

Jahresbericht 2021

Fairtrade Max Havelaar



Rekord bei Fairtrade-Pro-Kopf-Konsum



Foto: Fairtrade America

Seit 30 Jahren steht Fairtrade Max Havelaar ein für bessere Lebensbedingungen von Kleinbauern- und Arbeiterfamilien. Noch nie wurden in der Schweiz mehr zertifizierte Fairtrade-Produkte abgesetzt als 2021: mit einem Pro-Kopf-Konsum von 107 Franken ist die Schweiz Fairtrade-Weltmeisterin. Angebotsseitig haben der Detailhandel und auch die Markenartikler ihre Fairtrade-Sortimente im 2021 weiter ausgebaut.

Der Ausbruch der Corona-Pandemie war auch für die Fairtrade-Welt ein Schock. Arme Bevölkerungsschichten traf die Pandemie noch viel härter und einschneidender als uns. Darum setzte sich Fairtrade rund um den Globus für Betroffene ein. Mit dem in kürzester Zeit ins Leben gerufenen Corona-Fonds unterstützte Fairtrade mit über 15 Millionen Euro mehr als 900 Produzentenorganisationen in Asien, Afrika und Lateinamerika. Die langfristigen Herausforderungen löst dies jedoch nicht. Preiserosionen auf lokalen Märkten gefährden Existenzgrundlagen, der Zugang

zu Bildung wird erschwert, der Klimawandel verteuert die Produktion. Deshalb engagieren wir uns heute und in Zukunft insbesondere für existenzsichernde Einkommen, menschenrechtliche Sorgfaltspflicht, Transparenz in Lieferketten und Stärkung der Klimaresilienz.

Erfolgreich im Markt

In der Schweiz führte die Pandemie dazu, dass sich die Menschen vermehrt Gedanken dazu machen, was sie kaufen. Das wirkte sich positiv auf den Konsum von Fairtrade-Produkten aus.

Noch nie wurden derart viele Fairtrade-Produkte gekauft wie 2021. Erstmals überhaupt stieg der Pro-Kopf-Konsum in einem Jahr über 100 Franken. Mit durchschnittlich 107 Franken sind die Konsument:innen der Schweiz Fairtrade-Weltmeister. Auch auf der Angebotsseite haben der Detailhandel und zunehmend auch die Markenartikler ihre Fairtrade-Sortimente 2021 ausgebaut. Mit einem Gesamtumsatz von über 925 Millionen Franken rückt das Ziel der Umsatzmilliarde näher. Diese positive Entwicklung möchten wir ins aktuelle Jahr mitnehmen, in dem Fairtrade Max Havelaar sein 30. Jubiläum feiert.

Zukunft gestalten

In den letzten drei Jahrzehnten haben wir viel erreicht: mit Pioniergeist, Hartnäckigkeit und Kompetenz ist der faire Handel aus der Nische heraus im Mainstream angekommen. Dafür danken wir den Gründerorganisationen und Vorgänger:innen. Ihr Erfolg ist uns Verpflichtung, immer das Beste zu geben. Der Fairtrade-Mindestpreis ist nach wie vor weltweit einzigartig und dank der Fairtrade-Prämien können zahlreiche lokal getragene Projekte umgesetzt

werden. Dennoch gibt es weiterhin viel zu tun. Unsere Vision ist es, allen Produzent:innen ein Einkommen zu ermöglichen, das zu einem guten Leben und nicht bloss zum Überleben reicht. Dazu haben wir in den letzten Jahren erfolgreich Pilotprojekte lanciert, die wir nun in den Massenmarkt bringen wollen.

Darüber hinaus wollen wir besonders die Jugend aktiv in den Dialog einbinden und rufen dazu ein «Youth Advisory Board» ins Leben. Im 2022 werden wir zudem erstmals einen Fairtrade-Award verleihen, mit dem wir Schweizer Unternehmen für ihr Engagement beim Thema Fairness in Lieferketten auszeichnen. Kurz: Wir wollen Fairtrade Max Havelaar noch bekannter machen, weitere Partner:innen im Markt gewinnen und viele Konsument:innen motivieren, neu und vermehrt fair zu kaufen.

Wir freuen uns darauf, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten.

Die Präsidentin und der Geschäftsführer



Kathrin Amacker | Renato Isella



Kathrin Amacker,
Präsidentin der Stiftung



Renato Isella,
Geschäftsführer

Impressum

Herausgeberin: Max Havelaar-Stiftung (Schweiz)

Redaktion: Lukas Krebs, Michaela Rech,
Lucie Heidmann, Petra Just

Layout: Lia Studerus, Charlotte Ladiges

Publiziert: Mai 2022

Titelbild: Christoph Köstlin/Fairtrade Deutschland

Fotos Seite 3: Jakob & Bertschi

Die Schweiz ist Fairtrade-Weltmeisterin

Auch 2021 haben die Konsument:innen in der Schweiz vermehrt Fairtrade-Produkte nachgefragt. Mit durchschnittlich 107 Franken stieg der Pro-Kopf-Konsum erstmals über 100 Franken. Angebotseitig haben der Detailhandel und zunehmend auch die Markenartikler ihre Fairtrade-Sortimente weiter ausgebaut. Der Umsatz stieg um 7,5% auf 925 Millionen Franken.

Foto: Fairtrade Max Havelaar



Die Pandemie hat auch 2021 das Verhalten der Konsument:innen in der Schweiz geprägt. Die Home-Office-Pflicht sowie die Schliessung der Restaurationsbetriebe führten zu deutlichen Umsatzeinbrüchen im Gastro-Kanal. Dies hat insbesondere beim Kaffee, den Säften und Backwaren zu erheblichen Rückgängen geführt. Andere Produkte wie etwa Joghurt, Zucker, Gewürze und Baumwollprodukte blieben ebenfalls unter den Erwartungen. Die Einbussen im Kaffee konnten jedoch dank eines guten Geschäfts im Detailhandel sowie via Online-Kanäle überkompensiert werden. Auch andere Produkte legten stark zu, was insgesamt zu einem Umsatzwachstum von 7,5% führte. Am meisten dazu beigetragen haben Schokoladen mit einem Wachstum von über 21% auf bereits hohem Niveau. Ebenfalls erfreulich entwickelt haben sich Biscuits, Milchmischgetränke, Trockenfrüchte, Nüsse, Reis und Blumen.

Die Detailhändler und Discounter konnten den Umsatz mit Fairtrade-Produkten nochmals steigern. Mit rund 80% Anteil am gesamten Fairtrade-Markt machen sie nach wie vor den Löwenanteil aus.



Foto: Eduardo Martino

Bei den Markenartiklern ist ein wachsendes Interesse für Fairtrade festzustellen. So haben einige bekannte Marken ihr Engagement ausgebaut oder sich neu für Fairtrade entschieden. Einen grossen Wachstumschub verzeichnet das noch relativ junge Fairtrade-Produkt Gold. Dies insbesondere aufgrund eines signifikanten Ausbaus des Engagements der Zürcher Kantonalbank.

Umsatz: **CHF 925 Mio.**
Wachstum: **7,5%**
Pro Kopf: **CHF 107.-**
Prämien: **USD 12,6 Mio.**

Gesamthaft konnten unsere Marktpartner:innen mit Fairtrade-Produkten die Umsatz-Marke von 900 Millionen Franken knacken. Ermöglicht haben dies vornehmlich die Konsument:innen in der Schweiz, die sich immer mehr für Fairtrade-Produkte entscheiden und mit einem Pro-Kopf-Konsum von 107 Franken weltweit den ersten Platz einnehmen.

Mit der Beschaffung von Fairtrade-Rohstoffen können Unternehmen einen aktiven Beitrag zur Stärkung von Kleinbäuer:innen und Arbeiter:innen leisten. Dank Fairtrade haben viele Bäuer:innen in Afrika, Asien und Lateinamerika ein sicheres Einkommen. Fairtrade hat auch die Arbeitsbedingungen der Plantagenarbeiter:innen verbessert. Diese Erfolge dürfen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass

die Zertifizierung allein nicht immer ausreicht, um den grossen Herausforderungen wie etwa der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht oder der Sicherung von existenzsichernden Löhnen und Einkommen, vollständig gerecht zu werden. Darum bietet Fairtrade Max Havelaar eine Reihe von Dienstleistungen an, um Risiken zu minimieren, Transparenz zu erhöhen und Wirkung von Fairtrade zu verstärken.

Unsere Dienstleistungen für Unternehmen

Um den komplexen Herausforderungen gerecht zu werden, denen Unternehmen entlang der Lieferkette begegnen, bietet Fairtrade Max Havelaar längst mehr als nur Zertifizierungen an.

Wir bieten Dienstleistungen rund um Produktionsstandorte und Lieferketten, mit massgeschneiderten Programmen oder mit Beratung, zum Beispiel im Bereich existenzsichernde Löhne und Einkommen, menschenrechtliche Sorgfaltspflicht, Transparenz und Nachverfolgbarkeit sowie Stärkung der Klimaresilienz.



Zertifizierung

Seit 1992 setzt sich Fairtrade Max Havelaar für den fairen Handel ein. Das Fairtrade-Label ist in der Schweiz bereits auf über 3000 Produkten zu finden.



Programme

Fairtrade-Programme ermöglichen Unternehmen, mehr Wirkung zu erzielen und sich zu differenzieren.



Expertise

Fairtrade Max Havelaar bietet Unternehmen Beratungsdienstleistungen für Nachhaltigkeitsthemen in den Lieferketten.

Zertifizierung

Wir unterstützen beim Schritt in den fairen Handel. Dies können Unternehmen mit dem Fairtrade-Label auf ihren Produkten sichtbar machen.



Foto: Simone Orsinger

Mehrwert

- ✓ **WIRKUNG:** Die Verwendung von fair produzierten Rohstoffen ermöglicht Kleinbäuer:innen und Arbeiter:innen bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen.
- ✓ **RISIKO MANAGEMENT:** Die Einhaltung der Fairtrade-Standards wird von der ISO-akkreditierten Zertifizierungsstelle FLOCERT unabhängig kontrolliert. Bei Fairtrade sind alle Stufen entlang der Wertschöpfungskette vertraglich eingebunden. Das schafft Transparenz und ermöglicht eine der strengsten und glaubwürdigsten unabhängigen Zertifizierungen.
- ✓ **POSITIONIERUNG:** Das positive Image des bekannten Fairtrade-Labels bei Kunden hilft, neue Kundengruppen zu erschliessen. Fairtrade ist das ethische Label mit den weltweit höchsten Vertrauens- und Bekanntheitswerten.

Beispiel: Existenzsichernde Löhne und Einkommen

Die Detailhändlerin Coop hat seit 1992 das Engagement für Fairtrade sukzessive ausgebaut und praktisch alle Eigenmarken auf Fairtrade umgestellt. Mittlerweile gibt es bei Coop über 1330 Fairtrade-zertifizierte Eigenmarken-Produkte. Seit 2018 geht Coop noch einen Schritt weiter und hat gemeinsam mit Fairtrade Projekte für existenzsichernde Einkommen und Löhne in der Dominikanischen Republik (Bananen) und in Ghana (Kakao) umgesetzt. Weitere Projekte sind in Planung.

Mittelfristig will Coop existenzsichernde Einkommen und Löhne auf weitere Fairtrade-Produzenten und Rohstoffe wie Kaffee, Kakao und Bananen ausweiten. Damit engagiert sich die Detailhändlerin über die standardisierte Zertifizierung hinaus und bezahlt freiwillig höhere Preise, als sie müsste. Ein starkes Commitment!

Programme

Mit unseren Programmen können Unternehmen noch effektiver Wirkung erzielen und spezifische Nachhaltigkeitsthemen in ihrer Lieferkette angehen.

Semi-standardisierte Programme: Unternehmen werden Teil eines bereits bestehenden und ihren Bedürfnissen angepassten Programms und erzielen dadurch zusätzliche Wirkung. Aktuell bestehen solche Programme für Kaffee, Kakao, Blumen und Bananen.

Massgeschneiderte Programme: Um spezifische Herausforderung in der Lieferkette anzugehen, entwickeln wir massgeschneiderte Programmpartnerschaften, etwa im Bereich existenzsichernde Einkommen. Unabhängig davon, ob die Lieferkette Fairtrade-zertifiziert ist oder nicht.

Foto: Christop Köstlin / Fairtrade



Mehrwert

✓ **WIRKUNG VERTIEFEN:** Spezifische Schwerpunkte in der Nachhaltigkeitsstrategie erhalten einen zusätzlichen, wirksamen Impuls, um das Engagement eines Unternehmens effizient zu verstärken.

✓ **DIFFERENZIERUNG UND KOMMUNIKATION:** Mit konkreten und messbaren Erfolgsgeschichten kann man sich von der Konkurrenz abheben.

✓ **EFFIZIENZ:** Fairtrade Max Havelaar hat ein breites Netzwerk an eigenen Ressourcen vor Ort. Das spart Zeit und Geld.

Beispiel: Umweltfreundlicher heizen

Bislang verfügten die meisten Mitarbeitenden auf Fairtrade-Blumenfarmen in Ostafrika in ihren Häusern über eine einfache Feuerstelle, welche die Luft in ihrer Küche enorm verschmutzte. Davon sind besonders Frauen und Kinder betroffen. ALDI SUISSE schafft Abhilfe und hat 2021 das Rosenprogramm ins Leben gerufen und zusammen mit Fairtrade entwickelt. Im Rahmen dieses Programms wurden den Arbeiter:innen energieeffiziente Kochöfen oder Kochgas-Auffüllstationen zur Verfügung gestellt, die deutlich weniger Rauch verursachen und umweltfreundlicher sind. Dadurch wird die Luft besser, es entsteht weniger CO₂ und die Frauen müssen sich nicht mehr auf die mühsame und lange Suche nach Brennholz machen. Vom Kauf der Fairtrade-Rosen bei ALDI SUISSE fließt somit eine direkte Unterstützung an die Arbeiter:innen auf den Blumenfarmen.

Expertise



Foto: Sean Hawkey / Fairtrade Canada

Wir unterstützen bei der Umsetzung individueller und effektiver Nachhaltigkeitslösungen. Dadurch reduzieren sich die Risiken in der Lieferkette. Dienstleistungen rund um Lieferketten, Non-Fairtrade-Sourcing sowie Beratung für verantwortungsvolle Lieferketten (z.B. eine menschenrechtliche Sorgfaltsprüfung) zählen zu unserem Angebot.

Mehrwert

- ✓ **QUALITÄT:** Dank langjähriger Expertise beraten und begleiten wir kompetent und massgeschneidert.
- ✓ **GLAUBWÜRDIGKEIT:** Durch unsere hohe Bekanntheit und dem breit abgestützten Vertrauen bei Konsument:innen und Industrie sind wir ein idealer Partner.
- ✓ **AUSSENSICHT:** Der kulturelle Kontext und das Verständnis von Zusammenhängen und Rahmenbedingungen vor Ort sind erfolgsentscheidend. Dank unserer starken lokalen Verankerung werden Ressourcen und Mittel effizient eingesetzt.

Beispiel: Bessere Wirkungsmessung

Das Migros Industrie-Unternehmen Delica engagiert sich im Rahmen der Café Royal Impact Range in Honduras und Peru für mehr Nachhaltigkeit und arbeitet direkt vor Ort mit den Kleinbäuer:innen zusammen.

Um die Wirkung und Fortschritte in diesen Projekten besser zu messen, erarbeitet Fairtrade Max Havelaar in Zusammenarbeit mit Delica aktuell ein «Progress and Impact Monitoring Framework». Damit wollen wir in Zukunft genau messen können, wie sich die umgesetzten Interventionen auf die Lebensbedingungen der Kleinbäuer:innen auswirken.

Jahresrechnung und Finanzbericht 2021

Fairtrade Max Havelaar legte auch im zweiten Pandemiejahr zu: 2021 verzeichneten die Lizenzeinnahmen ein Plus von 11% gegenüber Vorjahr. Das frei erarbeitete Kapital nahm um 1,3% zu.

Die Lizenzeinnahmen betrugen 8,8 Millionen Franken. Im Vorjahresvergleich bedeutet dies eine Zunahme von 11%. Die Zunahme ist im Wesentlichen auf die Kategorien Schokolade & Biscuits, Kaffee und Gold zurückzuführen. Die übrigen betrieblichen Erträge blieben hinter dem Vorjahr zurück, da 2021 keine ausserordentlichen Positionen mehr einfließen und sich pandemiebedingt Abweichungen in Programmen und Expertisen sowie übrigen internationalen Projekten zeigten.

Der Betriebsaufwand verringerte sich gegenüber dem Vorjahr um 2% und beinhaltet folgende wesentlichen Komponenten:

✦ Die Beiträge an Fairtrade International wurden gemäss den geltenden Regularien bezahlt. Durch die Steigerung der Lizenzeinnahmen sind 2021 auch diese Beiträge höher.

✦ Auf der Ausgabenseite entfielen die pandemiebedingten Aufwendungen.

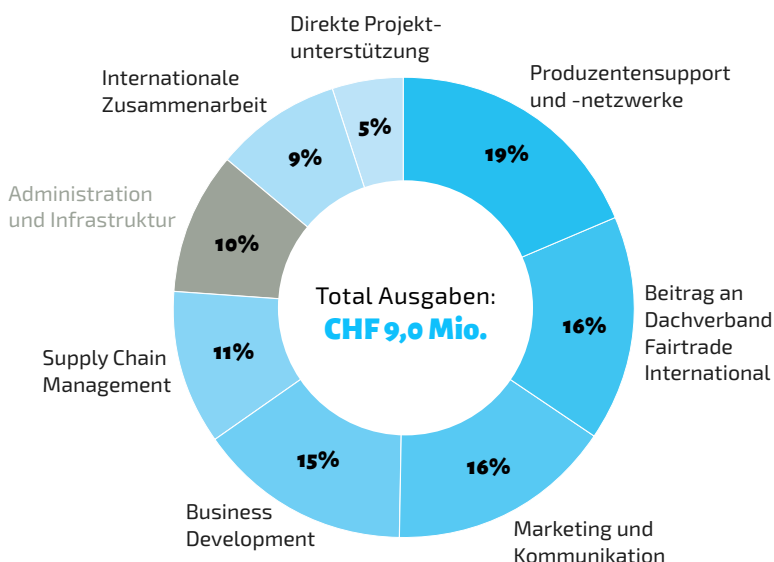
✦ In Projekte und Programme unserer Produzent:innen hat Fairtrade Max Havelaar im letzten Jahr 149 000 Franken investiert. Wir unterstützten insbesondere Soft-, Kakao- und Blumenproduzent:innen in Südamerika und Afrika.

✦ Der durchschnittliche Personalbestand nahm aufgrund von Überschneidungen etwas zu. Deshalb und aufgrund externer Rekrutierungskosten stiegen die Personalkosten leicht an.

✦ Der Verwaltungsaufwand blieb 2021 auf Vorjahresniveau.

✦ Der Marketing- und Kommunikationsaufwand war erneut deutlich tiefer als im Vorjahr. Reisen und Marketingprojekte wie Workshops mit Kunden oder Veranstaltungen im öffentlichen Raum entfielen aufgrund der Pandemie.

Aufteilung der Ausgaben 2021



Im Organisationskapital wurden im 2021 672 000 Franken gebildet und 69 000 Franken verwendet. Die Veränderung des Fonds Organisationskapital gemäss Erfolgsrechnung beträgt somit 603 000 Franken und das frei erarbeitete Kapital nimmt um 68 000 Franken auf 5,1 Millionen Franken zu. Wie im Vorjahr erfolgte die Verrechnung der Lizenzeinnahmen für das 4. Quartal 2021 erst 2022. Für noch nicht verrechnete Lizenzeinnahmen gab es Vorauszahlungen von über 329 000 Franken. Die Bilanzsumme stieg stichtagsbezogen per Ende Kalenderjahr 2021 leicht an.

Bilanz

AKTIVEN CHF	Anhang ¹	31.12.21	31.12.20
Umlaufvermögen			
Flüssige Mittel	4.1	3'267'965	2'989'724
Forderungen aus Lieferung und Leistung	4.2	132'459	826'078
Übrige kurzfristige Forderungen		1'304	0
Aktive Rechnungsabgrenzung	4.3	2'446'532	1'886'270
		5'848'259	5'702'072
Anlagevermögen			
Finanzanlagen	4.4	2'695'701	2'372'401
Sachanlagen	4.5	134'593	160'492
Immaterielle Anlagen	4.5	40'641	19'494
		2'870'935	2'552'387
Total AKTIVEN		8'719'195	8'254'459

PASSIVEN CHF	Anhang	31.12.21	31.12.20
Kurzfristiges Fremdkapital			
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	5.1	840'325	745'166
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	5.2	461'555	521'968
Kurzfristige Rückstellungen	5.3	180'478	166'178
Passive Rechnungsabgrenzung	5.4	362'699	484'641
		1'845'058	1'917'953
Zweckgebundene Fonds		144'529	277'548
Fremdkapital inkl. zweckgebundene Fonds		1'989'586	2'195'501
Organisationskapital			
Einbezahltes Stiftungskapital	6	190'002	190'002
Gebundenes Kapital		1'401'473	798'796
Freies Kapital		5'138'134	5'070'160
		6'729'609	6'058'958
Total PASSIVEN		8'719'195	8'254'459

RECHNUNGSLEGUNG NACH SWISS GAAP FER

Die vorliegende Jahresrechnung wurde von BDO Zürich in einer ordentlichen Revision umfassend geprüft und für korrekt befunden. Sie vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz und Ertragslage in Übereinstimmung mit SWISS GAAP FER und entspricht dem schweizerischen Gesetz und der Stiftungsurkunde.

Betriebsrechnung

Betriebsertrag	Anhang	2021	2020
Lizenertrag Dritte		8'841'406	7'983'231
Ertrag Dienstleistungen		98'559	89'666
Verluste aus Forderungen		3'600	1'334
Ertrag aus Leistungen		8'943'565	8'074'231
Ertrag zweckgebundene Spenden		3'233	20'333
Ertrag Spenden		3'233	20'333
Ertrag zweckgebundene Mandatsbeiträge		78'750	1'050'000
Ertrag zweckgebundene Programmbeiträge		74'264	70'584
Ertrag Beiträge		153'014	1'120'584
Anderer betrieblicher Ertrag		379'799	346'286
Total Betriebsertrag		9'479'611	9'561'434

Betriebsaufwand	Anhang	2021	2020
Entrichtete Beiträge			
Mandate und Programme		(262'267)	(841'726)
Direkter Aufwand Dienstleistungen		(36'095)	(30'234)
Personalaufwand		(4'081'469)	(3'918'002)
Verwaltungsaufwand		(883'665)	(901'788)
Internationale Zusammenarbeit		(3'265'706)	(2'926'039)
Marketing- & Kommunikationsaufwand		(365'252)	(485'904)
Abschreibungen auf Sachanlagen & Immaterielle Anlagen	4.5	(76'272)	(40'349)
Betriebsaufwand		(8'970'726)	(9'144'041)
Betriebsergebnis		508'885	417'393

Finanzertrag		220'349	44'508
Finanzaufwand		(191'603)	(73'269)
Finanzergebnis	7	28'746	(28'761)
Ergebnis vor Veränderung aus Fondskapital		537'631	388'631
Veränderung des Fondskapital		133'019	(273'779)
Fondsergebnis zweckgebundene Fonds		133'019	(273'779)
Jahresergebnis vor Veränderung Organisationskapital		670'650	114'852
Zuweisung/Verwendung gebundenes Organisationskapital			
Veränderung gebundenes Kapital		(602'677)	(190'726)
Jahresergebnis vor Zuweisung/Verwendung freies Kapital		67'973	(75'874)

¹ Den vollständigen Revisionsbericht sowie die Jahresrechnung mit dem Leistungsbericht und allen Anhängen finden Sie auf: www.fairtrademaxhavelaar.ch/jahresbericht

Rohstoff- und Marktentwicklung

Entwicklung der Absatzvolumen der wichtigsten Rohstoffe im Vergleich zum Vorjahr¹



Bananen

38 524 Tonnen
+0,6%



Blumen

60 587 974 Stiele
+12,5%



Kaffee²

9923 Tonnen
+37,2%



Kakao

6830 Tonnen
+3,8%



Fruchtsaft

25 156 384 Liter
-8,7%



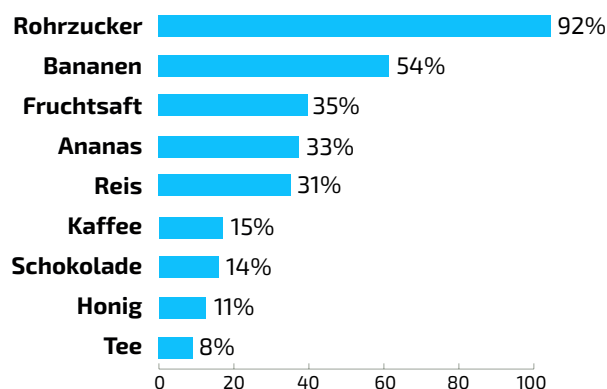
Rohrzucker

7791 Tonnen
-14,8%

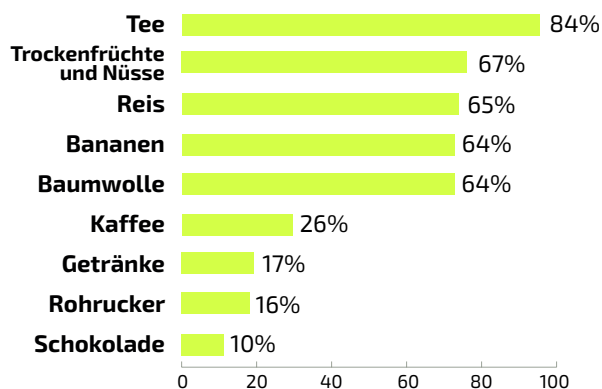
Umsatz pro Produktkategorie

Produkt	Umsatz CHF	Veränderung ggü. 2020
Süßwaren	180'017'421	23,6%
- Schokolade	140'743'471	21,6%
- Biscuits & Diverses	39'273'950	32%
Bananen	116'002'217	0,8%
Kaffee	88'834'176	2,5%
Exoten	85'609'589	0,6%
- Frische Früchte & Gemüse	58'902'021	5,9%
- Convenience/Konserven	26'707'568	-9,3%
Getränke	81'491'307	-10,5%
- Säfte	58'511'275	-11,5%
- Kaltgetränke	22'175'850	-8,6%
- Alkoholische Getränke	804'182	18,2%
Glace	63'713'927	0,1%
Molkereiprodukte inkl. TK	57'272'243	-1,6%
- Joghurt	44'250'765	-6,3%
- Milchmodiggetränke	7'143'792	24,6%
- Diverses	5'877'686	12,7%
Backwaren	53'643'070	-5,2%
Blumen & Pflanzen	50'414'683	11,4%
Trockenfrüchte/Nüsse	45'220'467	11,7%
Gold	41'270'837	411,3%
Reis	17'166'133	13,8%
Zusammenges. Produkte	10'917'585	-9%
Rohrzucker	10'484'169	-6,3%
Brotaufstrich	6'834'665	14,6%
- Honig	4'240'714	1,4%
- Restliche	2'593'951	45,6%
Gewürze	5'451'282	-18,0%
Quinoa	5'020'523	-17,9%
Tee	3'698'344	3,7%
Baumwollprodukte	1'553'189	-49,8%
Sportbälle	57'735	-34,8%
Total	924'673'561	7,5%

Marktanteil³



Bioanteil⁴



¹ Beinhaltet auch die Verwendung des Rohstoffs in zusammengesetzten Produkten.

² Beinhaltet auch nicht gelabelten Fairtrade-Kaffee.

³ Geschätzter Marktanteil Detailhandel basierend auf Absatzmengen; Basis: AC Nielsen.

⁴ Anteil Fairtrade-Rohstoff, der auch Bio-Richtlinien erfüllt, basierend auf Absatzmengen.