

Gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen

Viele Unternehmen haben erkannt, dass der Weg zu dauerhaftem wirtschaftlichen Erfolg nicht allein über Profitmaximierung führt, sondern auch verantwortliches Handeln erfordert. Die Öffentlichkeit anerkennt Unternehmerinnen und Unternehmer, die sich für benachteiligte

Menschen und einen nachhaltigen Umgang mit der Natur einsetzen. Wenn Corporate Social Responsibility für Ihr Unternehmen mehr als ein Schlagwort ist, bieten wir Ihnen hier die Gelegenheit für eine Zusammenarbeit.



You must be the change
you wish to see
in the world.

Mahatma Gandhi

BioVision – Hilfe zur Selbsthilfe

Die Stiftung BioVision bekämpft Armut und Hunger an der Wurzel und fördert umweltfreundliche Methoden, die zur nachhaltigen Verbesserung der Lebensbedingungen in Afrika führen. BioVision leistet Hilfe zur Selbsthilfe und fördert ökologisches Denken und Handeln – im Norden wie im Süden.

Unser Ansatz

Die Gesundheit von Mensch, Tier, Pflanze und Umwelt sind Grundlagen der nachhaltigen Entwicklung. Die von BioVision geförderten ökologischen Methoden führen zu einer Verbesserung der Lebenssituation der Betroffenen, die nicht auf Ausbeutung von Mensch und Umwelt basiert.

Umwelt

Menschen



Pflanzen

Tiere

BioVision

- ist eine Alternative zur herkömmlichen Entwicklungshilfe
- setzt sich konsequent und langfristig zur Linderung der Not in Afrika ein
- stellt ökologische Lösungsansätze in den Vordergrund
- vermittelt wissenschaftlich fundiertes Wissen zur praktischen Anwendung
- setzt konkrete Projekte in Afrika um
- weist 10 Jahre Erfolg und starke Partnerschaften in den Projektländern auf
- ist ZEWO-zertifiziert und untersteht der eidgenössischen Stiftungsaufsicht

BIO



Dr. Hans Rudolf Herren
Welternährungspreisträger
Präsident Stiftung BioVision

Reden Sie mit uns:



Chantal Sierro, T 044 341 97 19
c.sierro@biovision.ch

BioVision
Stiftung für ökologische Entwicklung
Schaffhauserstrasse 18
8006 Zürich
PC-Konto 87-193093-4
info@biovision.ch

«Eine Welt mit genügend
und gesunder Nahrung für alle,
produziert von gesunden Menschen,
in einer gesunden Umwelt.»



VISION.CH

«In der Schweiz geboren zu werden und all die Möglichkeiten für eine sichere Zukunft zu haben, ist für mich ein hohes Gut. Menschen zu helfen, die vom Leben nicht so verwöhnt werden, sehe ich deshalb als meine Pflicht. BioVision unterstütze ich, weil sich dadurch viele Menschen mit Hilfe zur Selbsthilfe ein besseres Leben aufbauen können.»

Fredy Hiestand,
Inhaber Fredy's AG



«BIONAT unterstützt die Stiftung BioVision mit einem jährlichen Erfolgsanteil. Auf der Suche nach einer langfristigen Partnerschaft erfüllte BioVision alle wesentlichen Kriterien und überzeugt uns bis heute mit ihrer wachsenden Erfolgsgeschichte. Die wissenschaftlich und ökologisch orientierten Methoden sind für mich zukunftsweisend für eine langfristige sinnvolle Entwicklung zur Selbsthilfe.»

Urs Schmidlin,
Geschäftsleitung BIONAT



BIONAT
WWW.BIONAT.CH

BioVision bietet Gegenwerte:

Interessante Zielgruppe

Profil BioVision-SpenderInnen: gebildet, höhere Einkommensklasse, starke Kaufkraft.

Medienpräsenz

Professionelle Medienarbeit, kontinuierliche Präsenz zu relevanten Themen wie Nahrungssicherheit, Nachhaltigkeit, Ökologie.

Kommunikations-Plattformen

Nennung Ihres Unternehmens in den BioVision-Kommunikationsmitteln (Website, Geschäftsbericht, Mitgliederanlässe, Events, Mailings etc.).

Versierte ReferentInnen

Für Vorträge, Diashows, Projektreportagen für Ihre Mitarbeiter- oder Kundenanlässe.

Simone Niggli-Luder als Botschafterin

Die 14-fache OL-Weltmeisterin, Sportlerin des Jahres und Biologin ist BioVision-Botschafterin. Sie führt Schnupper-Orientierungsläufe (Stadt oder Wald) für Ihre Mitarbeitenden oder Kunden durch.

Bildarchiv

Hervorragende Bilder aus der BioVision-Datenbank stehen für Ihre interne und externe Kommunikation zur Verfügung.



Nutzen Sie die Gelegenheit

Werden Sie mit einer BioVision-Partnerschaft Teil einer nachhaltigen Entwicklung!

Corporate Social Responsibility, Sie können nur gewinnen:

- Konsumentinnen und Konsumenten schenken Ihr Vertrauen vorzugsweise Unternehmen, die verantwortlich handeln.
- Das soziale Engagement verschafft Potenzial für die Unternehmenskommunikation und weckt Sympathien für Produkte und Dienstleistungen.
- Ethisches Verhalten zahlt sich aus: die CSR-Performance ist zu einem wichtigen Bewertungskriterium an der Börse geworden.

Kooperationsmöglichkeiten

Firmenmitgliedschaft

Mit dem jährlichen Beitrag sichern Sie die längerfristige Fortführung der erfolgreichen Projekte.

Gold-Mitgliedschaft ab CHF 5 000

Silber-Mitgliedschaft ab CHF 2 000

Standard-Mitgliedschaft ab CHF 500

Geld- / Sachspenden

Sie ersetzen die Kundengeschenke zum Jahresende durch eine Spende und kommunizieren das Ihrer Kundschaft und Mitarbeitenden. Wir stellen Ihnen dafür gerne Bildmaterial zur Verfügung. Oder Sie setzen zum Firmenjubiläum ein Zeichen mit der Unterstützung der Stiftung BioVision.

Sie können BioVision auch mit einer Sachspende unterstützen, z.B. redaktioneller Platz, Werbefläche, Cateringprodukte, Räumlichkeiten für einen Anlass, Büromaterial, Versicherung etc.

Umsatz- / Gewinnbeteiligung

Sie beteiligen BioVision mit einem bestimmten Prozentsatz an Ihrem Jahresgewinn oder –umsatz. Damit beziehen Sie Ihre Kunden in Ihr Engagement ein, schaffen sich vielfältiges Kommunikationspotenzial, Goodwill und Sympathie.

Payroll- / Matched Giving

Sie motivieren Ihre Mitarbeitenden, einen frei gewählten Betrag oder Prozentsatz ihres Einkommens direkt vom Salär den Projekten von BioVision übertragen zu lassen (payroll giving) oder eine Sammelaktion durchzuführen.

Um die Solidarität zwischen Arbeitgeber und -nehmer zu fördern, kann der Spendensamtbetrag der Mitarbeitenden durch das Unternehmen multipliziert werden (matched giving).

Projektpatenschaft

Mit einer Patenschaft wird Ihr Unternehmen zu einem der Hauptakteure eines bestimmten Projektes. Beispiele aus den fünf Bereichen:



Menschen In malariaverseuchten Gebieten wird die Anopheles-Mücke erfolgreich mit natürlichen Methoden bekämpft.



Tiere Bauernfamilien besiegen die Tsetse-Plage.



Pflanzen Allein erziehende Frauen bauen in Slums Gemüse an.



Umwelt Neue Einkommensquellen schonen die Wälder vor Übernutzung.



Information In den abgelegenen Gebieten gibt die Zeitung „The Organic Farmer“ einfache Tipps für eine bessere Ernte.

Zweckgebundenes Marketing

Sie bewerben ein geeignetes Produkt oder eine Dienstleistung damit, dass Sie einen Teil der Erlöse der Stiftung BioVision zukommen lassen.

Beispiel: Für jede Bestellung, die über den Bio e-shop www.terraverde.tv getätigt wird, erhält BioVision einen fixen Betrag. Somit unterstützen KundInnen mit jedem Kauf die Arbeit von BioVision.

Freiwilligen-Einsatz

Sie geben Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Gelegenheit zu einem gemeinnützigen Engagement für ein Projekt von BioVision.

Sponsoring

Sie gestalten einen gemeinsamen Auftritt mit BioVision, indem Sie eine Kampagne, eine PR-Aktion oder einen Anlass wie unser jährliches Symposium oder ein Benefizkonzert unterstützen.