

Jahresbericht 2023

Fairtrade Max Havelaar



Erfreuliches Wachstum in Zeiten globaler Herausforderungen

2023 war für Fairtrade Max Havelaar ein erfolgreiches Geschäftsjahr. Die finanzielle Situation der Stiftung konnte stabilisiert werden und die Nachfrage nach Fairtrade-Produkten stieg trotz wirtschaftlicher Unsicherheit erneut an. Konsument:innen kauften für 970 Millionen Franken Fairtrade-Produkte, was eine Steigerung um 6% im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Mit Blick auf die Kleinbäuer:innen in den Ländern des globalen Südens und die Unternehmen hierzulande zeigte sich im vergangenen Jahr eine gemeinsame grosse Herausforderung: die zunehmende Regulierung der globalen Lieferketten.

Im Jahr 2023 hat sich der Paradigmenwechsel im Bereich der unternehmerischen Sorgfaltspflicht weiter fortgesetzt. Die Einhaltung sozialer und ökologischer Kriterien in globalen Lieferketten wird zunehmend von einer freiwilligen Selbstverpflichtung der Unternehmen zu einer regulatorischen Voraussetzung. Mit der Voranbringung wegweisender Gesetze zu menschenrechtlicher und ökologischer Sorgfaltspflicht, wie dem deutschen und dem europäischen Lieferkettengesetz oder der EU-Entwaldungsrichtlinie, wurden entscheidende Schritte getan. Damit dürfte die Schweiz bald das einzige

europäische Land ohne umfassende Regelung sein. Dennoch nimmt der Druck auf Unternehmen hierzulande aufgrund der Entwicklungen im europäischen Ausland bereits zu.

Anforderungen wirkungsvoll umsetzen

Um diesen Wandel aktiv zu gestalten, arbeitet Fairtrade Max Havelaar zusammen mit Fairtrade International an Lösungen, von denen Kleinbäuer:innen und Arbeiter:innen im globalen Süden, aber auch Unternehmen hierzulande profitieren. So wurde im Januar 2023 erstmals eine globale «Risk Map» veröffentlicht. Sie schafft Transparenz über die grössten menschenrechtlichen und ökologischen Risiken in den Ländern und Sektoren, in denen Fairtrade tätig ist. Damit hilft sie Unternehmen dabei, Risiken und Ursachen zu erkennen, zu verstehen und anzugehen. Ende November 2023 wurden die Verschärfung der Anforderungen an die Sorgfaltspflicht für Menschenrechte und Umweltschutz in den Fairtrade-Standards für Händler:innen und für Plantagen mit angestellten Arbeiter:innen sowie umfassende Vorgaben an die Abholzung im Kaffee- und Kakaostandard beschlossen. 2025 wird zudem der Standard für

BANAFRUCOOP ist eine kleinbäuerliche Kooperative im Norden Kolumbiens, die 2007 von 26 Bauern gegründet wurde. Die derzeit 35 Mitglieder, darunter elf Frauen, bauen Bananen von höchster Qualität an. / Foto: Zamira Ramírez & Sergio Calderón, CLAC



Für kleinbäuerliche Betriebe ist eine faire Lastenverteilung essenziell.

*Kathrin Amacker,
Präsidentin der Stiftung*

Kleinbäuer:innen revidiert, ebenfalls mit Fokus auf Sorgfaltspflichten zu Menschenrechten und Umweltschutz.

Darüber hinaus veröffentlichte Fairtrade International im vergangenen Jahr erstmals einen umfassenden Bericht über Massnahmen zu Menschenrechten und ökologischer Nachhaltigkeit. Der Bericht enthält aggregierte Audit-ergebnisse zu Themen wie Arbeitsrechte, Kinderschutz und Biodiversität. Er zeigt detailliert auf, wie Fairtrade die eigenen Sorgfaltspflichten erfüllt.

Faire Lastenverteilung steht im Zentrum

Dass Unternehmen ihrer Sorgfaltspflicht nachkommen, ohne die Verantwortung und die Kosten für die Umsetzung in der Wertschöpfungskette nach unten abzuschieben, ist leider nach wie vor keine Selbstverständlichkeit. Gerade für kleinbäuerliche Betriebe ist eine faire Lastenverteilung, unterstützt durch bessere Preise, Nachhaltigkeitsprämien und Unterstützungsleistungen, essenziell.

Wir setzen uns seit Jahren für nicht verhandelbare Mindestpreise, zusätzliche Fairtrade-Prämien und existenzsichernde Löhne ein. Im August 2023 wurde beispielsweise der Mindestpreis für Kaffee deutlich angehoben, um den vielfältigen Herausforderungen der Kaffeebäuer:innen – von der Klimakrise über Inflation bis hin zu Preisschwankungen – gerecht zu werden.

Erfreuliches Umsatzwachstum und finanzielle Stabilisierung

Das Jahr 2023 war in der Schweiz geprägt von sinkender Kaufkraft und globaler Unsicherheit durch Kriege und Krisen. Trotzdem kauften Konsument:innen hierzulande für 970 Millionen Franken Fairtrade-Produkte, was 6% mehr ist als im Vorjahr. Mit einem jährlichen Pro-Kopf-Konsum von 110 Franken sind die Konsument:innen in der Schweiz erneut Fairtrade-Weltmeister:innen. Dank dieser positiven Entwicklungen, verbunden mit kostensenkenden Massnahmen, konnte die finanzielle Situation von Fairtrade Max Havelaar nach einem Verlust im Vorjahr wieder stabilisiert werden. Die Stiftung schliesst das Finanzjahr 2023 mit einem positiven Ergebnis ab.

Die Solidarität mit den Kleinbäuer:innen und Arbeiter:innen im globalen Süden, auch in Krisenzeiten, zeichnet die Schweiz aus und spiegelt das immense Engagement unserer verlässlichen und innovativen Handelspartner wider. Wir blicken zuversichtlich auf die kommenden Monate und haben uns für 2024 ein weiteres Wachstum zum Ziel gesetzt.

The Future is fair. Wir freuen uns und sind dankbar, dass Sie uns auf unserem Weg dahin unterstützen.

Die Präsidentin und der Geschäftsführer



Kathrin Amacker | Fabian Waldmeier



*Kathrin Amacker,
Präsidentin der Stiftung*



*Fabian Waldmeier,
Geschäftsleiter*

Konsument:innen kaufen mehr Fairtrade-Produkte als jemals zuvor

Schweizer:innen griffen im Jahr 2023 vermehrt nach Fairtrade-Produkten, was zu einem Umsatzanstieg von 6% auf 970 Millionen Franken führte. Der Konsum pro Person erreichte mit durchschnittlich 110 Franken einen neuen Höchstwert. Im internationalen Vergleich konnten die Schweizer:innen damit ihre Position als Fairtrade-Weltmeister:innen festigen. Insbesondere die Detailhändler, allen voran Coop, leisteten einen wichtigen Beitrag zu diesem Ergebnis. Sie bauten ihre Fairtrade-Sortimente aus und haben den grössten Anteil an diesem erfreulichen Resultat.

Fairtrade-Produkte im Alltag genissen / Foto: Christopher Mueller, Fairtrade Max Havelaar



In der Schweiz macht der Detailhandel gut drei Viertel des gesamten Fairtrade-Umsatzes aus. Coop, Migros, Aldi, Lidl, Volg und Spar konnten ihren Umsatz mit Fairtrade-Produkten im letzten Jahr im Durchschnitt um 7% steigern. Auch verschiedene Markenartikler wie Maestrani haben in ihre Fairtrade-Sortimente investiert und damit ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 16% erzielt. Ebenfalls erfreulich ist die Entwicklung bei den etwa 50 Kaffeeröstern, die den Umsatz mit fair gehandelten Bohnen um 8% steigern konnten. Die Banken verzeichneten unterschiedliche Ergebnisse: Während sich der Gold-Fonds der BKB positiv entwickelte, ging die Nachfrage nach Fairtrade-Kleinbarren deutlich zurück. Die Juweliere verzeichneten eine stabile Entwicklung beim Verkauf von Fairtrade-Goldschmuck.

Die Umsatzentwicklung der Produktkategorien ist grösstenteils positiv. Dies ist hauptsächlich auf zahlreiche Produktneuheiten und -umstellungen zurückzuführen, wie z. B. neue Artikel der



In der Schweiz gibt es insgesamt über 3'700 Fairtrade-Produkte. / Foto: Lia Studerus, Fairtrade Max Havelaar

Marke «Karma» bei Coop, ein Ausbau der «Mr. Rice»-Produkte bei Migros sowie neue Schokoladen der Linien «Way To Go» bei Lidl Schweiz und «Choceur CHOCO CHANGER» bei ALDI SUISSE. Darüber hinaus haben auch inflationsbedingte Preiserhöhungen das Ergebnis nach oben beeinflusst.

Die Süswaren, Molkereiprodukte, Backwaren, Blumen & Pflanzen, Trockenfrüchte & Nüsse, Reis, Sportbälle und die zusammengesetzten Produkte verzeichneten ein zweistelliges Umsatzwachstum. Bananen, Kaffee, Brotaufstrich und Tee erreichten ein einstelliges Umsatzwachstum. Der Konsum von exotischen Früchten, Glacé, Zucker, Gewürzen, Quinoa und Baumwollprodukten ging zurück. Auch die Getränke schlossen unter dem Vorjahresniveau ab. Letzteres ist einerseits auf eine geringere Nachfrage nach Oran-

gensaft aus Konzentrat und andererseits auf eine signifikante Umstellung bei einem Grossverteiler zurückzuführen. Der Rückgang bei den Gold-Umsätzen ist durch die bereits erwähnte niedrigere Nachfrage nach kleinen Goldbarren zu erklären.

Mit einem Umsatzwachstum von insgesamt 6% ist nicht nur der Konsum gestiegen. Auch die Vielfalt an Fairtrade-zertifizierten Produkten in der Schweiz hat weiter zugenommen. Mittlerweile sind rund 3'700 Produkte mit dem Fairtrade-Label erhältlich. Durch den Verkauf von Fairtrade-Produkten profitieren die Arbeiter:innen und Kleinbäuer:innen in Lateinamerika, Asien und Afrika dank Mindestpreisen und Fairtrade-Prämien von besseren Preisen und mehr finanzieller Sicherheit. Viele Kleinbauernorganisationen können jedoch nur einen Teil ihrer Ernte zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen. Bei den Kakao-Kooperativen ist es beispielsweise durchschnittlich nur ein Drittel, der Rest muss auf dem konventionellen Markt verkauft werden. Fairtrade ist umso wirksamer, je grösser der Anteil der Rohstoffe ist, den die Kooperativen zu Fairtrade-Bedingungen verkaufen können. Deshalb ist das Wachstum in der Schweiz wichtig, damit die Kleinbauernfamilien mehr zu Fairtrade-Bedingungen absetzen können.

Auch Unternehmen profitieren, wenn sie vermehrt auf Fairtrade setzen. Sie können damit einen wertvollen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen in ihren Lieferketten leisten und ihr Nachhaltigkeits-Engagement wirkungsvoll mit dem Fairtrade-Label sichtbar machen. Zudem unterstützt Fairtrade Unternehmen dabei, zentrale Aspekte der steigenden Sorgfaltspflichten zu erfüllen.

Herzlichen Dank an die Schweizer Konsument:innen und an die Fairtrade-Partner, die zu diesem erfreulichen Ergebnis beigetragen haben. The Future is fair!

Umsatz:
CHF 970 Mio.
ggü. Vorjahr: **+6.2%**
Pro Kopf: CHF 110.-
Prämien:
USD 13.5 Mio.

Starke Partnerschaft für Ihr Unternehmen

Die Herausforderungen entlang der Lieferketten werden durch gesetzliche Regulierungen auch für Unternehmen in der Schweiz immer komplexer. Fairtrade Max Havelaar unterstützt Ihr Unternehmen mit der Zertifizierung Ihrer Produkte und massgeschneiderten Programmen, damit Sie Ihre Verantwortung im Bereich der menschenrechtlichen und ökologischen Sorgfaltspflicht wahrnehmen und entsprechende Massnahmen ergreifen können.



Zertifizierung

Unser Kerngeschäft: Seit 1992 unterstützt Fairtrade Max Havelaar Unternehmen bei der Beschaffung von nachhaltig produzierten und fair gehandelten Rohstoffen. Mit dem Fairtrade-Label, das bei den Konsument:innen eine sehr hohe Bekanntheit und grosses Vertrauen genießt, kann Ihr Unternehmen sein Engagement für den fairen Handel auf jedem Produkt sichtbar machen.



Über die Zertifizierung hinaus

Eine zukunftsfähige Nachhaltigkeitsstrategie beschränkt sich nicht auf zertifizierte Lieferketten. Mit einem erweiterten Dienstleistungsangebot im Bereich Expertise, Beratung und Projekte in den Ursprungsländern unterstützt Fairtrade Max Havelaar Sie dabei, individuellen Herausforderungen besser zu begegnen und zusätzliche Wirkung vor Ort zu erzielen.

Zertifizierung

Die Zertifizierung ist ein Instrument für Ihr Unternehmen, um die eigene Nachhaltigkeitsverantwortung wahrzunehmen und das Engagement durch das Fairtrade-Label auf dem Produkt für Konsument:innen sichtbar zu machen.



Das Fairtrade-Label genießt weltweit hohe Bekanntheit und Vertrauen / Foto: Winchester Creatives, Fairtrade Nederland

Das bewirkt Ihre Fairtrade-Zertifizierung

✓ BESSERE UND STABILERE EINKOMMEN

durch den Fairtrade-Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie.

✓ VERBESSERTER ARBEITSBEDINGUNGEN UND ÖKOLOGISCHE VORGABEN DURCH FAIRTRADE-STANDARDS:

Kleinbäuer:innen und Arbeiter:innen profitieren von umfassenden sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Anforderungen in den Fairtrade-Standards, überwacht von der unabhängigen Zertifizierungsstelle FLOCERT.

✓ FÖRDERUNG DEMOKRATISCHER STRUKTUREN

und organisatorische Stärkung durch Kooperativenbildung und Vernetzung von Arbeiter:innen auf Plantagen.

✓ ZUSAMMENARBEIT VOR ORT:

Die Produzent:innen erhalten durch die jeweiligen kontinentalen Fairtrade-Netzwerke Schulungen und Beratung. Zum Beispiel, um den Auswirkungen des Klimawandels zu begegnen.

✓ STÄRKUNG DES VERTRAUENS DER KONSUMENT:INNEN:

«Fairtrade» ist das Fair-Handels-Label mit den weltweit höchsten Vertrauens- und Bekanntheitswerten. Durch die Zertifizierung und den Einsatz fair gehandelter Rohstoffe können Unternehmen das positive Image von Fairtrade gezielt nutzen.

Risiken in der Lieferkette wirkungsvoll begegnen

In den letzten Jahren wurden in Europa und in der Schweiz verschiedene Gesetze zur menschenrechtlichen und ökologischen Sorgfaltspflicht verabschiedet bzw. vorangetrieben. Der Druck auf Schweizer Unternehmen, ihrer Verantwortung nachzukommen, nimmt immer mehr zu.

Dr. iur. Simone Hutter, Expertin für Menschenrechte und stellvertretende Leiterin Internationale Zusammenarbeit bei Fairtrade Max Havelaar, beantwortet die wichtigsten Fragen zu den aktuellen Entwicklungen und wie sie wirkungsvoll umgesetzt werden können.



bäuer:innen und Arbeiter:innen.

Die Verantwortung für die Umsetzung darf nicht allein auf sie abgewälzt werden, da sie mit einer zunehmenden Anzahl von Anforderungen konfrontiert sind.

Ist das nicht das Ziel von Fairtrade: strengere Anforderungen durchzusetzen?

S.H.: Strengere Anforderungen sind nur sinnvoll, wenn sie mit besseren Preisen, Co-Investitionen und Unterstützungsleistungen einhergehen. Leider ist dies oft nicht der Fall. Armut ist Ursache vieler Umwelt- und Menschenrechtsverletzungen. Niedrige Preise verschlimmern die Situation zusätzlich. Erhöhte Anforderungen bei unveränderten Bedingungen verstärken die menschenrechtlichen Risiken eher, als dass sie sie verringern.

Wie sieht die Position von Fairtrade Max Havelaar zu den gesetzlichen Änderungen bezüglich menschenrechtlicher und ökologischer Sorgfaltspflicht aus?

S.H.: Wir begrüßen diese Entwicklung. Auch Fairtrade hat 2023 die eigenen Anforderungen an menschenrechtliche und ökologische Sorgfaltspflicht in den Fairtrade-Standards für Händler:innen und für angestellte Arbeiter:innen verschärft. Ausserdem wurden strengere Anforderungen zur Entwaldung im Kakao- und Kaffeestandard verabschiedet. Im Jahr 2025 wird zudem der Fairtrade-Standard für Kleinbäuer:innen überarbeitet.

Besteht ein Risiko bei der Umsetzung der gesetzlichen Vorgaben?

S.H.: Damit die Gesetze zu den gewünschten positiven Veränderungen führen, müssen die Interessen der Menschen berücksichtigt werden, die in globalen Wertschöpfungsketten die schwächste Position einnehmen: Klein-

Was können Unternehmen tun?

S.H.: Ein erster Schritt ist der Bezug von Rohstoffen zu Fairtrade-Bedingungen mit festen Mindestpreisen und zusätzlichen Fairtrade-Prämien. Wichtig sind zudem langfristige Geschäftsbeziehungen. Um den grössten Risiken in der eigenen Lieferkette wirkungsvoll zu begegnen, können zusätzliche konkrete Projekte vor Ort nötig sein, die wir ebenfalls anbieten und erfolgreich umsetzen.

Über die Zertifizierung hinaus

Fairtrade Max Havelaar bietet Ihrem Unternehmen massgeschneiderte Unterstützung, um den Herausforderungen in Ihrer Lieferkette besser zu begegnen und zusätzliche Wirkung zu erzielen.

Die zunehmenden gesetzlichen Anforderungen verpflichten die Unternehmen, ihre Lieferketten genau zu prüfen. Um geeignete Massnahmen zur Risikominimierung zu ergreifen, müssen zuerst die bestehenden Risiken und deren Ursachen identifiziert werden. Fairtrade hat im Januar 2023 die «Risk Map» eingeführt, um die grössten Menschenrechts- und Umweltrisiken in den Ländern und Sektoren aufzuzeigen, in denen Fairtrade tätig ist. Dies soll Unternehmen dabei helfen, Risiken zu verstehen und anzugehen.

Darüber hinaus ist Fairtrade im vergangenen November eine Partnerschaft mit Satelligence, einem Anbieter von Satellitenüberwachungsdaten, eingegangen. Dadurch erhalten Fairtrade-Kooperativen Daten über die Farmen ihrer Mitglieder und deren Entwaldungsrisiko. So können sie die Waldflächen besser verwalten und die an die Unternehmen gestellten

Anforderungen der EU-Verordnung zur Vermeidung von Entwaldung erfüllen.

Expertise und Projektumsetzung

In Zusammenarbeit mit Fairtrade International und der Zertifizierungsstelle FLOCERT begleitet Fairtrade Max Havelaar Unternehmen mit umfassender Expertise durch den gesamten Prozess der Sorgfaltsprüfung. Für Unterstützung bei der Risikoanalyse, gezielte Massnahmen zur Risikominimierung oder wirkungsvollen Dialog mit Rechteinhabern haben Sie mit Fairtrade Max Havelaar einen kompetenten Partner mit langjähriger Erfahrung an Ihrer Seite.

Ein aktuelles Beispiel: Projekt gegen Kinder- und Zwangsarbeit mit HALBA

Ausbeuterische Kinderarbeit und Zwangsarbeit gehören zu den grössten Risiken im westafrikanischen Kakaosektor. Das mit HALBA (Division der Coop Genossenschaft) durchgeführte Projekt hat sich zum Ziel gesetzt, das Risiko für ausbeuterische Kinderarbeit und Zwangsarbeit in der Kakaoproduktion in Ghana zu verringern. Es geht dabei über die auditbasierte Zertifizierung hinaus. Im Vorfeld des Projektes wurden umfangreiche Risikoanalysen in den HALBA-Kakaobeschaffungsgebieten in Ghana durchgeführt, um gezielte, risikobasierte Massnahmen zu ergreifen.

Das Projekt konzentriert sich auf den Aufbau von funktionierenden Strukturen auf Gemeindeebene, die mit den bestehenden staatlichen Stellen zur Überwachung und Wiedergutmachung von Fällen von ausbeuterischer Kinderarbeit und Zwangsarbeit verbunden sind.

Konan Kouassi Alain bei einer Schulung. / Foto: Mohamed Aly Diabate, Fairtrade / Fairpicture



Fairtrade-Marketing: mehr Sichtbarkeit für Ihr Engagement

Das Engagement von Fairtrade Max Havelaar und seinen Partnern zeigt nicht nur in den Anbauländern des globalen Südens Wirkung. Aktivierende Kampagnen und kreative Co-Produktionen resultieren in Bestnoten bei Schweizer Konsument:innenumfragen und wertschätzenden Auszeichnungen.

Kampagnen

Kampagnen, die bewegen – dafür ist Fairtrade Max Havelaar bekannt. Mit kreativen und aktivierenden Massnahmen wurde das kommunikative Jahresthema «Klimafairness» das ganze Jahr über aufgegriffen und Bezüge zu wichtigen Rohstoffen hergestellt. Das erreichte Ziel: Konsument:innen über die Klima- und Umweltschutzanforderungen von Fairtrade zu informieren und sie aufzurufen, sich für den fairen Handel zu engagieren. Höhepunkt war die zweite Durchführung des «Fairbruary», der nach der Lancierung in der Schweiz im Vorjahr 2023 erstmals international umgesetzt wurde. Hunderte von Fairtrade-Fans haben sich in verschiedenen Challenges den Titel «Fairtrade-Hero» verdient. Mit Unterstützung unserer Partner wurden rund 30 Produktboxen an Content Creators verschickt, welche die Kampagne in den sozialen Medien verbreiteten.

Bestnoten bei Konsument:innen

Die Wahrnehmung und Wirkung des Fairtrade-Labels werden regelmässig durch verschiedene Konsument:innenstudien überprüft. Diese zeigten auch 2023, dass das Fairtrade-Label eine sehr hohe Bekanntheit (92%) und Vertrauen (85%) genießt¹. Im Vergleich mit über 400 anderen Schweizer Marken liegt Fairtrade bei Sympathie und Vertrauen in den Top20². Auch im Vergleich mit anderen NGO-Marken

schneidet Fairtrade mit einer Platzierung unter den besten zehn³ sehr gut ab. Durch die Zertifizierung können Unternehmen das positive Image von Fairtrade gezielt nutzen.

Auszeichnungen für herausragendes Engagement

Im Oktober 2023 fand in Kenia die erste Verleihung der Fairtrade Global Awards statt, bei der internationale Fairtrade-Partner für ihr herausragendes Engagement und ihre innovativen Ansätze zur Förderung sozialer Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit im Handel gewürdigt wurden. In diesem Rahmen wurden vier Schweizer Partner von Fairtrade Max Havelaar – Coop, Delica AG, Nespresso und HPW – ausgezeichnet.

Auszeichnungen an den Fairtrade Global Awards 2023 in Kenia. V.l.n.r.: Shadrack Ofori Yeboah (HPW Fresh & Dry), Denise Renaux (Coop), Phylis Warui (Nespresso), Sarah Sot (Delica), Steve Tharakan (Stv. Botschafter der Schweizer Botschaft in Kenia), Michael Fumey (HPW Fresh & Dry), Simon Aebi (Fairtrade Max Havelaar)



¹ Globescan, 2023

² Havas Brand Predictor, 2023

³ GfK Business Reflector, 2023

Jahresrechnung und Finanzbericht 2023

2023 war ein gutes Jahr für Fairtrade Max Havelaar. Da in der Schweiz mehr Fairtrade-Produkte gekauft wurden, stiegen auch die Einnahmen der Stiftung durch Lizenzgebühren. Nachdem Fairtrade Max Havelaar im Vorjahr aufgrund verschiedener Faktoren einen Verlust von 482'000 Franken verzeichnete, normalisierte sich die Situation 2023 und es konnte wieder eine ausgeglichene Rechnung mit einem positiven Ergebnis von 41'000 Franken erzielt werden. Um dies trotz steigendem Kostendruck zu erreichen, wurden Massnahmen ergriffen, um sowohl die Personal – als auch die Sachkosten nachhaltig zu senken.

Die Lizenzgebühren stiegen im Jahr 2023 um 156'000 Franken auf total 8,9 Millionen Franken an. Damit konnte der kurzfristige Gebührenerückgang aus dem Vorjahr überwunden und der langfristige Trend steigender Lizenzeinnahmen wieder aufgenommen werden. Besonders die Produktkategorien Blumen & Pflanzen, Molkeprodukte, Süsswaren, Backwaren & Biscuits und Bananen generierten mehr Lizenzeinnahmen. Rückläufig waren hingegen die Einnahmen aus Kaltgetränken, bedingt durch eine Auslistung. Auch die Einnahmen aus nicht gelabeltem Kaffee sind weiterhin rückläufig.

Die Einnahmen aus Programmen, Expertise-Dienstleistungen und anderen internationalen Projekten stiegen um 46'000 Franken, jedoch konnten 133'000 Franken weniger Dienstleistungen an andere Fairtrade-Organisationen verrechnet werden. Insgesamt stieg der Betriebsertrag um 63'000 Franken.

Der Betriebsaufwand sank gegenüber dem Vorjahr um 6,6%. In beinahe allen Bereichen sanken die Kosten, einzig die Beiträge an Fairtrade International und die Abschreibungen stiegen an. Dies hat folgende Gründe:

- ✦ Nachdem im Vorjahr der pandemiebedingte Ausgabenstau bei den Programmen und Expertise-Dienstleistungen sowie den internationalen Projekten abgebaut werden konnte, was mit aussergewöhnlich hohen Kosten verbunden war, normalisierte sich die Situation im Jahr 2023. Den Ausgaben von 979'000 Franken standen Einnahmen in der Höhe von 514'000 gegenüber, was zu Nettoinvestitionen von 465'000 Franken führte. Damit wurden unter anderem die Evaluation von Living Income / Wage Referenzpreisen, Programme zur Anpassung an den Klimawandel und die Weiterentwicklung der Produktkategorie Gold finanziert.
- ✦ Die Beiträge an Fairtrade International wurden gemäss den geltenden Regularien bezahlt. Aufgrund höherer Lizenzeinnahmen stiegen auch die Beiträge um 3% auf insgesamt 3'139'000 Franken.
- ✦ Um die langfristige Wirtschaftlichkeit der Stiftung zu gewährleisten, wurde der Stellenetat im Jahr 2023 sukzessive um 3,9 FTE reduziert. Gleichzeitig gab es vorübergehende Vakanz auf einigen Posten. Damit

konnten die Personalkosten gegenüber dem Vorjahr deutlich gesenkt werden.

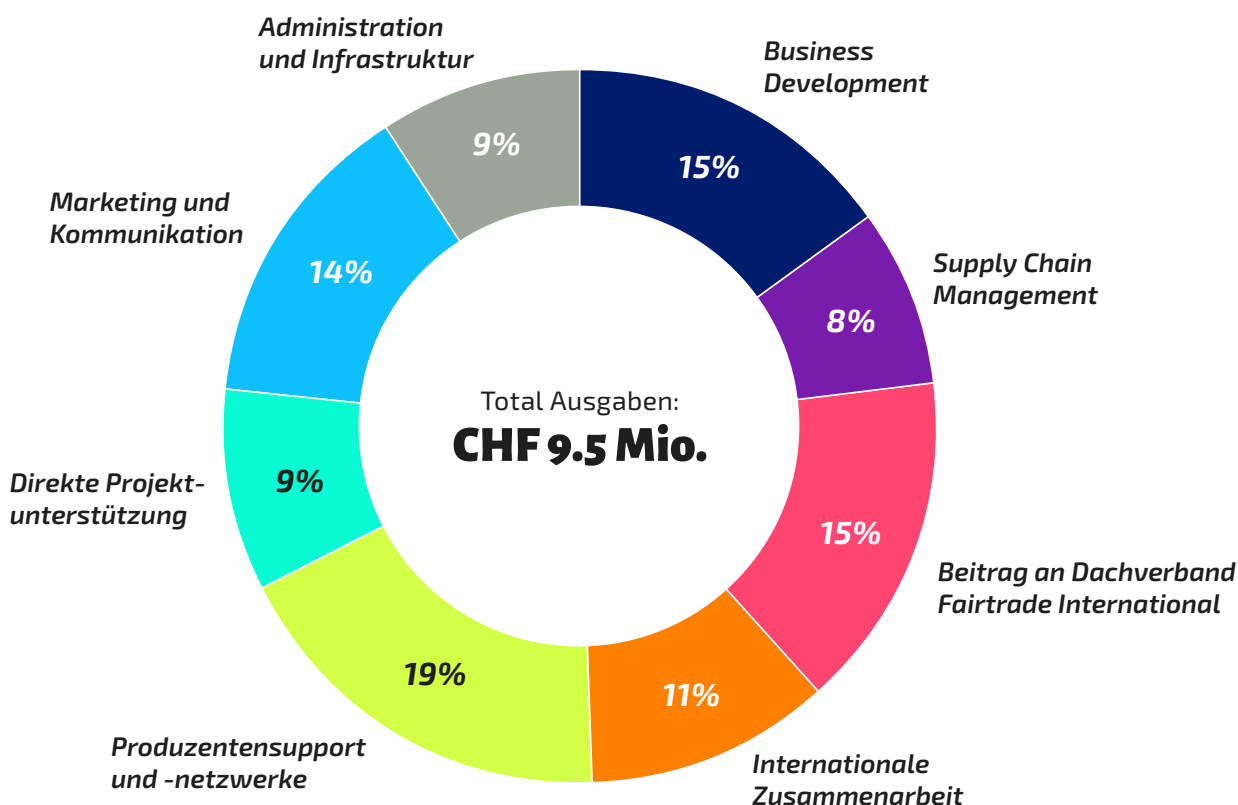
- ✦ Aufgrund der allgemeinen Teuerung stiegen auch die Verwaltungskosten. Dass der Verwaltungsaufwand 2023 trotzdem tiefer ausfiel als im Vorjahr, liegt an den reduzierten Reisetätigkeiten. Aus verschiedenen Gründen mussten diverse Südreisen auf das Folgejahr verschoben werden.
- ✦ Investitionen in den Ausbau von Softwareapplikationen wie Salesforce und PowerBI führten zu einem leichten Anstieg der Abschreibungen.
- ✦ Im Jahr 2022 führten das 30-jährige Jubiläum und die Award-Veranstaltung zu einem vorübergehenden Anstieg der Ausgaben im Bereich Marketing und Kommunikation. In diesem Jahr sind die Kosten wieder auf

ein normales Niveau zurückgegangen, das jedoch deutlich unter dem Betrag vor der Pandemie liegt.

Nachdem im Geschäftsjahr 2022 die nachzuholenden Ausgaben für internationale Projekte und ein hoher Verlust auf den Finanzanlagen trotz Abbau des gebundenen Organisationskapitals zu einem Verlust von 482'000 Franken führten, konnte 2023 das gebundene Organisationskapital wieder geäußert und ein Gewinn von 41'000 Franken erzielt werden.

Im Jahr 2023 wurden im gebundenen Organisationskapital 479'000 Franken gebildet und 296'000 Franken verwendet. Das Fonds Organisationkapital erhöht sich somit um 183'000 Franken und beträgt neu 1,1 Millionen Franken. Das Jahresergebnis von 41'000 Franken wird mit dem frei erarbeiteten Kapital verrechnet, welches neu 4,7 Millionen Franken beträgt.

Aufteilung der Ausgaben 2023



Bilanz

AKTIVEN CHF	Anhang ⁴	31.12.23	31.12.22
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel	4.1	2'366'482	2'082'960
Forderungen aus Lieferung und Leistung	4.2	509'628	766'643
Übrige kurzfristige Forderungen		1'279	2'490
Aktive Rechnungsabgrenzung	4.3	1'860'906	2'004'870
		4'738'295	4'856'963
Anlagevermögen			
Finanzanlagen	4.4	2'472'753	2'432'903
Sachanlagen	4.5	50'422	75'748
Immaterielle Anlagen	4.5	187'383	164'674
		2'710'558	2'673'325
Total AKTIVEN		7'448'853	7'530'288
PASSIVEN CHF			
	Anhang	31.12.23	31.12.22
Kurzfristiges Fremdkapital			
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	5.1	441'152	589'395
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5.2	422'524	401'438
Kurzfristige Rückstellungen	5.3	118'178	129'278
Passive Rechnungsabgrenzung	5.4	320'533	418'289
		1'302'388	1'538'400
Fondskapital			
Zweckgebundene Fonds		139'551	209'488
Fremdkapital inkl. zweckgebundene Fonds		1'441'939	1'747'888
Organisationskapital			
Einbezahltes Stiftungskapital	6	190'002	190'002
Gebundenes Kapital		1'117'214	934'091
Freies Kapital		4'699'698	4'658'307
		6'006'914	5'782'400
Total PASSIVEN		7'448'853	7'530'288

Die vorliegende Jahresrechnung wurde von BDO Zürich in einer ordentlichen Revision umfassend geprüft und für korrekt befunden. 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.

Betriebsrechnung

Betriebsertrag	Anhang	2023	2022
Lizenertrag Dritte		8'884'355	8'728'304
Ertrag Dienstleistungen		162'872	83'300
Verluste aus Forderungen		1'193	(2'922)
Ertrag aus Leistungen		9'048'420	8'808'682
Ertrag zweckgebundene Spenden		33	63
Ertrag Spenden		33	63
Ertrag zweckgebundene Mandatsbeiträge		193'610	86'250
Ertrag zweckgebundene Programmbeiträge		122'608	264'246
Ertrag Beiträge		316'218	350'496
Anderer betrieblicher Ertrag		271'776	414'212
Total Betriebsertrag		9'636'448	9'573'453
Betriebsaufwand			
	Anhang	2023	2022
Entrichtete Beiträge Mandate und Programme		(386'170)	(276'012)
Direkter Aufwand Dienstleistungen		(116'586)	(9'956)
Personalaufwand		(3'977'784)	(4'333'730)
Verwaltungsaufwand		(824'820)	(835'705)
Internationale Zusammenarbeit		(3'634'192)	(3'926'268)
Marketing- und Kommunikationsaufwand		(453'626)	(715'218)
Abschreibungen auf Sachanlagen & Immaterielle Anlagen	4.5	(126'466)	(102'284)
Betriebsaufwand		(9'519'645)	(10'199'172)
Betriebsergebnis		116'803	(625'719)
Finanzertrag			
Finanzertrag		190'554	186'289
Finanzaufwand		(152'779)	(442'820)
Finanzergebnis	7	37'775	(256'531)
Ergebnis vor Veränderung aus Fondskapital		154'578	(882'250)
Veränderung des Fondskapital		69'937	(64'959)
Fondsergebnis zweckgebundene Fonds		69'937	(64'959)
Jahresergebnis vor Veränderung Organisationskapital		224'515	(947'209)
Zuweisung/Verwendung gebundenes Organisationskapital			
		2023	2022
Veränderung gebundenes Kapital		(183'124)	465'320
Jahresergebnis vor Zuweisung/Verwendung freies Kapital		4'1'391	(481'889)

⁴ Den vollständigen Revisionsbericht sowie die Jahresrechnung mit dem Leistungsbericht und allen Anhängen finden Sie auf: www.fairtrademaxhavelaar.ch

Rohstoff- und Marktentwicklung 2023

Entwicklung der Absatzvolumen der wichtigsten Rohstoffe im Vergleich zum Vorjahr



Bananen

38'522 Tonnen
+2%



Blumen

65'701'704 Stiele
+26%



Kaffee⁵

7'647 Tonnen
-7%



Kakao

8'528 Tonnen
+16%



Fruchtsaft

19'572'863 Liter
-17%



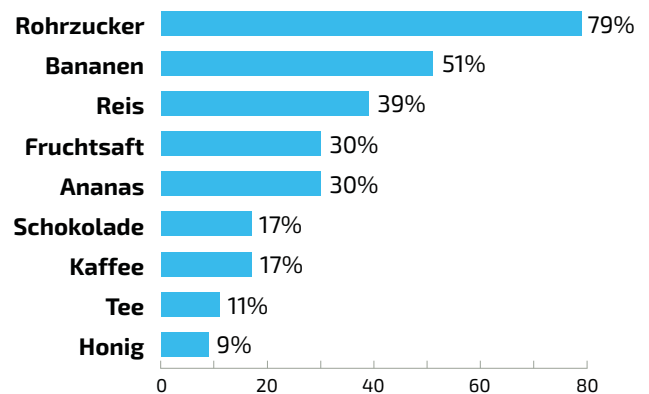
Rohrzucker

8'175 Tonnen
+2%

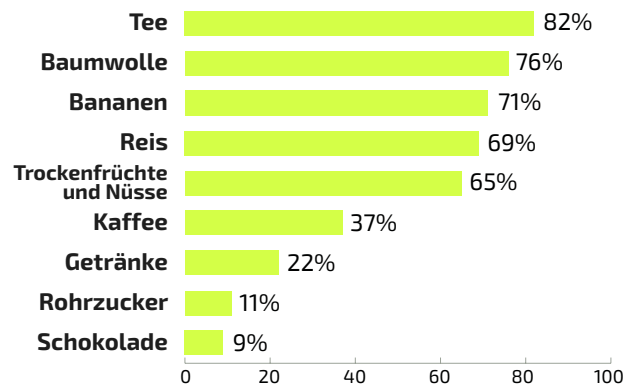
Umsatz pro Produktkategorie

Produkt	Umsatz CHF	Veränderung ggü. 2022
Süßwaren	223'023'464	17.3%
- Schokolade	178'117'902	18.9%
- Biscuits & Diverses	44'905'562	11.6%
Bananen	110'142'776	3.9%
Kaffee	97'577'825	6.2%
Exoten	78'840'455	-1.9%
- Frische Früchte & Gemüse	48'326'274	-8.6%
- Convenience/Konserven	30'514'182	11.1%
Molkereiprodukte	73'659'082	10.4%
- Joghurt	47'951'831	4.4%
- Milchmischgetränke	16'936'336	28.3%
- Diverses	8'770'916	15.8%
Getränke	72'383'447	-12.8%
- Säfte	47'187'268	-19.1%
- Kaltgetränke	23'939'139	1.9%
- Alkoholische Getränke	1'257'041	6.6%
Backwaren	68'500'809	10.5%
Blumen & Pflanzen	60'971'700	22.4%
Glace	52'468'853	-5.4%
Trockenfrüchte/Nüsse	50'678'490	17.2%
Reis	26'835'331	13.7%
Zusammenges. Produkte	14'386'420	24%
Rohrzucker	9'290'133	-7.1%
Gold	8'647'821	-45%
Brotaufstrich	7'855'189	0.8%
- Honig	4'718'192	-10%
- Restliche	3'136'997	22.8%
Gewürze	5'178'644	-5.2%
Tee	4'011'564	1%
Quinoa	3'927'498	-8.1%
Baumwollprodukte	1'567'037	-28.2%
Sportbälle	115'325	11.3%
Total	970'061'862	6.2%

Marktanteil⁶



Bioanteil⁷



⁵ Beinhaltet auch nicht gelabelten Fairtrade-Kaffee.

⁶ Geschätzter Marktanteil Detailhandel basierend auf Absatzmengen; Basis: AC Nielsen.

⁷ Anteil Fairtrade-Rohstoff, der auch Bio-Richtlinien erfüllt, basierend auf Absatzmengen.

Impressum

Herausgeberin: Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Redaktion: Laura Saner, Lukas Krebs,

Fabian Waldmeier, Simon Aebi, Denise Büchler

Layout: Lia Studerus / Publiziert: Mai 2024

Titelbild: Ms Bewla, Teearbeiterin der

«Chamong Tea Exports Pvt. Ltd» in Calcutta,

Indien / Fairtrade NAPP