

Gaby Escobar Ordinola
bananodlare, Peru

**Föreningen för Fairtrade Sveriges
verksamhetsberättelse 2025**



FAIRTRADE
SVERIGE

Innehåll

Generalsekreteraren har ordet	3
Hur vi skapar förändring	4
Nedslag 2025	5
6. Kommunikation	
Stort engagemang och fokus på levnadslön	7
Forskningen bekräftar: Fairtrade gör skillnad	8
Fairtrade i media 2025	9
Föreningens nya ledarduo	10
Höjdpunkter från sociala medier	11
12. Engagemang & påverkan	
Seminarium om Omnibus och CSDDD	12
Ny digital utbildning	12
Året med Postkodlotteriet	13
14. Samarbete med aktörer i civilsamhälle & offentlig sektor	
Nätverksträff om levnadslön	14
Malmö utnämnt till Årets Fairtrade City 2025	15
Krav på rättvist handlat kaffe visar vägen framåt	16

17. Samarbete med kommersiella aktörer

Tävlingar driver engagemang	17
Nästan var tredje person i Sverige nåddes av höstkampanjen	19
Produktlanseringar	20

21. Föreningens styrelse

Föreningen för Fairtrade Sveriges styrelse 2025	21
---	----

22. Årsredovisning



Foto: Fairtrade Sverige

Victor William Torres Estela,
anställd plantskötare på kaffekooperativ i Peru



VI LEVER I EN TID av ökad osäkerhet. Klimatförändringar, ekonomisk press och globala handelsskiften slår hårdast mot dem som redan lever med små marginaler. När världsekonomin pressas och spelreglerna förändras är det ofta odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom som får bära den tyngsta bördan.

Under min resa till Peru i våras blev detta tydligt, men jag mötte också något annat: en enorm kunskap, innovationskraft och framtidstro hos odlarna själva. På det Fairtrade-certifierade kaffekooperativet Sol & Café berättade odlaren Cesar Rimarachín Acuña hur klimatförändringarna redan påverkar skördarna genom nya skadedjur och växtsjukdomar.

Samtidigt såg jag hur lösningar växer fram ur lokal erfarenhet och samarbete. Med stöd av Fairtrade-premien hade kooperativet tagit fram en biologisk spray gjord på fermenterad kakaovätska, som används i stället för kemiska bekämpningsmedel. Odlarna identifierade problemet, använde sin kunskap och kunde genom premien utveckla ett hållbart verktyg för att förebygga det.

Det är just detta Fairtrade-premien möjliggör. Den ger odlarna verktyg att investera i utbildning, klimatanpassning och lokalt förankrade lösningar, och stärker kooperativens demokratiska arbete och motståndskraft.

Samtidigt vet vi att hållbara metoder inte räcker om inkomsterna fortfarande är för låga. Fairtrade är

en central del av det arbete som krävs för att stänga levnadslöns- och levnadsinkomstgapet i globala värdekedjor. Detta sker genom tydliga verktyg för bättre betalt och långsiktigt ansvarstagande i handeln.

I vår rapport, Mer än bara överleva från 2025, synliggjorde vi hur ohållbart låga löner fortsatt präglar många leverantörsled, och hur verklig förändring kräver att företag aktivt använder de verktyg som finns för att skapa faktiska förbättringar för odlare och anställda.

Under året lanserade vi en ny digital utbildning, En varas verkliga pris, som blir en viktig grund för att stärka kunskap och engagemang i Sverige.

Vi går in i 2026 med ny energi. Ett nytt fokus under perioden blir att arbeta med skolan och engagera barn och unga i frågor om hållbar handel och global rättvisa, med målet att stärka kunskap, delaktighet och handlingskraft hos nästa generation.

Parallellt inleds ett nytt kaffeprojekt i Uganda tillsammans med Fairtrade Africa, i syfte att stärka unga kaffeodlares långsiktiga försörjningsmöjligheter och motståndskraft. Satsningen är ett tydligt exempel på Fairtrades mervärde utöver certifiering, där vi kombinerar handel med kapacitetsutveckling, investeringar och konkreta insatser som stärker odlare på plats.

Fairtrade är en kraft som utgår från odlarna själva. Genom premien, genom bättre betalt och genom lokala lösningar kan vi tillsammans bidra till en handel där människor inte bara överlever, utan får möjlighet att bygga en framtid.

Ulrika Urey, generalsekreterare,
Föreningen för Fairtrade Sverige

”Fairtrade är en kraft som utgår från odlarna själva.”

Ulrika Urey



Gerardo Alarcón Cubas, verksamhetschef på Sol & Café-kooperativet i Peru, i samtal med Ulrika Urey. Foto: Fairtrade Sverige.

Hur vi skapar förändring

En certifiering & en aktör för hållbar världshandel

Fairtrade arbetar med fattigdomsbekämpning genom handel. Visionen är en världshandel där odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom kan skapa sig en trygg och hållbar försörjning och själva bestämma över sin framtid.

Kärnan i verksamheten är Fairtrade-märket, som används som en certifiering för produkter som odlas i länder med utbredd fattigdom. Certifieringen bygger på ett antal kriterier för social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. Bland kriterierna finns ett minimipris som ger ekonomisk trygghet och en premie som betalas ut till odlare och anställda för att möjliggöra investeringar i verksamhet och lokalsamhälle. Kriterierna innefattar även bland annat krav på anständiga arbetsvillkor och att anställda ska ha rätt att organisera sig.

En grundläggande princip för Fairtrade är att odlare och anställda ska kunna bestämma över sin egen framtid. Odlarnas inflytande och medbestämmande är också en central del i Fairtrades verksamhet. Odlarna har därför 50 procent av rösterna i Fairtrade Internationals högsta beslutande organ och är därmed delaktiga i alla strategiska beslut som fattas inom organisationen.

Förändring på fyra nivåer

Fairtrade Sverige verkar för Fairtrades vision genom att åstadkomma förändring på fyra nivåer:

1. Information och relationer. Vi arbetar för att nå ut brett med relevant information och för att bygga starka och förtroendefulla relationer och samarbeten med våra intressenter.

2. Kunskap och attityder. På kort sikt ska våra aktiviteter bidra till ökad kunskap och mer positiva attityder till Fairtrade och Fairtrades frågor.

3. Motivation och engagemang. På medellång sikt ska verksamheten bidra till ökad motivation och stärkt engagemang för en mer hållbar världshandel.

4. System- och beteendeförändring. På lång sikt ska verksamheten leda till att förändra värderingar, beteenden och system. Det innefattar såväl att förmå konsumenter och företag att fatta mer medvetna och hållbara beslut som att påverka lagstiftning.

Fyra huvudstrategier

Fairtrade Sverige utgörs av Föreningen för Fairtrade Sverige och Fairtrade Sverige AB. Organisationerna arbetar tillsammans för att stärka engagemanget för en mer hållbar världshandel i syfte att öka utbud och konsumtion av Fairtrade-märkta produkter. Föreningens uppgift är att sprida information och öka kännedomen om Fairtrade och Fairtrade Sverige AB:s uppgift är att licensiera Fairtrade-märket till svenska företag.

Vår metod för att åstadkomma förändring bygger på

fyra huvudstrategier som genomförs i samarbete mellan Föreningen för Fairtrade Sverige och Fairtrade Sverige AB.

Kommunikation. Vi genomför kampanjer och kommunikationsinsatser mot olika målgrupper för att informera, stärka engagemanget och öka kunskapen om Fairtrade.

Samarbete med aktörer i civilsamhälle och offentlig sektor. Vi utvecklar samarbeten med civilsamhällesorganisationer, kommuner och regioner samt strategiska partners för breddat engagemang. Centralt i detta arbete är diplomeringen Fairtrade City/Region, engagemangsarbetet med Fairtrades medlemsorganisationer och arbetet med att utveckla nya strategiska samarbeten.

Påverkan och policyarbete. Vi bedriver påverkansarbete mot beslutsfattare inom politik och näringsliv för att säkerställa att Fairtrades frågor prioriteras och att politiska beslut fattas som stärker odlares och anställdas rättigheter respektive underlättar för konsumenter och företag att välja Fairtrade.

Samarbete med kommersiella aktörer. Vi för kontinuerlig dialog och genomför aktiviteter för att stärka relationen med företag och andra aktörer inom handeln, som kan bidra till ett ökat utbud av Fairtrade-märkta produkter och därigenom en mer hållbar världshandel. Centralt i det arbetet är licensieringen av Fairtrade-märket.

Vårkampanjen

Vårkampanjen Fika Forever samlade över 100 000 fikadeltagare över hela landet.

Producentbesök i Peru

I maj reste tre medarbetare till norra Peru för att besöka banan-, kaffe och kakaoodlare och samla in material för framtida innehållsproduktion.

Stöd från Postkodlotteriet

62 ideella organisationer fick dela på över en miljard från Postkodlotteriet – Fairtrade är en av förmånstagarna.

Rapport-släpp

I maj samlades runt 60 gäster och hållbarhetsexperter kring rapporten "Mer än bara överleva".



Almedalen

En Fairtrade-banan var på plats för att uppmärksamma vikten av schyssta bananer..



Digital utbildning

I november lanserades "En varas verkliga pris" för att öka kunskapen om hållbar handel och synliggöra hur vi alla i vår vardag kan bidra till förändring genom vår konsumtion.



Nedslag 2025

Fairtrade Towns

Vi medverkade på ett internationellt möte i Skottland tillsammans med fler än 250 delegater från Europa till länder som Sydkorea, Nepal, Sydafrika och Peru. Temat var "Din stad, vår värld – lokalt engagemang för rättvis handel för att nå FN:s globala mål".

Ny ordförande

Efter två år lämnade Sofia Walan och Maria Granefelt tog över.

CSDDD

Fairtrade fortsatte påverka för ett starkt EU-direktiv om företagsansvar, tillsammans med Swedwatch, Naturskyddsföreningen och ACT Svenska kyrkan.

Höstkampanjen

Under höstkampanjen uppmärksammade 28 procent av svenskarna kampanjen, varav 18 procent såg den i butik. Det är en ökning från 10 procent för ett par år sedan. (Källa: Verian)

Malmö – Årets Fairtrade City

Diplomet mottas av Louise Dahl Gottberg, utredare och koordinator för Malmö stads Fairtrade City-kansli.



Stöd från Allmänna arvsfonden

Beviljades i december för projektet Walk the talk tillsammans med Generation Pep, Unga Innovatörer och Sveriges Elevråd.

Ung företagsamhet

Fairtrades generalsekreterare Ulrika Urey satt med i juryn för UF Stockholms mest hållbara UF-företag.

Internationell webbplats

Under 2025 lanserades en gemensam global webbplats.

Beviljat Sida-projekt

Under de kommande två åren kommer vi, tillsammans med Fairtrade Africa, att arbeta för att stärka unga odlares möjligheter på tre kaffekooperativ i Uganda.



Maria Löfgren Gernes, programkoordinator för klimatprogrammet på Svenska kyrkan. Foto: Privat.

Hallå där Maria Löfgren Gernes, Svenska Kyrkan

Vad betyder Fairtrade för Svenska kyrkan?

– Svenska kyrkan har länge varit en aktiv aktör inom rättvis handel, vilket gör Fairtrade till en självklar del av vårt arbete. Fairtrade är ett konkret sätt att koppla samman lokalt engagemang i församlingar med kyrkans globala ansvar för mänskliga rättigheter, hållbar handel och bidra till att odlare får bättre betalt och stöd för att hantera klimatförändringarnas

effekter. Genom att församlingarna köper in Fairtrade-produkter använder vi vår konsumentmakt för att påverka marknaden i en mer hållbar och rättvis riktning.

Vad betyder Fairtrade för dig personligen?

– Rättvisefrågor har följt mig hela livet och ligger mig varmt om hjärtat. Att välja Fairtrade är därför ett konkret sätt för mig att omsätta solidaritet, mänsklig värdighet och rättvisa i handling. Det är ett sätt för mig som konsument ta ansvar och påverka, särskilt kring arbetsvillkor, giftfri produktion och klimatomställning.

Hur lyckades ni engagera så många under förra årets vårkampanj?

– Framgången tror jag främst beror på vår starka fikakultur, vår rikstäckande närvaro i församlingar, samt att kampanjen var konkret och enkel. Vi byggde vidare på befintliga mötesplatser, som fikaträffar och webinarier, och lyfte människorna bakom produkterna för att visa vilken skillnad Fairtrade faktiskt gör. Kopplingen mellan gemenskap, rättvisa och hotet mot framtidens kaffe gjorde budskapet relevant och engagerande.

Kommunikation

Fairtrade genomför löpande flera olika typer av kommunikationsinsatser mot olika målgrupper för att informera, stärka engagemanget och öka kunskapen om Fairtrade. En central del i vårt kommunikationsarbete är våra två årliga kampanjer – en på våren och en på hösten.

”Det blir mycket plantsjukdomar till följd av klimatförändringarna. Jag behöver investera mer för att förbättra produktionen på min gård.”

Cesar Acuña Rimarachin, kaffeodlare, Peru



Foto: Fairtrade Sverige

Stort engagemang och fokus på levnadslön



Under temat Fika Forever uppmärksammades vikten av levnadslöner och levnadsinkomster för kaffe- och kakaodlare. Vårkampanjen genererade ett stort engagemang och totalt registrerades 231 fikor med 100 221 deltagare.

Bred uppslutning

70 procent av diplomerade Fairtrade City och Fairtrade Region engagerade sig aktivt. Stockholm, Karlstad och Uppsala registrerade flest fikor bland kommunerna, medan Piteå, Falun och Västerås hade flest fikadeltagare. Medlemsorganisationer som Vision, SSR och Svenska kyrkan arrangerade utbildningar, fikor och kommunikationsinsatser. Alla sju aktiva engagemangssamordnare deltog genom både interna och externa aktiviteter.

Rapportlansering med event

Rapporten "[Mer än bara överleva](#)", som togs fram med stöd av Postkodlotteriet, fick stort genomslag. Debattartikeln "[Höga priser på kaffe öppnar för hållbar](#)

"[handel i praktiken](#)" i Aftonbladet, signerades av 12 medlemsorganisationer och lästes av 1,1 miljoner. Totalt nämndes Fairtrade 31 gånger i media under kampanjperioden, med artiklar i Dagens Industri, Aktuell Hållbarhet och Dagligvarunytt som viktiga resultat. I samband med rapportsläppet arrangerades ett fysiskt event med panelsamtal och lunchmingel.



Foto: Fairtrade Sverige

I panelen deltog Wilbert Flinterman, Fairtrade International, Kristina Areskod Bjurling, Axfood, Thomas Janson, Unionen och Elisabet Lim, Fairtrade Sverige. Rapporten har delats med alla våra medlemsorganisationer, med andra svenska organisationer och med Sida och UD-personal med fokus på ansvarsfullt företagande.

Spridning och räckvidd

Kampanjen nådde 126 411 personer genom digitala annonser, och kampanjsajten [fikaforever.se](#) fick 6 238 sidvisningar. Särskilt lyckat var samarbetet med out of home-aktören Nordrest, som gjorde en stor satsning. Influencern Pim N. Kwampaiboon (Pimpiina) nådde 168 600 följare via TikTok och Instagram och totalt

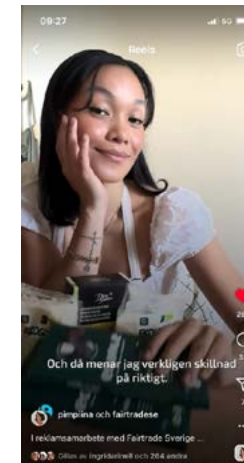
bidrog aktörer som bland andra Coop Sverige, Vision, engagerade kommuner och Scouterna med en potentiell räckvidd på 360 000 via sociala medier.

Organisationer med flest fikor

1. Svenska kyrkan
2. Vision
3. Akademikerförbundet SSR
4. Fairtrade City Stockholm
5. Fairtrade City Karlstad
6. Fairtrade City Uppsala
7. Fairtrade City Falun
8. Fairtrade City Piteå
9. Kommunal
10. Fairtrade City Trollhättan



En nyhet i årets kampanj var ett spel på kampanjsajten där 584 personer deltog.



Gnuggistatueringar – en mycket populär produkt. Även kepsar togs fram till rapportsläppet. Foto: Fairtrade Sverige.

I videon bakade Pim en toscakaka med Fairtrade-märkta ingredienser och lyfte Fika Forever i sina kanaler på ett personligt, inspirerande och visuellt tilltalande sätt.

Forskningen bekräftar: Fairtrade gör skillnad

En **sammanställning** av 122 vetenskapliga artiklar från 2021–2024, genomförd av oberoende forskare på uppdrag av Fairtrade International, visar att Fairtrade har tydlig positiv påverkan inom ekonomi, miljö och jämställdhet.

Ekonomisk trygghet Nästan 90 procent av artiklarna som undersökt ekonomiska effekter visar att Fairtrade bidrar positivt – genom högre inkomster, förbättrade gårdsintäkter och större inkomststabilitet för odlare.

Ekonomisk stabilitet är grundläggande, eftersom den möjliggör investeringar i utbildning, hållbar odling och lokalsamhällen.

Miljö och klimat Fairtrade-certifierade odlare använder mindre bekämpningsmedel, gödningsmedel och ogräsmedel än icke-certifierade odlare. De tillämpar energieffektiva tekniker som solpaneler och bedriver jord-, vatten- och skogsvård. Genom utbildning och stöd från producentnätverk i Asien, Afrika och Latinamerika stärks odlarnas förmåga att möta klimatförändringar.

Arbetsvillkor och jämställdhet Nästan två tredjedelar av studierna bekräftar att anställda vid Fairtrade-certifierade kooperativ får bättre arbetsvillkor – rättvisare kontrakt, stärkt hälso- och säkerhetsskydd och lagligt reglerade arbetstider. Fairtrade leder också till högre kvinnlig representation och fler ledarskapsmöjligheter för kvinnor, även om strukturella samhällshinder kvarstår.

Tillit och trovärdighet Nästan 90 procent av odlare och anställda uppger att de är nöjda med stödet från Fairtrades producentnätverk. Konsumenters förtroende för Fairtrade förblir högt, och företag uppskattar certifieringen för dess bidrag till hållbarhetsmål och trovärdighet.

Sammanställningen pekar också på områden där mer forskning behövs, exempelvis kring levnadslön på större plantager och odlares äganderätt till data – vilket ger Fairtrade vägledning i det fortsatta förbättringsarbetet.



Bättre arbetsvillkor

26

studier analyserade.

64%

av studierna visar att Fairtrade har tydlig positiv effekt på arbetsvillkor.

28%

av studierna indikerar viss positiv effekt.

Ekonomiska fördelar

60+

studier analyserar prisstabilitet, investeringar av Fairtrade-premier och ekonomisk vinst.

87%

av studierna visar att Fairtrade-kooperativ och odlare upplever en positiv eller något positiv ekonomisk effekt.

Inkludering & representation

Fairtrade skapar fler möjligheter för kvinnor.

20+

studier om inkludering, representation och inflytande.

71%

av studierna visar positiva eller något positiva effekter på mångfald och kvinnors inkludering.

Tillit & nöjdhet

Odlare, anställda, företag och konsumenter visar hög tillit till Fairtrade.

31

studier analyserade.

68%

av studierna visar hög tillit och nöjdhet med Fairtrade i hela värdekedjan.

23%

av studierna antyder viss positiv tillit och nöjdhet.

Rättvisa, hållbara & motståndskraftiga värdekedjor

19

studier undersökte Fairtrade, ibland tillsammans med andra hållbarhetsinitiativ.

7

studier undersökte endast Fairtrade.

86%

av dessa studier visar att Fairtrade har en positiv långsiktig påverkan på värdekedjor och handelsrelationer inom vissa sektorer.

Klimatanpassat jordbruk

kan utövas av Fairtrade-odlare tack vare praktiskt stöd från Fairtrades producentnätverk.

33

studier om klimatanpassade jordbruksmetoder.

88%

av studierna visar att Fairtrade-certifierade odlare använder en eller flera metoder. (t.ex. mindre gödningsmedel, bekämpningsmedel och ogräsmedel; bevarande av jord, vatten och skog; växelbruk; energieffektiva teknologier som solpaneler.)



Fairtrade Sverige skrev tillsammans med tolv medlemsorganisationer en debattartikel i Aftonbladet om vikten av levnadslöner och företags ansvar i globala leverantörsled.

Tillsammans med 26 biståndsorganisationer skrev Fairtrade en debattartikel i Aftonbladet om att Ukrainastödet inte bör ske på bekostnad av bistånd till andra utsatta länder.



Fairtrade i media 2025



Under 2025 fortsatte Fairtrade Sverige att vara en tydlig röst för rättvis och hållbar handel i en tid präglad av stigande priser och globala kriser.

Organisationen uppmärksammades i såväl rikstäckande som lokala medier genom debattartiklar och intervjuer med fokus på levnadslöner, levnadsinkomster och hållbara leverantörsled. Även frågor om höga kaffepriiser, hållbar konsumtion, schyssta arbetsvillkor och Fairtrade-märkningens betydelse lyftes i den offentliga debatten.

I samband med vårkampanjen lanserades rapporten Mer än bara överleva, vilket resulterade i en debattartikel i Aftonbladet, samt intervjuer med generalsekreterare Ulrika Urey i bland annat Dagens Industri och Aktuell Hållbarhet.

- Fairtrade Sverige omnämndes i **51 redaktionella medier** under året.
- **Tre debattartiklar** publicerades: om det höga kaffepriiset, vikten av levnadslön/levnadsinkomst samt konsekvenserna av neddraget bistånd.
- Rapporten *Mer än bara överleva* uppmärksammades i **fem redaktionella medier**.

Intervju i Dagens Industri med generalsekreterare Ulrika Urey i samband med rapportsläpp av *Mer än bara överleva*.



Debattartikel i Expressen om att börja lyssna på odlarna i debatten om kaffepriiser, tillsammans med We Effect



Foto: Fairtrade Sverige

PÅ FÖRENINGENS ÅRSMÖTE I APRIL valdes Maria Granefelt till ny ordförande. Hon är dock långt ifrån ny i sammanhanget. Fram till 2018 arbetade hon på Fairtrade Sverige och hann med olika roller, bland annat som kommunikationschef och tillförordnad generalsekreterare.

UNDER EN GEMENSAM FIKA på kontoret i Hammarby Sjöstad lyfter Ulrika Urey, generalsekreterare, Marias djupa kunskap om Fairtrade som en av de egenskaper hon uppskattar.

– Maria kombinerar ett tydligt ledarskap med ett genuint engagemang. Hon utmanar mig att utvecklas i mitt arbete och jag känner alltid att hon finns där och backar mig när det behövs, lägger hon till.

Det märks tydligt att de två har ett nära samarbete och uppskattar varandras ledarskap.

– Ulrika är skarp, strategisk och leder med hjärta och mod, säger Maria.

Båda var väl bekanta med Fairtrade redan innan de började jobba på organisationen. För Ulrika var det under studierna i nationalekonomi i början av 2000-talet som Fairtrades betydelse blev konkret för henne.

– Jag reagerade på att frågor om fattigdom, mänskliga rättigheter och miljö hamnade utanför de ekonomiska modellerna. Fairtrade tillförde det perspektiv där människors villkor och planetens gränser faktiskt är en självklar del av hur vi pratar om handel och marknader, berättar hon.

För Maria blev certifieringens storhet och potential glasklar under en sommarkväll 2005, när Rättvisemärkts dåvarande generalsekreterare Alice Bah Kuhnke gästade en kock som lagade mat på Kulturhusets takterrass.

– Jag insåg att märkningen var ett verktyg för mig och andra konsumenter att kunna göra något konstruktivt åt de stora utmaningar som jag visste fanns i länder med utbredd fattigdom, men som det för mig som enskild kunde kännas otroligt svårt att göra något vettigt åt.

I tider av lågkonjunktur och global oro är det viktigt att fokusera framåt.

– För att Fairtrade ska fortsätta vara relevant behöver vi utgå från odlarnas och de anställdas verklighet och från de utmaningar de står inför i dag och i framtiden. Klimatförändringar, ökade kostnader och osäkra marknader gör att frågor om levnadsinkomst, levnadslön och rättvis fördelning av ansvar i globala värdekedjor blir avgörande, säger Ulrika.

Maria lägger till att det även handlar om att medvetandegöra människor om möjligheterna att som konsument påverka genom sina val i butik.

– Ser vi bara till prispress i hyllan kommer det vara svårt för odlare att överleva på sitt arbete. Vill vi kunna dricka en god kopp kaffe till frukost, behöver odlaren få betalt vad det kostar att producera den. Så enkelt är det bara.

Tre snabba frågor

Hur många år har du arbetat på Fairtrade?

Maria: 10 år

Ulrika: 2,5 år

Vilken är din favorit Fairtrade-produkt?

Maria: Giusto Espresso från Arvid Nordquist

Ulrika: Smilings Cashew Mörk Choklad

Vad gör du helst en ledig söndag?

Maria: Varvar mellan innebandyhallen, konsthallen och skogen med hunden.

Ulrika: Tar sovmorgon, ett crawlpass på simhallen och lång bastu. Bäst är när barnen följer med och vi lagar något gott hemma efteråt.

Höjdpunkter från sociala medier

Mest engagerande

Inlägget "Vad innehåller en Fairtrade-banan" fick 899 engagemang* på Facebook.



Årets mest spridda och engagerande inlägg på LinkedIn lyfte Arvid Nordquist och deras vinst av kampanjutmärkelsen "Årets Licenstagare" under höstkampanjen. Inlägget nådde 3 300 personer och fick över 240 olika sorters engagemang*.



Störst organisk räckvidd

Chokladbollstårten var det inlägg som organiskt nådde flest människor under 2025 – 197 000 personer på Facebook.



På Facebook fick nyårsinlägget 716 engagemang*.



Även skumbananen nådde ut stort organiskt – 123 000 personer såg inlägget på Facebook.

Gemensam global webbplats

I november lanserades Fairtrade Sveriges nya webbplats, som en del av en gemensam global för organisationerna inom Fairtrade-systemet. Syftet är att tydligare lyfta Fairtrade som en samlad internationell organisation med ett gemensamt uttryck och en enhetlig struktur, samt att underlätta uppdateringar av gemensam information och statistik. På den nya webbplatsen kan besökare enkelt växla mellan olika länders hemsidor via en jordglob i sidhuvudet. Förändringen märks i övrigt främst genom att webbplatsen är mer lättnavigerad samt innehåller mer fördjupande information. Den svenska webbplatsen nås fortsatt via [fairtrade.se](https://www.fairtrade.se).



90 procent

Våren 2025 svarade 90 procent att de kände igen Fairtrade-märket. (Källa: Verian)

97 procent

Utfallet var extra starkt hos yngre personer där 97 procent av de svarande i åldern 16–34 uppgav att de kände igen märkningen. (Källa: Verian)

* gilla-markeringar, kommentarer, delningar, länkklick

Seminarium om Omnibus och CSDDD

I mars organiserade Fairtrade ett seminarium på Medelhavsmuseet med cirka 90 deltagare, tillsammans med Swedwatch, Naturskyddsföreningen, Act Svenska kyrkan, Oxfam och Human Rights Watch. Seminariet var en del av påverkansarbetet kring EU:s Omnibus-förslag – ett paket som syftar till att minska den administrativa bördan för företag kopplat till bland annat CSDD-direktivet.

Tillsammans tog vi också fram ett gemensamt uttalande som 40 civilsamhällesorganisationer, fackförbund och forskare ställde sig bakom. Arbetet bidrog till att bredda debatten i Sverige och gav direkta möten med de utredare som lägger grunden för den svenska CSDD-lagstiftningen.

Engagemang & påverkan

Fairtrade är en internationell certifiering och en aktör för en mer hållbar världshandel med respekt för mänskliga rättigheter och miljö. Fairtrade Sverige bedriver ett aktivt informations- och påverkansarbete gentemot organisationer, myndigheter och näringsliv. Syftet är att bidra till kunskap, engagemang och lagstiftning som skapar bättre förutsättningar för en hållbar handel och en rättvis klimatomställning.



Ny digital utbildning



Under hösten lanserades den digitala utbildningen "En varas verkliga pris" – en kostnadsfri grundutbildning som förklarar sambanden mellan vår konsumtion, klimat och mänskliga rättigheter.

Utbildningen tar cirka en timme och är öppen för alla – privatpersoner som vill göra mer medvetna konsumtionsval, men också organisationer och företag som vill utbilda medarbetare eller inköpare. Den kan genomföras i sin helhet eller delas upp över tid för ökad flexibilitet.

Syftet är att öka förståelsen för hur våra konsumtionsval påverkar människor och miljö globalt, och ge verktyg för att agera för en mer rättvis och hållbar världshandel. Utbildningen lyfter även vikten av en rättvis klimatomställning och ger inspiration till konkret handling.

Utbildningen har möjliggjorts tack vare finansiellt stöd från Postkodlotteriet och Ekobankens stiftelse.



Foto: Fairtrade Sverige

**POSTKOD
LOTTERIET**

Ekobanken
ekologiskt - socialt - kulturellt

Året med Postkodlotteriet

2025 firade Postkodlotteriet 20 år och Fairtrade Sverige firade att vi varit förmånstagare hälften av den tiden. Över en miljard kronor i basstöd delades ut till 62 ideella organisationer under utdelningskvällen 13 mars i Stockholms stadshus.



Foto: Fairtrade Sverige

Under Almedalsveckan var Fairtrade Sverige på plats för att synliggöra att Fairtrade-bananer är allt svårare att hitta i butik. Att göra det klädd som just en banan ledde till många initierade samtal, bland annat med Anders Årbrandt, managing director på Postkodlotteriet, under deras mingel.



Foto: Catrin Söderberg



Foto: Fairtrade Sverige

I början av hösten flyttade förmånstagarna Clownen utan gränser in som kontorsgrannar på Fabriken. Grannens dag den 31 oktober uppmärksammade vi därför med att låta en clown och en banan kroka arm. Som grannar även i civilsamhället ville vi påminna om betydelsen av starka nätverk i en utmanande tid för ideella organisationer.

Samarbete med aktörer i civilsamhälle & offentlig sektor

Fairtrade Sverige utvecklar samarbeten med civilsamhällesorganisationer, kommuner och regioner samt strategiska partners för breddat engagemang och finansiering. Centralt i detta arbete är diplomeringen Fairtrade City/Region och engagemangsarbetet med Fairtrades medlemsorganisationer. Vi för också dialog med andra relevanta partners inom hållbarhet och offentlig upphandling.



Nätverksträff om levnadslön

Två nationella nätverksträffar arrangeras årligen av Fairtrade Sverige för att stärka kompetens och nätverkande inom Fairtrade City och Fairtrade Region. I oktober 2025 arrangerades en digital nätverksträff med fokus på levnadslöner och levnadsinkomster. Träffen bjöd på inspiration från Malmö stad (Årets Fairtrade City 2025), samt presentationer av Wilbert Flinterman (senior rådgivare för anställdas rättigheter och fackliga relationer på Fairtrade International) och Marika McAlevey (Fairtrade Sverige) om levnadslön och levnadsinkomst och resultaten från rapporten "Mer än bara överleva". Deltagarna fick även ta del av resultat och stöd kring rättvist handlade produkter i offentlig upphandling, samt information om att banansatsningen förlängs till 2028. Totalt deltog 43 personer och utvärderingen visade att samtliga 15 respondenter upplevde träffen som givande, varav 53 procent svarade "mycket givande".

EN LEVNADSLÖN INNEBÄR en lön som räcker till mat, kläder, boende, sjukvård, utbildning, transport och en liten extra summa för oförutsedda händelser. Fairtrade är drivande i arbetet för att uppnå levnadslöner och samarbetar med [Global Living Wage Coalition](#), bland annat genom att sponsra och bidra till studier som definierar specifika riktmärken.

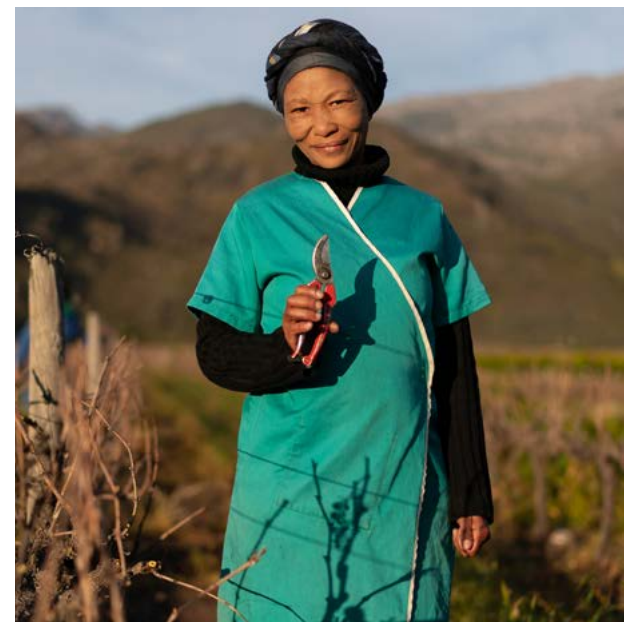


Foto: Fairtrade Africa

”Min förhoppning är att mina barn ska ha möjlighet att följa sina drömmar. Det är mitt hjärtas önskan.”

Sanna Muller, anställd på vinplantage, Sydafrika

Om utmärkelsen

Årets Fairtrade City utses bland kommuner med Fairtrade City-diplomering som lämnat in en större förnyelseansökan. Bedömningen utgår från strategiskt arbete, informations- och engagemangsinsatser samt upphandling av rättvist handlade produkter.

Fairtrade City-konceptet startade 2001 i Garstang, Storbritannien. I dag finns cirka 2 000 diplomerade städer globalt och omkring 30 kommuner i Sverige.

Malmö utnämnt till Årets Fairtrade City 2025

Malmö tilldelades utmärkelsen Årets Fairtrade City 2025. Staden, som 2006 blev först i Sverige att diplomerades som Fairtrade City, prisades för sitt långsiktiga och nyskapande arbete för hållbar och etisk konsumtion.

I motiveringen lyftes Malmös föredömliga engagemang och konsekventa arbete. Stadens satsningar på etisk konsumtion är en del av klimatomställningen, med fokus

på rättvisa, inkludering och klimatsmarta val. Redan 2021 uppmärksammades Malmö av EU-kommissionen genom utmärkelsen *EU City for Fair and Ethical Trade*.

Under de senaste åren har staden framgångsrikt integrerat hållbar konsumtion i stora evenemang. Ett exempel är Eurovision Song Contest 2024, då Malmö skapade en folkfest baserad med Fairtrade-principer – från upphandling till genomförande – där inkludering, rättvisa och hållbarhet var ledord.

– Malmös arbete är ett tydligt exempel på en kommun som sätter hållbar och etisk konsumtion i centrum. Jag hoppas att deras kreativa metoder ska inspirera fler att följa efter. Att Malmö dessutom är Sveriges första Fairtrade City gör att det känns extra roligt att utmärkelsen går till dem, sa Ulrika Urey, generalsekreterare Fairtrade Sverige, i samband med att utmärkelsen tillkännagavs.

”Att vi lyfts fram för vårt långsiktiga och nyskapande arbete visar att vi är på rätt väg och ger oss kraft att fortsätta framåt tillsammans.”

Ewa Bertz (L), ordförande i samverkansgruppen för Malmö Fairtrade City

Krav på rättvist handlat kaffe visar vägen framåt

Hållbarhetskrav på kaffe gör skillnad. Det visar flera kommuner och regioner inom Fairtrade City och Fairtrade Region som, sedan de diplomerades, har ökat andelen rättvist handlat kaffe markant. Nu kan utvecklingen fortsätta i positiv riktning genom nya upphandlingskrav som har ställts runt om i landet.

Att verka för en etisk och hållbar konsumtion är en central del av arbetet inom diplomeringarna Fairtrade City och Fairtrade Region. Kaffe är en prioriterad produkt där upphandlingskrav är avgörande för att stärka arbets- och levnadsvillkoren för odlarna bakom vårt kaffe.

Göteborgs stad är en Fairtrade City som aktivt driver utvecklingen mot mer rättvist handlat kaffe. Under 2025 infördes krav på att 100 procent av kaffe, te och kakao ska vara rättvist handlat, både vid livsmedelsupphandling och i upphandlingar av dryckesautomater. Kraven tydliggör bland annat att produkterna ska vara odlade i enlighet med ILO:s kärnkonventioner och att ett minimipris garanteras till odlarna, verifierat genom en märkning såsom Fairtrade.

Liknande upphandlingskrav har även införts i Uppsala

kommun, Stockholms stad och Region Örebro län under 2025. I Stockholms stads livsmedelsupphandling framgår att särskilda positioner för både kaffe och te "ska vara certifierade enligt Fairtrade eller likvärdig märkning".

Kraven ger resultat. Enligt inköpsstatistiken för 2023 och 2024 upphandlar omkring 70 procent av de diplomerade kommunerna och regionerna minst 70 procent rättvist handlat och ekologiskt kaffe i den egna verksamheten – ett tydligt resultat av långsiktigt arbete med hållbar upphandling.

Med Fairtrade City- och Fairtrade Region-diplomeringarna som verktyg fortsätter kommuner och regioner att omsätta hållbarhetsambitioner i konkret handling även framåt.

30 miljoner koppar

I Göteborgs stad uppgick volymen av upphandlat kaffe till 236 000 kilo under 2025, motsvarande ungefär 30 miljoner koppar. Det innebär en stor möjlighet att göra skillnad – en kopp i taget.

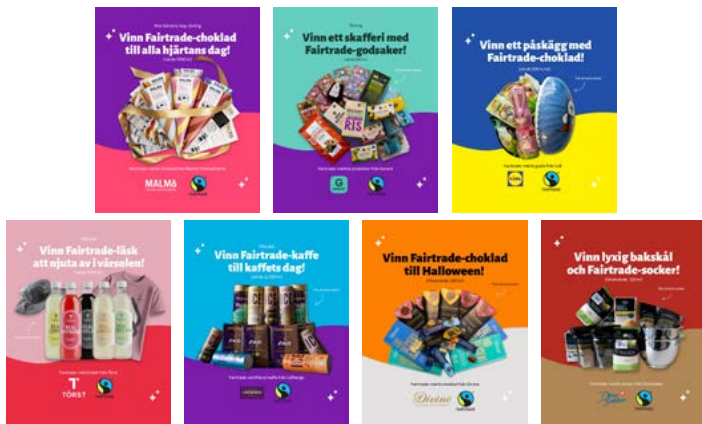


Foto: Jakub Kaliszewski

Vad är rättvist handlade produkter?

Rättvist handlade produkter avser i diplomeringarna produkter där det i produktionen finns stor risk för kränkningar av mänskliga rättigheter och bristande miljöhänsyn. De ska uppfylla både ILO:s kärnkonventioner och principerna för rättvis handel, samt att verifieringen av att hållbarhetskraven är uppfyllda sker genom en oberoende tredjepartscertifiering.





Tävlingar driver engagemang

Under året hölls sju tävlingar på Instagram med vinster i form av olika Fairtrade-produkter. För andra året i rad genererade tävlingarna det högsta engagemanget av alla Fairtrades Instagram-inlägg, med cirka 3 700 tävlingsbidrag och 271 000 visningar* under 2025.

Den mest populära tävlingen var i samarbete med Garant med omkring 680 tävlande. Priset var Fairtrade-produkter från Garants sortiment till ett värde av 500 kronor – alltifrån te och choklad till kaffe och ris, som delades ut till två vinnare.

*Inklusive sponsring/annonsering

Vad är Fairtrade?

Fairtrade är en internationell certifiering och aktör för en mer hållbar världshandel. Fairtrades vision är en världshandel där odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom kan skapa sig en trygg och hållbar försörjning och själva bestämma över sin framtid.

Fairtrade-märket finns på ett stort antal varor som produceras i länder med utbredd fattigdom, allt från kaffe och choklad till vin och bomull. Märket betyder att råvaran lever upp till högt ställda krav på **social, ekonomisk** och **miljömässig hållbarhet**.

Samarbete med kommersiella aktörer

Att Fairtrade-producenter får tillgång till en marknad och kan konkurrera på rättvisa villkor är avgörande för att odlare och anställda ska kunna skapa en hållbar försörjning. Fairtrade har kontinuerlig dialog och genomför aktiviteter för att stärka relationen med företag och andra aktörer inom handeln som kan bidra till ett ökat utbud av Fairtrade-märkta produkter och därigenom en mer hållbar världshandel. Centralt i det arbetet är licensieringen av Fairtrade-märket.

”Vi har allt vi behöver här i livet, precis här. Det är som att vi redan säkrat hela vår framtid. Nu ska jag göra allt jag kan för att mina barnbarn ska kunna studera när de blir äldre.”

Enrique Hernandez Vasquez, kakaodlare, Peru



Foto: Fairtrade Sverige

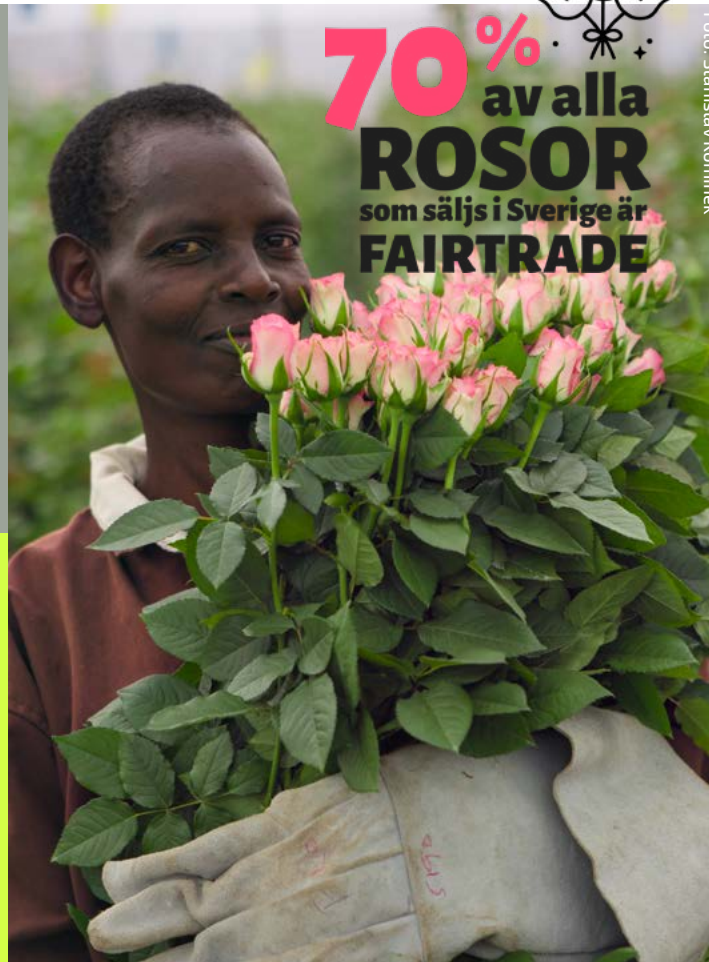
67 milj. kr

Försäljningen av Fairtrade-märkta produkter i Sverige genererade en Fairtrade-premie på 67 miljoner kronor år 2024. Sedan 2008 har svensk konsumtion av Fairtrade-märkta varor bidragit till att totalt 900 miljoner kronor betalats ut i premier till odlare.

Källa: [fairtrade.net](https://www.fairtrade.net)

”Mina barn har kunnat få en högre utbildning tack vare Fairtrade-premien. Och jag är väldigt glad, eftersom jag ensam inte hade haft råd att försörja dem.”

Florence Naliaka Mang'eni, anställd på Wildfire Flowers, Kenya



Vi vågade utmana

Och det gav effekt. Här uppmärksammade vi en kommunikationsmiss från Livsmedelsföretagen, där kakao framstod som en svensk vara och tradition. Det blev vårt fjärde mest sedda och fjärde mest engagerande inlägg på LinkedIn under 2025, med 2 000 visningar och 110 engagemang.

Nästan var tredje person i Sverige nåddes av höstkampanjen

Höstkampanjen 2025 fortsatte med konceptet "Flytta handen" för tredje året i rad. Fokus låg på att öka kännedomen och konsumtionen av Fairtrade-produkter genom bred synlighet i butik, sociala medier och digital annonsering.

Kampanjen nådde 3,7 miljoner människor genom digital annonsering i sociala medier, vilket var en markant ökning från föregående år. Totalt genererade alla digitala kanaler över 8,6 miljoner exponeringar. Särskilt framgångsrik var satsningen på TikTok och Youtube, där kostnad per exponering förbättrades jämfört med tidigare år. Print-annonsering i tidningar och magasin nådde 2,4 miljoner läsare, och kampanjen syntes även på utomhusskärmar i butiksmiljö. Den uppmätta observationsgraden visade att 28 procent av Sveriges befolkning, och 30 procent av de tillfrågade, uppgav att kampanjen ökat deras intresse för Fairtrade-produkter. Kampanjen fick fortsatt höga värden i reklamattityd – 41 procent tyckte om kampanjen och 60 procent ansåg den trovärdig. Den spontana kännedomen om Fairtrade ökade från 24 till 32 procent under kampanjperioden.

För framtiden finns möjligheter att stärka samarbetet med licenstagare ytterligare för fler kampanjpriser i butik, utveckla nytt kreativt material samtidigt som kampanjkonceptet behålls, och fortsätta den framgångsrika satsningen på butiksnära kommunikation och influencersamarbeten.



Mjuksega bananbrownies med cashewnötter & kaffe.



Matinfluerna Zeina Mourtada och Filip Poon bakade med Fairtrade-ingredienser nådde de ut till och inspirerade tusentals följare.

45

av de 60 influerare som fick kampanj-utskick delade innehåll i sina sociala medier-kanaler.



Diplom och ära

Under höstkampanjen utsågs de mest engagerade aktörerna i tre kategorier:

Årets kampanjbutik: ICA Kvantum Lidingö, som under flera år lyft Fairtrade både i butik och i sina sociala medier.

Årets licenstagare: Arvid Nordquist som inte bara lyfte kampanjen utan även utökade sitt schyssta sortiment med Fairtrade-märkt te.

Årets kampanjaktivitet: Fairtrade City Falun – för andra året i rad!



William, Försäljningschef Kolonial och Nathalie, Ansvarig Ekologiskt & Miljö, ICA Kvantum Lidingö. 18 procent av Sveriges befolkning såg kampanjen i butik. (Källa: Verian)

Foto: ICA Kvantum Lidingö

Fairtrade arbetar kontinuerligt för att öka utbudet av Fairtrade-märkta produkter. Vid slutet av 2025 fanns 2 678 Fairtrade-märkta produkter på den svenska marknaden, varav 1 368 från svenska licenstagare. Här är några av de nya lanseringarna under året.



Alla strykräddsoverdrag från Brabantia är gjorda i Fairtrade-bomull och säljs i över 90 länder. Varumärket grundades 1919 i Nederländerna.



Earl Greys Hage är ett nytt Fairtrade-märkt te i Arvid Nordquists sortiment – ett **mustigt svart te avrundat med smakrik bergamott.**

Torkad mango passionsfrukt är nu Fairtrade-märkt, vilket innebär att **hela Smilings sortiment är 100 procent Fairtrade och ekologiskt**, med fokus på kortare värdekedjor.



Garant breddar sitt kaffesortiment med **bryggkaffe i mellanrost och mörkrost**, nu tillgängligt på Hemköp, Willys och City Gross.



Krämig chokladglass från Ben & Jerry's med **generösa bitar av choklad** och frisk apelsinsmak – en fyllig kombination där sötma möter citrusfräschör.

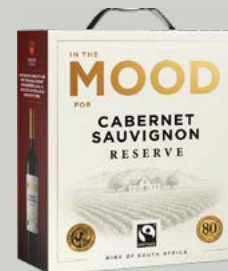
Ramen Club T-shirt är en av fjorton produkter i **Carlings kollektion av T-shirts i Fairtrade-bomull**, tillgänglig både i butik och online.



Müsli-bars från Coop tillverkade med Fairtrade-kakao och tillgängliga i tre olika smaker – ett **enkelt mellanmål med chokladig karaktär.**



Klassiskt svart te från Kung Markatta med **frisk och uppiggande citronsmak**. Passar lika bra som varm dryck som svalkande iste.



Ett nytt tillskott i **In the Mood for-serien från Sydafrika**. Cabernet Sauvignon Reserve i 2-liters box med smak av blåbär, svarta vinbär och choklad. Från producenten Pederberg. Nummer 213207 hos Systembolaget.

Dark Chocolate är en mörk chokladkaka från Malmö Chokladfabrik med **djup kakaosmak**, framtagen för dig som uppskattar intensiv choklad.



Föreningen för Fairtrade Sveriges styrelse 2025

Ordförande

Maria Granefelt Har lång erfarenhet av kommunikationsarbete inom det civilsamhället, med fokus på demokrati, mänskliga rättigheter och internationell utveckling. Har tidigare arbetat på Fairtrade i flera roller under tio år och är idag kommunikations- och organisationskonsult samt studerar till sjuksköterska.

Vice ordförande

Anna Nilsson har ett långt och utbrett engagemang för rättvis handel och är för tillfället aktiv inom Fairtrade City Lund samt ledamot i den nationella samverkansgruppen för Fairtrade City och Fairtrade Region. Hon arbetar idag som utvecklingssekreterare inom Arbetsmarknads- och socialförvaltningen i Lunds kommun.

Ledamöter

Angelica Jarl har länge arbetat med försäljning och affärsutveckling med särskilt fokus på försäljning mot offentlig marknad. Hon arbetar idag som vd för hälsovård, seniorer och utbildning hos Sodexo.

Malin Dahlberg Markstedt har en bakgrund inom civilsamhälle, offentlig förvaltning och hållbarhetsrådgivning till globalt näringsliv, med fokus på social hållbarhet och särskilt barnrättsfrågor. Hon är idag Generalsekreterare för Operation Aid.

Maria Löfgren Gernes har ett stort och mångårigt engagemang för rättvisefrågor med särskilt fokus på olika dimensioner av hållbarhet. Hon arbetar idag som koordinator på Svenska kyrkan med ansvar för den nationella klimatstrategin.

Maria Nyberg har länge arbetat med fackliga rättigheter både globalt och på EU-nivå i flera olika branscher och roller. Hon har även erfarenhet av nationellt press- och påverkansarbete. Idag arbetar hon som internationell chef på LO.

Robert Englund Fjällström har tidigare arbetat med policy och opinionsbildning på nationell politisk nivå med särskilt fokus på olika dimensioner av hållbarhet. Idag arbetar han på We Effect som Head of Public Affairs på avdelningen för media och påverkan.

Leif Walterum har en lång bakgrund av yrkesmässiga och ideella erfarenheter inom flertalet organisationer med huvudsakligt fokus på lantbruksfrågor, demokrati- och företagsutveckling. Han arbetar idag som egenföretagare och ledarskribent för tidningen Skaraborgsbygden.

Suppleanter

Jenny Grenander har mångårig erfarenhet av arbete med fackliga rättigheter och internationell solidaritet i både yrkesmässiga och ideella sammanhang. Idag arbetar hon som rekryteringschef på Akademikerförbundet SSR.

Mohamad Hassan har ett utbrett engagemang inom områden såsom samhällsutveckling, arbetsmarknadsfrågor och social rättvisa. Han arbetar idag som konsult med diverse uppdrag inom dessa områden och har tidigare varit ordförande för styrgruppen Fairtrade City Uppsala.

Manel Rodrick har ett mångårigt engagemang inom samhälls- och jämlikhetsfrågor med fokus på antirasism och demokratifrämjande insatser. Hon har tidigare varit instruktör inom Fairtrade Sverige och arbetar idag som utvecklingsledare på Järvaskolan.

Petra Elb har erfarenhet av arbete med civilsamhällelig mobilisering kring rättvisefrågor med särskilt fokus på antidiskriminering. Hon arbetar idag på Bris med organisationens regionala strategiska partnerskap.



Årsredovisning för räkenskapsåret 2025

Styrelsen avger följande årsredovisning

Innehåll

Förvaltningsberättelse	23
Resultaträkning	29
Balansräkning	30
Noter	32

Om inget annat anges redovisas alla belopp i kronor. Uppgifter inom parentes avser föregående år. Styrelsen för Föreningen för Fairtrade Sverige får härmed avge årsredovisning för räkenskapsåret 2025.



Foto: Santiago Engelhardt

Förvaltningsberättelse

Allmänt om verksamheten

Föreningen för Fairtrade Sverige är en ideell förening med syfte att förverkliga visionen om en hållbar världshandel där odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom har möjlighet att skapa sig en trygg och hållbar tillvaro. Arbetet sker i nära samarbete med Fairtrade Sverige AB och tillsammans utgör föreningen och bolaget Fairtrade Sverige.

Fairtrade Sverige verkar inom ramen för Fairtrade International (FI), en internationell organisation som samlar nationella Fairtrade-organisationer samt tre producentnätverk i Latinamerika, Asien och Afrika. Fairtrade är en internationell certifiering med syfte att bidra till att odlare och anställda kan förbättra sina arbets- och levnadsvillkor. Flocert, ett oberoende internationellt kontrollorgan med ISO 17065-ackreditering, kontrollerar att de internationella Fairtrade-kriterierna efterföljs.

Vad Fairtrade Sverige vill uppnå

I Fairtrade Sveriges strategi för 2021–2025 fanns en önskad position om vart vi vill vara vid strategiperiodens slut: Fairtrade skulle vara det självklara valet i ett mer hållbart Sverige – finnas i varje varukorg, på varje arbetsplats och i varje avtal.

I strategin sattes fyra mål som angav var vi ville vara i slutet av strategiperioden. Strategin togs fram i linje med den globala strategin för samma tidsperiod. Målen för Fairtrade Sveriges strategi var:

- 6 miljarder kronor i konsumentvärde
- 120 miljoner kronor i genererad premie
- 50 procent spontan kännedom
- 50 procent ökat engagemang för en hållbar världshandel

Betydande samarbeten

Fairtrade Sverige AB

Föreningen har ett nära samarbete med Fairtrade Sverige AB. Vårt gemensamma uppdrag består i att skapa engagemang för en mer hållbar världshandel för att öka utbudet och konsumtionen av Fairtrade-märkta produkter.

Föreningen för Fairtrade i Sverige ansvarar för att:

- sprida information, bilda opinion och påverka regelverk för att öka konsumenters och beslutsfattares kännedom, kunskap och engagemang kring en hållbar världshandel.

Fairtrade Sverige AB ansvarar för att:

- licensiera Fairtrade-märket till företag vars produkter är certifierade i enlighet med internationella Fairtrade-kriterier och skapa ett mervärde för dessa företag.
- påverka detaljhandeln, återförsäljare och grossister att produktutveckla, utöka och marknadsföra sitt sortiment av Fairtrade-märkta produkter.

Föreningen har ett samarbetsavtal med Fairtrade Sverige AB. Avtalet reglerar respektive parts ansvarsområden i det gemensamma arbetet för att öka utbudet av och efterfrågan på Fairtrade-märkta produkter i Sverige. Fairtrade Sverige AB innehar kontrakt för lokaler samt kontorsadministration, och fakturerar föreningen i proportion till andelen anställda på kontoret.

Fairtrade International

Som en del av Fairtrade International samverkar vi inom flertalet arbetsgrupper inom Fairtrade-rörelsen, såsom kommunikation och marknadsföring, påverkan och programutveckling och resursmobilisering.

Medlemsorganisationer

Föreningen bestod 2025 av 30 medlemsorganisationer som tillsammans stärker engagemanget för Fairtrade och bidrar med olika perspektiv till vår verksamhet.

ABF
Acohof Sweden
Afrikagrupperna
Akademikerförbundet SSR

Ekobanken Medlemsbank
Fackförbundet ST
Fastighetsanställdas Förbund
Svenska Byggnadsarbetarförbundet
Svenska Kommunalarbetarförbundet
Finansförbundet
GS-facket
Handelsanställdas förbund
Coop Östra (tidigare Konsumentföreningen Stockholm)
Landsorganisationen i Sverige, LO
Unionen
Vision
Sveriges Lärare
OK Ekonomisk förening
Organisationen Fair Trade Återförsäljarna
Sigtunastiftelsen
Scouterna
Seko
Svenska kyrkan
Svenska kyrkan Göteborgs stift
Svenska kyrkans unga
Svenska Röda Korset
Svenska Transportarbetareförbundet
Viskadalens Folkhögskola & Kursgård
Vårdförbundet
We Effect

Nätverk, arbetsgrupper och strategiska partners

Primära samarbetspartner för Fairtrade Sverige i vårt påverkansarbete är CONCORD, Etisk Handel Sverige samt en arbetsgrupp där vi tillsammans arbetar

för företags ansvar för sin påverkan på mänskliga rättigheter och miljö i leverantörskedjan. Arbetsgruppen består av Swedwatch, Naturskyddsföreningen, Act Svenska kyrkan och Fairtrade.

Inom ramen för nätverket ModUpp (Bra Miljöval, EU-Ecolabel, KRAV, MSC, Svanen och TCO Certified) för vi dialog med relevanta myndigheter och politiker för att miljömässiga och sociala aspekter ska bli en självklar del av hela inköpsprocessen i offentliga sektor.

Vi fortsatte vårt samarbete med Ung Företagsamhet Stockholm, där vårt utbildningsmaterial används i UF-skolor, samtidigt som vi inledde ett nytt fint samarbete med Håll Sverige Rent. Vi har haft tät dialog med Generation Pep, Unga Innovatörer och flera idrottsförbund för att möjliggöra större finansierade samarbeten.

Framgångar och utmaningar under 2025

Strategiperioden 2021–2025 har genomförts i en väsentligt förändrad omvärld. Pandemi, krig i Europa, hög inflation och lågkonjunktur har påverkat både konsumtion och civilsamhällets förutsättningar. Mot denna bakgrund reviderades målnivåerna i verksamhetsplanen för 2025. Ursprungliga

mål enligt strategin anges inom parentes och försäljningsrelaterade siffror i årsredovisningen avser 2024, eftersom statistik för 2025 ännu inte är färdigställd.

Målet om ett konsumentvärde för Fairtrade-certifierad konsumtion reviderades till 4,7 miljarder kronor (ursprungligt mål: 6 miljarder kronor). Försäljningen ökade 2024 med 3 procent och uppgick till drygt 4,6 miljarder kronor, vilket innebär att det reviderade målet inte fullt ut nåddes. Utvecklingen ska ses i ljuset av flera ekonomiskt utmanande år med minskad köpkraft och stigande livsmedelspriser.

Målet om genererad Fairtrade-premie reviderades till 70 miljoner kronor (ursprungligt mål: 120 miljoner kronor). Under 2024 genererade försäljningen cirka 67 miljoner kronor i premie till odlare och anställda i producentländer. Premien används till gemensamma investeringar i odling och lokalsamhällen. Nivån är lägre än 2019, främst till följd av pandemin, lågkonjunkturen och minskade volymer av bananer.

Målet för spontan kännedom om Fairtrades certifieringsmärke reviderades till 27 procent (ursprungligt mål: 50 procent) och uppnåddes med god marginal. I Verians årliga mätning uppgick den spontana kännedomen till 31 procent. Den hjälpta kännedomen var fortsatt hög,

90 procent, och förtroendet för Fairtrade ökade till 75 procent.

Målet om att bibehålla engagemanget och stärka detta genom strategiska samarbeten (ursprungligt mål: 50 procent ökat engagemang) bedöms vara uppnått. Antalet diplomerade kommuner och medlemsorganisationer har minskat något i ett ekonomiskt pressat läge, men engagemanget bland kvarvarande aktörer är fortsatt starkt. Under året deltog exempelvis 60 procent av medlemsorganisationerna i vårkampanjen och 70 procent av Fairtrade City-kommunerna genomförde aktiviteter.





Foto: Fairtrade Sverige

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

Organisations- och personalförändringar

Under våren 2024 avslutades anställningarna för föreningens kommunikationschef och pressansvarig. Mot bakgrund av den rådande ekonomiska situationen valde föreningen därefter att pröva en förändrad organisering, där en kommunikationsansvarig med pressansvar ersatte de tidigare två funktionerna. Denna lösning utvärderades under året i samverkan med fackföreningens styrelse, och beslut fattades om att från och med november 2025 återgå till en organisation med kommunikationschef med pressansvar.

Under året har även tjänsten som policyrådgivare fortsatt varit vakant, som en följd av att regeringen under 2023 avvecklade informations- och kommunikationsstödet till civilsamhället. Viss påverkansverksamhet har kunnat genomföras inom ramen för befintliga resurser, men bedöms inte vara en långsiktigt hållbar lösning.

Extern finansiering och nya projekt

Under året har organisationen fortsatt möta utmaningar i arbetet med att bredda

och långsiktigt stärka finansieringen. Arbetet har fokuserat på att vidareutveckla strukturer för att löpande identifiera och söka externa medel från finansörer i linje med Fairtrade Sveriges verksamhet. Ansökningar har bland annat lämnats till stiftelser, Allmänna Arvsfonden, Formas och Sida. Två ansökningar har beviljats, vilket stärker förutsättningarna för kommande verksamhet.

Ett av de beviljade projekten finansieras av Allmänna Arvsfonden och innebär att Fairtrade Sverige under de kommande tre åren samverkar med Generation Pep, Unga Innovatörer och Sveriges Elevråd för att utveckla läromaterial för att engagera elever i frågor om hållbar handel. Projektet syftar till att stärka barn och ungas hälsa genom ökad rörelse i undervisningen, samtidigt som deras kunskap och handlingskraft kring hållbar världshandel ökar. Projektet, som har start i april 2026, omfattar ett bidrag om drygt 4 miljoner kronor och möjliggör bland annat anställning av en projektledare.

Det andra beviljade projektet avser ett nytt projekt i Uganda, finansierat av Sida i samarbete med Fairtrade Africa. Projektet syftar till att stärka unga kaffeodlares möjligheter genom kapacitetsutveckling och ökad långsiktig försörjningsförmåga. Stödet innebär även att Fairtrade Sverige kan fördjupa relationen med Sida

samt vidareutveckla samverkan med licenstagare och andra aktörer, däribland Löfbergs Lila.

Projektet löper under två år och omfattar en total budget på knappt 5 miljoner kronor, inklusive en egeninsats om 15 procent som vi täcker med hjälp av stödet från Postkodlotteriet. Fairtrade Africa ansvarar för genomförandet på plats, medan Fairtrade Sverige ansvarar för uppföljning och administration av Sida-stödet samt för att säkerställa samarbetet med Löfbergs Lila kopplat till erfarenhetsutbyte.

Strategiska satsningar inom kommunikation och varumärke

Under året har Fairtrade-rörelsen tagit viktiga steg i det gemensamma globala kommunikationsarbetet. Tillsammans med Fairtrade International och övriga nationella Fairtrade-organisationer har en ny gemensam webbplats lanserats.

Det är ett led i att modernisera och stärka Fairtrades internationella varumärke, förbättra tillgängligheten till information om certifieringen och dess effekter samt tydligare synliggöra Fairtrade som ett bredare partnerskap för hållbar handel. I detta partnerskap är producentstöd, påverkansarbete och långsiktig förändring i globala leverantörskedjor centrala delar.

Resultat och ställning

Resultatet för 2025 blev 910 771 kronor. Föreningens intäkter kommer huvudsakligen från fem intäktskällor. *Medlemsorganisationer betalar in årsavgifter* enligt en differentierad modell som fastställs av årsmötet. Avgiften används för att täcka föreningens fasta kostnader och administration av verksamheten. *Diplomeringsavgifter för Fairtrade City och Regioner* utgår

från kommunens/regionens storlek och sträcker sig mellan 5 000 och 25 000 kronor.

Från *Postkodlotteriet* får vi ett stort bidrag per år som en av 62 förmånstagare. Medel erhållna från Postkodlotteriet är fria medel och möjliggör en långsiktig verksamhet. De används bland annat till att kommunicera effekterna av Fairtrade samt att bedriva delar av engagemangs- och påverkansarbetet för en hållbar världshandel.

Gåvor från allmänheten ger en mindre intäkt per år och under 2025 erhöll vi också en större gåva från Fairtrade Sverige AB. Genom *försäljning av kommunikations- och HR-tjänster* till Fairtrade Sverige AB får vi också in en större intäkt.

Föreningens ekonomi förändrades kraftigt 2023 i och med att regeringen på kort varsel drog in anslag för informations och kommunikationsinsatser.

Flerårsöversikten nedan speglar den utvecklingen. Vi har arbetat intensivt med att erhålla finansiering från nya källor och samtidigt behålla en viss kapitalreserv i fall av oväntade händelser de kommande åren. Glädjande nog fick vi i slutet av 2025 besked om två nya beviljade bidrag från Sida respektive Allmänna Arvsfonden. Dessa löper över flera år och gör att vi vänder utvecklingen uppåt igen.

Användning av finansiella instrument och placeringspolicy

Föreningens placeringsreglemente går hand i hand med Fairtrade Sverige AB:s reglemente. Föreningen för Fairtrade Sverige får endast placera i räntebärande tillgångar. Den etiska aspekten ska jämte avkastning och risk alltid beaktas i Föreningen för Fairtrade Sveriges placeringsverksamhet. Vid denna bedömning ska både förvaltare och produkt (fond med mera) bedömas. Grundregeln är att placering sker med vägledning av LO:s och/eller Svenska kyrkans riktlinjer för vad som är etiskt acceptabla placeringar.

Flerårsöversikt – ekonomi

	2025	2024	2023	2022	2021
Verksamhetsintäkter	11 015 529	10 819 174	9 591 835	13 185 804	12 273 249
Redovisat resultat	910 771	182 420	-1 867 253	-323 013	-441 541
Eget kapital	5 039 965	4 129 194	3 946 774	5 814 027	6 137 040
Antal anställda	10	14	16	18	17

Hållbarhets- upplysningar

Föreningen för Fairtrade Sverige har en gemensam hållbarhetspolicy med Fairtrade AB. Hållbarhetspolicyen innehåller riktlinjer för inköp och service där ekologiska och Fairtrade-märkta produkter väljs i den utsträckning det är möjligt samt att inköp av varor och tjänster ska vara ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbara. Föreningen för Fairtrade Sverige väljer i första hand att resa med tåg eller buss och transporterna som väljs ska vara miljömärkta. När flygresor är det enda alternativet på grund av avstånd så klimatkompenseras resorna med Fairtrade-certifierade utsläppsrätter (Fairtrade Carbon Credits).

Förväntad framtida utveckling inklusive väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Omvärld och övergripande risker

Vi verkar i en tid präglad av ökande osäkerhet och snabba förändringar. När strategin för perioden 2021–2025 togs fram såg omvärldsläget annorlunda ut

än idag. Fortsatt krig i Europa, ekonomisk och politisk instabilitet har bidragit till ökade kostnader och en mer oförutsägbart handelssituation.

Klimatförändringarna utgör samtidigt en av de största långsiktiga riskerna och påverkar redan idag odlare och arbetares möjligheter till en trygg försörjning, genom extremväder, osäkra skördar och ökad prisvolatilitet. Det politiska och handelsmässiga läget blir också allt mer komplext, med förändrade regelverk och en ökad protektionism.

Samtidigt ser vi hur ökad oro och hårdare prioriteringar i Sverige riskerar att minska utrymmet för ett globalt och solidariskt perspektiv, vilket påverkar civilsamhällets finansiering och kommuners och regioners engagemang i frågor om hållbar handel och etisk konsumtion.

Mänskliga rättigheter och civilsamhällets förutsättningar

En fortsatt väsentlig osäkerhetsfaktor är utvecklingen för mänskliga rättigheter och arbetsvillkor globalt. Medborgerliga och fackliga rättigheter försvagas i många delar av världen, och utmaningar som barnarbete och begränsade möjligheter att organisera sig kvarstår, särskilt inom sektorer som är centrala för Fairtrade såsom kaffe, kakao, bananer, te och bomull.

Vi ser även hur svenska civilsamhällets förutsättningar att bedriva opinionsbildning och påverka försvagas, vilket påverkar möjligheterna att gemensamt driva frågor om mänskliga rättigheter och hållbar utveckling, exempelvis kopplat till EU:s arbete med företags ansvar i globala leverantörskedjor.

Marknadsutveckling och risker i konsumtion och sortiment

Den ekonomiska osäkerheten och den ökade prispressen på konsumentmarknaden bedöms även framåt vara en väsentlig riskfaktor. Trots att många konsumenter uttrycker att etiska och hållbara val är viktiga påverkas köpbeslut i hög grad av pris, samtidigt som klimat- och hållbarhetsfrågor får mindre utrymme i samhällsdebatten.

En ytterligare osäkerhetsfaktor är risken för större avlistningar eller förändringar i licenstagares sortiment, vilket kan få betydande konsekvenser för försäljning och genomslag. Vid sådana händelser behöver Fairtrade Sverige genomföra riktade kommunikations- och opinionsinsatser, vilket ställer krav på organisatorisk beredskap i en föränderlig marknad.

Fairtrade verkar även i en marknad med ökande konkurrens från andra hållbarhetsinitiativ och företagens

egna program. Fairtrades styrka är kombinationen av minimipris, premie och stark producentrepresentation, vilket bidrar till långsiktig förändring i globala leverantörskedjor.

Strategisk inriktning 2026–2028

Mot denna bakgrund har Fairtrade Sverige under hösten 2025, i nära dialog med Fairtrade International och i linje med kommande globala strategin för 2026–2028, arbetat med att ta fram en ny nationell strategi. Målsättningen är att skapa en flexibel och långsiktigt relevant inriktning som stärker vår förmåga att anpassa oss till omvärldens förändringar och fortsatt bidra till en mer rättvis och hållbar världshandel.

Förvaltning

Den valda styrelsen består av två män och sex kvinnor. Bland suppleanterna är tre kvinnor och en man. Styrelsen har under verksamhetsåret haft fem protokollförda möten. Styrelsen har ett arbetsutskott där ordförande och viceordförande ingår och generalsekreteran är adjungerad. Styrelsen har under året även format arbetsgrupper inom ekonomi, finansiering, medlemmar, Fairtrade City och Regioner samt påverka/opinions och fackliga relationer.

Ordinarie styrelseledamöter

Maria Granefelt, ordförande, Stockholm
Anna Nilsson, vice ordförande, Lund
Malin Dahlberg Markstedt, Stockholm
Maria Nyberg, Stockholm
Angelica Jarl, Linköping
Maria Löfgren Gernes, Uppsala
Leif Walterum, Oskarshamn
Robert Englund Fjällström, Stockholm

Suppleanter

Jenny Grenander, Stockholm
Mohamad Hassan, Uppsala
Manel Rodrick, Stockholm
Petra Elb, Stockholm

Valberedning

Johan Thidell, Coop Östra,
sammankallande
Elving Andersson
Jonas Ivman, LO

Revisorer

Erik Albenius, PwC, auktoriserad revisor
Ellen Nygren, verksamhetsrevisor
Ersättare
Aukt PWC (den som PWC själva utser)
Anders Bergéus

Anställda

Under året 2025 har Föreningen för Fairtrade Sverige haft 10 personer på lönelistan över 8,8 tjänster. Föreningen gör varje år en medarbetarenkät. Enkäten, som visade på en hög grad av nöjdhet, tar

upp olika frågor kring arbetsplatsen, både gällande den fysiska och den psykosociala arbetsmiljön. Under året har det systematiska arbetsmiljöarbetet fortsatt och arbetsmiljöfrågorna har hanterats löpande. Föreningen för Fairtrade Sverige är medlem i arbetsgivarorganisationen Fremia och är ansluten till kollektivtalet för ideella organisationer mellan Fremia/ Unionen.

Övrig information

Föreningen för Fairtrade Sverige har ett 90-konto, BG 900-3492 och är medlem i Giva Sverige.
Hemsidadressen är www.fairtrade.se

Föreningen för Fairtrade Sverige är medlemmar hos:

Concord Sverige, Etisk Handel
Sverige, Fremia, Giva Sverige, Svensk
Insamlingskontroll, Organisationen
Fair Trade Återförsäljarna,
Postkodföreningen.



Resultaträkning



Resultaträkning	Not	2025	2024
Verksamhetens intäkter			
Medlemsavgifter	2	654 000	677 000
Diplomeringsavgift Fairtrade City/Region		560 000	550 000
Gåvor	3	6 808 319	6 554 483
Nettoomsättning	4	46 220	239
Övriga intäkter	5	2 946 990	3 037 452
		11 015 529	10 819 174
Verksamhetens kostnader	6, 7		
Ändamålskostnader		-8 797 695	-8 984 044
Administrationskostnader		-1 366 450	-1 771 341
		-10 164 145	-10 755 385
Verksamhetsresultat		851 384	63 789
Resultat från finansiella investeringar			
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	8	62 057	120 931
Räntekostnader och liknande resultatposter		-2 670	-2 300
		59 387	118 631
Resultat efter finansiella poster		910 771	182 420
Årets resultat		910 771	182 420

Balansräkning



Balansräkning	Not	2025-12-31	2024-12-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier	9	0	18 510
		0	18 510
Summa anläggningstillgångar		0	18 510
Omsättningstillgångar			
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		25 000	25 000
Övriga fordringar		1 419 239	374 548
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	10	841 369	892 451
		2 285 608	1 291 999
<i>Kortfristiga placeringar</i>	11	2 140 360	2 140 133
Kassa och bank		2 934 308	1 821 508
Summa omsättningstillgångar		7 360 276	5 253 640
SUMMA TILLGÅNGAR		7 360 276	5 272 150



Balansräkning	Not	2025-12-31	2024-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Balanserat resultat		4 129 194	3 946 774
Årets resultat		910 771	182 420
Summa eget kapital		5 039 965	4 129 194
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		247 202	317 814
Skuld erhållna ej nyttjade bidrag	12	977 000	0
Övriga skulder		387 311	378 856
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	13	708 798	446 286
Summa kortfristiga skulder		2 320 311	1 142 956
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		7 360 276	5 272 150

Förändring av eget kapital

	Ändamålsbestämda medel	Balanserat resultat inkl. årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående balans 2025-01-01	0	4 129 194	4 129 194
Årets resultat		910 771	
Utnyttjande ändamålsbestämda medel från tidigare år			
Utgående balans 2025-12-31	0	5 039 965	5 039 965

Noter

Not 1 Redovisnings- och värderings- principer

Allmänna upplysningar

Organisationens redovisnings- och värderingsprinciper överensstämmer med årsredovisningslagen och BFNAR 2012:1 (K3), Giva Sveriges Styrande riktlinjer för årsredovisning enligt K3.

Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år.

Årsredovisningen är upprättad utifrån antagandet om fortlevnad. Tillgångar, skulder och avsättningar värderas till anskaffningsvärde om inget annat anges nedan.

Verksamhetsintäkter

Endast det inflöde av ekonomiska fördelar som Föreningen för Fairtrade erhållit eller kommer att erhålla för egen räkning redovisas som intäkt.

Intäkter värderas, om inget särskilt anges nedan, till verkliga värdet av det som erhållits eller kommer att erhållas.

Nedan beskrivs, för respektive intäktspost, när intäktsredovisning sker.

Medlemsavgifter

Medlemsavgifter omfattar inbetalningar för medlemskap i föreningen. Medlemsintäkten tas i samband med inbetalningen.

Diplomeringsavgift Fairtrade City/Region

Avgiften för Fairtrade City/Region-diplomerings täcker del av kostnaden för stöd och uppföljning till diplomerade kommuner och regioner.

Gåvor och bidrag

En transaktion i vilken organisationen tar emot en tillgång som har ett värde utan att ge tillbaka motsvarande värde i utbyte är en gåva eller ett erhållit bidrag. Om tillgången erhålls därför att organisationen uppfyllt eller kommer att uppfylla vissa villkor och om

organisationen har en skyldighet att återbetala till motparten om villkoren inte uppfylls, är det ett erhållit bidrag. Är det inte ett bidrag är det en gåva.

Gåvor redovisas som huvudregel som intäkt när de erhålls.

Bidrag redovisas som intäkt när villkoren för att erhålla bidraget har uppfyllts.

Övriga intäkter

Övriga intäkter redovisas till det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas.

Ränteintäkter

Ränteintäkter redovisas i takt med att de intjänas.

Ändamålskostnader

Ändamålskostnader är sådana kostnader som kan hänföras till organisationens uppdrag enligt stadgarna.

Våra ändamålskostnader består av kostnader för opinionsbildande verksamhet, projekthantering och projektstyrning samt lönekostnader.

Administrationskostnader

Administrativa kostnader är kostnader som behövs för att driva och administrera organisationen. Detta utgör en kvalitetsgaranti för ändamålet och för

givaren. Våra administrationskostnader består av redovisnings- och revisionskostnader, övriga kontorskostnader samt lokalkostnader.

Balansräkningen

Anläggningstillgångar

Immateriella och materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar.

Avskrivning sker linjärt över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde. Följande avskrivningstider tillämpas:

Inventarier, verktyg och installationer	3 år
---	------

Tillkommande utgifter vid utbyte eller nya komponenter räknas in i anskaffningsvärdet.

Borttagande från balansräkningen sker vid avyttring eller utrangering.

Finansiella tillgångar

Kortfristiga placeringar

Värdepapper som är anskaffade med avsikt att innehas kortsiktigt redovisas inledningsvis till anskaffningsvärde och i efterföljande värderingar i enlighet med lägsta värdets princip till det lägsta av anskaffningsvärde och marknadsvärde.

Fordringar

Fordringar upptas till det belopp som förväntas bli inbetalt efter avdrag för individuellt bedömda osäkra fordringar.

Ändamålsbestämda medel

I posten Ändamålsbestämda medel i eget kapital redovisas ännu inte förbrukade gåvor och andra ändamålsbestämda medel. Se även eget-kapital rapporten.

Skuld för erhållna ej nyttjade bidrag

När organisationen erhållit bidrag men ännu inte uppfyllt villkoren redovisas en skuld.

Inkomstskatter

I årets skattekostnad ingår skatt som avser årets skattepliktiga resultat.

Not 2 Medlemsavgifter

Föreningen har sedan år 2020 en modell där medlemsorganisationer är indelade i fem olika kategorier och betalar medlemsavgift utifrån vilken kategori de tillhör. Kategorierna utgår från organisationens budget samt vilken typ av organisation det är. Avgifterna är mellan 2 000 kr och 35 000 kr.

Not 3 Gåvor och bidrag

Gåvor som redovisats i resultaträkningen	2025	2024
Gåvor		
Allmänheten	13 319	29 483
Postkodlotteriet	5 545 000	5 000 000
Fairtrade Sverige AB	1 250 000	1 500 000
Ekobankens Stiftelse för idéutveckling	0	25 000
Summa insamlade medel (gåvor)	6 808 319	6 554 483
Bidrag som redovisats som intäkt	2025	2024
Offentliga bidrag		
Union to Union	0	0
Summa offentliga bidrag	0	0
Totala insamlade medel består av följande:	2025	2024
Gåvor som har redovisats i resultaträkningen	6 808 319	6 554 483
Summa insamlade medel	6 808 319	6 554 483

Under året har Föreningen fått in 13 319 kronor (29 483 kronor) i gåvor från allmänheten.

Not 4 Nettoomsättning

Nettoomsättning	2025	2024
Varuförsäljning	1 070	0
Övrigt	45 150	239
	46 220	239

Not 5 Övriga verksamhetsintäkter

Övriga verksamhetsintäkter	2025	2024
Fakturerade tjänster Fairtrade Sverige AB	2 946 990	3 037 452
	2 696 990	3 037 452

Not 6 Leasing

Föreningen för Fairtrade Sverige har via Fairtrade Sverige AB ett avtal för hyra av kontorslokal.

Kostnadsförda avgifter för 2025 uppgår till 555 Tkr (765 Tkr).

	2025	2024
Inom ett år	555 000	618 000
	555 000	618 000

Hyesavtalet löper tills vidare med en ömsesidig uppsägningstid om 6 månader dock längst till 2028-12-31. Därefter måste nytt avtal tecknas.



Not 7 Anställda och personalkostnader

Medelantalet anställda	2025	2024
Kvinnor	7	7
Män	2	3
	9	10
Löner och andra ersättningar		
Styrelse	75 463	71 625
Generalsekreterare	908 520	902 438
Övriga anställda	4 296 863	4 308 922
	5 280 846	5 282 985
Sociala kostnader		
Pensionskostnader för styrelse och generalsekreterare	138 636	144 303
Pensionskostnader för övriga anställda	341 045	395 613
Övriga sociala avgifter enligt lag och avtal	1 804 863	1 837 724
	2 284 544	2 377 640
Totala löner, ersättningar, sociala kostnader och pensionskostnader	7 565 390	7 660 625

Summan avser löner, andra ersättningar och sociala kostnader från ändamåls-, medlems-, insamlings- och administrationskostnader.

Inga avtal om avgångsvederlag eller särskilda pensionsavtal utöver tjänstepension enligt kollektivavtal finns för Generalsekreteraren eller övriga anställda.

Under året har ersättning för förlorad arbetsinkomst för styrelsens ledamöter och suppleanter uppgått till 1 963 kr (0 kr).

Arvode om 73 500 kr (71 625 kr) har betalats ut till styrelsen varav till ordförande 73 500 kr (71 625 kr).

Könsfördelning bland styrelseledamöter och ledande befattningshavare, antal på balansdagen (varav män)	2025	2024
Styrelseledamöter	8 (2)	8 (2)
Generalsekreterare	1 (0)	1 (0)

Not 8 Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter

	2025	2024
Övriga ränteintäkter	62 057	120 931
	62 057	120 931



Not 9 Inventarier

	2025-12-31	2024-12-31
Ingående anskaffningsvärden	172 125	172 125
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	172 125	172 125
Netto anskaffningsvärde	172 125	172 125
Ingående avskrivningar	-153 615	-135 108
Årets avskrivningar	-18 510	-18 507
Utgående ackumulerade avskrivningar	-172 125	-153 615
Utgående redovisat värde	0	18 510

Not 10 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	2025-12-31	2024-12-31
Upplupna intäkter	732 560	800 938
Förutbetalda kostnader	108 809	91 513
	841 369	892 451



Not 11 Kortfristiga placeringar

Namn	Antal	Anskaffn. värde	Bokfört värde	Marknadsvärde
Handelsbanken Fonder, Kortränta	15 281,3240	2 140 360	2 140 360	2 473 435
		2 140 360	2 140 360	2 473 435

Not 12 Skuld erhållna ej nyttjade bidrag

Posten avser offentligt bidrag från Sida, projektet Youth participation in Ugandan coffee cooperatives som startar januari 2026.

Not 13 Upplupna kostnader och för- utbetalda intäkter

	2025-12-31	2024-12-31
Upplupna semesterlöner	96 558	103 326
Beräknade upplupna sociala avgifter	30 338	32 465
Övriga upplupna kostnader	581 901	310 495
	708 798	446 286

Årsredovisningen beslutades 2026-03-19

Maria Granefelt, ordförande
Anna Nilsson, vice ordförande
Malin Dahlberg Markstedt
Maria Nyberg
Angelica Jarl
Maria Löfgren Gernes
Leif Walterum
Robert Englund Fjällström

Vår revisionsberättelse har lämnats
den dag som framgår av elektronisk
underskrift.

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB
Erik Albenius, auktoriserad revisor
Ellen Nygren, verksamhetsrevisor



**Kontakta
oss gärna!**

FABRIKEN

FAB