



WANDEL DURCH HANDEL

JAHRES- UND WIRKUNGSBERICHT 2015

MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ)



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

INHALT

FAIRTRADE KOMMT DOPPELT AN	3
LEBEN VERÄNDERN – DURCH WANDEL IM HANDEL	4
FAIRTRADE UND DIE UNO-ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG	5
FAIRTRADE VERBINDET AUF AUGENHÖHE	6
FAIRTRADE-BLUMEN – FÜR MENSCH UND UMWELT	8
SO WIRD IM LEBEN EINER BLUMENPFLÜCKERIN VIELES MÖGLICH	9
GEMEINSAM MEHR ERREICHEN – IM SÜDEN	10
GEMEINSAM MEHR ERREICHEN – IM NORDEN	11
GROSSES ENGAGEMENT VON DETAILHANDEL UND GASTRONOMIE	12
ROHSTOFF- UND MARKTENTWICKLUNG 2015	13
JAHRESRECHNUNG UND FINANZBERICHT 2015	14

UNSERE VISION

**EINE WELT, IN DER ALLE PRODUZENTINNEN
UND PRODUZENTEN IHR LEBEN SICHER UND NACHHALTIG
GESTALTEN, IHR POTENZIAL AUSSCHÖPFEN UND
ÜBER IHRE ZUKUNFT SELBST ENTSCHEIDEN KÖNNEN.**

UNSERE MISSION

**PRODUZENTEN UND KONSUMENTEN ZUSAMMENBRINGEN,
FAIRERE HANDELSBEDINGUNGEN FÖRDERN
UND DIE PRODUZENTEN DARIN UNTERSTÜTZEN,
ARMUT ZU BEKÄMPFEN, IHRE POSITION
ZU STÄRKEN UND IHR LEBEN SELBST IN DIE
HAND ZU NEHMEN.**



FAIRTRADE KOMMT DOPPELT AN

Letztes Jahr erzielten Fairtrade-Produkte in der Schweiz erstmals über 500 Millionen Franken Umsatz. Ein Erfolg, der Kleinbäuerinnen und Arbeiter in Afrika, Lateinamerika und Asien stärkt. 1992, bei der Gründung der Max Havelaar-Stiftung mit Kaffee als einzigem Produkt, hatten selbst die grössten Optimisten solche Zahlen nicht für möglich gehalten. Das damalige Ziel, fair gehandelte Produkte aus der Nische in den Massenmarkt zu bringen, hat Max Havelaar inzwischen erreicht. In der Schweiz kaufen heute breite Bevölkerungsschichten regelmässig fair ein. Dies ist längst nicht überall der Fall: Mit einem jährlichen Pro-Kopf-Konsum von 62 Franken nimmt die Schweiz im internationalen Vergleich weiterhin eine Vorreiterrolle ein.

Diesen Erfolg verdankt Fairtrade einerseits den Konsumentinnen und Konsumenten, die immer mehr faire Produkte in ihren Einkaufskorb legen und damit die Menschen hinter den Produkten unterstützen. Ebenso grossen Anteil haben andererseits Handel, Gastronomie und Gemeinden, die immer stärker auf Nachhaltigkeit setzen, indem sie mehr faire Produkte in ihre Regale stellen, sie in ihre Menüs aufnehmen und sie zum Standard in der Beschaffung machen. Ohne diese Absatzkanäle hätten Fairtrade-Produkte nie die Verbreitung erreicht, die sie heute haben (siehe Seite 11).

Fairtrade kommt also doppelt an – sowohl im Süden als auch hier bei den Konsumentinnen, Unternehmen und Gemeinden. Ganz im Sinne unserer Vision tragen wir damit zu einem selbstbestimmten Leben für Kleinbauernfamilien und Arbeiter im Süden bei. Es bleibt aber weiterhin viel zu tun. Dies zeigen auch die ambitionierten Nachhaltigkeitsziele der UNO. Fairtrade versteht sich dabei als wichtiger Akteur. Denn die Stärkung der Produzenten und faire Handelspraktiken können wesentliche Beiträge zum Erreichen dieser Ziele sein (siehe Seiten 4/5).

500 Millionen Franken Umsatz mit Fairtrade-Produkten sind ein Erfolg, der die Bedeutung der Nachhaltigkeit in der Beschaffung und beim Konsum klar aufzeigt. Für uns vor allem wichtig ist, dass Fairtrade auf dem Weg zu diesem Resultat viel gelernt hat. Nur so können wir den grossen Herausforderungen, die sich weiterhin stellen, erfolgreich begegnen. Die Bedürfnisse der Konsumenten verändern sich ebenso wie jene der Industrie. Auch stehen die Produzentinnen vor neuen Herausforderungen. Auf diesen Wandel muss Fairtrade eingehen und so seine Vision aktiv weiterverfolgen. Dafür braucht es den Mut, auch neue Wege zu gehen und über den bewährten Ansatz der Zertifizierung und der Labelvergabe hinauszugehen. Was zählt, sind die erzielte Wirkung und die dafür notwendige Unterstützung vor Ort. Wir sind bereit, diese Herausforderungen – zusammen mit den anderen Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft – auch in Zukunft tatkräftig anzupacken.

H.-P. Fricker

Hans-Peter Fricker, Präsident

N. Lang

Nadja Lang, Geschäftsleiterin



LEBEN VERÄNDERN – DURCH WANDEL IM HANDEL

ARMUT IN ALL IHREN FORMEN UND ÜBERALL BEENDEN. SO LAUTET DAS ERSTE VON 17 ZIELEN FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER VEREINigten NATIONEN. DURCH DIE STÄRKUNG DER PRODUZENTEN UND DIE VERÄNDERUNGEN VON GLOBALEN HANDELSPRAKTIKEN LEISTET FAIRTRADE EINEN WICHTIGEN BEITRAG DAZU.

Die Weltgemeinschaft sieht sich mit grossen Herausforderungen konfrontiert: Wegen des Klimawandels gehen jährlich 12 Millionen Hektaren fruchtbares Land verloren. Die Zahl der Frauen, die unter der Armutsgrenze leben, ist seit den 1970er Jahren um 50% gestiegen – obwohl Frauen weltweit 60 bis 80% der Nahrung produzieren. Nicht zuletzt sind auf der ganzen Welt fast 170 Millionen Mädchen und Jungen von Kinderarbeit betroffen, vorwiegend in der Landwirtschaft.

Diese unterschiedlichen Herausforderungen sind eng miteinander verwoben. Armut kann nur beendet werden, wenn das Problem der Ungleichheit adressiert wird – dazu gehören auch gleiche Rechte für Frauen und Männer. Ebenso müssen Ansätze zur Bekämpfung von Kinder- und Zwangsarbeit deren Ursachen nachgehen.

ENTWICKLUNG SELBER BESTIMMEN

Mit all diesen Herausforderungen haben die globalen Lieferketten unserer Konsumgüter direkt oder indirekt zu tun. Hier setzt Fairtrade an: Unter dem Titel «Changing Trade, Changing Lives» (Wandel im Handel verändert Leben) hat die globale Strategie von Fairtrade für die Jahre 2016–2020 den Anspruch, mit der Förderung von fairem Handel massgeblich zur Lösung dieser weltweiten Herausforderungen beizutragen.

Einfach gesagt geht es darum, die Betroffenen zu Beteiligten zu machen. Fairtrade ist der Überzeugung, dass Kleinbäuerinnen und Arbeiter selber an Projekten und Programmen beteiligt sein und ihre eigenen Entwicklungswege bestimmen müssen, um nachhaltige Veränderungen zu bewirken. Fairtrade fördert dieses Empowerment durch thematische Programme und mehr Begleitung der Produzenten vor Ort.

MEHR ALS ZERTIFIZIERUNG UND LABELLING

Um die Wirkung von Fairtrade zu vertiefen, gilt es weiterhin Märkte zu erschliessen und die Werte von Selbstbestimmung und Partnerschaft auch im Handel zu verankern. Dazu wird es künftig nebst dem bewährten Ansatz der Zertifizierung und des Produkt-Labelings weitere Instrumente brauchen, damit sich die Werte von Empowerment und Fairness in der Handelsbeziehung immer mehr durchsetzen.

Für die notwendige soziale und ökologische Transformation müssen Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gemeinsam handeln – weltweit. Durch seine langjährige Expertise kann Fairtrade zur Umsetzung der UNO-Nachhaltigkeitsziele aktiv beitragen: Zusammen mit seinen Partnern bietet Fairtrade sowohl im Feld als auch in den Märkten konkrete Handlungsoptionen an.

FAIRTRADE UND DIE UNO-ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Die Sustainable Development Goals (SDGs) wurden im September 2015 auf dem UNO-Nachhaltigkeitstgipfel in New York verabschiedet. Fairtrade kann zum Erreichen mehrerer der 17 Entwicklungsziele einen essenziellen Beitrag leisten, namentlich zu denjenigen, die eng mit dem Handel verbunden sind.



1 Armut in allen ihren Formen und überall beenden



2 Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern



5 Geschlechtergerechtigkeit und Selbstbestimmung für alle Frauen und Mädchen erreichen



8 Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern



12 Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen



13 Umgehend Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen



16 Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und effektive, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen



17 Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung wiederbeleben

Wo macht Fairtrade denn einen wichtigen Unterschied und leistet damit einen wertvollen Entwicklungsbeitrag zu den UNO-Zielen? Fünf Themenfelder zeigen das exemplarisch.

STÄRKUNG VON KLEINBAUERN

Bei Fairtrade schliessen sich Kleinbauern zu demokratischen Organisationen zusammen und verbessern so ihre Verhandlungsposition auf dem Weltmarkt substantiell. Dank Fairtrade erschliessen sich für die zertifizierten Organisationen neue Marktzugänge, der Zugang zu Krediten wird erleichtert. Beratung und Schulungen tragen zur Verbesserung von Anbaumethoden bei. Ausserdem sorgen Mindestpreise und Prämien für stabilere Einkommen und ermöglichen Investitionen in Produktivität, Qualität und Sozialprojekte.

SCHUTZ VON KINDERN UND JUGENDLICHEN

Die Fairtrade-Standards verbieten Kinderarbeit. Darüber hinaus engagiert sich Fairtrade auf verschiedenen Ebenen, um Kinderarbeit und deren Ursachen entgegenzuwirken. Dazu gehören Workshops und Weiterbildungen zur Aufklärung, in welche die Kinder und Jugendlichen selber aktiv eingebunden werden.

GLEICHE RECHTE FÜR FRAUEN UND MÄNNER

Frauen sind in Fairtrade-zertifizierten Organisationen gut vertreten. Diese vermehrte Mitsprache leistet einen wichtigen Beitrag zur Geschlechtergerechtigkeit. Auf Plantagen gilt Chancengleichheit für Arbeiterinnen. Ihre Beteiligung in Komitees wird von Fairtrade aktiv gefördert.

MEHR RECHTE FÜR ARBEITERINNEN UND ARBEITER

Fairtrade schafft bessere Arbeitsbedingungen. Dazu gehören nebst Grundrechten unter anderem auch feste Arbeitsverträge und klare Arbeitszeitregelungen. Es gilt Versammlungs- und Gewerkschaftsfreiheit. Von Fairtrade unterstützte Kooperationen und Projekte sorgen dafür, dass man sich über die gesetzlichen Mindestlöhne hinaus existenzsichernden Löhnen annähert.

KAMPF GEGEN DEN KLIMAWANDEL

Einerseits bekämpft Fairtrade durch technische und finanzielle Unterstützung die Auswirkungen des Klimawandels. Andererseits gibt es Fortbildungen zum Umgang mit dem Klimawandel, zum Beispiel zur Diversifizierung des Anbaus.

Mehr zu Fairtrade und den SDGs:
www.maxhavelaar.ch/jahresbericht



FAIRTRADE VERBINDET AUF AUGENHÖHE

FAIRTRADE IST EIN INTERNATIONALES SYSTEM, DAS DIE PRODUZENTEN STÄRKT UND FAIRE HANDELSPRAKTIKEN FÖRDERT. DIE ABGEBILDETE GRAFIK GIBT EINEN ÜBERBLICK ÜBER DIE VERSCHIEDENEN AKTEURE UND ZUSAMMENHÄNGE.

Der internationale Dachverband Fairtrade International ist zuständig für die strategische Ausrichtung von Fairtrade und die Entwicklung der Standards. Getragen wird dieses Dach von den drei kontinentalen Produzentennetzwerken (Lateinamerika, Afrika, Asien) sowie den 25 nationalen Fairtrade-Organisationen. Die Produzenten sind mit 50% des Stimmengewichts im obersten Entscheidungsgremium (Generalversammlung) vertreten und gestalten die Fairtrade-Bewegung aktiv mit.

Die Produzentennetzwerke vertreten einerseits die Stimmen der rund 1.6 Millionen Kleinbauern und Arbeiterinnen in Afrika, Lateinamerika und Asien. Andererseits sind sie auch für die Unterstützung und Beratung direkt im Feld zuständig.

ZUSAMMENSCHLUSS STÄRKT

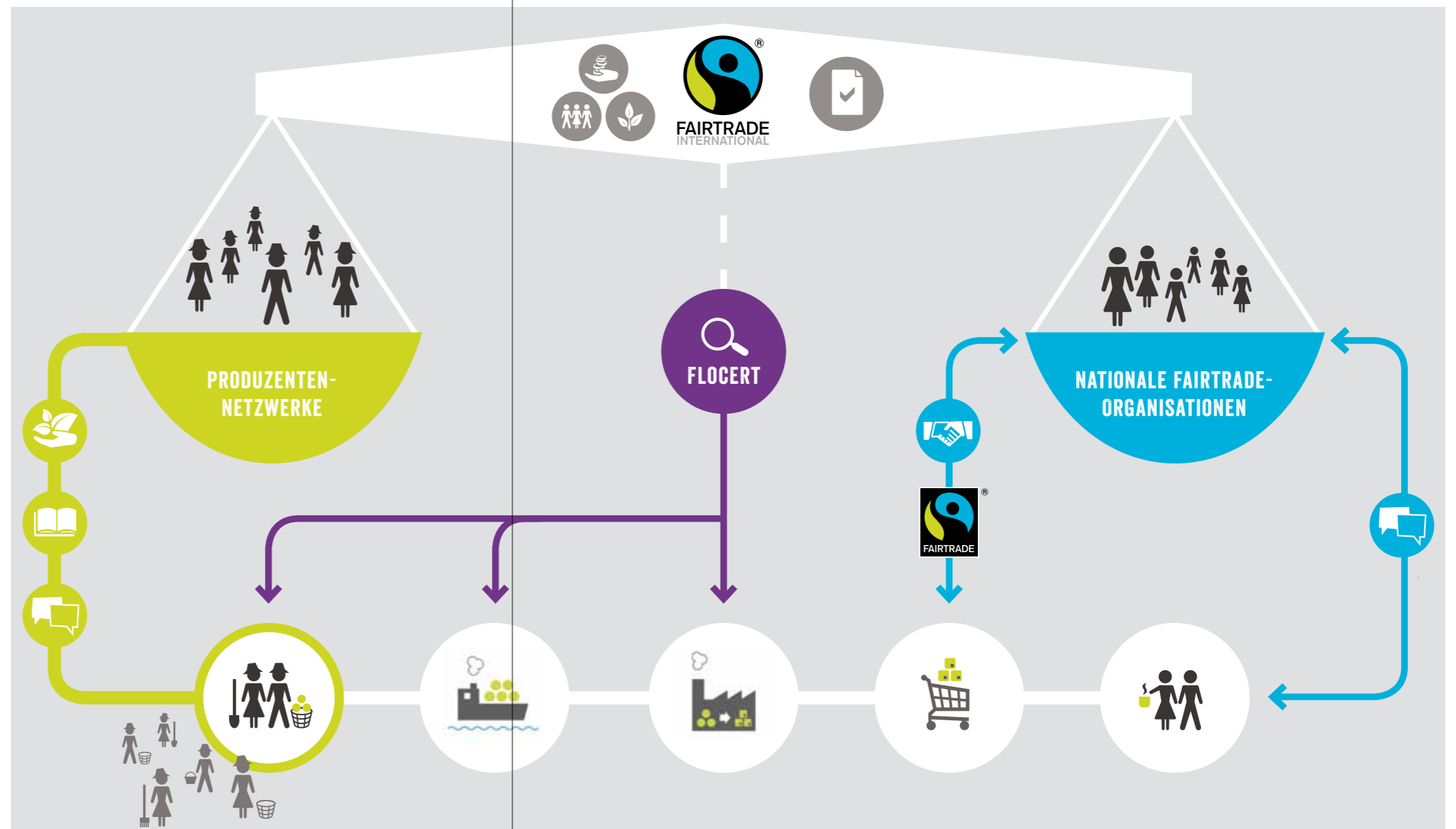
Bei Fairtrade sind Kleinbauern zu Kooperativen zusammengeschlossen, damit sie gestärkt am Markt auftreten können. Auch Arbeiterinnen und Arbeiter organisieren sich in Gremien. Die Fairtrade-Standards beinhalten aber nicht nur Anforderungen an die Organisation und den Anbau, sondern stellen auch klare Ansprüche an den Handel. Entsprechend werden alle beteiligten Akteure entlang der Lieferkette regelmässig von der Zertifizierungsstelle FLOCERT GmbH unabhängig kontrolliert (Akkreditierungsnorm ISO 17065).

Für solche nachhaltig angebaute und fair gehandelte Produkte vergeben dann die nationalen Fairtrade-Organisationen wie die Max Havelaar-Stiftung in der Schweiz das Fairtrade-Label. Zusammen mit Marktpartnern arbeitet Fairtrade Max Havelaar daran, dass Fairtrade-Produkte breit erhältlich sind und sich Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkaufen ganz einfach für den fairen Handel einsetzen können. Der Dialog mit Konsumenten, der Zivilgesellschaft und der Politik trägt darüber hinaus dazu bei, den fairen Handel immer selbstverständlicher zu machen.

FAIRTRADE MAX HAVELAAR IST «SEHR EMPFEHLENSWERT»

Der Lebensmittel-Labelratgeber 2015 von WWF, Helvetas, Stiftung für Konsumentenschutz und Pusch bewertet das Fairtrade-Label mit «sehr empfehlenswert». Besonders in der Kategorie «Südprodukte: Soziales und Fairness» schwingt Max Havelaar obenaus. Der Labelratgeber hat 31 Nachhaltigkeitslabels für Lebensmittel bewertet. Zu den wichtigsten Kriterien gehören dabei: Umwelt, soziale Bedingungen und faire Handelsbeziehungen.

Mehr zum Labelratgeber: www.labelinfo.ch



«FAIRTRADE BEINHÄLTET MEHR ALS STANDARDS. ES GEHT UM EMPOWERMENT, UM MITBESTIMMUNG UND UNTERSTÜTZUNG IM DIREKTEN AUSTAUSCH MIT DEN PRODUZENTEN IM FELD.»

RAKESH SUPKAR
Chief Operating Officer des Fairtrade-Produzentennetzwerkes für Asien und Pazifik (NAPP)





FAIRTRADE-BLUMEN – FÜR MENSCH UND UMWELT

VOR 15 JAHREN HAT DIE MAX HAVELAAR-STIFTUNG ALS PIONIERIN FAIRTRADE-BLUMEN IN DER SCHWEIZ LANCIERT. HEUTE PROFITIEREN RUND 50 000 ARBEITSKRÄFTE AUF ZERTIFIZIERTEN BLUMENFARMEN DAVON.

Anfang der 1990er Jahre machten verschiedene Organisationen auf die oftmals prekären Zustände auf den Blumenfarmen in Entwicklungs- und Schwellenländern aufmerksam. Die Max Havelaar-Stiftung entschied daher, sich zusammen mit Marktpartnern auch bei Blumen für bessere Arbeitsbedingungen und einen umfassenden Gesundheits- und Umweltschutz einzusetzen.

Die Entwicklung kann sich sehen lassen. Auf Fairtrade-zertifizierten Farmen werden Blumen seither nach klar definierten sozialen und ökologischen Standards angebaut. Dazu gehören geregelte Arbeitsbedingungen genauso wie ein ausgebauter Gesundheitsschutz. Grosse Wirkung entfaltet ausserdem die Fairtrade-Prämie: Mit ihr realisieren die Beschäftigten selbstständig Projekte, die der ganzen Gemeinschaft zugutekommen. So sind zum Beispiel Schulbildung für Kinder und bessere Wasserversorgung wichtige Projekte in Kenia, Tansania, Äthiopien, Uganda, Zimbabwe, Ecuador und El Salvador. Aus diesen Ländern stammen die Fairtrade-Blumen.

OPTIMALES KLIMA FÜR DEN ANBAU

Studien haben gezeigt, dass eine eingeflogene Rose aus Kenia weniger CO₂ verursacht, als wenn sie mit künstlichem Licht und Wärme in einem europäischen Gewächshaus gezüchtet wird. Auch vor Ort schaut Fairtrade auf die Umwelt:

Die zertifizierten Rosenfarmen rund um den Lake Naivasha in Kenia zum Beispiel leisten ihren Beitrag zum Schutz des Sees. Sie nutzen nicht See-, sondern vorwiegend Regenwasser zur Bewässerung der Rosen.

SCHRITTWEISE BESSERE LÖHNE

Fairtrade-zertifizierte Farmen müssen ihren Beschäftigten mindestens den gesetzlichen Mindestlohn zahlen. In vielen Ländern liegt dieser jedoch nicht auf einem existenzsichernden Niveau. Fairtrade International untersucht daher, auf welcher Höhe ein existenzsichernder Lohn je nach Region anzusetzen ist, und verlangt, dass Plantagen schrittweise Lohnerhöhungen durchführen.



WER STEHT HINTER MEINEM FAIRTRADE-PRODUKT?

Ob Blumen, Bananen oder Kaffee: Hinter jedem Fairtrade-Produkt stehen Menschen. Erfahren Sie dank dem Fairtrade-Code mehr über die Kleinbauernfamilien und Arbeiter, denen Fairtrade zugutekommt. Der Online-Steckbrief auf unserer Website verrät mehr über die entsprechende Kooperative oder Farm – zum Beispiel welche Projekte mit der Fairtrade-Prämie realisiert wurden.

SO WIRD IM LEBEN EINER BLUMENPFLÜCKERIN VIELES MÖGLICH

DANK FAIRTRADE HAT EVAGERINE WAMUYU AUS KENIA EINEN SICHEREN ARBEITSPLATZ UND KANN AUF DER ROSENFARM MITBESTIMMEN. UND SIE KANN SICH DIE AUSBILDUNG IHRES SOHNS ZUM LEHRER LEISTEN.

Eigentlich ist Evagerine Wamuyu (siehe Bild) nicht so leicht aus der Ruhe zu bringen. Konzentriert steht sie Tag für Tag an einem der Tische in der Halle und bündelt Rosen zu Strässen. Jetzt aber ist die 53-Jährige aufgeregt. «Mein Sohn hat gerade das Examen geschrieben, und wir warten auf die Ergebnisse.» Dass ihr Sohn überhaupt zur weiterführenden Schule gehen kann, damit hatte sie lange nicht gerechnet. «Ich konnte mir die Gebühren nicht leisten.»

Seit Evagerine Wamuyu nach langer Arbeitslosigkeit vor sechs Jahren ihre Stelle auf der Simbi Roses Farm in Kenia gefunden hat, ist vieles möglich geworden im Leben der alleinerziehenden Mutter. Mit rund 130 Euro verdient sie mehr als das Dreifache des gesetzlichen Mindestlohns für

landwirtschaftliche Arbeitskräfte. «Unser Speiseplan zu Hause hat sich enorm verbessert.» Mit einem fast zinslosen Kleinkredit hat sie sich zudem einen Gaskocher kaufen können. «Vorher musste ich mit Kerosin kochen. Das stinkt und ist teuer.» Hinzu kommt die kostenlose Gesundheitsfürsorge, welche die Farm anbietet.

Die Karriere ihres Sohnes bereitet Evagerine Wamuyu jedoch die grösste Freude. «Er will Lehrer werden.» Ein Drittel der Schulgebühr von gut 180 Euro pro Jahr hat die Farm übernommen. Die verbleibenden zwei Drittel kann Evagerine Wamuyu mithilfe eines Kredites aus dem Fairtrade-Fonds bezahlen. So wird durch den fairen Handel vieles möglich.

50 000
MENSCHEN ARBEITEN AUF
FAIRTRADE-
ZERTIFIZIERTEN
BLUMENFARMEN

2015 WURDEN WELTWEIT ÜBER
700 MIO.
BLUMEN
ZU FAIRTRADE-
BEDINGUNGEN VERKAUFT

«FAIRTRADE SORGT DAFÜR,
DASS WIR WEITERBILDUNGEN
ERHALTEN UND UNSERE
RECHTE ALS ANGESTELLTE
WAHRNEHMEN KÖNNEN.»

GLADYS BENÍTEZ
Arbeiterin auf der Blumenfarm
Agrocoex in Ecuador



GEMEINSAM MEHR ERREICHEN – IM SÜDEN

FAIRTRADE STÄRKT DIE PRODUZENTEN ÜBER ORGANISATION, VERBESSERTE ANBAUPRAXIS UND HANDEL LANGFRISTIG. TROTZ HÖHEREN VERKÄUFEN ZU FAIRTRADE-BEDINGUNGEN UND DEM DAMIT VERBUNDENEN PRÄMIENWACHSTUM VON 15 % KÖNNEN VIELE ZERTIFIZIERTE BETRIEBE ALLERDINGS NUR EINEN TEIL IHRER ERNTE ZU FAIREN KONDITIONEN VERKAUFEN.

Weltweit gehören rund 1.6 Millionen Kleinbäuerinnen und Arbeiter zum Fairtrade-System. Der faire Handel ist für sie und ihre Familien auf verschiedenen Ebenen von essenzieller Bedeutung, damit sie ihre Zukunft nachhaltig verbessern können:



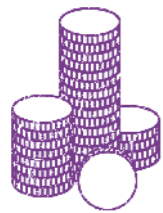
SELBSTBESTIMMUNG UND VERANTWORTUNG

Fairtrade-Produzenten sind demokratisch organisiert und treten gemeinsam am Markt auf – dies stärkt ihre Verhandlungsposition. Sie setzen hohe Ansprüche an die Qualität ihrer Produkte und investieren in die Weiterentwicklung ihrer Gemeinschaft.



UMFASSENDE UMWELT- UND SOZIALSTANDARDS

Zu Themen wie dem Schutz der natürlichen Ressourcen und der Gesundheit sowie fairen Arbeitsbedingungen gibt es bei Fairtrade klare Regelungen. Dazu gehören der nachhaltige Umgang mit Wasser, das Verbot von gefährlichen Pestiziden, die Gleichstellung von Mann und Frau und das Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit.



FAIRTRADE-MINDESTPREIS

Marktzugang zu fairen Bedingungen und langfristige Handelspartnerschaften schaffen Planungssicherheit. Der Fairtrade-Mindestpreis sichert die Produzenten ausserdem gegen Marktschwankungen nach unten ab und deckt die Kosten einer nachhaltigen sozialen und ökologischen Produktion.



FAIRTRADE-PRÄMIE

Zusätzlich zum Verkaufspreis für ihre Rohstoffe und Produkte erhalten die Produzentenorganisationen eine Fairtrade-Prämie. Diese ermöglicht Investitionen, die der ganzen Gemeinschaft zugutekommen, zum Beispiel die Verbesserung der Anbaumethoden und der Qualität oder Projekte in den Bereichen Bildung, Gesundheit und Umweltschutz. Kleinbauern und Arbeiterinnen entscheiden selbst und in einem demokratischen Verfahren darüber, welche Projekte sie mit der Prämie realisieren.

Im Wirtschaftsjahr 2013/2014 wurden während zwölf Monaten weltweit insgesamt rund 144 Millionen US-Dollar Fairtrade-Prämie an Kleinbauernorganisationen und Plantagen ausbezahlt; das sind 15% mehr als im Vorjahr. In der Schweiz generierte der Verkauf von Fairtrade-Produkten 2015 rund 8.6 Millionen US-Dollar Fairtrade-Prämie – 23% mehr als im Vorjahr.

Insgesamt lag bei Kleinbauernkooperativen der Schwerpunkt der Investitionen auf der Verbesserung der Produktivität oder Qualität (31%). Die Arbeiterinnen und Arbeiter auf Plantagen haben 26% der Fairtrade-Prämie für Bildungsprojekte aufgewendet.

Mehr zur Verwendung der Fairtrade-Prämie und andere Schlüsselzahlen rund um die Fairtrade-zertifizierten Produzentenorganisationen: www.maxhavelaar.ch/jahresbericht



GEMEINSAM MEHR ERREICHEN – IM NORDEN

FAIRTRADE UMFASST MEHR ALS NACHHALTIGEN ANBAU. DAMIT FAIRTRADE FUNKTIONIEREN KANN, SIND HANDEL, POLITIK UND DIE EINZELNEN KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN ZENTRAL.

Fairtrade Max Havelaar hat das Ziel, dass fairer Handel in der Schweiz zum Normalfall wird. Im Rahmen einer Partnerkonferenz (siehe Bild) hat die Max Havelaar-Stiftung 2015 mit Partnern aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft über Chancen, Herausforderungen und Grenzen von Fairtrade diskutiert und Handlungsoptionen erarbeitet.

«THE POWER OF YOU»

Um die Öffentlichkeit weiter zu sensibilisieren, wurde die 2014 lancierte Kampagne «The Power of You» im vergangenen Jahr mit Plakaten und Online-Aktivierungen erfolgreich weitergeführt. Die Marktforschungszahlen machen deutlich, dass diese Botschaften bei einer breiten Bevölkerungsschicht Wirkung zeigen: Fairtrade Max Havelaar verfügt über eine sehr hohe Bekanntheit von 88%. Auch Vertrauen (85%) und Käufertreue (82%) widerspiegeln die positive Verankerung in der Schweizer Bevölkerung (GlobeScan 2015).

«FAIRHEIRATEN» MIT DOPPELT GLÄNZENDEN EHERINGEN

Fairtrade passt nicht nur gut in den Einkaufskorb, sondern mit Fairtrade-Gold auch an den Ringfinger. Da Fairness für viele Paare gerade beim Heiraten ein wichtiges Thema ist, hat Max Havelaar unter dem Motto «verliebt – verlobt – FAIRheiratet» 2015 dazu aufgerufen, die Liebe mit Ringen aus Fairtrade-Gold zu besiegeln.

KOCHEN UND GENIESSEN MIT FAIRTRADE

Viele registrierte Gastronomiebetriebe haben auch 2015 die

beiden Themenschwerpunkte «Fair Break» und «Fair kochen» kreativ umgesetzt. Kreativ war auch die Facebook-Community von Fairtrade Max Havelaar: Sie gab dem Fairtrade-Rezeptheft den Titel «Einfach fair».

KAMPAGNE «FAIR TRADE TOWN» KOMMT INS ROLLEN

Bei der Förderung des fairen Handels kommt Städten und Gemeinden in zweifacher Hinsicht eine zentrale Rolle zu: Einerseits geht es in der öffentlichen Beschaffung um grosse Volumen. Andererseits hat die öffentliche Hand auch eine Vorbildfunktion gegenüber den Bürgern. Die Max Havelaar-Stiftung unterstützt die vom Dachverband Swiss Fair Trade getragene Kampagne «Fair Trade Town», bei der 2015 die Vorbereitungen für die ersten Auszeichnungen auf Hochtouren liefen (Auszeichnung Glarus Nord im Februar 2016).

«ALS ERSTE FAIR TRADE TOWN WILL GLARUS NORD EINE VORBILDFUNKTION EINNEHMEN, DAMIT DER FAIRE HANDEL IN DER SCHWEIZ SELBST-VERSTÄNDLICH WIRD.»

MARTIN LAUPPER
Gemeindepräsident
Glarus Nord





GROSSES ENGAGEMENT VON DETAILHANDEL UND GASTRONOMIE

FAIR GEHANDELTE PRODUKTE SOLLEN ZUR SELBSTVERSTÄNDLICHKEIT WERDEN. DIESEM ZIEL IST FAIRTRADE MAX HAVELAAR IM JAHR 2015 EINEN WICHTIGEN SCHRITT NÄHER GEKOMMEN.

Fairtrade entspricht einem steigenden Kundenbedürfnis, dies hat das Jahr 2015 klar gezeigt. Die Schweizer Bevölkerung kaufte für mehr als 500 Millionen Franken Fairtrade-Produkte (11.4% mehr als im Vorjahr). Pro Kopf entspricht dies gut 62 Franken, und das in einem schwierigen und teils rückläufigen Marktumfeld.

An diesem erfreulichen Resultat haben die Partner von Fairtrade Max Havelaar einen entscheidenden Anteil. Handel auf Augenhöhe ist für immer mehr Schweizer Detailhändler, Markenartikler und Gastronomen ein zentrales Kriterium in der Beschaffung. Im Detailhandel stieg der Umsatz mit Fairtrade-Produkten um 11%, in der Gastronomie um 13.7%.

VOM ORANGENSAFT BIS ZU DEN GOLDBARREN

Dank namhaften Umstellungen von Fruchtsäften und exotischen Früchten können zertifizierte Produzentenorganisationen ihre Ernten häufiger zu den vorteilhaften Fairtrade-Bedingungen verkaufen. Neben den Zitrusfrüchten sind vor allem Ananas mit dem Fairtrade Max Havelaar-Label im Schweizer Markt auf dem Vormarsch. Fair gehandelte Ananas kommen mittlerweile auf den stattlichen Marktanteil von 43%, und mehr als ein Viertel der Fruchtsäfte ist ebenfalls mit dem Fairtrade-Label ausgezeichnet. Eine Neuheit gibt es beim 2014 in der Schweiz eingeführten Fairtrade-Gold: Neben Schmuck kann man seit letztem Herbst auch Kleingoldbarren aus Fairtrade-Gold kaufen.

MEHR FAIRTRADE-BANANEN DENN JE

Mehr als jede zweite Banane in der Schweiz stammt aus fairem Handel (53%). Mit 32776 Tonnen war 2015 für die gelben Energiespender auch mengenmässig ein Rekordjahr. Eine ebenso erfreuliche Entwicklung erlebt der Kaffee – das erste Fairtrade-Produkt überhaupt. So sind immer mehr Kaffee-kapseln mit Fairtrade-Kaffee im Angebot – und auch in der Ausser-Haus-Verpflegung, unter anderem an Bahnhöfen, trifft man immer mehr auf Fairtrade-Kaffee. Hohe Wachstumsraten erzielten zudem diverse zusammengesetzte Produkte wie Molkereiprodukte und Erfrischungsgetränke. Dies gilt für den Detailhandel wie auch für die Gastronomie. Im Bereich Kakao ist das Fairtrade-Programm, das sich auf den Schlüsselrohstoff eines Produktes bezieht, massgeblich am Marktwachstum beteiligt und ermöglicht den zertifizierten Kakaobauern höhere Fairtrade-Absätze.

ROHSTOFF- UND MARKTENTWICKLUNG 2015

NACHHALTIGER KONSUM WIRD IMMER WICHTIGER. DIES ZEIGT SICH DEUTLICH AN DEN VERKAUFZAHLEN VON FAIRTRADE-PRODUKTEN SOWIE AN DEN MARKT- UND BIOANTEILEN. FÜR DIE ZERTIFIZIERTEN BETRIEBE IN AFRIKA, LATEINAMERIKA UND ASIEN IST DIES EINE ERFREULICHE ENTWICKLUNG – DENN FÜR SIE IST ES ENTSCHEIDEND, DASS SIE IMMER MEHR IHRER ROHSTOFFE ZU FAIRTRADE-BEDINGUNGEN VERKAUFEN KÖNNEN.

ABSATZVOLUMEN AUSGEWÄHLTER ROHSTOFFE



BANANEN
32 776 Tonnen
+4% ggü. Vorjahr



BLUMEN
78 000 037 Stiele
-1% ggü. Vorjahr



ROHKAFFEE
5 242 Tonnen
+72% ggü. Vorjahr



KAKAOBOHNEN¹
2 249 Tonnen
+15% ggü. Vorjahr



ROHRZUCKER¹
3 872 Tonnen
+24% ggü. Vorjahr

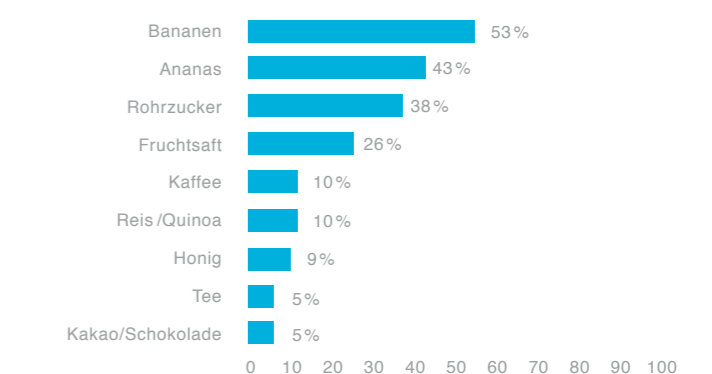


BAUMWOLLE
275 Tonnen
+49% ggü. Vorjahr

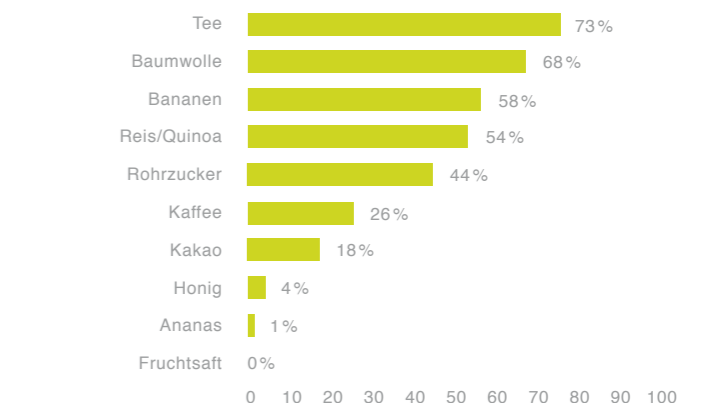
UMSATZ PRO PRODUKTKATEGORIE

Produkt	Umsatz (CHF)	Veränderung ggü. 2014
Bananen	102 468 000	2.3%
Zusammengesetzte Produkte ²	79 639 000	23.9%
Blumen	74 600 000	-2.0%
Fruchtsaft	63 589 000	28.6%
Kakao/Schokolade	52 567 000	25.1%
Kaffee	50 154 000	2.7%
Andere Exoten ³	19 942 000	44.4%
Convenience-Früchte	15 809 000	15.2%
Reis/Quinoa	15 757 000	17.8%
Trockenfrüchte/Nüsse	11 320 000	15.2%
Ananas	8 297 000	71.1%
Baumwollprodukte	8 212 000	-35.3%
Gewürze	5 684 000	2.2%
Honig	4 185 000	-3.0%
Rohrzucker	3 678 000	-4.9%
Tee	3 294 000	-4.4%
Gold	566 000	1 314.0%
Sportbälle	387 000	-49.2%
Wein	213 000	neu
Pflanzen	30 000	-66.4%
Total	520 392 000	11.4%

Marktanteil ⁴



Bioanteil ⁵



¹ beinhaltet auch Kakao und Zucker in zusammengesetzten Produkten

² z.B. Molkereiprodukte wie Desserts, Glacé oder Joghurts und Erfrischungsgetränke wie Limonaden

³ u.a. Mangos, Avocados, Passionsfrüchte, Orangen, Limetten, Kokosnüsse, Physalis, Papayas

⁴ geschätzter Marktanteil Detailhandel, basierend auf Absatzmengen. Basis: AC Nielsen

⁵ Bioanteil basierend auf Absatzmengen

«ES GEHT NICHT NUR UM DIE QUALITÄT DER ROHSTOFFE, SONDERN AUCH UM DIE MENSCHEN DAHINTER. DAHER IST UNS DIE PERSÖNLICHE BEZIEHUNG ZU DEN BAUERN VOR ORT SEHR WICHTIG.»

OTMAR HOFER
Unternehmensleiter Bischofszell
Nahrungsmittel AG



JAHRESRECHNUNG UND FINANZBERICHT 2015

DANK DEM POSITIVEM GESCHÄFTSVERLAUF 2015 KONNTE DIE MAX HAVELAAR-STIFTUNG IHRE LEISTUNGEN FÜR DAS INTERNATIONALE FAIRTRADE-SYSTEM WESENTLICH ERHÖHEN UND IN PRODUKTSPEZIFISCHE PROJEKTE INVESTIEREN.

Das Geschäftsjahr 2015 verlief für die Max Havelaar-Stiftung sehr erfreulich. Die Lizenzentnahmen konnten gegenüber dem Vorjahr um 11.3% auf rund 8 Millionen Franken gesteigert werden. Grund dafür ist eine deutliche Zunahme des lizenzpflichtigen Umsatzes unserer Marktpartner. Wie im Vorjahr sind dabei Bananen und Blumen die wichtigsten Produkte. Ebenfalls stark zum Wachstum der Lizenzentnahmen beigetragen haben die Kategorien Fruchtsaft, Kaffee und zusammengesetzte Produkte.

Aufgrund des guten Geschäftsverlaufs konnte die Max Havelaar-Stiftung ihre Leistungen für das internationale Fairtrade-System wesentlich erhöhen. Der Aufwand für «Internationale Zusammenarbeit» erhöhte sich um 48.8% auf 2.6 Millionen Franken. Neben den einnahmeabhängigen Mitgliedsbeiträgen konnten zusätzliche Projektbeiträge für Fairtrade-Gold, -Kaffee und -Kakao gesprochen werden.

Der Personalaufwand erhöhte sich um 11.9% auf 3.5 Millionen Franken. Darin enthalten sind Kosten in Höhe von 116 000 Franken (Vorjahr: 33 000 Franken), die vom internationalen Fairtrade-Netzwerk übernommen wurden. Zudem sind darin ausserordentliche Kosten für Doppelbesetzungen bei Stellen-

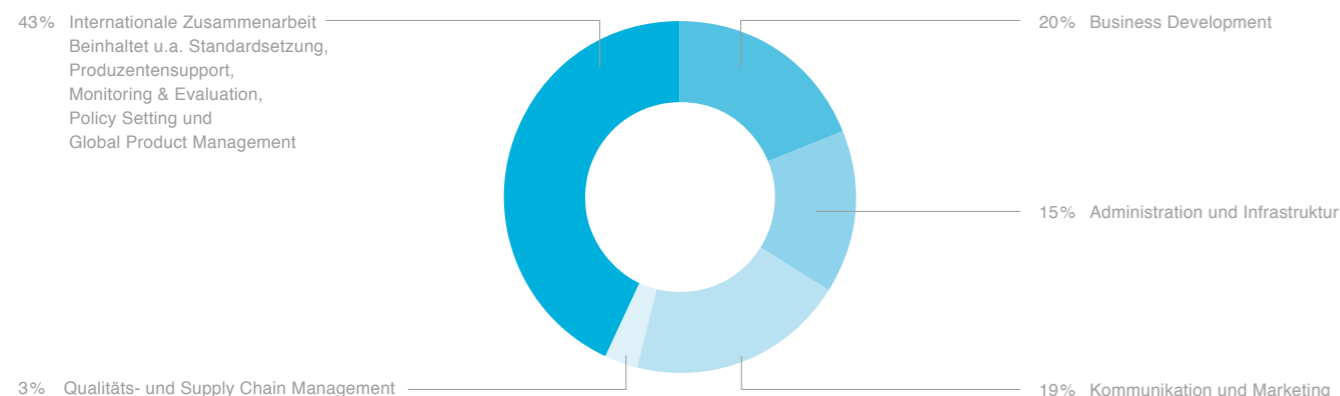
übergaben (unter anderem bei Mutterschaftsvertretungen) sowie einmalige Mehraufwendungen im Rahmen des Büroumzuges enthalten.

Der Verwaltungsaufwand liegt um 8.1% tiefer als im Vorjahr. Gründe hierfür sind ein striktes Kostenmanagement und die Zusammenlegung der zwei Standorte Basel und Zürich ab April 2015.

Der Marketing- und Kommunikationsaufwand stieg um 9.5%. Für einen Teil dieser Kosten erhielt die Max Havelaar-Stiftung Zuschüsse von Partnern. Die daraus resultierenden Einnahmen sind in der Position «Anderer betrieblicher Ertrag» enthalten. Die Abschreibungen auf Sachanlagen sind hauptsächlich aufgrund der Zusammenlegung der Bürostandorte planmässig gestiegen. Im Finanzergebnis spiegelt sich sowohl aufwands- als auch ertragsseitig vor allem die Aufhebung des Mindestkurses des Schweizer Frankens im Januar 2015.

Trotz der starken Erhöhung der Ausgaben für Internationale Zusammenarbeit verbleibt ein positives Jahresergebnis in Höhe von 553 000 Franken. Dadurch werden die Reserven der Max Havelaar-Stiftung gestärkt und ein weiterhin erfolgreicher Geschäftsverlauf sichergestellt.

AUFWAND NACH BEREICHEN 2015



RECHNUNGSLEGUNG NACH SWISS GAAP FER

Die Rechnungslegung der Max Havelaar-Stiftung erfolgt in Übereinstimmung mit den Fachempfehlungen zur Rechnungslegung (Swiss GAAP FER).

Die vorliegende Jahresrechnung wurde von PricewaterhouseCoopers (Basel) in einer ordentlichen Revision umfassend geprüft und mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Sie vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz und der Stiftungsurkunde sowie den Reglementen.

BILANZ

Aktiven CHF	Anhang ¹	31.12.15	31.12.14
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel	4.1	3 961 666	4 206 230
Forderungen aus Lieferung und Leistung	4.2	1 769 953	1 492 038
Übrige kurzfristige Forderungen		90 543	90 801
Aktive Rechnungsabgrenzung	4.3	31 404	54 503
		5 853 566	5 843 572

Anlagevermögen	Anhang ¹	31.12.15	31.12.14
Sachanlagen	4.4	351 227	94 910
		351 227	94 910

Total Aktiven **6 204 793** **5 938 482**

Passiven CHF

Kurzfristiges Fremdkapital	Anhang ¹	31.12.15	31.12.14
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	5.1	274 817	518 363
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5.2	155 744	190 864
Kurzfristige Rückstellungen	5.3	297 226	219 181
Passive Rechnungsabgrenzung	5.4	428 508	515 219
		1 156 295	1 443 627

Langfristiges Fremdkapital	Anhang ¹	31.12.15	31.12.14
Zweckgebundener Spendenfonds		26 723	26 389
		26 723	26 389

Fremdkapital **1 183 018** **1 470 017**

Organisationskapital	Anhang ¹	31.12.15	31.12.14
Einbezahltes Stiftungskapital	6	190 002	190 002
Erarbeitetes freies Kapital		4 278 464	3 509 351
Jahresergebnis		553 309	769 112
		5 021 775	4 468 465

Total Passiven **6 204 793** **5 938 482**

BETRIEBSRECHNUNG

	Anhang ¹	2015	2014
Lizenzentrag Dritte		7 968 029	7 160 332
Ertrag aus Lieferung und Leistung		7 968 029	7 160 332

Ertrag zweckgebundene Spenden		333	643
Spendenertrag		333	643

Anderer betrieblicher Ertrag		321 797	90 484
Verluste aus Forderungen		71 943	78 938
Total Betriebsertrag		8 362 102	7 330 397

Personalaufwand		(3 542 430)	(3 165 918)
Verwaltungsaufwand		(669 500)	(728 828)
Internationale Zusammenarbeit		(2 636 041)	(1 771 737)
Marketing- und Kommunikationsaufwand		(831 943)	(759 485)
Abschreibungen auf Sachanlagen	4.4	(184 180)	(121 055)
Sonstiger Betriebsaufwand		-	(6 563)
Betriebsaufwand		(7 864 094)	(6 553 586)

Betriebsergebnis **498 008** **776 811**

Finanzertrag		187 229	19 130
Finanzaufwand		(131 595)	(26 186)
Finanzergebnis		7	(7 056)

Einlagen in Fonds im Fremdkapital		(333)	(643)
Fondsergebnis zweckgebundene Fonds		(333)	(643)

Ordentliches Ergebnis **553 309** **769 112**

Ausserordentlicher Aufwand		-	-
Ausserordentliches Ergebnis		-	-

JAHRESERGEBNIS **553 309** **769 112**

Zuweisung an erarbeitetes freies Kapital		(553 309)	(769 112)
Entnahme aus erarbeitetem freiem Kapital		-	-

¹ Der vollständige Revisionsbericht sowie die Jahresrechnung mit dem Leistungsbericht und allen Anhängen sind auf www.maxhavelaar.ch/jahresbericht einsehbar.

DIE MAX HAVELAAR-STIFTUNG (SCHWEIZ)

Die 1992 von sechs grossen Schweizer Hilfswerken gegründete Max Havelaar-Stiftung ist eine Non-Profit-Organisation, die in der Schweiz das Fairtrade-Label für nachhaltig angebaute und fair gehandelte Produkte vergibt. Als Mitglied von Fairtrade International verbessert Max Havelaar durch fairen Handel die Lebensbedingungen von Kleinbauern und Plantagenarbeiterinnen in Entwicklungs- und Schwellenländern, betreibt aber selbst keinen Handel. Hauptaufgaben der Max Havelaar-Stiftung sind die Schaffung von Marktzugang für Fairtrade-Produkte sowie die Informations- und Sensibilisierungsarbeit für den fairen Handel in der Schweiz.

GESCHÄFTSLEITUNG (PER 31.12.2015)

Nadja Lang, Geschäftsleiterin

Elie Peter, Leiter Communications und Marketing, stv. Geschäftsleiter

Karin Altherr, Leiterin Commercial

Fabian Waldmeier, Leiter Internationale Zusammenarbeit

Andreas Brühle, Leiter Finanzen und Services

STIFTUNGSRAT (PER 31.12.2015)

Hans-Peter Fricker (Präsident)

Melchior Lengsfeld, Helvetas Swiss Intercooperation (Vizepräsident)

Miges Baumann, Brot für alle

Geert van Dok, Caritas Schweiz

Jürg Rückert

Esther Oettli

Matthias Dörnenburg, Fastenopfer

Monika Uhlmann, Swissaid

STIFTERORGANISATIONEN



CARITAS Schweiz
Suisse
Svizzera
Suiza



SWISSAID 



FAIRTRADE
MAX HAVELAAR

Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) | Limmatstrasse 107 | 8005 Zürich
T +41 44 278 99 00 | F +41 44 567 89 59 | info@maxhavelaar.ch | www.maxhavelaar.ch

HERAUSGEBERIN Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) — REDAKTION Katrin Dorfschmid — BILDER S. 1: James A. Rodriguez / S. 3: Gaëtan Bally / S. 4: Nathalie Bertrams / S. 8/9: Nathalie Bertrams / S. 9: Joerg Boethling / S. 11: Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) / S. 12: iStock

ÜBERSETZUNG Zieltext AG, Thalwil — LAYOUT Saloon Creatives GmbH, Zürich — DRUCK Offset Holend AG, Zürich (100% Altpapier, Blauer Engel, FSC-zertifiziert, Nordic Swan, CO₂-neutral)