Lage in Basel, der Schweiz und Mitteleuropa: Das Jammern über Krisen erfolgt auf hohem Niveau. Es geht sehr vielen Leuten sehr gut. Viel zu vielen aber geht es viel schlechter, als es de facto sein müsste, weil die Administration zu langsam und unflexibel ist. Diese Kruste aufzubrechen, ist eine Herausforderung, die mich interessiert. Ohne langfristiges Engagement geht nichts, man muss dranbleiben, um etwas zu bewegen. Es ist ein riesiges Geschenk für mich, dass ich das tun kann und mein Mann mich vollumfänglich darin unterstützt.

**Gab es einen konkreten Auslöser für Ihr Engagement?**

Der Auslöser für mein soziokulturelles Engagement in dieser Form war sicher meine Begegnung mit dem Projekt «Nativitas» in Brüssel, für das ich sechs Jahre lang gesungen habe: Wir Künstler am oberen Rand der Gesellschaft verzichteten auf einen Teil unserer Gage und unterstützten damit die Gassenarbeit – also die Menschen am unteren Rand.

1999 bis 2002 war ich im Vorstand des Schwarzen Peters Basel. Was man mir nicht zutrauen würde, ist meine Geduld, wenn ich etwas lernen will. Ich habe lange Zeit einfach zugeschaut – wer, mit wem, was wie – und habe es verinnerlicht. Als ich 2002 Präsidentin wurde, ging ich dann einfach direkt auf die Leute zu.

**Wie unterstützt Sie Ihr beruflicher respektive privater Werdegang bei der Zielerreichung?**

Ich denke, ich war immer sehr wach, kritisch, zielgerichtet und belastungsfähig. Durch meine Tätigkeit als Sängerin, durch meine Arbeit auf der Bühne und als studierte Archäologin in verschiedenen Museen trainierte ich die Vermittlung verschiedenster Inhalte an ZuhörerInnen aller Schichten. Das Ziel bleibt dabei immer dasselbe: Die Botschaft so zu transportieren, dass die Zuhörer wach und neugierig bleiben. Hat man diese Grundvoraussetzung geschaffen, kann man inhaltlich nachlegen und aufbauen.

**Welche Eigenschaften benötigt man, um erfolgreich für soziale Projekte und Angebote zu werben, die notwendigen Mittel zu generieren und dabei die Interessen der Betroffenen zu wahren?**

Kreativ-subversive Intelligenz im Erfassen der sich jeweils schnell ändernden Lage und Leidenschaft. Nur wenn ich selbst zu 100 Prozent von etwas überzeugt bin, kann ich auch mein Gegenüber überzeugen. Geldgeber, die ein Projekt unterstützen, das sie nur vom Hörensagen kennen, sind längerfristig keine gute Lösung: Der Brückenbau, das gegenseitige Kennenlernen des oberen und unteren Rands ist für mich das Patentrezept. Bestes Beispiel: Wir bauten vergangenen Sommer einen Raum für Soup&Chill um, neben- und miteinander schwitzten und arbeiteten Profibauleute, Mitglieder von Kiwanis und Rotary- und Lions Clubs sowie unsere Gäste – die Randständigen. Da entstanden Bekanntschaften und gegenseitiger Respekt. Daraus resultiert finanzielle Hilfe aus Überzeugung.

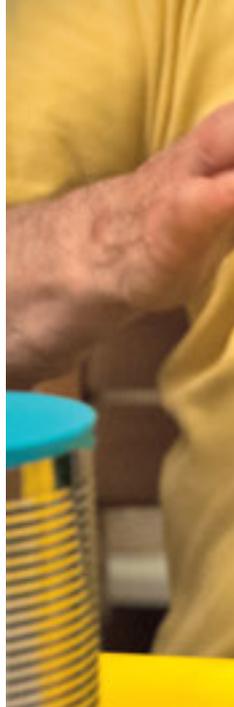
Die Interessen der Betroffenen zu wahren, ist ein schwieriges Thema. Es ist eine Gratwanderung zwischen Schutz und Verstecken. Das Wichtigste ist, den Betroffenen zu vermitteln, dass sie gar keinen Schutz brauchen im Sinne von Sich-verstecken-Müssen oder Versteckt-Werden. Wenn sie selbst merken, dass sie etwas zu bieten haben, dass sie ihren Beitrag leisten können, dann geht das Bedürfnis,

## Zur Person

### Claudia Adrario de Roche

Die Tochter eines italienischen Vaters und einer österreichischen Mutter studierte Gesang und Urgeschichte. Zeit ihres Lebens übt sie beide Berufe auf der Bühne bzw. im Museum mit derselben Leidenschaft aus.

Die Einsicht, dass man als Künstlerin auch eine soziale Verpflichtung hat, führte sodann zur intensiven Beschäftigung mit den Texten und Liedern von Mercedes Sosa, Federico Garcia Lorca und Bertolt Brecht. «Denen, die keine Stimme haben, die eigene leihen» wurde zu ihrem grössten Anliegen.





Die GEBEWO bietet im Rahmen der Kooperation mit der Alice-Salomon-Hochschule Berlin und der Obdachlosen-Uni Berlin Projektstage wie «Musikinstrumentebau» an.

sich wegzuducken, ganz von allein weg. Das ist auch der Grund, warum wir unsere Gäste in alle Arbeiten miteinbeziehen – vom Gemüserüsten übers Kochen bis zum Saubermachen.

#### Wie gross ist der zeitliche Umfang Ihres Engagements?

Ich habe als Sängerin und Wissenschaftlerin zwei Berufe gelernt, in denen man nie «von ... bis ...» arbeitet, sondern so lange, bis das Ziel erreicht ist. Ich schaue nicht auf die Uhr, das ist ein grosser Vorteil.

#### Können Sie uns einige Beispiele Ihres konkreten Wirkens nennen?

- a) Präsidium des Vereins «Soup&Chill – die Wärmestube für Menschen, die kein eigenes Wohnzimmer haben». Politische Arbeit und Fundraising, Planung von Veranstaltungen und Aktionen, die Aufmerksamkeit seitens der Stadt/der BürgerInnen anziehen und Geld einspielen (Sommerprogramm, Veranstaltungen SOUP KULTUR)
- b) Künstlerische Leitung des sozialen Kulturprojekts «3/ KLANG». Künstlervermittlung und Organisation von Anlässen.
- c) nach dem Motto «Das eine tun und das andere nicht lassen» Engagement im Vorstand von «Jumpstart Switzerland», ein Mikro-Kredit-Projekt für Frauen in Nord Zambia.

#### Welchen Widerständen begegnen Sie bei Ihrer Lobbyarbeit und im Fundraising?

Die Widerstände werden immer weniger. Die Projekte sind inzwischen ziemlich bekannt, nicht nur aus der Presse, sondern weil durch die vielen brückenbauenden Veranstaltungen die Sponsoren mit eigenen Augen gesehen haben, wie wir arbeiten und vor allem wie wir unsere Gäste behandeln und wie sich diese entwickeln.

#### Inwiefern unterscheidet sich Ihr Zugang zur Lobbyarbeit zu dem anderer Organisationen? Wo sehen Sie Parallelen?

Durch persönliche Begegnungen sind die Leute leichter zu überzeugen, ein Faktor ist auch, dass wir sehr wenig Geld für die Administration brauchen. Wir betteln nicht nur, wir haben auch etwas anzubieten – in Form von Veranstaltungen. Wir stellen die Würde unserer Gäste ganz oben an. Wir müssen ihnen nicht helfen, ihr Leben irgend-

wie im Grau durchzuziehen; wir wollen ihr Selbstbewusstsein stärken, damit sie sich aufrichten und sich selbst wieder mehr achten. Wir können zwar von keinerlei spendenförderndem Jöh-Effekt profitieren, das Engagement und die Arbeit für Randständige sind schwer zu vermitteln; wir müssen es trotzdem schaffen, zu überzeugen, dass auch Menschen am Rand der Gesellschaft ihren Wert und Recht auf einen Platz haben.

#### Welches war Ihre grösste Niederlage respektive Enttäuschung?

«Für ein paar Nasen nimmt der Kanton kein Geld in die Hand.» Dieser Satz aus dem Mund eines Mitarbeiters des Kantons war für mich absoluter Tiefpunkt und gleichzeitig wichtigster Anstoss. Mit den paar Nasen waren die Randständigen am Bahnhof SBB gemeint, für die wir in jahrelangen Verhandlungen versucht hatten, einen Aufenthaltsort für die Abendstunden zu finden. Ich war so wütend, dass ich mit zwei Mitstreiterinnen beschloss: Jetzt tun wirs einfach. Wir haben eine Abbruchliegenschaft der SBB gemietet und angefangen.

#### Welches war Ihr grösster Erfolg?

Wenn die Wärmestube voller Menschen ist, die nicht nur satt geworden sind, sondern sich entspannt zurücklehnen wie in ihrem Wohnzimmer und sich erholen vom stressigen Leben auf der Gasse; wenn in unserem Rapportbuch steht «ein lustiger, friedlicher Abend, 90 Gäste». C'est ça!

#### Was ist Ihr persönliches Erfolgsrezept? Was braucht es Ihrer Meinung nach, um langfristigen Erfolg zu haben?

Genau hinschauen, nachdenken, entscheiden – vielleicht manchmal unorthodox – und sich nicht darum scheren, was geht und was nicht, einen Weg suchen und diesen Weg mit langem Atem gehen. Ganz wichtig sind gute, kluge und kritische MitdenkerInnen, BeraterInnen und UnterstützerInnen. Und natürlich Mitarbeitende an der Front, die engagiert, kreativ und arbeitslustig sind.

#### Welche Ratschläge würden Sie Ihrer Nachfolgerin respektive Ihrem Nachfolger mit auf den Weg geben?

Schau genau hin, was die derzeitigen Bedürfnisse der Leute auf der Gasse sind. Gestern ist vorbei, das Heute wird morgen gestern sein. Tu das, was jetzt nötig ist. Höre nicht auf Leute, die dich bremsen, schreib keine dicken Konzepte und Evaluationen – Papierpakete ersticken die Aktivität. Vertrödle die Zeit nicht mit Sitzungen. Tu das, was die Leute auf der Gasse brauchen. Hab keine Angst, sei nicht vorsichtig. Mach vielleicht alles anders, als ich es gemacht habe, aber mach es so, dass es unseren Gästen dabei gut geht. Und, ganz wichtig: Verliere weder die Freude noch die Leidenschaft. Wenns dir stinkt und du anfängst, Stunden zu zählen – dann hör sofort auf!

Gerade sogenannte Randständige sind in der politischen Diskussion oft Stigmatisierung ausgesetzt. Gleichzeitig hat auch Lobbying keinen sonderlich guten Ruf. Wie gehen Sie mit dieser «zweifachen» Stigmatisierung um?

Indem ich sie so gut wie möglich in ein positives Gefühl umzuwandeln versuche, Thema «Brückenbau». Wenn ein Bankdirektor den randständigen F. beim Graben im Garten kennenlernt und neben ihm schwitzt, dann ist er hinterher nicht mehr der «dauernd faul herumlungende Randständige XY», sondern F., mein Kumpel, der neben mir ge-

schwitzt hat. Erklären allein nützt nie so viel wie das Zusammenführen, die direkte Begegnung. Wenn der Bankdirektor merkt, dass unter seinen «Garten-Kollegen» solche darunter sind, die einmal Firma, Familie und Haus hatten, und deren Lebensgeschichte plötzlich gekippt ist, dann kann Veränderung im Denken entstehen.

#### Wo liegen die Grenzen des Lobbyings?

Die Frage müsste anders lauten: Wie weit darf die öffentliche Hand von Institutionen wie der unseren profitieren, ohne sich angemessen finanziell zu engagieren? Lobbying-

Arbeit und erfolgreiches Fundraising werden da schon fast pervertiert.

Das Soup&Chill hat vor Kurzem über ein Budgetpostulat im Basler Parlament eine Subventionserhöhung erhalten. Was war in Ihren Augen wichtig, um dieses Geschäft durch das Parlament zu bringen?

Vorweg: Diese Formulierung ist ein klassisches Beispiel der so häufig vorkommenden unvollständigen oder ungenauen Wahrnehmung von derlei «Erfolgen» in der Öffentlichkeit: Wir hatten per Budgetpostulat zusätzliches Geld beantragt,

### Weblinks zum Schwerpunktthema «Vermarktung der Sozialen Arbeit»

[www.sozialinfo.ch/sozialaktuell](http://www.sozialinfo.ch/sozialaktuell)

#### Sozialmarketing

Christa, Harald: **Grundwissen Sozio-Marketing.**

Konzeptionelle und strategische Grundlagen für soziale Organisationen. Lehrbuch.

Springer VS, 2010; ISBN 978-3-531-17010-7  
[www.springer.com](http://www.springer.com)

Ruckh, Mario Felix; Noll, Christian; Bornholdt, Martin (Hrsg.): **Sozialmarketing als Stakeholder-Management.**

Haupt Verlag, 2007; ISBN 978-3-258-07129-9  
[www.haupt.ch](http://www.haupt.ch)

Puhl, Ria: **Klappern gehört zum Handwerk.**

Funktion und Perspektive von Öffentlichkeitsarbeit in der Sozialen Arbeit.

Juventa Verlag, 2003; ISBN 3-7799-1660-6  
[www.beltz.de](http://www.beltz.de)

Fischer, Walter: **Tue Gutes und rede darüber.**

Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit für Non-Profit-Organisationen.

Orell Füssli Verlag AG, 2002; ISBN 3-280-02686-5  
[www.books.ch](http://www.books.ch)

#### Politische Arbeit, Lobbying

Dietz, Alexander; Gillich, Stefan (Hrsg.): **Barmherzigkeit drängt auf Gerechtigkeit:** Anwalt-

schaft, Parteilichkeit und Lobbyarbeit als Herausforderung für Soziale Arbeit und Verbände.

Evangelische Verlagsanstalt, 2013;  
ISBN 978-3374033379

[www.eva-leipzig.de](http://www.eva-leipzig.de)

Othmar Baeriswyl (Hrsg.): **Lobbying in der**

**Schweiz.** Partikularinteressen unter der Bundeskuppel.

Verlag mediata sa, 2005, ISBN 978-2-8399-0107-9  
[www.public-affairs.ch](http://www.public-affairs.ch)

#### Fundraising

**Swissfundraising** – Der Berufsverband der FundraiserInnen

[www.swissfundraising.org](http://www.swissfundraising.org)

Urselmann, Michael: **Fundraising.** Professionelle Mittelbeschaffung für steuerbegünstigte Organisationen.

Haupt Verlag, 2013; ISBN 978-3-258-07670-6  
[www.haupt.ch](http://www.haupt.ch)

Buss, Peter: **Fundraising.** Grundlagen, System und strategische Planung.

Haupt Verlag, 2012; ISBN 978-3-258-07621-8  
[www.haupt.ch](http://www.haupt.ch)

Haibach, Marita: **Handbuch Fundraising –**

Spenden, Sponsoring, Stiftungen in der Praxis

Verlag Campus, 2012; ISBN 978-3-593-39792-4

[www.campus.de](http://www.campus.de)

Crole, Barbara: **Profi-Handbuch Fundraising –**

Spenden erfolgreich akquirieren, für soziale und

kulturelle Projekte

Walhalla Fachverlag, 2011; ISBN 978-3-8029-7420-5

[www.walhalla.de](http://www.walhalla.de)

Deutscher Fundraising Verband:

**Online-Fundraising-Studie 2013**

[www.fundraisingverband.de](http://www.fundraisingverband.de)

Diverse (Hrsg.): **Fundraising.** Handbuch für Grund-

lagen, Strategien und Instrumente

Springer Gabler, 2001; ISBN 978-3-322-99807-1

[www.springer.com](http://www.springer.com)

**Fundraiser-Magazin.** Das Branchenmagazin für

Sozialmarketing, Spenden und Stiftungen

[www.fundraiser-magazin.de](http://www.fundraiser-magazin.de)

**Beispiel von Sozialsponsoring:**

Verein Sozial Sponsoring Wuppertal e.V.

[www.sozialsponsor.org](http://www.sozialsponsor.org)

#### Crowdfunding

**Wemakeit** – Crowdfunding-Plattform für Kunst-,

Musik-, Film-, Design- und andere kreative Projekte

[www.wemakeit.ch](http://www.wemakeit.ch)

**100-Days.net** – Crowdfunding-Service

[www.100-days.net](http://www.100-days.net)

Beobachter: **Crowdfunding – Da kommt eine**

**ganze Menge zusammen**

[www.beobachter.ch](http://www.beobachter.ch)

#### Weiterbildung/Ausbildung:

**VMI** – Verbandsmanagement Institut, Freiburg

[www.vmi.ch](http://www.vmi.ch)

**SPRI** – Schweizerisches Public Relations Institut

[www.spri.ch](http://www.spri.ch)

#### Social Web/Öffentlichkeitsarbeit

Schindler, Marie-Christine; Liller, Tapio:

**PR im Social Web.** Das Handbuch für

Kommunikationsprofis.

O'Reilly, 2011; ISBN 978-3-89721-563-4

[www.oreilly.de](http://www.oreilly.de)

Geschäftsstelle sozialinfo.ch (Hrsg.): **Soziale**

**Arbeit und Social Media.** Leitfaden für Institutionen

und Professionelle der Sozialen Arbeit. (2013)

[www.sozialinfo.ch](http://www.sozialinfo.ch)

Schürmann, Ewald: **Öffentlichkeitsarbeit für soziale Organisationen.** Praxishandbuch für Strategien und Aktionen.

Juventa Verlag, 2004, ISBN 3-7799-2054-9

[www.beltz.de](http://www.beltz.de)

Blog **«Soziale Arbeit – Zukunftswerkstatt»;**

Forum für Studies, Profs, Praktiker und alle anderen

[www.zukunftswerkstatt-soziale-arbeit.de/](http://www.zukunftswerkstatt-soziale-arbeit.de/)

#### Kulturelle Teilhabe/Partizipation

**kultur-vermittlung.ch** – Verein Kulturvermittlung

Schweiz

[www.kultur-vermittlung.ch](http://www.kultur-vermittlung.ch)

Abegglen, Anita; Haehlen, Anouk: **Vermittlung**

**von Kunst und Kultur erleben.** Eine Gegenüber-

stellung zweier kontrastierender Vermittlungsange-

bote für Kinder in der Stadt Bern (BA-Arbeit, 2011)

[www.ilu.zhbluzern.ch](http://www.ilu.zhbluzern.ch)

Furrer, Judith et al.: **«Soziokulturelles Kunst-**

**projekt» – Ein Fall für zwei?** Über eine Zusam-

menarbeit von Bildender Kunst und Soziokultureller

Animation (BA, HSALU, 2009)

[www.ilu.zhbluzern.ch](http://www.ilu.zhbluzern.ch)

Märki, Daniela: **Grenzbereiche zwischen Kunst**

**und sozialem Kontext:** die Soziokulturelle Ani-

mation an der Schnittstelle von Produktion und

Publikum (DA, HSLU, 2005)

[www.ilu.zhbluzern.ch](http://www.ilu.zhbluzern.ch)

**SPACEWALK** – internationales Netzwerk von

Künstlern, Pädagogen und Wissenschaftlern.

[www.space-walk.com](http://www.space-walk.com)

Lewitzky, Uwe: **Kunst für alle?** Kunst im öffent-

lichen Raum zwischen Partizipation, Intervention

und Neuer Urbanität.

Transcript Verlag, 2005; ISBN 3-89942-285-6

[www.transcript-verlag.de](http://www.transcript-verlag.de)

DZI: **Kulturarbeit.** Soziale Arbeit. Zeitschrift für

soziale und sozialverwandte Gebiete. Nr. 9/10, 2013

[www.dzi.de](http://www.dzi.de)



Diese Seite mit aktiven Links finden

Sie unter [www.sozialinfo.ch/sozialaktuell](http://www.sozialinfo.ch/sozialaktuell)

Zusammenstellung durch:  
Geschäftsstelle sozialinfo.ch



Das vielfältige kreative Angebot des Brückeladens findet in offenen Ateliers, Kleingruppen oder Einzelangeboten statt.

um die trotz enormer eigener Geldgenerierung angewachsenen roten Zahlen in eine schwarze Null verwandeln zu können. Der Grosse Rat hat diesem Wunsch entsprochen, und uns einmalig 70 000.– Franken genehmigt, obwohl sich der Gesamtregierungsrat dagegen gewehrt hatte. Der von uns erbetenen Subventionserhöhung für die kommenden vier Jahre auf ein lebbares Niveau (ein Drittel der Betriebskosten) wurde nicht entsprochen. Derzeit beträgt die Höhe der kantonalen Subvention ein Zehntel des Saisonbudgets; nach der mehr als halbherzigen Erhöhung werden es 15 Prozent sein – also weit unterhalb dessen, was wir als lebbar definiert hatten, nämlich dass ein Drittel der Saisonkosten vom Kanton bezahlt werden sollen.

**Was wünschen Sie sich für die Zukunft im Bereich des Lobbyings und des Fundraising für Menschen am Rande der Gesellschaft?**  
 Ich wünsche mir viel weniger von den – sowieso unglaublich grosszügigen und mitdenkenden – privaten Geldgebern und Stiftungen (von ihnen hoffe ich einfach, dass sie treu bleiben) als von den kantonalen... Gerade der Kanton BS steht finanziell derart gut da, dass es keinen Grund gibt, so im sozialen Bereich zu knausern, wenn eine Win-win-Situation unwiderlegbar bewiesen ist. Der Verweis auf «kommende schlechte Jahre» ist absurd, wenn man sieht, in welcher schwindelerregenden Höhen sich der Kanton für Bauprojekte verpflichtet, die z.T. völlig unausgegoren und Hopplahopp-Ideen sind (Museumsprojekt St. Johann). Was z.B. Soup&Chill bräuchte, um das Überleben gesichert zu haben, sind «Krümel» im kantonalen Budget. Basel tut alles, um als Kulturstadt wahrgenommen zu werden: Der Umgang mit den Schwächsten der Gesellschaft ist aber Kultur im tiefsten Sinne. Man sollte sie nicht vergessen.

**Was raten Sie der Sozialen Arbeit für ein erfolgreiches Lobbying?**  
 Dass die im sozialen Bereich Tätigen aufhören zu jammern und das Elend und die Ghettoisierung zu zelebrieren und stattdessen konstruktiver werden. Jeder und jede, dem es geht, hat Glück gehabt. Man muss kommunizieren,

das es jeden treffen kann. Man nennt es zwar nicht gern beim Namen, aber es ist so. Ich möchte allen ans Herz legen: Arbeit mit Menschen am Rande der Gesellschaft ist ein Geben und Nehmen für alle Beteiligten. Wendet euch ab vom Papier, dem Menschen zu; sucht nicht die Abgrenzung, sondern den Kontakt, denn Empathie ist entscheidend.

**Links**

- [www.claudiaadrario.ch](http://www.claudiaadrario.ch)
- [www.soupandchill.com](http://www.soupandchill.com)
- [www.kulturprojekt3klang.ch](http://www.kulturprojekt3klang.ch)
- [www.jumpstartzambia.org](http://www.jumpstartzambia.org)

**Vorschau**

**Die Themenschwerpunkte der nächsten Ausgaben**

- Nr. 12/2013: **Alter und Soziale Arbeit**  
 Call for Papers: 1. Juni | Redaktionsschluss: 18. Oktober  
 Inserateschluss: 10. November | Erscheinungsdatum: 3. Dezember
  - Nr. 1/2014: **Kinder- und Erwachsenenschutzrecht**  
 Call for Papers: 1. Juli | Redaktionsschluss: 15. November  
 Inserateschluss: 10. Dezember | Erscheinungsdatum: 9. Januar
  - Nr. 2/2014: **Sicht der KlientInnen**  
 Call for Papers: 1. August | Redaktionsschluss: 14. Dezember  
 Inserateschluss: 10. Januar | Erscheinungsdatum: 3. Februar
  - Nr. 3/2014: **Soziale Arbeit und historische Schuld**  
 Call for Papers: 1. September | Redaktionsschluss: 17. Januar  
 Inserateschluss: 10. Februar | Erscheinungsdatum: 5. März
  - Nr. 4/2014: **Soziale Arbeit auf dem Lande**  
 Call for Papers: 1. Oktober | Redaktionsschluss: 14. Februar  
 Inserateschluss: 10. März | Erscheinungsdatum: 3. April
  - Nr. 5/2014: **Sozialhilfe**  
 Call for Papers: 1. November | Redaktionsschluss: 14. März  
 Inserateschluss: 10. April | Erscheinungsdatum: 6. Mai
  - Nr. 6/2014: **Internationale Sozialarbeit**  
 Call for Papers: 1. Dezember | Redaktionsschluss: 17. April  
 Inserateschluss: 10. Mai | Erscheinungsdatum: 4. Juni
- Kontakt: [redaktion@sozialaktuell.ch](mailto:redaktion@sozialaktuell.ch)