

# Jahresbericht 2025

Fairtrade Max Havelaar



# Fairtrade Max Havelaar stärkt Lieferketten in bewegten Zeiten

Auch 2025 setzte Fairtrade Max Havelaar seinen Wachstumskurs fort und erreichte neue Höchstwerte beim Pro-Kopf-Konsum, beim Gesamtumsatz und bei den generierten Prämien. Vor dem Hintergrund anhaltender Unsicherheiten in globalen Lieferketten setzte Fairtrade im vergangenen Jahr wichtige Projekte zur Weiterentwicklung der Standards und zur Aktualisierung der Mindestpreise um. Dies mit einer klaren Vision: stabiles Wachstum, geteilte Verantwortung und eine wirkungsvolle Stärkung der Lebens- und Arbeitsbedingungen von Bäuer:innen und Arbeiter:innen in Asien, Afrika und Lateinamerika.

Nach dem Rekordjahr 2024, in dem in der Schweiz erstmals mehr als eine Milliarde Franken mit Fairtrade-Produkten umgesetzt wurde, setzte sich das Wachstum auch im aktuellen Berichtsjahr fort. Der Pro-Kopf-Konsum stieg im vergangenen Jahr auf 119 Franken, womit die Schweiz erneut ihre führende Rolle als Fairtrade-Weltmeisterin bestätigte.

Konsument:innen kauften Fairtrade-Produkte im Wert von total 1,075 Milliarden Franken, was einem Umsatzplus von 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Sie generierten damit 14,7 Millionen US-Dollar an Fairtrade-Prämien. Die erfreuliche Marktentwicklung führte zu einem positiven Ergebnis im Finanzjahr 2025 und stärkte dadurch die finanzielle Situation von Fairtrade Max Havelaar.

*«Dank Fairtrade erhalten wir stabilere Preise und die Fairtrade-Prämie, mit der wir unsere Pflanzen verbessern und Schulungen finanzieren können», sagt Enrique Gabriel Hernandez Vasquez, Kakaobauer bei Cococa Aprocam in Peru. / Foto: Fabian Sturm, ©Fairtrade Sweden*

## Überarbeitete Mindestpreise und weiterentwickelte Standards für stabile Lieferketten

Die Zukunft vieler Kaffee- und Kakao-Bäuer:innen war selten so ungewiss wie heute. Denn insbesondere bei Kaffee und Kakao sind die Weltmarktpreise seit längerer Zeit von hoher Volatilität geprägt. Fairtrade setzt sich deshalb konsequent für stabile und angemessene Mindestpreise ein. Im Jahr 2025 wurden die Fairtrade-Mindestpreise und die Fairtrade-Prämien für Kakao angepasst und signifikant erhöht. Für Kaffee werden Mindestpreise und Prämien 2026 überprüft und weiterentwickelt. Fairtrade ruft alle Akteur:innen entlang der Wertschöpfungskette dazu auf, gemeinsam



Verantwortung zu übernehmen, Marktvolatilität zu reduzieren und langfristige Perspektiven für Bäuer:innen und ihre Familien zu schaffen.

Stabile Lieferketten entstehen jedoch nicht allein durch faire Preise. Auch der regulatorische Rahmen spielt eine zentrale Rolle.

Auf EU-Ebene wurde über den Umfang der Nachhaltigkeits-Direktiven diskutiert. In der Schweiz befindet sich der Vorschlag des Bundesrats zur Umsetzung der neuen Konzernverantwortungsinitiative in der Vernehmlassung. Und auch Fairtrade entwickelt sich weiter. Sorgfaltspflichten und eine faire Verteilung von Verantwortung und Kosten bleiben dabei Kern unseres Handelns. Deshalb haben wir 2025 eine umfassende Überarbeitung der Fairtrade-Standards gestartet. Dabei verfolgen wir einen risikobasierten Ansatz im Sinne der UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Dies stärkt Fairtrade als verlässlichen Partner für Unternehmen: sowohl im fairen und nachhaltigen Handel mit Produkten als auch als Unterstützung bei der Erfüllung unternehmerischer Sorgfaltspflichten.

### **Weiteres Wachstum und Wirkung als Ambition**

Fairtrade Max Havelaar wächst seit über drei Jahrzehnten gemeinsam mit engagierten Partnerunternehmen. Ziel bleibt es, die Lebens- und Arbeitsbedingungen von möglichst vielen Bäuer:innen und Arbeiter:innen in Afrika, Asien und Lateinamerika nachhaltig zu verbessern. Unser Wirkungsmodell basiert einerseits auf dem Handel mit zertifizierten Produkten, andererseits auf ergänzenden Programmen und Projekten. Ein Beispiel dafür ist das Projekt zur Erkennung und wirksamen Bekämpfung von ausbeuterischer Kinderarbeit im Kakaosektor in Ghana. Dieses Projekt wird von Fairtrade Max Havelaar zusammen mit Halba (einer Division der Coop Genossenschaft) umgesetzt. Dazu werden lokale Kinderschutz-Komitees gebildet, gestärkt und mit staatlichen Stellen vernetzt. So können Fälle schneller erkannt und angemessene Abhilfe geleistet werden.

«**Gemeinsam gestalten wir den Weg in eine gerechtere Zukunft.**»

*Kathrin Amacker,  
Präsidentin der Stiftung*

Das Projekt sensibilisiert Bäuer:innen, Kinder, Schulen und traditionelle Führungspersonen für Kinderrechte. Es unterstützt die gesamte Gemeinde dabei, Risiken besser zu erkennen und insbesondere Kinder sowie andere besonders gefährdete Menschen besser zu schützen.

Die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern und die konkreten Verbesserungen im Leben von Bäuer:innen und Arbeiter:innen sind unser Antrieb. Wir danken allen Fairtrade-Konsument:innen und Partnern herzlich für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung. Gemeinsam gestalten wir den Weg in eine gerechtere Zukunft.

**The Future is fair.**



Kathrin Amacker | Fabian Waldmeier



*Kathrin Amacker,  
Präsidentin der Stiftung*



*Fabian Waldmeier,  
Geschäftsleiter*

# Fairtrade 2025 weiter auf Wachstumskurs

Der Umsatz mit Fairtrade-Produkten ist in der Schweiz 2025 weiter gewachsen und erreicht mit 1075 Millionen Franken einen neuen Höchstwert. Gegenüber dem Vorjahr entspricht das einem Plus von 6,3%. Der Pro-Kopf-Konsum stieg auf 119 Franken. Damit behauptet die Schweiz ihre Spitzenposition im internationalen Fairtrade-Vergleich. Der Rekord zeigt, dass fairer Handel im Alltag vieler Konsument:innen fest verankert ist.

Fairtrade-Produkte bewusst einkaufen /  
Foto: Sparked, ©Fairtrade Deutschland



2025 hat sich Fairtrade in der Schweiz nochmals breiter im Markt verankert. Der Gesamtumsatz stieg auf 1075 Millionen Franken. Das entspricht einem Plus von 6,3% gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig erhöhte sich der Pro-Kopf-Konsum auf 119 Franken. Das Umsatzwachstum resultiert aus höheren Absatzmengen sowie teilweise aus gestiegenen Preisen.

Besonders stark blieb der Detailhandel, der rund 80% des Umsatzes ausmacht. Coop leistete mit dem weltweit grössten Fairtrade Sortiment von über 1500 Produkten erneut einen wesentlichen Beitrag. Auch Migros, Aldi Suisse, Lidl Schweiz und Volg entwickelten ihre Fairtrade-Sortimente weiter und stärkten damit die Präsenz fair gehandelter Produkte im Alltag.

Die 65 Kaffeeröstereien mit Fairtrade-Angebot steigerten ihren Umsatz um durchschnittlich 12%. Zu den grössten Fairtrade-Röstern gehören Bertschi Café, Blasercafé, Caffè Chicco d'Oro, Hochstrasser, Jacobs Douwe Egberts, La Semeuse, Les Cafés Esperanza, Nespresso, Onesto, Turm Kaffee, Tchibo und UCC Coffee Schweiz. Zusätzliche Dynamik kam aus der Gemeinschaftsgastronomie. ZFV und die SV Group setzten hier ein starkes Zeichen, indem sie ausschliesslich Kaffee in Fairtrade-Qualität anboten. Auch Caffè Spettacolo trug



Ms Vijaya Kumari, Teepflückerin bei Matheson Bosanquet in Südindien. / Foto: ©Fairtrade Foundation.

dazu bei, Fairtrade-Kaffee im öffentlichen Raum sichtbarer zu machen. Das Rohstoffvolumen an Grünkaffee fiel insgesamt dennoch tiefer aus als im Vorjahr. Dies ist auf Schwankungen beim Einkauf von nicht gelabeltem Fairtrade-Kaffee zurückzuführen, also bei Kaffee, der zu Fairtrade-Konditionen eingekauft wurde, ohne dass das Fairtrade-Label auf dem Endprodukt erschien.

Bei den Markenartikelherstellern zeigte sich ein differenziertes Bild. Trotz Wachstum bei verschiedenen Brands lag der Umsatz insgesamt leicht unter dem Vorjahr. Gleichzeitig blieb Fairtrade im Sortiment wichtiger Marken und Unternehmen präsent, etwa bei Alpine, Ben & Jerry's, Blume 3000, Cremo, Gunz, Lambertz, Hero, Hiestand, Kambly, Maestrani, Michel, Oro de Cacao, Pakka, Pronatec, Ramseier, Reitzel und Stella Bernrain. Das unterstreicht, dass fair gehandelte Rohstoffe in zahlreichen etablierten Sortimenten fest verankert sind. Die Goldpartner entwickelten sich in einem weiterhin anspruchsvollen Marktumfeld insgesamt positiv. Einzelne engagierte Goldschmiede sowie Coop City mit einer neuen Kollektion erzielten deutliche Zuwächse. Besonders erfreulich verlief die Entwicklung bei den Goldbarren der Kantonal-

banken, deren Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 194% anstieg. Noch dynamischer entwickelte sich der Goldfonds der Basler Kantonalbank, der Ende 2025 einen Wert von 282 Millionen Franken erreichte.

Produktseitig zeigte sich das Wachstum in vielen verschiedenen Produktkategorien. Insgesamt gibt es in der Schweiz über 3600 Fairtrade-Produkte. Die Süßwaren sind mit 276 Millionen Franken die mit Abstand grösste Produktkategorie und konnten um 10% zulegen. Auch bei Kaffee, Tee, Quinoa, Gewürzen, Trockenfrüchten und Nüssen, Brotaufstrich sowie Molkereiprodukten stiegen die Umsätze deutlich. Besonders dynamisch entwickelten sich auch zusammengesetzte Produkte, Sportbälle und vor allem Gold. Ebenfalls im Plus lagen Bananen, Getränke, Exoten, Blumen und Pflanzen, Reis sowie Baumwollprodukte. Rückgänge verzeichneten Glace, Backwaren und Rohrzucker.

Auch die Marktanteile zeigen, wie stark Fairtrade in der Schweiz verankert ist. Im Detailhandel liegt der geschätzte Fairtrade-Anteil bei Rohrzucker bei 86%, bei Bananen bei 49%, bei Reis bei 35% und bei Ananas bei 33%. Kaffee und Schokolade kommen auf knapp 20%. Die anhaltend hohe Nachfrage schafft eine wichtige Grundlage für Verbesserungen in den Anbauregionen. Fairtrade-Mindestpreise sorgen für mehr Preisstabilität, Prämien finanzieren Projekte für Produktivität, Qualität, Bildung und Infrastruktur. Gleichzeitig unterstützt Fairtrade Unternehmen bei zentralen Projekten in ihren Lieferketten, etwa zur Förderung existenzsichernder Einkommen oder zur Prävention von missbräuchlicher Kinderarbeit.

Die positive Entwicklung von Fairtrade in der Schweiz ist dem grossen Engagement der Marktpartner und den Kaufentscheidungen der Konsument:innen zu verdanken. Dafür danken wir allen Beteiligten herzlich.

**Umsatz:**  
**CHF 1075 Mio.**  
ggü. Vorjahr: **+6,3%**  
**Pro Kopf: CHF 119.-**  
**Prämien:**  
**USD 14,7 Mio.**

# Mehr als ein Label – so begleiten wir unsere Partner

Das Fairtrade-Label genießt bei Konsument:innen sowie in der breiten Öffentlichkeit hohes Vertrauen und zählt zu den bekanntesten Nachhaltigkeitslabels. Mit der Fairtrade-Zertifizierung machen Schweizer Marktpartner ihr Engagement für faire Arbeits- und Lebensbedingungen sowie nachhaltige Anbaumethoden sichtbar. Darüber hinaus begleiten wir unsere Partner mit massgeschneiderten Dienstleistungen auf ihrem Weg zu nachhaltigeren Lieferketten - durch Programme und Beratung zu existenzsichernden Löhnen und Einkommen, menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht, Transparenz und Rückverfolgbarkeit sowie Stärkung der Klimaresilienz.



## Zertifizierung

Seit 1992 unterstützt Fairtrade Max Havelaar Unternehmen bei der Beschaffung nachhaltig produzierter und fair gehandelter Rohstoffe. Mit dem Fairtrade-Label können unsere Partner ihr Engagement für den fairen Handel auf jedem Produkt sichtbar machen. Ein Zeichen, das Konsument:innen kennen und dem sie vertrauen.



## Über die Zertifizierung hinaus

Eine zukunftsfähige Nachhaltigkeitsstrategie beschränkt sich nicht auf zertifizierte Lieferketten. Fairtrade Max Havelaar bietet deshalb individuell abgestimmte Dienstleistungen – von Beratung bis zu Projekten in den Anbauländern. Mit Expertise begleiten wir unsere Partner in ihrem Bestreben, spezifische Herausforderungen wirkungsvoll zu bewältigen. So können vor Ort zusätzliche positive Veränderungen entstehen.

# Zertifizierung

Die Zertifizierung ist ein wirksames Instrument, um Nachhaltigkeitsverantwortung wahrzunehmen und dieses Engagement durch das Fairtrade-Label direkt auf dem Produkt für Konsument:innen sichtbar zu machen. Die unabhängige Zertifizierungsstelle FLOCERT überprüft die Einhaltung der umfassenden Fairtrade-Standards und schafft damit Transparenz.

## Das bewirkt die Fairtrade-Zertifizierung in den Anbauländern

- ✓ **BESSERE UND STABILERE EINKOMMEN:** durch den Fairtrade-Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie. Der Mindestpreis orientiert sich an den durchschnittlichen Kosten einer nachhaltigen Produktion. Zusätzlich erhalten Produzent:innen die Fairtrade-Prämie, die sie für eigene Gemeinschafts- und Entwicklungsprojekte einsetzen.
- ✓ **VERBESSERTE ARBEITSBEDINGUNGEN:** Um die Arbeits- und Lebensbedingungen von Bäuer:innen und Arbeiter:innen zu verbessern, enthalten die Fairtrade-Standards umfangreiche soziale und wirtschaftliche Anforderungen.
- ✓ **QUALITATIVER UND NACHHALTIGER ANBAU:** Bäuer:innen und Arbeiter:innen produzieren die Rohstoffe nach klar definierten ökologischen Standards. Wo möglich, fördert Fairtrade zusätzlich eine Bio-Zertifizierung.



«Durch Fairtrade verbinden wir unsere Mitglieder mit Partnern und Märkten und verbessern so ihre Lebensqualität», sagt Víctor Williams Torres Estela, Agrartechniker der Fairtrade-Kooperative Sol y Café in Peru. / Foto: Fabian Sturm, ©Fairtrade Sweden

## Diesen Nutzen schafft die Fairtrade-Zertifizierung für Unternehmen

- ✓ **STÄRKUNG DES VERTRAUENS VON KONSUMENT:INNEN:** Fairtrade-Partner können das positive Image von Fairtrade gezielt nutzen. Fairtrade ist das ethische Label mit den weltweit höchsten Vertrauens- und Bekanntheitswerten.
- ✓ **COMPLIANCE UND RISIKOMANAGEMENT:** Die Fairtrade-Standards schaffen klare, überprüfbare Anforderungen in den Bereichen Umwelt, Soziales und Handel entlang der Lieferkette. Das unterstützt Fairtrade-Partner dabei, Risiken zu reduzieren, deren Entstehung zu begrenzen und regulatorische Vorgaben zu erfüllen.
- ✓ **ZUSAMMENARBEIT VOR ORT:** Fairtrade ist mit Expert:innen in Lateinamerika, Asien und Afrika präsent und unterstützt Partner direkt vor Ort bei der Umsetzung von Projekten, Datenerhebungen sowie bei Fragen zur Produktqualität und Verfügbarkeit.

# Fairtrade auch bei hohen Marktpreisen relevant

Eine Studie aus dem Jahr 2025 zu den Haushaltseinkommen von Kakaobauernfamilien in Westafrika hat gezeigt, dass der ganzheitliche Ansatz von Fairtrade auch bei hohen Marktpreisen eine grosse Relevanz hat. Die gestiegenen Börsenpreise für Kakao im vergangenen Jahr verbesserten die Einkommenssituation der Familien insbesondere in Kombination mit zusätzlichen Fairtrade-Massnahmen, wie der Fairtrade-Prämie oder Schulungen zur Steigerung der Produktivität. Auch in Phasen hoher Marktpreise überprüft Fairtrade seine Mindestpreise und Prämien regelmässig, um ihre Wirkung gezielt zu erhöhen. 2025 wurden der Fairtrade-Mindestpreis und die Fairtrade-Prämie für Kakao deutlich angehoben. Ziel ist es, Einkommen besser abzusichern sowie Investitionen in Produktivität, Diversifizierung und Gemeinschaftsprojekte nachhaltig zu stärken. Die Anpassung erfolgte im Rahmen eines partizipativen Prozesses, in den Produzent:innen und Händler:innen aktiv eingebunden waren – von der Planung über die Konsultation bis zur Entscheidungsfindung. Ergänzend unterstützen lokale Produzentennetzwerke die Kooperativen mit Schulungen zu nach-

haltiger Produktion, Klimaresilienz und Finanzmanagement, damit sie Marktschwankungen besser begegnen sowie langfristig in ihre Zukunft investieren können. Anpassungen von Fairtrade-Mindestpreisen werden regelmässig für verschiedene Rohstoffe vorgenommen. 2026 wird beispielsweise der Mindestpreis für Kaffee überarbeitet.

## La Semeuse: Fairtrade-Kaffee seit Tag eins

Seit der Gründung von Fairtrade Max Havelaar engagiert sich La Semeuse als Partnerin und Pionierin für nachhaltigen Kaffee in der Schweiz. 1992 brachten sie einen der ersten Bio- und Fairtrade-zertifizierten Kaffees auf den Markt. Seither hat die Kaffeerösterei aus La Chaux-de-Fonds ihr Engagement kontinuierlich ausgebaut. Innovative Produkte wie der Kaffee Caravela, der per Segelfrachter importiert wird und rund 95 Prozent weniger CO<sub>2</sub> verursacht als herkömmlicher Kaffee oder der Kaffee Doña Juana, der ausschliesslich von Frauen der Kooperative ASPROGUATE in Guatemala produziert wird, stehen exemplarisch dafür.

La Semeuse zeigt, dass Unternehmertum, Qualität und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen. Durch das starke Wachstum beim Einkauf von Fairtrade-Kaffee erhielten die Kaffeekooperativen 2025 durch die Zusammenarbeit mit La Semeuse 106'000 US-Dollar an Fairtrade-Prämien. Diese können sie gemäss ihren eigenen Bedürfnissen und Prioritäten einsetzen. ASPROGUATE investierte die Fairtrade-Prämie in organischen Dünger und Dolomitkalk zur Verbesserung der Bodenpflege und Produktqualität. Zudem finanzierte die Organisation für ihre Mitglieder monatliche Schulungen zum Thema Umwelt- und Ressourcenschutz. CAFESUL setzte die Fairtrade-Prämie unter anderem für Spenden an Pflegeheime sowie Lebensmittel und Schulmaterial für bedürftige Familien und Kinder ein.

*Maria da Penha Machado Carrari und Daiana Pinto Souza Carrari von der Fairtrade-Kooperative CAFESUL in Brasilien. Die Produzentinnen bauen Qualitätskaffee an und engagieren sich im Frauennetzwerk «Póde Mulheres». / Foto: Julio César Huber, ©CLAC*



# Über die Zertifizierung hinaus

Fairtrade Max Havelaar bietet seinen Partnern massgeschneiderte Unterstützung, um den Herausforderungen in Lieferketten besser zu begegnen und zusätzliche Wirkung zu erzielen.

## **Partner für Sorgfaltsprüfung, existenzsichernde Löhne und Einkommen**

In Zusammenarbeit mit Fairtrade International und FLOCERT begleitet Fairtrade Max Havelaar Unternehmen bei der Umsetzung ihrer Sorgfaltspflichten entlang der Lieferketten: von der Risikoanalyse über Massnahmen zur Risikominimierung bis hin zum strukturierten Dialog mit Rechteinhaber:innen.

Ein zentrales Instrument ist das Konzept des existenzsichernden Einkommens und Lohns. Es basiert auf dem Anspruch, dass Arbeiter:innen und Produzent:innen ausreichend verdienen, um ihre Grundbedürfnisse zu decken und ein Leben in Würde zu führen. In Zusammenarbeit mit Fairtrade können Partner dies mit Projekten zur Verbesserung von Produktivität und Diversifizierung sowie durch die Zahlung von Referenzpreisen für existenzsichernde Ein-

kommen angehen. Solche Referenzpreise existieren für mehrere zentrale Rohstoffe in verschiedenen Ländern, darunter Kakao, Kaffee, Kokosnüsse, Cashews, Mangos, Orangen, Reis und Vanille. Diese werden auf Länderebene anhand fundierter agrarökonomischer Analysen und unter Einbezug relevanter Anspruchsgruppen festgelegt. Weitere Länder und Rohstoffe können je nach Bedürfnis der Fairtrade-Partner ergänzt werden.

## **Valora: Langfristige Wirkung in Kaffee-Kooperative ANEI in Kolumbien**

2017 engagierten sich Valora mit ihrem Brand Caffè Spettacolo, das lateinamerikanische Fairtrade-Produzentennetzwerk CLAC und Fairtrade Max Havelaar sowie die kolumbianische Kaffee-Kooperative ANEI gemeinsam in einem Projekt zur nachhaltigen Steigerung der Erträge von Bio-Kaffee und Grundnahrungsmitteln wie Mais und Bohnen. Im Zentrum stand die Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit im Biolandbau zur Stärkung von Einkommen und Ernährungssicherheit.

Heute, fast zehn Jahre nach der Anschubfinanzierung durch das Projekt, betreibt ANEI weiterhin selbständig eine zentrale Bio-Düngeranlage, die mehr als 500 Mitglieder mit lokal produziertem Bio-Dünger versorgt und zugleich als Schulungszentrum fungiert. Regionale Zentren sichern den Zugang auch in abgelegenen Gebieten. Das Projekt zeigt eindrücklich, dass ein gezielt umgesetztes Projekt eine langfristige Investition in gesunde Böden, stabilere Erträge und nachhaltig höhere Einkommen ist.

*Jorge Eliecer Pianeta Sarabia von der Fairtrade-Kooperative ANEI in Kolumbien. / Foto: Stanislav Komínek, ©Fairtrade Tschechien und Slowakei*



# Fairen Handel ins Rampenlicht gerückt

Fairtrade Max Havelaar setzte 2025 starke Akzente in Marketing und Kommunikation: Aktivierende Kampagnen, der Launch einer globalen Website und Spitzenwerte in Umfragen unter Konsument:innen prägten das Jahr.

## Ein Sommer im Zeichen des Kaffees

Neben der etablierten schweizweiten Kampagne «Fairbruary», die jährlich im Februar stattfindet, lancierte Fairtrade Max Havelaar im Sommer 2025 eine Kaffee-Kampagne. Passend zur Messe «World of Coffee», die im vergangenen Jahr in Genf durchgeführt wurde, rückten wir Kaffeebäuer:innen in den Fokus. Wir zeigten, wie fairer Handel ihren Alltag verändert und wo die grössten Hebel für noch mehr Wirkung liegen. Unter dem Motto «A fairer deal for coffee farmers» erreichten wir Konsument:innen auf Social Media mit authentischen Inhalten von Kaffeebäuer:innen aus Honduras. Sie teilten ihr Wissen über den Kaffeeanbau und gewährten gleichzeitig spannende Einblicke in ihren Alltag. Eine gut sichtbare Out of Home-Kampagne sorgte an Bahnhöfen schweizweit für Sichtbarkeit. An der World of Coffee vernetzte der Stand von Fairtrade International europäische Marktpartner mit Kaffee-Produzent:innen aus Asien, Afrika und Lateinamerika.

## Fairtrade-Website in neuem Glanz

Seit Frühling 2025 vereint die neue globale Website [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net) die Dachorganisation Fairtrade International, nationale Fairtrade



Das Marketingteam von Fairtrade Max Havelaar bei Interview- und Content-Aufnahmen mit CEO Fabian Waldmeier / Foto: ©Fairtrade Max Havelaar

Organisationen wie Fairtrade Max Havelaar in der Schweiz sowie die Produzentennetzwerke aus Asien, Afrika und Lateinamerika auf einer gemeinsamen Plattform. Damit wird noch deutlicher sichtbar: Fairtrade ist eine weltweite Bewegung. Das einheitliche Design und die flexiblen Inhalte ermöglichen eine engere digitale Zusammenarbeit der Fairtrade-Organisationen und machen die Vernetzung im Fairtrade-System noch zugänglicher.

## Höchste Bekanntheits- und Vertrauenswerte für Fairtrade

Eine internationale Umfrage von GlobeScan bestätigte 2025 erneut: Fairtrade ist das weltweit bekannteste und vertrauenswürdigste Nachhaltigkeitslabel bei Konsument:innen aller Altersgruppen. Auch im Schweizer Markt erreicht das Fairtrade-Label Spitzenwerte: 92% der Befragten kennen das Label und 81% vertrauen ihm. Fairtrade Max Havelaar wird dabei weiterhin stark mit sozialem Engagement assoziiert. Auch die Umweltarbeit von Fairtrade, etwa der Schutz vor Entwaldung oder die Anpassung an den Klimawandel, wird von den Befragten wahrgenommen.

# Jahresrechnung und Finanzbericht 2025

Das Geschäftsjahr 2025 war für Fairtrade Max Havelaar von einer positiven Entwicklung geprägt. Die Erträge konnten weiter gesteigert werden, insbesondere dank wachsender Lizenz- und Dienstleistungseinnahmen. Letzteres hatte zur Folge, dass sich die Personalaufwendungen erhöhten. Zudem wurden gezielte Investitionen in Marketing- und Kommunikationsmassnahmen getätigt, was insgesamt zu einer Erhöhung des Betriebsaufwandes geführt hat. Trotz dieser Kostensteigerungen verbesserte sich das Betriebsergebnis und unterstrich die solide operative Leistungsfähigkeit der Stiftung, welche das Geschäftsjahr mit einem Gewinn von 33'847 Franken abschloss.

Die Ertragssteigerung beruht auf mehreren spezifischen Faktoren. Die **Lizenzgebühren** stiegen insbesondere aufgrund der positiven

Umsatzentwicklung von Coop sowie der guten Performance des Fairtrade-Goldfonds der Basler Kantonalbank gegenüber dem Vorjahr um 127'249 Franken (+1%) auf 9,3 Millionen Franken. Gleichzeitig nahmen die **Dienstleistungserträge** um 260'340 Franken zu (+92%), da vermehrt Personalressourcen an andere Mitgliederorganisationen des Fairtrade-Systems verrechnet wurden. Der damit verbundene Ausbau der Leistungen erklärt einen wesentlichen Teil des Anstiegs der **Personalkosten** um 282'035 Franken (+7%).

Zusätzlich erhöhten sich die **Beiträge** für Projekte und Programme im Berichtsjahr um 92'054 Franken (+25%). Diese Entwicklung ist insbesondere auf das neue Projekt «Brewing a Fair Future with Sustainable Coffee» zurückzuführen, an dem sich neben Coop auch das SECO via Schweizer Plattform für nachhaltigen Kaffee beteiligt.

Die Entwicklung bei den Sachkosten zeigt ein differenziertes Bild. Die **Verwaltungskosten** stiegen infolge höherer IT- und Lizenzkosten

*Juana Saucedo von der Fairtrade-Kooperative Guay Apae in Peru bei der Ernte von Kaffeeirschen. / Foto: Fabian Sturm, ©Fairtrade Sweden*



um 46'897 Franken (+7%). Demgegenüber reduzierte sich der **Aufwand für internationale Zusammenarbeit** um 180'831 Franken (-5%), da im Berichtsjahr deutlich weniger Mittel aus dem «Coffee Development Plan»-Fonds verwendet wurden als im Vorjahr. Der Zeitpunkt dieser Auszahlungen ist projektabhängig und kann entsprechend von Jahr zu Jahr variieren. Die höheren **Marketingkosten** von 121'551 Franken (+26%) sind im Wesentlichen auf die internationale Messe «World of Coffee» zurückzuführen, die 2025 in der Schweiz stattfand.

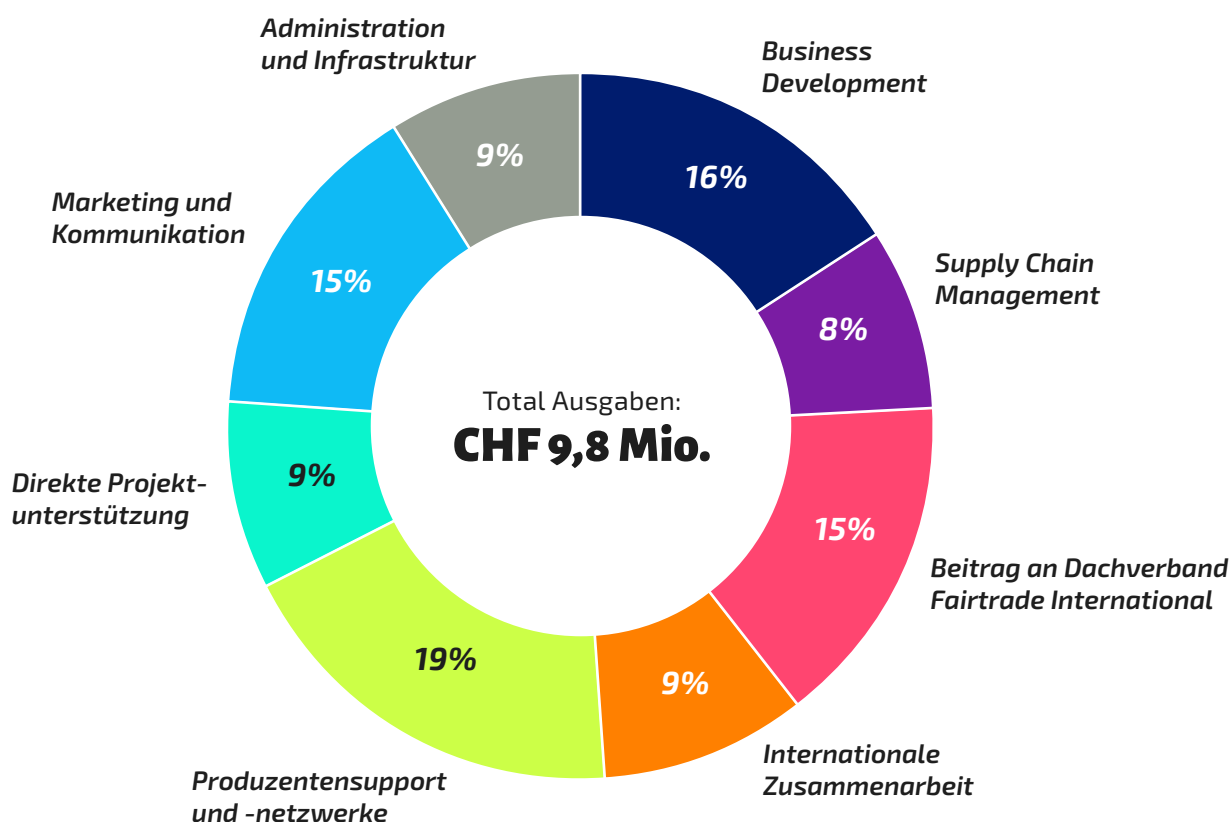
Das Finanzergebnis entwickelte sich im Berichtsjahr mit einer Differenz von 261'144 Franken (-114%) gegenüber dem Vorjahr stark rückläufig. Während im Vorjahr die Umstrukturierung der Finanzanlagen zu einem aussergewöhnlich hohen realisierten Kursgewinn führte, fielen im Jahr 2025 gewisse Kursverluste an, welche gemäss dem Niederstwert-Prinzip zu

verbuchen sind. Entsprechend fiel das **Finanzergebnis** dieses Jahr negativ aus und wirkte dämpfend auf das Gesamtergebnis.

Das **Organisationskapital** wurde im Berichtsjahr gezielt weiterentwickelt. Insbesondere das gebundene Kapital wurde um weitere 516'318 Franken geäufnet, um damit in den kommenden Jahren geplante Investitionen in die strategischen Schwerpunkte von Fairtrade Max Havelaar und Fairtrade International sowie in bestehende und neue Programme zu finanzieren. Das freie Kapital blieb stabil und sichert weiterhin die finanzielle Flexibilität der Stiftung.

Insgesamt bestätigt das Geschäftsjahr 2025 die robuste finanzielle Aufstellung von Fairtrade Max Havelaar. Die Stiftung investiert weiterhin gezielt in ihre strategischen Schwerpunkte und bleibt auch in einem anspruchsvolleren Umfeld finanziell stabil und handlungsfähig.

## Aufteilung der Ausgaben 2025



# Bilanz

Aktiven CHF	Anhang <sup>4</sup>	2025	2024
<b>Umlaufvermögen</b>			
Flüssige Mittel	4.1	2'860'349	2'663'590
Forderungen aus Lieferung und Leistung	4.2	752'474	437'755
Übrige kurzfristige Forderungen		10	1'867
Aktive Rechnungsabgrenzung	4.3	2'012'332	2'083'582
		<b>5'625'166</b>	<b>5'186'794</b>
<b>Anlagevermögen</b>			
Finanzanlagen	4.4	2'603'516	2'544'438
Sachanlagen	4.5	78'141	39'232
Immaterielle Anlagen	4.5	95'457	189'285
		<b>2'777'113</b>	<b>2'772'955</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>8'402'279</b>	<b>7'959'749</b>

PASSIVEN CHF	Anhang	2025	2024
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>			
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	5.1	428'931	470'807
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5.2	374'830	425'853
Kurzfristige Rückstellungen	5.3	83'500	94'333
Passive Rechnungsabgrenzung	5.4	195'165	191'603
		<b>1'082'427</b>	<b>1'182'596</b>
<b>Fondskapital</b>			
<b>Zweckgebundene Fonds</b>		<b>0</b>	<b>7'465</b>
<b>Fremdkapital inkl. zweckgebundene Fonds</b>		<b>1'082'427</b>	<b>1'190'061</b>
<b>Organisationskapital</b>			
Einbezahltes Stiftungskapital	6	190'002	190'002
Gebundenes Kapital		2'009'173	1'492'855
Freies Kapital		5'120'678	5'086'831
		<b>7'319'852</b>	<b>6'769'688</b>
<b>Total Passiven</b>		<b>8'402'279</b>	<b>7'959'749</b>

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.



<sup>4</sup> Den vollständigen Revisionsbericht sowie die Jahresrechnung mit dem Leistungsbericht und allen Anhängen finden Sie auf: [www.fairtrade.net/ch-de](http://www.fairtrade.net/ch-de)

# Betriebsrechnung

Betriebsertrag	Anhang	2025	2024
Lizenertrag Dritte		9'327'977	9'200'728
Ertrag Dienstleistungen		542'367	282'027
Verluste aus Forderungen		(1'804)	400
<b>Ertrag aus Leistungen</b>		<b>9'868'540</b>	<b>9'483'155</b>
Ertrag zweckgebundene Spenden		33	33
<b>Ertrag Spenden</b>		<b>33</b>	<b>33</b>
Ertrag zweckgebundene Mandatsbeiträge		239'440	195'740
Ertrag zweckgebundene Programmbeiträge		220'228	171'874
<b>Ertrag Beiträge</b>		<b>459'668</b>	<b>367'614</b>
Anderer betrieblicher Ertrag		92'001	119'012
<b>Total Betriebsertrag</b>		<b>10'420'243</b>	<b>9'969'814</b>

Betriebsaufwand	Anhang	2025	2024
Entrichtete Beiträge Mandate und Programme		(466'697)	(460'293)
Direkter Aufwand Dienstleistungen		(1'010)	(36'444)
Personalaufwand		(4'201'095)	(3'919'060)
Verwaltungsaufwand		(704'734)	(657'837)
Internationale Zusammenarbeit		(3'734'515)	(3'915'346)
Marketing- und Kommunikationsaufwand		(592'938)	(471'387)
Abschreibungen auf Sachanlagen und Immaterielle Anlagen	4.5	(143'156)	(146'208)
<b>Betriebsaufwand</b>		<b>(9'844'145)</b>	<b>(9'606'574)</b>

Betriebsergebnis		2025	2024
Finanzertrag		61'897	452'082
Finanzaufwand		(95'295)	(224'335)
<b>Finanzergebnis</b>	<b>7</b>	<b>(33'398)</b>	<b>227'746</b>
Ausserordentlicher Ertrag	11	0	39'701
<b>Ausserordentliches Ergebnis</b>		<b>-</b>	<b>39'701</b>
<b>Ergebnis vor Veränderung aus Fondskapital</b>		<b>542'699</b>	<b>630'687</b>
Veränderung des Fondskapital		7'465	132'086
<b>Fondsergebnis zweckgebundene Fonds</b>	<b>8</b>	<b>7'465</b>	<b>132'086</b>
<b>Jahresergebnis vor Veränderung Organisationskapital</b>		<b>550'164</b>	<b>762'774</b>

Zuweisung/Verwendung gebundenes Organisationskapital	2025	2024
Veränderung gebundenes Kapital	(516'318)	(375'641)
<b>Jahresergebnis vor Zuweisung/Verwendung freies Kapital</b>	<b>33'847</b>	<b>387'133</b>

# Rohstoff- und Marktentwicklung 2025

## Entwicklung der Absatzvolumen der wichtigsten Rohstoffe im Vergleich zum Vorjahr



**Bananen**

**39'775** Tonnen  
+0%



**Blumen**

**81'006'581** Stiele  
+5%



**Kaffee<sup>5</sup>**

**9'455** Tonnen  
-10%



**Kakao**

**9'526** Tonnen  
+4%



**Fruchtsaft**

**12'860'550** Liter  
-8%



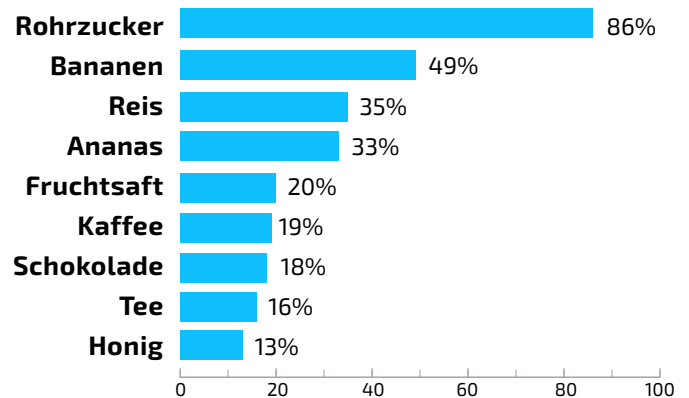
**Rohrzucker**

**7'739** Tonnen  
-4%

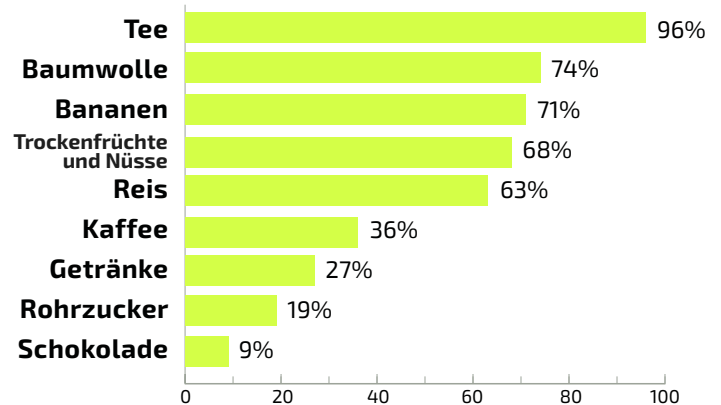
## Umsatz pro Produktkategorie

Produkt	Umsatz 2025 in CHF	Veränderung ggü. 2024
<b>Süßwaren</b>	<b>276'118'913</b>	<b>10.1%</b>
- Schokolade	232'283'913	10.9%
- Biscuits & Diverses	43'834'999	5.9%
<b>Bananen</b>	<b>115'680'138</b>	<b>2.4%</b>
<b>Kaffee</b>	<b>108'786'636</b>	<b>9.3%</b>
<b>Molkereiprodukte</b>	<b>82'220'984</b>	<b>8.6%</b>
- Joghurt	43'011'684	-6.5%
- Milchmischgetränke	27'302'617	41.2%
- Diverses	11'906'683	14.3%
<b>Exoten</b>	<b>79'610'850</b>	<b>3.6%</b>
- Frische Früchte & Gemüse	52'643'113	12.2%
- Convenience/Konserven	26'967'737	-10.0%
<b>Blumen &amp; Pflanzen</b>	<b>68'554'112</b>	<b>3.6%</b>
<b>Trockenfrüchte/Nüsse</b>	<b>66'183'595</b>	<b>10.3%</b>
<b>Backwaren</b>	<b>62'609'113</b>	<b>-4.5%</b>
<b>Getränke</b>	<b>54'918'745</b>	<b>1.2%</b>
- Säfte	30'209'300	-1.1%
- Kaltgetränke	23'338'131	3.2%
- Alkoholische Getränke	1'371'314	24.7%
<b>Glace</b>	<b>50'162'191</b>	<b>-16.5%</b>
<b>Reis</b>	<b>27'283'554</b>	<b>2.9%</b>
<b>Zusammengesetzte Produkte</b>	<b>25'158'080</b>	<b>24.0%</b>
<b>Gold</b>	<b>19'959'835</b>	<b>179.6%</b>
<b>Rohrzucker</b>	<b>10'406'951</b>	<b>-2.5%</b>
<b>Brotaufstrich</b>	<b>9'533'670</b>	<b>10.5%</b>
- Honig	5'873'290	30.1%
- Restliche	3'660'380	-11.0%
<b>Gewürze</b>	<b>6'538'136</b>	<b>7.9%</b>
<b>Quinoa</b>	<b>4'639'790</b>	<b>9.7%</b>
<b>Tee</b>	<b>4'492'157</b>	<b>14.9%</b>
<b>Baumwollprodukte</b>	<b>1'565'708</b>	<b>5.3%</b>
<b>Sportbälle</b>	<b>174'132</b>	<b>30.6%</b>
<b>Total</b>	<b>1'074'597'290</b>	<b>6.3%</b>

## Marktanteil<sup>6</sup>



## Bioanteil<sup>7</sup>



<sup>5</sup> Beinhaltet auch nicht gelabelten Fairtrade-Kaffee.

<sup>6</sup> Geschätzter Marktanteil Detailhandel basierend auf Absatzmengen; Basis: AC Nielsen.

<sup>7</sup> 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:** Lisa Conci / **Publiziert:** Mai 2026

**Geschäftsleitung:** Fabian Waldmeier, Geschäftsleiter / Denise Büchler, Leiterin Finanzen & Services / Lukas Krebs, Leiter Marketing & Communications / Melanie Dürr-Koller, Leiterin Internationale Zusammenarbeit / Simon Aebi, Leiter Commercial / Petra Schwarzenbach, Team & GL Assistentin

**Stiftungsrat:** Kathrin Amacker, Präsidentin / Dorothea Schaffner, Vizepräsidentin / Andy Koch / Caroline Omondi / Daniel Hostettler / Marion Lienhard / Rhea Beltrami / Ruedi Lüthi