



**Faire Märkte
Schweiz+**

Jahresbericht 2025

Mit Jahresrechnung

Herausgeber: Verein Faire Märkte Schweiz Hermetschloostrasse 70, 4.1 8048 Zürich
Redaktion: Stefan Flückiger



Inhaltsverzeichnis

Editorial

Fairness zahlt sich aus: Wirkung für Umwelt, Tier und Mensch	3
---	---

Reporting

Geschäftstätigkeit und Wirkungsmessung	8
--	---

Danksagung	24
-------------------	----

Monatsberichte

Januar 2025	25
Februar 2025	32
März 2025	38
April 2025	44
Mai 2025	50
Juni 2025	55
Juli 2025	62
August 2025	70
September 2025	77
Oktober 2025	82
November 2025	88
Dezember 2025	95



Editorial

Fairness zahlt sich aus: Wirkung für Umwelt, Tier und Mensch

Faire Märkte Schweiz ist mit dem innovativen Ansatz angetreten, dass bei den heutigen Herausforderungen in Umwelt- und Tierschutz nur dann wirksame Fortschritte erzielt werden können, wenn Marktentwicklungen integraler Bestandteil der Lösungsansätze sind. Dazu schaffen wir Transparenz und zeigen auf, wo Markt- und Wettbewerbsverzerrungen sowie unfaire Handelspraktiken den Anliegen von Umwelt- und Tierschutz widersprechen. Gleichzeitig setzen wir gezielte Kampagnen und Massnahmen in Markt und Politik um und engagieren uns im Aufbau starker Netzwerke. Und drittens engagieren wir uns mit Projekten und Massnahmen, um konkrete Lösungswege aufzuzeigen und anzustossen.

Im Gründungsjahr 2023 und im Betriebsjahr 2024 stand die «Saat» im Vordergrund. Der Handlungsbedarf und die Nachfrage nach unseren Leistungen waren enorm, sodass Ende 2024 die Geschäftsführung in Hinblick auf die hohe Nachfrage und Wirksamkeit entsprechend zukunftsgerichtet erweitert wurde. Diese Weiterentwicklung in die Themenfelder von FMS und ihren Trägerschaften zeigte Wirkung:

Im regelmässigen Reporting wurden die gesetzten Schlüsselindikatoren (KPI) erfüllt oder gar übertroffen. Die Saat ging auf – und so konnte Faire Märkte Schweiz 2025 mit hoher Bekanntheit für den dringend nötigen Diskurs zur Transparenzschaffung und Entwickeln von Lösungswegen und grosser Wirkung bereits kräftig «ernten».





Bereits im Januar des Berichtsjahres konnte der Diskurs Markttransparenz etabliert werden, der durch ein Positionspapier «Transparenz in den Agrar- und Lebensmittelmärkten» untermauert wurde. Auch die durch die Mittel der Träger und die Umsetzung von Faire Märkte Schweiz (FMS) ermöglichten Kampagnen und Sensibilisierungsarbeiten zugunsten fairer Handelsbeziehungen, Umwelt und Tierwohl zeigten deutliche Wirkung: Das Thema Marktmachtmissbrauch und intransparente Preisbildung zu Lasten der produzierenden Landwirtschaft und der verarbeitenden Betriebe wurde ins öffentliche Bewusstsein sowie in den Diskurs von Stakeholdern und Politik getragen. Das führte dazu, dass dank der Arbeiten 2025 sowohl politisch wie gesellschaftlich Lösungswege diskutiert und angegangen werden konnten, so zum Beispiel mit dem politischen Vorstoss "Kooperationsmöglichkeiten für Produzentinnen und Produzenten schaffen mehr Transparenz und faire Preise" und der Schaffung von Partnerschaften wie mit dem Dachverband Berner Tierschutzorganisationen, KAGfreiland und der Kleinbauern-Vereinigung.

Wie eine nachhaltige Landwirtschaft und tiergerechte Ernährungssysteme zu schaffen sind und warum faire Marktbedingungen entscheidend sind, um Veränderungen in der Tierhaltung dauerhaft zu verankern, beleuchtete der FMS unter dem Titel «Ohne faire Marktbedingungen gelingt der Wandel zu mehr Tierwohl nicht». Daran anschliessend folgte bereits die erste Initiative: Ende Januar lancierte der FMS die Kampagne Faire Milch. Bei fairer Milchproduktion steht das Tierwohl der Kühe im Mittelpunkt. Sie ermöglichen eine tierfreundliche Haltung und sichern gleichzeitig den Milchbäuerinnen und Milchbauern ein kostendeckendes Einkommen. Faire Märkte Schweiz zeigte, wie diese Projekte entlang der gesamten Lieferkette wirken, und unterstützt Konsumentinnen und Konsumenten dabei, gezielt Milch aus fairer Produktion zu kaufen. So werden Tierwohl, nachhaltige Produktion und gerechte Preise direkt miteinander verbunden.





Eine aktuelle Analyse belegt: Durch die Interventionen des FMS konnten Produzentinnen und Produzenten im vergangenen Jahr Einsparungen von 23 Mio. CHF erzielen. Zudem bewirkt jeder Prozentpunkt, den wir mit unserer Preismonitor-Kampagne auf Basis der Forschungsergebnisse der Hochschule Nordwestschweiz zugunsten nachhaltiger und tierfreundlicher Produkte verbessern, konkrete Vorteile: Davon profitiert der ökologische Landbau – und ganz direkt 200'000 Tiere durch tierfreundlichere Haltungsbedingungen.

Im zweiten Halbjahr zeigte der FMS auf, wie faire Märkte in der Praxis umgesetzt werden können: mit dem Projekt lokal+fair, mit dem der FMS die Bevölkerung sensibilisiert zur Bedeutung von fair produzierten Produkten mit kurzen Transportwegen, entsprechenden Betrieben eine Plattform gibt und als Projektschwerpunkt zur Verankerung und Skalierung Gemeinden miteinbezieht. Gleich an mehrere Gemeinden konnte der lokal+fair-Award vergeben werden! Hunderte Betriebe machen bereits mit, in Dutzenden von Initiativen konnte die Bevölkerung erreicht werden, und mit dem Höhepunkt des nationalen lokal+fair-Tages auch weiterer Anstoss für die Bewegung von lokal+fair gegeben werden.

Mit der Serie «So geht fair» geht der FMS einen Schritt weiter und zeigt nicht nur auf, wo faire Märkte erschwert oder verunmöglicht werden, sondern auch, wie es anders geht. Die Webplattform konnte hier eine wichtige Rolle einnehmen in der Information und Sensibilisierung für Bevölkerung und Entscheidungstragende.





Sehr Positives ereignete sich am vorletzten Tag der Herbstsession im Ständerat: Faire Märkte Schweiz hat sich mit früheren Vorstössen schon mehrmals erfolglos für mehr Transparenz entlang der Wertschöpfungskette eingesetzt. Nun hat sich die Weisheit vom «steten Tropfen» erneut bestätigt. Die Parlamentarische Initiative [«Für eine wirksame Preisbeobachtung in der Lebensmittelkette»](#) will bei der Preisbildung, den Margen und den Kosten in der ganzen Lebensmittelkette mehr Transparenz schaffen. Nach dem Nationalrat hat nun der Ständerat mit 21 zu 18 Stimmen relativ knapp zugestimmt. Im Oktober publizierte der FMS den Preismonitor 2025: eine wichtige Massnahme zur Beleuchtung, wo der Schuh drückt und wo Veränderung für mehr Nachhaltigkeit am meisten bewirken.

Die Bilanz des 2025 ist entsprechend erfreulich. Sie bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und dass die Kosten-Nutzen-Bilanz der eingesetzten Mittel für Umwelt, Mensch und Tier sehr positiv ausfällt.





Eine Herausforderung verschärfte sich 2025:

Als gemeinnütziger Verein können die Arbeiten des FMS nur mittels Spenden und Zuwendungen umgesetzt werden. Bleiben diese aus, ist der FMS nicht in dem Umfang handlungsfähig, den seine Aufgaben erfordern. Wir sind darauf angewiesen, dass Förderstiftungen, die öffentliche Hand und Spender aus Wirtschaft und Gesellschaft die Arbeit für Mensch, Tier und Umwelt unterstützen. Die Unterstützung durch Förderstiftungen und Mitteln aus der öffentlichen Hand, die 2025 gewonnen werden konnten, ist für die dazu nötige Mittelbeschaffung ein wichtiger Pfeiler. Sehr erfreulich ist zudem, dass Faire Märkte Schweiz es geschafft hat, im zweiten Halbjahr 2025 deutlich mehr Mittel zu generieren von Branchen-Organisationen und Unternehmungen, die mit ihren Zuwendungen die Ziele und Arbeiten des FMS unterstützen. Diese Zuwendungen sowie weitere Spenden werden 2026, nach Ablauf der Anschubfinanzierung durch den Gründungspartner, noch dringender benötigt.



Dr. Stefan Flückiger,
Präsident

PS: Spenden können direkt getätigt werden über die Webseite www.fairemaerkteschweiz.ch oder per darauf angegebenen Bankangaben; Rechnungen und Unterlagen können bezogen werden unter info@fairemaerkteschweiz.ch.



Reporting

Geschäftstätigkeit und Wirkungsmessung

2025 zeigte sich: Knapp zwei Jahre nach der Gründung hat Faire Märkte Schweiz Marktmissbrauch und intransparente Preisbildung sowie Wege und Prozesse für Faire Märkte zugunsten von Mensch, Tier und Umwelt ins öffentliche Bewusstsein gerückt – und den betroffenen Branchen erste finanzielle Vorteile verschafft.

12 Millionen Franken an Einsparungen bringt die Intervention von Faire Märkte Schweiz, welche jährliche Rückvergütungen in dieser Höhe ab 2026 zu Gunsten von Coop verhindert hat. Der Betrag bedeutet eine signifikante Erleichterung für die betreffenden Betriebe und trägt dazu bei, dass sich die ohnehin knappen Margen in einem Bereich bewegen, mit dem anbauende Betriebe überhaupt kostendeckend produzieren können. Weitere gut 8 Mio CHF zusätzlicher Ertrag entsteht für Getreideproduzenten, weil es FMS gelungen ist, den Import zollfreien Backmehls in die Schweiz zu unterbinden. Wenngleich (vorerst) nur saisonal führt die Erhöhung des Schlachtviehpreises bei Kalbfleisch um weitere 3 Mio CHF, die nicht ungerechtfertigt bei den Detailhändlern verbleiben.





Zielwerte und Ausgangslage

Im Businessplan vom 13. Dezember 2022 zuhanden der Gründung des Vereins – erfolgt am 16. Mai 2023 – sind folgende Ziele festgehalten:

Um die Transformation hin zu nachhaltigeren, tiergerechteren Agrar- und Ernährungssystemen und insbesondere mehr Transparenz und die faire Preisbildung voranzubringen, sowie bei der landwirtschaftlichen und gewerblichen Produktion die richtigen Anreize zu setzen, braucht es eine Plattform für faire Märkte und zur Bekämpfung des Missbrauchs relativer Marktmacht gemäss Kartellgesetz und von unfairen Handelspraktiken gemäss Gesetz über den unlauteren Wettbewerb. Gerade kleinere und mittlere Betriebe haben aufgrund struktureller Nachteile besonders stark mit der unfairen Beschaffungspolitik der Abnehmer zu kämpfen, die durch die zunehmende Marktungleichgewichte noch verschärft wird. Der Verein Faire Märkte Schweiz verfolgt daher folgende Ziele:





Ziel 1

Transparenz schaffen und aufzeigen, wo Markt- und Wettbewerbsverzerrungen sowie unfaire Handelspraktiken den Anliegen einer nachhaltigen landwirtschaftlichen Produktion und des Umwelt- und Tierschutzes widersprechen.

Massnahmen

Zu den Massnahmen gehören auch angewandte Forschungsfragen.

Ziel 2

Lobbying für politische Veränderungen und Informationskampagnen / Öffentlichkeitsarbeit zur Sensibilisierung der Bevölkerung.

Massnahmen

Mit Sensibilisierungskampagnen sollen die Erkenntnisse aus Ziel 1 der Öffentlichkeit und den Medien nähergebracht werden (auch Lobbying in Politik).

Ziel 3

Expertennetzwerk aufbauen, Auskunft und Beratung rund um diese Fragen gewährleisten sowie eine Meldestelle einrichten.

Massnahmen

Schaffen eines Expertennetzwerkes zu Marktversagen, Marktmacht und unfairen Handelspraktiken. Massnahmen sollen sein: z.B. Anzeige bei den Wettbewerbsbehörden.





Nach der Vereinsgründung am 16. Mai 2023 und der Lancierung der Vereinstätigkeit am 5. Juli 2023 wurden die Ziele des Businessplans konkretisiert und ergänzt mit strategischen und operativen Zielen:

Strategisches Ziel Fokus Fairness:

- Wir engagieren uns für faire Märkte, in denen ein förderlicher Wettbewerb im Interesse aller Akteures sichergestellt wird.
- Wir konzentrieren uns auf die «Fairness» im Kontext von Marktmacht, erreichen damit Aufmerksamkeit, Information & Sensibilisierung und starten eine Fairnessdebatte.

Strategisches Ziel Preispolitik:

- Wir setzen uns für eine Preispolitik ein, in der sowohl überhöhte Konsumentenpreise vermieden als auch Produzentenpreise bezahlt werden, die kostendeckend sind. Den Produzenten ist die generierte Wertschöpfung aufwandgerecht und fair zu entschädigen.
- Wir recherchieren und erarbeiten neue Kenntnisse für Kampagnen in Öffentlichkeit und Politik. Wir sind offen für den Dialog und eine Kooperation mit allen Akteuren, sowohl mit a) Bund / Behörden / NGO als auch mit b) Handel und Verarbeitung. Unsere Unanhängigkeit ist jedoch unsere oberste Devise.





Strategisches Ziel Marktmachtmissbrauch:

- Wir legen den Fokus gezielt auf den Missbrauch von Marktmacht, schädliche Marktkonstellationen, unfaire Handelspraktiken und zeigen entsprechende Fälle transparent auf.
- Wir schaffen Reichweite für unsere Melde- und Beratungsstelle bei Bäuerinnen und Bauern sowie beim Gewerbe und generieren damit Informationen zu Missbrauchsfällen und unterstützen kleinere und mittlere Betriebe. Wir stärken unsere Position im Agrar- und Foodmarkt und sind offen für Missbrauchsfälle auch in anderen Märkten zu verfolgen.

Strategisches Ziel Nachhaltigkeit:

- Wir fördern den Wandel hin zu nachhaltigen und tiergerechten Ernährungssystemen, in denen die Konkurrenzfähigkeit zukunftstauglicher Produkte ansteigt, die Preise vermehrt nach den effektiven Kosten kalkuliert werden und das Wohlergehen von Mensch, Tier und Umwelt gefördert wird.
- Wir sammeln Recherchen und Datenquellen, um dem Begriff Fairness im Kontext der Nachhaltigkeit mehr Gewicht zu geben. Im Rahmen der Fairnessdiskussion können wir unsere Hypothese kompetent vertreten, dass durch den ungenügend funktionierenden Wettbewerb und das Marktversagen die Nachhaltigkeit stark belastet wird (Umwelt, Mensch und Tier).

Strategisches Ziel Dialog:

- Wir fördern die Diskussion und den Dialog in Gesellschaft, Markt und Politik zu Fairness und zukunftsweisenden Marktsystemen.
- Wir lancieren und unterstützen dezentrale Projekte und fördern den Dialog in der Gesellschaft. Durch unsere Bekanntheit und Reichweite gewinnen wir Mitglieder, generieren Spendengelder und bauen eine gesunde Finanzierungsbasis auf.





Berichterstattung 2025

FMS überprüfte auch 2025 mit einem monatlichen Reporting die definierten Ziele. Bei der Zielsetzung ist speziellen Fokus auf die Wirkung gelegt worden (Wirkungsorientiertes Projektmanagement). Die Zielperiode umfasste das Geschäftsjahr 2025 (Kalenderjahr).

Die Reportingwerte zeigen auf, dass mit den durchgeführten Kampagnen und Aktivitäten die Marktrelationen für die nachhaltige und standortgerechte Produktion verbessert und der dringende Handlungsbedarf im Bereich Transparenz und Fairness für den notwendigen Wandel hierfür aufgezeigt werden konnten, dies sowohl in den Märkten wie in der Politik (Rahmenbedingungen).

Im Jahr 2025 konnten alle 22 Wirkungsziele mit Zielperiode 2025 erreicht werden; dies trotz ambitionierten Zielwerten und sogar mit Ausweitung diverser Zielwerte. Zu verdanken ist dies zum einen dem grossen Engagement von Vorstand, Beirat, Geschäftsführung, Geschäftsstelle und Partnern.

Zum anderen geht das auf den Bedarf zurück: Eine hohe Hebelwirkung zu erzielen, damit die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit und damit dem Wohl von Mensch, Tier und Umwelt gelingen kann, indem die Rahmenbedingungen entsprechend gestärkt werden: Das entspricht einem grossen, zuvor nicht abgedeckten Bedürfnis.





In diese Lücke tritt der FMS. Dies betrifft operativ unter anderem die Durchführung von Forschungsprojekten und die Nutzung deren Erkenntnisse in Politik, im Branchendialog und in der Erarbeitung von Lösungen, der Eruiierung der Bedürfnisse von Marktakteuren, besonders der schwächeren Vertragspartei, etwa über Umfragen, der Direktunterstützung, wie sie die Meldestelle bietet, den Aufbau eines Expertennetzwerkes oder dem enorm hohen Bedarf nach Fachinformationen und Sensibilisierung und Information, sowohl bei Medien und Politik wie auch in der breiten Bevölkerung, wie der Verein Faire Märkte Schweiz diese mit seinen Forschungsprojekten, Analysen, Fachinformationen, Handlungsempfehlungen und Kampagnen bietet.

Die KPIs (Key Performance Indexes) 2025 leiten sich ab aus der Operationalisierung der 5 strategischen Ziele:

1. Fokus Fairness
2. Preispolitik
3. Marktmachtmissbrauch
4. Nachhaltigkeit
5. Dialog

Fünf Zielwerte konnten gar übertroffen werden. Besonders bei der Sensibilisierung konnte enorme Wirkung erzielt werden: Ohne jegliche Werbekosten, einzig mit seiner Informationsarbeit, erreichte der FMS für seine Anliegen eine Reichweite von über 220 Millionen Kontakten (bei einem Zielwert von 20 Millionen Kontakten, was einer üblichen – guten – Reichweite entsprechen würde).





Herausragendes

Projekte und Programme

- 12 Millionen Franken Rückerstattung bleiben den Produzentinnen und Produzenten erspart
- Lancierung der Notrufnummer auch für Gastro und Gewerbe
- lokal+fair erfolgreich gestärkt
- Fairness-Labelvergleich
- FMS-Meldestelle deckt hohe Nachfrage ab
- Projektserie «So geht fair»
- Kampagne «Faire Milch»
- Wirksame Preisbeobachtung in der Lebensmittelkette

Partnerschaften

Einen starken Erfolg verzeichnete Faire Märkte Schweiz 2025 auch in der Bündelung von Kräften und der Schaffung von Netzwerken. Neben der Teilnahme an Veranstaltungen und Zusammenkünften ist hier besonders die Gewinnung und inhaltliche Zusammenarbeit mit den Inhalts-Partnern von FMS hervorzuheben, welche Synergien und Sichtbarkeit für die gemeinsamen Anliegen ermöglichten.

Ebenso erfreulich ist, dass im Jahr 2025 namhafte Förderstiftungen sowie die öffentliche Hand ihren Beitrag leisteten für die Transformation zu mehr Nachhaltigkeit und das Engagement von Faire Märkte Schweiz mittrugen.





Besonderen Dank gebührt hierbei folgenden Unterstützern:

- die Stiftung ProCare als Gründungspartner
- die Stiftung Mercator
- die Hans A. Bill Stiftung
- die Walter Haefner Stiftung
- die Lotteriefonds der Kantone Zug, Luzern und Aargau
- die Kantone Zürich und Waadt

Im zweiten Halbjahr 2025 konnte der FMS zudem erreichen, dass auch Akteure aus den Branchen die Arbeit von FMS mit ihren Zuwendungen mittragen. Es ist zu hoffen, dass dieses Engagement noch stark ausgebaut werden kann.





Herausforderungen

Zentrale Herausforderung ist die Beschaffung der nötigen Mittel. Als gemeinnützige Organisation kann der FMS seine Arbeit nur dann umsetzen, wenn Bevölkerung, öffentliche Hand und Wirtschaft die Arbeit mit ihren Spenden und Zuwendungen tragen. Doch noch sind nicht genügend Personen bereit, Mitglied zu werden, und es braucht mehr Unterstützung von institutionellen Spenderinnen und Spendern. Als junge Organisation verfügt Faire Märkte Schweiz über keine finanziellen Reserven, um mögliche Engpässe ausfallender Spenden und Zuwendungen decken zu können.

Fairness für Mensch, Tier und Umwelt zu gewährleisten und zur Transformation zu mehr Nachhaltigkeit beizutragen ist ein zentrales Anliegen von Förderstiftungen, der öffentlichen Hand und Branchenakteuren, die nur unter förderlichen Rahmenbedingungen erfolgreich wirtschaften können. Die Hebelwirkung, die mit förderlichen Rahmenbedingungen erreicht wird, ist zudem sowohl für Mensch wie auch für das Tierwohl und die Umwelt mit am grössten. Diesen Kampf kann der FMS nicht alleine führen. Im 2025 ist es mit enormer Anstrengung knapp gelungen, die nötigen Mittel zu beschaffen. Wenn im Jahr 2026 nicht mehr Träger sich mit ihren Beiträgen einsetzen, kann der FMS seine Arbeit nicht mehr wie benötigt umsetzen.





Ausblick

Im Jahr 2026 wollen wir aufbauen auf dem, was der FMS die letzten zweieinhalb Jahre geschaffen hat: Transparenz und Eintreten für faire Märkte. Vieles konnte bereits erreicht werden, politisch, in der Netzwerkarbeit oder in Bezug auf marktmächtige Unternehmen. In 62 Medienmitteilungen und Blogbeiträgen berichteten wir in diesem Jahr über unser Wirken. Ein Meilenstein war die Mitteilung [«Coop lenkt ein – Rückvergütung von 3% vom Tisch»](#). Noch mehr steht aber bevor: FMS setzt sich für eine tiefgreifende Transformation der Marktsysteme ein und setzt dies mit folgenden Schwerpunktthemen im Jahr 2026 um: tragfähige, faire Märkte für Produzenten und Konsumierende, die Nachhaltigkeit, Umwelt und Tierwohl berücksichtigen. Die Sensibilisierung wird im Zentrum stehen, um die genannte Transformation gemeinsam mit der Bevölkerung und mit starken Netzwerken anzugehen. Und politisch müssen die Forderungen des FMS zu Fairness und Transparenz in die Konzepte der zukünftigen Agrarpolitik (AP30+) Eingang finden. Ausserdem werden wir nahe bei der Bevölkerung sein und die Bewegung [lokal+fair](#) weiter voranbringen.

Die erwähnten, bereits realisierten Verbesserungen zeigen die Wichtigkeit des bisherigen Einsatzes von FMS, zeigen aber vor allem das enorme Potential und die hohe Wirksamkeit des gezielten Einsatzes gebündelter Kräfte für die Branche.

Gemäss einer Auswertung erkannter und noch nicht beseitigter Missstände geht FMS davon aus, dass bis zu 400 Mio CHF jährlich ungerechtfertigterweise zu Lasten der Produzenten und verarbeitenden Betriebe als Gewinn den Detailhändlern zukommen und somit einen Betrieb im Durchschnitt bis zu 10'000 Franken jährlich kostet. Geld, das angesichts der knappen Margen und steigenden Anforderungen an Produktionsweisen und die Erfüllung zahlreicher Vorschriften zugunsten der Konsumenten dringend benötigt wird.



Druck auf marktmächtige Akteure kann nur von Trägerschaften aufgebaut werden, die selber keine negativen Konsequenzen ihres Handelns fürchten müssen. FMS agiert als Speerspitze für Marktteilnehmer, deren Wohlergehen zentral ist für ein nachhaltiges, ökologisches Ernährungssystem in der Schweiz ist, und die sich in ihrer Rolle als Lieferanten nicht exponieren können. Da die positiven Auswirkungen auf die Interventionen des FMS indirekt und nicht zeitgleich für alle Akteure gleichermassen erfolgen, müssen Trägerschaften, die dem Gesamtwohl des Marktes und damit der Bevölkerung dienen, den dafür erforderlichen Aufwand tragen. Eine Finanzierung des FMS bedeutet daher, direkte Wirkung mit einem hohen Wirkungsgrad¹ zu erzielen.



¹ Beispielhafte Berechnungsgrundlage: Betriebskosten FMS pA 250k / mind. finanzieller Impact Mio 23 Mio pA = ROI 92 (!).



4 Beispiele aus den Wirkungsfeldern des FMS 2025



Labelprodukte, inklusive Bio, sind aufgrund verzerrter Preisrelationen im Vergleich zu Standardsortimenten preislich benachteiligt. Margen und Ladenpreise sind künstlich hoch, wodurch Produzenten Einnahmen verlieren und Tierwohl eingeschränkt wird. Agroscope 2020 zeigt: Labelprodukte reagieren preissensitiv bis sehr preissensitiv.



Faire Märkte Schweiz macht diese Verzerrungen transparent, u. a. durch die regelmässige Preismonitorstudie der FHNW. Auf Basis der Agroscope-Studie und der STS-Labelstatistik können Mengenveränderungen, Erlösgewinne und Auswirkungen auf die Tierhaltung berechnet werden.

Konkret:

Bei einer Reduktion der Preisdifferenzen zwischen Label- und Standardsortimenten um 10–20 % ergeben sich für die Produzenten deutliche Erlösgewinne: Beim Rind steigt der Anteil der Labeltiere von 31 % auf 48 %, was einen Gewinn von 263 Mio. CHF bedeutet (Produktionswert Label 480 Mio. CHF, Total 1,549 Mrd. CHF). Bei Schweinen erhöht sich der Labelanteil von 30,5 % auf 44,8 %, mit einem Gewinn von 135 Mio. CHF (Produktionswert 287 Mio. CHF, Total 941 Mio. CHF). Bei Geflügel und Poulet steigt der Anteil von 8,1 % auf 9,9 %, was 7,5 Mio. CHF zusätzlich für die Produzenten bringt (Produktionswert 34 Mio. CHF, Total 420 Mio. CHF). Auch das Tierwohl profitiert: Rund 38'000 zusätzliche Rinder, 240'000 Schweine (insgesamt 1,1 Mio.) und 1,5 Mio. Geflügeltiere könnten von tierfreundlicheren Bedingungen, inklusive Weide, profitieren.





Fehlende Transparenz, entlang der Wertschöpfungskette, und damit fehlende Gewährleistung von Fairness für alle Akteure und damit auch die nötigen Rahmenbedingungen für mehr Berücksichtigung von Tierwohl und Umwelt..



Faire Märkte Schweiz hat sich erfolgreich für mehr Transparenz entlang der Wertschöpfungskette eingesetzt.

Konkret:

Die Parlamentarische Initiative [«Für eine wirksame Preisbeobachtung in der Lebensmittelkette»](#) will bei der Preisbildung, den Margen und den Kosten in der ganzen Lebensmittelkette mehr Transparenz schaffen. Nach dem Nationalrat hat auch der Ständerat zugestimmt.





Schlachtviehpreise: Die Preise in einer Schlachtviehkategorie haben nicht mehr Angebot und Nachfrage entsprochen und sind aussergewöhnlich stark gesunken..



Aufgrund der FMS-Intervention verliefen die wöchentlichen Preise neu in die andere Richtung.

Konkret:

Schlachtviehproduktion - Erhöhung des Schlachtviehpreises CHF 3 Mio. / 2 Monate: Kalkulation für begrenzte Zeitperiode von 2 Monaten: Menge 2024 CH-Kalbfleisch 18'535 To (18.5% von Rindfleisch total). → Produktionswert Kalb = 20% von 1.549 Mia. (Rind total) = 300 Mio. für 2024. Rechnet man 90 Rp für 2 Monate (delta 14.10 zu 15.00) ergibt dies eine saisonale Preisverbesserung von CHF 3 Mio.





Eine umstrittene Konditionenvereinbarung, verlangte eine pauschale Rückvergütung von 3 Prozent von Lieferanten von Gemüse und Früchten ab 2026 .



Faire Märkte Schweiz erzielte einen Durchbruch im Einsatz für faire Handelsbeziehungen und damit eine Einsparnis von 12 Mio. Franken für die Produzierenden.

Konkret:

Nach dem öffentlichen Druck zog Coop die geplante Konditionenvereinbarung zurück.





Danksagung

Aufbau, Betrieb und Umsetzung der Aufgaben und Projekte des Vereins Faire Märkte Schweiz wurden ermöglicht durch die Zuwendungen von Mitgliedern, Förderstiftungen und Privaten.

Besonderen Dank geht an die Stiftung ProCare, die als Gründungspartner den erfolgreichen Aufbau der Organisation finanziell und strategisch ermöglicht. Dank geht ebenso an die Stiftung Mercator Schweiz, die gemeinnützige Stiftung Hans A. Bill und die Walter Haefner Stiftung, die Lotteriefonds der Kantone Zug, Luzern und Aargau sowie an die institutionellen und privaten Spenderinnen und Spender für ihre Zuwendungen, die den Betrieb des Vereins und die Umsetzung der Wirkungsziele ermöglichten.





Reporting

Monatsbericht

Januar 2025

Als Transparenz- und Fairness-Organisation lancierte Faire Märkte Schweiz mit einem Gastbeitrag in der NZZ eine längst fällige Transparenzdebatte. Dieses Thema verfolgen wir nun weiter und leisten mit unserem Transparenzpapier einen Beitrag für die Debatte im agrarpolitischen Kontext. Eine Diskussion zu Transparenz und Fairness wird auch das tolle neue FMS-Video «Die faire Milch» auslösen. Weiter berichten wir über den neu überarbeiteten Fairness Self-Check und unseren Fairness Labelvergleich. Erfreulich zu erwähnen auch, dass FMS immer öfter als Referentin zu spannenden Anlässen eingeladen wird. Lernen Sie am Schluss einen wunderbaren lokal+fair Betrieb in der Westschweiz kennen, der mit viel Herz und Hingabe geführt wird. Lokales und faires Engagement liegt uns am Herzen – deshalb starten wir voller Leidenschaft unser lokal+fair Crowdfunding. Machen Sie mit – gemeinsam können wir etwas bewegen!

[Zum Crowdfunding](#)





Im Fokus

Unser Engagement im Milchmarkt – neuer Video «Die Faire Milch»

Wie wenig vom Endverkaufspreis bei den Bauernfamilien ankommt bzw. wie ungenügend das landwirtschaftliche Einkommen der Milchproduzenten ist, ist hinlänglich bekannt. Faire Märkte Schweiz hat sich deshalb schon des Öfteren für fairere Rahmenbedingungen im Schlüsselmarkt der Landwirtschaft engagiert.

Im Juli 2023 verurteilten wir nach Meldungen auf unserer Meldestelle die [Preisdrückerei der nachfragemächtigen Elsa Group](#), ein Unternehmen der Migros Industrie. Im Frühling 2024 zeigten wir mit einer Analyse die Diskrepanz zwischen einem kostendeckenden Milchpreis, dem offiziellen Richtpreis und dem ausbezahlten Milchpreis auf. Kurze Zeit später brachten unsere Berechnungen ans Tageslicht, dass [nachhaltige Milchproduzenten benachteiligt werden](#).

Diese Woche setzen wir unseren Fokus auf die faire Milchproduktion mit der Veröffentlichung eines Videos. Mit einem Appell gelangen wir an die Konsumentinnen und Konsumenten, faire Milch und Milchprodukte nachzufragen bzw. an die Händler, diese Produkte ins Sortiment aufzunehmen. Damit soll die Wertschöpfung der Produzenten verbessert und das Marktsegment der fairen Milch in weiteren Regionen ausgebaut werden.





Kurzmeldungen

FMS lanciert mit NZZ-Gastbeitrag die Transparenzdebatte

In mehreren agrarpolitischen Gremien und Organisationen wird in den kommenden Wochen über Transparenz diskutiert. Die Agrarpolitik hat das Thema mehrfach aufgegriffen, jedoch mit wenig Erfolg. Oft wurden Transparenzvorstösse im Nationalrat angenommen, aber im Ständerat abgelehnt. Mehrere neue Vorstösse fordern mehr Transparenz in der Lebensmittelkette und ein Vorgehen gegen unlautere Handelspraktiken. Die NZZ hat mit einem [Gastkommentar](#) von FMS diese Debatte nun erneut angestossen.

Viele kritisieren, dass Preise nicht mehr kostenbasiert, sondern zur Gewinnmaximierung nach Zahlungsbereitschaft berechnet werden. Andere beklagen die Marktbeherrschung grosser Unternehmen oder die Preisdrückerei bei den Bauern. Der Verein Faire Märkte Schweiz beleuchtet als Transparenz- und Fairness-Organisation die spezifischen Herausforderungen in den Agrar- und Lebensmittelmärkten und deckt bestehendes Marktversagen auf. Er fordert in einem [Transparenzpapier](#) gezielte Massnahmen von marktmächtigen Unternehmen und der Politik.

Neuer Fairness Self-Check Fragebogen

Wie bewertet ein Betrieb seine Situation bezüglich Fairness in seinen Absatz- und Beschaffungskanälen? Werden seine Produkte am Markt fair entschädigt und wie steht es um die Transparenz im Markt?

Diese und weitere Fragen sind Teil des neu überarbeiteten Fairness [Self-Check](#) Fragebogens. Er deckt neu nicht nur die Landwirtschaft ab, sondern kann von Betrieben entlang der gesamten Lebensmittel-Wertschöpfungskette ausgefüllt werden.





Neu ist auch die Auswertung der Ergebnisse mit einem Spinnendiagramm entlang von sechs Fairness-Indikatoren, die einen Vergleich von verschiedenen Betrieben erlaubt. Faire Märkte Schweiz ist aktuell im Austausch mit diversen Organisationen, die Interesse zeigen, die Fragen für ihre eigene interne oder externe Bewertung zu verwenden oder in bestehende Nachhaltigkeitsbewertungssysteme zu integrieren.

Dies zeigt, dass es bislang in der Branche kein gemeinsames Verständnis zur Messung von Fairness und Transparenz gibt und der Bereich «fairer Handel» primär als Handel mit Produzenten aus dem globalen Süden verstanden wurde und entsprechend so auch in vielen Nachhaltigkeitsbewertungstools abgebildet ist.

Ankündigung Fairness Labelvergleich

Faire Märkte Schweiz untersucht aktuell in einem Labelvergleich ob und inwiefern Lebensmittel Labels und Standards das Thema faire Handelsbeziehungen von Schweizer Handelspartnern in ihren Richtlinien, Leitbildern und in ihrer Kommunikation auf der Webseite integriert haben. Die Auslegeordnung zeigt grosse Unterschiede bei den verschiedenen Labels und Qualitätsstandards. In der Tendenz lässt sich aber feststellen, dass häufig primär die Ökologie und das Tierwohl adressiert wird und soziale Kriterien wie Fairness, faire Preisbildung und Wertschöpfung keinen Eingang in die Richtlinien, Leitbilder etc. gefunden haben. Die detaillierten Ergebnisse werden in den kommenden Wochen veröffentlicht.





Auftritte von Faire Märkte Schweiz

Im Januar hatte Faire Märkte Schweiz die Gelegenheit, seine strategischen Ziele und Projekte einem interessierten Publikum im Rahmen von zwei spannenden Veranstaltungen vorzustellen. Am 15. Januar fand am FiBL Frick die jährliche Tagung der Bio-Gemüsebaubranche statt. Der Nachmittag widmete sich den vier Prinzipien des Biolandbaus, wie sie vom internationalen Dachverband der Biobewegung IFOAM definiert sind: Gesundheit, Ökologie, Gerechtigkeit und Sorgfalt. FMS legte dabei einen besonderen Fokus auf das Prinzip der Gerechtigkeit und setzte es in einen aktuellen Kontext. Im anschliessenden World Café wurde lebhaft über Markttransparenz und faire Preisbildung diskutiert, wobei ein intensiver Austausch stattfand.

Bereits einen Tag zuvor referierte FMS an der Volkshochschule Thurgau zu dem Thema: «Ist der Markt für landwirtschaftliche Produkte in der Schweiz fair? Und was bedeutet fair überhaupt?» und stellte dabei die Aktivitäten von Faire Märkte Schweiz vor. Unter den Zuhörenden befanden sich unter anderem Peter Diethelm, CEO der Migros Supermarkt AG, und Urs Schneider, ehemaliger stellvertretender Direktor des Schweizer Bauernverbands. Der Vortrag löste zahlreiche Fragen und lebhaftes Diskussionen aus, die von grossem Interesse zeugten. Auch die [BauernZeitung](#) berichtete über diesen gelungenen Anlass.

→



lokal+fair-Betrieb:

Agriculture Outremont

Lokal + fair wächst und verstärkt seine Präsenz weiter, auch in der Romandie. Es freut uns daher sehr, neben traditionellen Landwirtschaftsbetrieben auch zunehmend Höfe mit umfassenden Konzepten inklusive Agrotourismus zu unseren Botschaftern zu zählen. Insbesondere der Agrotourismus bietet eine grossartige Chance für die urbane Bevölkerung, das Landleben, die Produktion und den Wert lokal hergestellter Lebensmittel mit allen Sinnen zu erleben – ganz nach den Zielen von lokal+fair.

Eine hervorragende Gelegenheit hierzu stellt unser neuer lokal+fair-Betrieb [Outremont](#) dar. Der Familienbetrieb erzeugt vielfältige und ursprüngliche Lebensmittel im Einklang mit der Natur. Er bietet Ausbildungs- und Erlebnismöglichkeiten, um für Menschen eine gesunde und nachhaltige Art der Landbewirtschaftung erlebbar zu machen. Dadurch wird ein Mikroökosystem für ein lebendiges, biodiverses und produktives Miteinander von Kulturland und Naturräumen geschaffen. Bewirtschaftet wird das Land selbstverständlich standortgerecht, nach Bio Knospe-Richtlinien, mit einem hohen Tierwohl Standard und grosszügigen Biodiversitätsflächen. Die Produkte sprechen für sich: Hochwertiges Weidefleisch von seltenen und erhaltenswerten alten Nutztierassen; aktuell sind Weiderindfleisch aus Hoftötung und Wollschweinfleisch zu bestellen – zugreifen lohnt sich ([hier](#)). Wir empfehlen einen Besuch, vielleicht sogar mit Übernachtung in einer der wunderschönen, heimeligen Jurten und lokaler, schmackhafter Verpflegung.





Crowdfunding

Machen Sie mit beim Crowdfunding!

Helfen Sie mit, dass noch mehr Menschen sensibilisiert werden und lokal+fair einkaufen? Und dass lokal+fair-Bäuerinnen und Bauern und Betriebe eine Plattform erhalten, um ihre Produkte zu verkaufen? Werden Sie Teil unserer Bewegung: Spenden Sie für das lokal+fair-Crowdfunding! Jeder Beitrag ist willkommen – und wer etwas mehr entbehren kann, kann sich direkt vor Ort mit lokal+fair-Projektleiterin Meret Schneider oder FMS-Präsident Stefan Flückiger ein Bild machen.

[Zum Crowdfunding](#)

Weitere Artikel

[Kuh-Milch trinken, aber fair produziert: Der Verein Faire Märkte Schweiz verschafft Konsumenten einen Überblick](#)

[Gastbeitrag I KAGfreiland-Webinar:
Ein Blick hinter die Stalltüren – Tierwohl in der Eierproduktion](#)

[Wie Intransparenz Verbraucher und Produzenten
schädigen kann – Gastkommentar](#)

[Transparenz in den Agrar- und Lebensmittelmärkten:
Positionspapier von Faire Märkte Schweiz](#)

[«Ohne faire Marktbedingungen gelingt der Wandel
zu mehr Tierwohl nicht»](#)





Monatsbericht **Februar 2025**

Neue Projektserie, Meldestelle Gastro und grosse Präsenz

Im letzten Jahr zeigten wir mit einer [Analyse](#) die grosse Diskrepanz zwischen den offiziellen und den effektiv ausbezahlten Produzentenpreisen auf. Dies war der Auslöser, dass wir uns vertieft mit den Erlösverlusten durch Abzüge bei den Produzentenpreisen beschäftigt haben. Im Fokus berichten wir über das erste Projekt in dieser Projektserie. In den Kurzmeldungen stellen wir die Erweiterung unserer Meldestelle vor, da wir immer öfter Meldungen aus der Gastronomie und dem Gewerbe erhalten. Ausserdem berichten wir über unsere Aktivitäten im Rahmen der Nachhaltigkeitsbewertung in Agrar- und Ernährungssystemen und vom Slow Food Markt Zürich. Es geht vorwärts mit lokal+fair: Stolz stellen wir ganz am Schluss den ersten lokal+fair Betrieb im Engadin vor.





Im Fokus

FMS-Projekterie: «Importabwehr» zu Lasten der Produzentinnen und Produzenten und unverständlich für die Konsumentinnen und Konsumenten

In der Projektserie «Diskrepanz zwischen Theorie und Realität» bringt Faire Märkte Schweiz mehr Transparenz in die Preisbildung (zur aktuellen Analyse [hier](#)). Wir starten mit den Produzentenpreisabzügen für die sogenannte «Importabwehr» bei der Milch, womit die Produzenten direkt oder indirekt Preiseinbussen hinnehmen müssen. Wir zeigen dies anhand von Mozzarella auf (vgl. [Medienmitteilung](#)). Ein aktueller Beitrag des [Landwirtschaftlichen Informationsdienstes \(LID\)](#) beleuchtet das Thema.

Die Analyse von Faire Märkte Schweiz zeigt, dass importierter Mozzarella, beispielsweise von Galbani, im Schweizer Detailhandel deutlich teurer verkauft wird als das Schweizer Produkt. Während ein 150-Gramm-Pack Schweizer Mozzarella bei Coop für 1.70 Franken erhältlich ist, kostet das italienische Pendant 2.25 Franken. In der FMS-Analyse gehen Experten davon aus, dass die Margen auf importiertem Mozzarella mindestens doppelt so hoch sind wie beim inländischen Produkt.

Faire Märkte Schweiz kritisiert diese Praxis, weil sie letztlich dazu beiträgt, dass Milchproduzentinnen und -produzenten weniger für ihre Milch erhalten und gleichzeitig den Detailhandel indirekt dabei unterstützt, Importprodukte mit höheren Margen zu bevorzugen. Wir fordern den Detailhandel auf, eine Neupositionierung des Schweizer Mozzarellas vorzunehmen: Eine moderate Preiserhöhung von 10–15 Rappen beim Endverkaufspreis pro Packung hätte bei den Bäuerinnen und Bauern eine grosse Auswirkung zur Folge, indem auf ihrer Milchrechnung 6.5 bis 10 Mio. CHF Abzüge wegfallen würden. Würde man dasselbe Prinzip auf andere betroffene Käseprodukte anwenden, wäre das Einsparpotenzial für die Landwirtschaft noch wesentlich grösser.





Kurzmeldungen

Diese Woche vom FMS neu lanciert: Notrufnummer nun auch für Gastro und Gewerbe

Die Wettbewerbssituation im Gastro-Grosshandel gerät zunehmend unter Druck. Mit der Übernahme von Saviva durch die Coop-Tochtergesellschaft Transgourmet wird der Wettbewerb in der Branche erheblich eingeschränkt. Es ist zu befürchten, dass dies zu höheren Preisen, schlechteren Einkaufskonditionen und einer kleineren Sortimentsauswahl für die Gastrokunden führen wird. Darüber hinaus verschärft sich auch die Situation für die Lieferanten des neuen Grosshandels-Riesen. Da sich die FMS-Meldestelle für die Landwirtschaft als wichtiges Instrument zur Beobachtung von Marktmachtmissbräuchen herausgestellt hat, wird das bestehende Angebot um eine neue [Meldestelle](#) «Gastronomie» erweitert. Eingehende Meldungen werden in Zusammenarbeit mit Wettbewerbs- und Kartellrechtsexperten anonym und kostenfrei geprüft und die Betriebe mit ihren Anliegen lösungsorientiert unterstützt. Zum Webbeitrag [hier](#).

Workshop: Messung von Nachhaltigkeit

In der Forschung und Praxis existieren in der Schweiz diverse Ansätze zur Messung und Bewertung von Nachhaltigkeit in Agrar- und Ernährungssystemen. Was unterscheidet die verschiedenen Tools und wo liegen ihre Stärken und Schwächen? FMS nahm dazu an einem von der landwirtschaftlichen Beratungszentrale Agridea organisierten Erfahrungsaustausch zu diesen Fragen teil. Ziel des Workshops war es, Synergien zwischen den verschiedenen Methoden und mögliche Lücken identifizieren zu können.





Faire Märkte Schweiz hat mit dem [Fairness Self-Check](#) ein Tool erstellt, das eine Lücke vieler Bewertungsansätze schliesst. Der Fragebogen misst und bewertet die Fairness in Handelsbeziehungen von Betrieben entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Er wurde so konzipiert, dass der gesamte Fragebogen oder Teile davon in bestehende Bewertungsinstrumente integriert werden können. Der FMS ist bereits mit verschiedenen Unternehmen und Organisationen diesbezüglich im Austausch.

**FMS am Slow Food Markt Zürich inkl. Good Food Forum:
Sonntag, 2. März, 13.30h**

Ab heute bis 02.03. findet in der Halle 550 in Oerlikon der [Slow Food Markt Zürich](#) statt. An der Genussmesse werden regionale, nachhaltige und handwerklich erzeugte Lebensmittel vorgestellt und angeboten. Es gibt viel Raum für die direkte Begegnung zwischen Produzierenden und Konsumierenden und zahlreiche Köstlichkeiten können vor Ort degustiert werden. Parallel dazu finden am [Good Food Forum](#) interessante Workshops und Podiumsdiskussionen statt. Am Sonntag, 02.03. um 13.30 Uhr diskutiert FMS Co-Geschäftsführerin Stéphanie Lichtsteiner mit Stephan Müller vom Bio Gemüsebaubetrieb Müller Steinmaur, wie der Preis für ein Lebensmittel zustande kommt, was ein fairer Produkt-Preis ist und wie man die Wertschätzung für gutes Essen fördern kann.





lokal+fair-Betrieb:

Lokal+fair wächst und verstärkt seine Präsenz nun auch im Engadin

Corsin Campell (29) ist dipl. Landwirt und hat nach erfolgreicher Absolvierung der Betriebsleiterschule vor einem Jahr den Betrieb von seinen Eltern Pia und Gian Campell übernommen. Der [Naturhof Campell](#) liegt in der Bergzone 3+4 im wunderschön gelegenen Ardez im Unterengadin. Der junge Betriebsleiter führt die Mutterkuh- und Legehennenhaltung mit einem hohen Tierwohl Standard weiter. Diesen Winter hat die Familie in Eigenregie einen zweiten Freilauf-Hühnerstall gebaut und die Herde auf 900 Hennen erweitert. Gratulation zum ersten lokal+fair Betrieb im Engadin! Mit seinem bedeutenden Absatz in der Direktvermarktung respektive im lokalen und regionalen Handel und der Gastronomie passt der Betrieb gut zur lokal+fair Bewegung. Darin soll die Lieferkette kurz und eine faire Entschädigung der Produkte sichergestellt werden. Wir wünschen Corsin viel Erfolg und ein glückliches Händchen für seine spannenden Ideen, die er noch umsetzen wird. Wir empfehlen einen [Besuch in seinem Shop](#) – oder buchen Sie Ferien in der heimeligen Ferienwohnung.

Crowdfunding

Werden Sie Teil des Crowfundings

Tragen Sie dazu bei, dass lokal+fair-Bäuerinnen und Bauern und Betriebe eine Plattform erhalten, um ihre Produkte zu verkaufen? Und dass noch mehr Menschen erfahren, wo sich lokal+fair einkaufen lässt? Dann spenden Sie jetzt für das lokal+fair-Crowdfunding. Jeder Beitrag ist willkommen – und wer etwas mehr entbehren kann, kann sich direkt vor Ort mit lokal+fair-Projektleiterin Meret Schneider oder FMS-Präsident Stefan Flückiger ein Bild machen. [Zum Crowdfunding](#)





Weitere Artikel

[Preisverzerrungen bei Mozzarella – Importabwehr im Fokus](#)

[Notrufnummer für Gastro-Betriebe lanciert](#)

[Hochwertiger Schweizer Käse zu Billigpreisen –
auf Kosten der Bauern](#)

[Billigfleisch und Preisstrategien im Detailhandel:
Wer trägt die Verantwortung?](#)

[Blogbeitrag – Workshop: Messung von Nachhaltigkeit](#)

[Faire Milch – fair für Bauern, Tiere und Konsumenten](#)





Monatsbericht **März 2025**

Der FMS ist kürzlich darauf angesprochen worden, ob sich die Organisation mit ihren Aktivitäten vorwiegend auf die Preisdiskussion konzentriere. Die Preisdiskussion liegt tatsächlich Vielem zugrunde, was angegangen werden muss. Die übergeordnete Vision dagegen geht viel weiter: Wir wollen fairere und gerechtere Märkte schaffen und damit die Transformation hin zu nachhaltigeren Märkten ermöglichen. Dies bringen wir zum Beispiel mit dem Self-Check zum Ausdruck, mit dem Betriebe in der Agrar- und Lebensmittelbranche ihre Situation bezüglich Fairness mit Hilfe der Indikatoren Wettbewerb, Wertschöpfung, Transparenz, Liefervereinbarung, Bezahlung, Beschwerde beurteilen können. Und über den Preis müssen wir dabei natürlich auch reden.

Um mehr Klarheit zu haben, was ein fairer Preis ist, haben wir letzte Woche mit der Fachhochschule Nordwestschweiz und Prof. Dr. Mathias Binswanger ein Forschungsprojekt gestartet, das von Partnern aus der Wirtschaft und der Verwaltung finanziell unterstützt wird. Wir berichten darüber im Fokus. Ausserdem informieren wir in den Kurzmeldungen, wie wir in der Westschweiz unseren Auftritt verstärken. Bitte beteiligt euch am Schluss an einer wissenschaftlichen Umfrage zu den Einkaufsgewohnheiten zum Thema Fairness.





Im Fokus

Kickoff Forschungsprojekt «Was ist ein fairer Preis?»

In der aktuellen (agrarpolitischen) Debatte wird das Thema faire Preisbildung von verschiedenen Seiten beleuchtet. Als 'fair' werden Produzentenpreise in der Landwirtschaft häufig dann betrachtet, wenn mit ihnen alle Produktionskosten gedeckt werden können und sie den Landwirten und Landwirtinnen und ihren Mitarbeitenden einen angemessenen Lohn ermöglichen. Um gemeinwirtschaftliche Leistungen zu honorieren, die nicht oder nicht ausreichend über die erzielten Marktpreise abgegolten werden können, ergänzt der Bund die Einkommen mit Direktzahlungen. Zusätzlich schützt der Grenzschutz die Konkurrenzfähigkeit von Schweizer Produkten.

Aufgrund der Marktmachtkonzentration sowohl in der vorgelagerten Branche der landwirtschaftlichen Vorleistungen wie auch in der nachgelagerten Branche der Verarbeitung und der Grossverteiler kommen die Zahlungen jedoch nur zu einem Teil bei den Produzierenden an. Gleichzeitig variieren die Rahmenbedingungen und Kostenstrukturen erheblich zwischen Betrieben im Berg- oder Talgebiet.

Das Forschungsprojekt «Was ist ein fairer Preis?» von Prof. Dr. Mathias Binswanger von der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) untersucht die Mechanismen der Preisbildung anhand zweier landwirtschaftlicher Produkte. Es soll aufgezeigt werden, welcher Einfluss der nicht funktionierende Wettbewerb und die Marktmachtstrukturen auf die landwirtschaftlichen Einkommen unterschiedlicher Betriebe hat. Das Forschungsprojekt soll dazu beitragen, Wege aufzuzeigen, wie die Landwirtschaft wieder stärker an der Wertschöpfung beteiligt werden kann. Zudem wird analysiert, wer welchen Beitrag zu einer fairen Preisbildung leisten kann oder soll (Konsumierende, Grossverteiler sowie der Staat durch Direktzahlungen und Grenzschutz).





Kurzmeldungen

Faire Märkte Schweiz mit gestärktem Auftritt in der Westschweiz

Die Botschaften von Faire Märkte Schweiz zur fairen Preisbildung und zur Transparenz entlang der Wertschöpfungskette werden schon bald in der Westschweiz noch besser verbreitet werden können. Mit Hilfe von Partnern und der entsprechenden Trägerschaft wird dort eine Anlaufstelle geschaffen, damit die verschiedenen Zielgruppen und Medien noch stärker direkt vor Ort identifiziert und informiert werden können. Das Projekt wird im Auftrag von FMS mit unserem Partner [Progana](#) (Bio Romandie), eines der fünf Gründungsmitglieder von Bio Suisse, umgesetzt. Wir freuen uns auf diese Verstärkung in der französischen Schweiz.

Frühlingsession: Reformvorschläge und Kostensenkungsmassnahmen für Agrar-Inputpreise

Vor zwanzig Jahren hat der Preisüberwacher die hohen Agrar-Inputpreise analysiert und zehn Vorschläge zur Kostensenkung bei den Produktionsmitteln publiziert. Mehrere Studien bestätigen, dass die Schweizer Landwirtinnen und Landwirte für ihre Vorleistungen auch heute bedeutend mehr als ihre Kollegen in umliegenden Ländern bezahlen. Faire Märkte Schweiz hat schon [mehrmals darüber berichtet](#) und ging der Frage nach, wie viele der damals von der Preisüberwachung publizierten zehn systematischen Reformvorschlägen und Kostensenkungsmassnahmen bisher umgesetzt wurden.

Nationalrat Hans Jörg Rüeggsegger hat dazu unter dem Titel [‘Reformvorschläge und Kostensenkungsmassnahmen für Agrar-Inputpreise’](#) in der Frühlingsession eine Anfrage an den Bundesrat gestellt. Die Antwort des Bundesrates ist nicht befriedigend. Wir werden deshalb das Thema der Kostensenkung bei den Produktionsmitteln und die Marktverzerrungen in den Vorleistungsmärkten politisch weiter verfolgen.





Projekt Faire Preise für Bio-Getreide / Umfrage zu Einkaufsgewohnheiten

Wie oben erwähnt pflegt Faire Märkte Schweiz eine Partnerschaft mit [Progana \(Bio Romandie\)](#) und unterstützt deren Arbeiten für mehr Transparenz und Fairness. Dazu gehört beispielsweise das Projekt [‘Die Preise für Bio-Getreideproduzenten müssen angemessen sein’](#). Mit diesem Projekt will Progana eine Produktionskette aufbauen, in der alle Akteure der Bio-Getreidebranche angemessen entschädigt und eine faire Preisbildung praktiziert wird. Es soll ein Stundenlohn für den Anbau von Bio-Getreide von mindestens 40.- erzielt werden (durchschnittlicher Stundenlohn eines Landwirts ist 17.-/Std).

In diesem Zusammenhang klärt Progana mit einer wissenschaftlichen Umfrage derzeit ab, wie die Einkaufsgewohnheiten und Wahrnehmung von fairen Preisen sind. Wir würden uns freuen, wenn Sie die Umfrage [mit folgendem Link bis am 4. April ausfüllen](#).





lokal+fair-Betrieb:

Nossa Caschareia

Bavegna bei Nossa Caschareia – wo traditionelles Handwerk und natürliche Zutaten in jedem Stück Käse zur Vollendung kommen. Mit der [Nossa Caschareia](#) begrüsst lokal+fair einen Bündner Betrieb aus Savognin auf der Plattform – eine echte Traditionskäserei, die Milch direkt von Bäuerinnen und Bauern der Region verarbeitet und sie zu Milchprodukten und dem beliebten Savogniner Käser veredelt.

Um in den Genuss des exquisiten Käses zu kommen und sich das Berggefühl nach Hause zu holen, braucht man aber nicht nach Savognin zu fahren: Im [Online-Shop](#) gibt es exklusive Geschenke für jede Gelegenheit zu entdecken – perfekt für alle Käseliebhaberinnen und Käseliebhaber! Ob handgefertigte Spezialitäten aus der Region, Käse oder auch Savogniner Backwaren: Hier findet man das passende Geschenk oder bestellt sich den Savogniner Geschmack direkt nach Hause!

Die [Nossa Caschareia](#) liefert Käse und Butter übrigens auch gern an Läden, Bäckereien oder Gastronomiebetriebe, die ein echtes Bergkäseplättchen anbieten oder andere Savogniner Spezialitäten im Sortiment führen möchten! Wer weiss, vielleicht ergeben sich demnächst spannende Kooperationen mit der lokalen Gastronomie und dem Gewerbe; genau dafür ist [lokal+fair](#) da!





Geschafft – herzlichen Dank allen Crowdfunding-Unterstützenden!

Das Crowdfunding für [lokal+fair](#) konnte im März erfolgreich abgeschlossen werden und ermöglicht es uns, das Projekt weiter auszuweiten. Herzlichen Dank allen Unterstützerinnen und Unterstützern, die mit ihrem wichtigen Beitrag mithelfen, [lokal+fair](#) zu einem Erfolg und einer Stütze für regional produzierende und verarbeitende Betriebe zu machen und das Bewusstsein dafür in der Bevölkerung zu stärken! Lokale Vermarktung funktioniert, wenn Gemeinden, Produzenten und das Gewerbe gemeinsam am gleichen Strick ziehen. Faire Märkte Schweiz führt diese Arbeit weiter und ausweiten und hilft mit Wissen und einem grossen Netzwerk mit, dass der lokale Handel gefördert wird und Konsumentinnen und Konsumenten informiert werden. Bleiben Sie mit untenstehenden Links und Informationsangeboten auf dem Laufenden!

Weitere Artikel

[Fleischmarkt unter der Lupe – Stefanie Lichtsteiner in der italienischsprachigen Sendung «Patti chiari» der RSI.](#)





Monatsbericht **April 2025**

Der Verein Faire Märkte Schweiz feiert im nächsten Monat seinen zweijährigen Geburtstag. Die rasante Entwicklung wurde durch den enormen Handlungsbedarf in den Märkten angetrieben. Wir haben reagiert und uns ressourcenmässig entsprechend aufgestellt und gezielte Angebote und Tools entwickelt. Eine wesentliche Verstärkung fand durch die Erweiterung des Teams mit der Co-Geschäftsführerin Stéphanie Lichtsteiner statt, wie wir es [im Bericht letzten August](#) vermeldet hatten. Von nun an werden wir abwechselungsweise für den Newsletter zuständig sein. Zudem werde ich mich in den kommenden Monaten vermehrt auf das Präsidium fokussieren.

Und: In wenigen Wochen, am 15. Mai 2025 um 16.30 Uhr an unserem Sitz in Altstetten, findet die FMS-Mitgliederversammlung 2025 statt. Wer sich noch nicht angemeldet hat, kann dies nachholen per [Online-Anmeldung](#) oder Mail an info@fairemaerkteschweiz.ch.





Im Fokus

Austausch mit dem Fairness Büro Österreich: Ähnliche Herausforderungen – andere Herangehensweise

In der Schweiz besteht dringender Handlungsbedarf gegen unfaire Handelspraktiken, besonders im Agrar- und Lebensmittelsektor. Ähnliche Probleme zeigt der aktuelle [Tätigkeitsbericht](#) des [Fairness-Büros Österreich](#). Der Verein Faire Märkte Schweiz und das Fairness-Büro Österreich haben daher den Dialog aufgenommen.

Der Bericht aus Österreich zeigt die Parallelen zur Schweiz auf: Zunehmende Beschwerden über einseitige Vertragsänderungen, verspätete Zahlungen und erzwungene Rabatte belasten viele Lieferanten existenziell.

Die Schweizer Wettbewerbsaufsicht (WEKO) ist für die derzeitigen Missstände unzureichend gerüstet. FMS fordert daher eine institutionelle Reform sowie neue Instrumente wie Sektoruntersuchungen, die in Österreich bereits existieren (s.unser Bericht [hier](#)). Nach anderthalb Jahren Einsatz ist die WEKO-Reform nun politisch lanciert. Die [Kommission für Wirtschaft und Abgaben \(WAK\)](#) hat mit 16 zu 6 Stimmen bei 1 Enthaltung die Annahme der Motion ([23.3224](#)) empfohlen. Auch der Ständerat hat zugestimmt, der Nationalrat entscheidet in der Sommersession.

Heute sind die Eintrittshürden bei WEKO oder dem Preisüberwacher für einzelne Marktakteure zu hoch. Viele wenden sich deshalb an die Meldestelle des Vereins. FMS fordert daher u.a. die Einführung von Sektoranalysen (vgl. [hier](#)). Diese würden es der WEKO ermöglichen, Märkte auch ohne konkreten Verdacht präventiv zu untersuchen – ein Instrument, das EU-Behörden längst nutzen. Damit könnten Markttransparenz und Fairness gestärkt sowie Missstände frühzeitig erkannt werden.

Zum Gastbeitrag von MMag. Dr. Doris HOLD BSc. LLB, stv. Leiterin vom Fairness Büro Österreich [hier](#), zum Beitrag in der BauernZeitung [hier](#).





Kurzmeldungen

Neue Partnerschaft zwischen Fair Trade Town und lokal+fair – für fairen Handel lokal und weltweit

[Fair Trade Town](#) ist ein Programm von [Swiss Fair Trade](#), dem Branchenverband der Fair Trade Organisationen in der Schweiz. Als Fair Trade Towns ausgezeichnet werden Städte und Gemeinden, die zusammen mit lokalen Arbeitsgruppen den nachhaltigen und fairen Konsum fördern. Gemeinsam werden Nachhaltigkeitsaktionen durchgeführt, die Bewohnerinnen und Bewohner sensibilisiert und das Engagement durch Öffentlichkeitsarbeit sichtbar gemacht.

Der faire Handel mit Produkten aus dem globalen Süden wie auch mit Produkten, die im Sinne von [lokal+fair](#) in der Schweiz hergestellt wurden, verfolgen im Grunde dasselbe Ziel: «Handelsbeziehungen sind so gerecht, direkt und kurz wie möglich gestaltet und garantieren Produzent:innen ein existenzsicherndes Einkommen.» Um diese Gemeinsamkeiten zu stärken und die Fair Trade Towns dabei zu unterstützen, vermehrt auch lokal und fair hergestellte Produkte zu fördern, sind Fair Trade Town und lokal+fair eine Partnerschaft eingegangen. Gemeinsam haben wir [Kriterien](#) entwickelt, die beschreiben, was lokale und faire Produkte auszeichnet.

lokal+fair: Kampagnenstart 2025

Was bezweckt das Projekt *lokal+fair* von Faire Märkte Schweiz? Ganz einfach: *lokal+fair* will erreichen, dass die Bevölkerung lokale, nachhaltige Produkte mit kurzen Lieferwegen konsumieren kann: in den Verpflegungsbetrieben ihrer Gemeinden, in ihren Restaurants, bei ihren Gewerbebetrieben und auf den Bauernhöfen in der eigenen Gegend. Im letzten Jahr wurde *lokal+fair* als Pilotprojekt lanciert – mit durchschlagendem Erfolg. Partner unterstützen uns, Pilotgemeinden beteiligten sich, und zahlreiche Betriebe zeigten der Bevölkerung auf, wo sich *lokal+fair* einkaufen lässt.





Nun geht es mit lokal+fair 2025 weiter: zusätzliche Regionen werden erschlossen, Umsetzungen vertieft und ausgebaut, das Netzwerk aus Gemeinden und Betrieben erweitert. Unser lokal+fair-Team ist bereits seit Monaten an diesen Arbeiten – und diese Woche gab es auch den Startschuss für die Öffentlichkeitskampagne 2025. (LINK). Merken Sie sich bereits den nationalen lokal+fair-Tag vom Samstag, 20. September, vor. Alle Informationen unter: www.lokalundfair.ch

FMS-Meldestelle ist derzeit stark frequentiert

Faire Märkte Schweiz unterstützt Landwirtinnen und Landwirte sowie Gewerbe-Betreibende und Gastronominnen und Gastronomen dabei, sich für ihre Rechte und eine faire Austauschbeziehung mit anderen Marktteilnehmenden einzusetzen. In den letzten Wochen haben sich auf unserer Meldestelle überdurchschnittlich viele Betriebe gemeldet. Derzeit drückt der Schuh vor allem im Gemüsemarkt und bei Beschaffungsthemen im Gastrobereich.

Mit unseren Fachpersonen und Kartellrechtsexperten bieten wir eine kostenlose Vorabklärung an, Anonymität ist sichergestellt. Meldungen über unfaire Handelspraktiken können über das [Formular auf unserer Homepage](#) eingereicht werden oder direkt unter der Helpline 044 562 44 77 oder per E-Mail an: meldestelle@fairemaerkteschweiz.ch.





Blogbeitrag: Prof. Johanna Jacobi (ETHZ) sieht Machtkonzentration in Agrar- und Foodmärkten als Gefahr

Frau Prof. Johanna Jacobi lehrt und forscht an der ETH Zürich. Im Rahmen ihrer Arbeiten zur agrarökologischen Transition fokussiert sie sich besonders auf die Machtverteilung in der Landwirtschaft und den Ernährungssystemen, insbesondere im globalen Kontext. In unserem Interview äussert sie sich zur Machtkonzentration in der Schweiz. Frau Jacobi stimmt der Hypothese von FMS zu, dass nur mit fairen Märkten der Wandel hin zu nachhaltigen Märkten geschaffen werden kann. Von der öffentlichen Hand und der Politik erwartet sie mehr Anreize für alternative Anbausysteme und von der AP30+ wünscht sie sich mehr verpflichtende Massnahmen, da die Evidenz für den Erfolg freiwilliger Massnahmen sehr schwach ist. Zum ganzen Fachinterview [hier](#).

Der Bioladen Altstetten: Bio mit Herz und Verstand

Der [lokal+fair](#)-Betrieb [Bioladen Altstetten](#) überzeugt mit einem vielfältigen Sortiment an hochwertigen Bio- und Demeter-Produkten – frisch, regional und nachhaltig. Von Saisongemüse über Naturkosmetik bis hin zu täglich frischen Mittagsmenus ist alles dabei. Auch individuelle Apéros oder Kuchen sind auf Bestellung möglich. Der Betrieb präsentiert sich im [Tsüri Lädeli-Guide](#), mit den schönsten und einzigartigsten Läden Zürichs. Der Bioladen Altstetten ist auch Teil des Projekts lokal+fair von Faire Märkte Schweiz und damit Teil des Engagements für kurze Lieferwege, faire Entschädigung und den direkten Bezug von lokalen Produzierenden. Ein Besuch lohnt sich!

Mehr [auf der lokal+fair-Plattform](#) und direkt beim Bioladen Altstetten hier: <https://derbioladen.ch/>.





Weitere Artikel

[Mitgliederversammlung 2025](#)

[«Aus der Region. Für die Region» – Wie regional ist das Migros-Label wirklich? FMS ordnet ein.](#)

[«Faire Geschäftspraktiken in der österreichischen Lebensmittelkette»](#)

[Neue Kampagne bringt lokale Bauern und Gewerbe mit ihren Gemeinden zusammen](#)

[Starkes Ungleichgewicht in der Lebensmittelkette braucht Reformen](#)





Monatsbericht

Mai 2025

Die Signale aus dem Markt sind deutlich – und beunruhigend: Statt mehr Bio- und Labelbetriebe gibt es weniger. Die Versäumnisse in Politik und Detailhandel gefährden den Wandel zu einem fairen und nachhaltigen Ernährungssystem. Nun muss gehandelt werden: FMS hatte in einem Schreiben an den Bund bereits Ende 2024 entsprechende Massnahmen gefordert. Während niemand den “Elefanten im Raum” – die überhohen Preisdifferenzen zwischen Bio- bzw. Labelprodukten und den konventionellen Standardsortimenten im Laden – ansprechen will, fordern wir klare politische Leitplanken und verbindliche Zielvereinbarungen mit dem Detailhandel.

Um die Landwirtschaft bei Missständen noch besser unterstützen zu können, ist der FMS eine Partnerschaft mit dem Bäuerlichen Sorgentelefon eingegangen, die wir in den Kurzmeldungen genauer vorstellen. Ausserdem berichten wir über die Lancierung des Regionalwert-Leistungsrechners in der Schweiz, der auf vielversprechende Weise die Nachhaltigkeitsleistungen (inkl. Fairnessindikatoren) eines landwirtschaftlichen Betriebes sichtbar und finanziell messbar macht.





Im Fokus

Stillstand bei Bio und Labels: Bund muss handeln

Die Zahl der IP-Suisse- und Bio-Betriebe ist 2024 um 360 gesunken – statt einer geplanten jährlichen Zunahme von 560. Damit verfehlt die Schweiz das Ziel der Nachhaltigkeitsstrategie des Bundes um 920 Betriebe (vgl. [Medienmitteilung](#)). Für Faire Märkte Schweiz ist klar: Tiefe Produzentenpreise, unsichere Absatzchancen und fehlende Marktsignale bremsen die dringend notwendige Umstellung auf nachhaltige Produktionsweisen. Besonders alarmierend: Dieser Rückgang erfolgt in einer Phase, in der Nachhaltigkeit politisch gestärkt werden sollte.

Der FMS fordert deshalb (vgl. [Artikel](#) Bauernzeitung), dass der Bund faire Rahmenbedingungen schafft und den Detailhandel stärker in die Pflicht nimmt. Dieser trägt mit seiner Marktmacht zentrale Verantwortung für Preise und Produktauswahl. Tiefpreisstrategien und mangelnde Transparenz untergraben die faire Preisbildung.

Wichtig seien deshalb klare politische Leitplanken: Freiwillige Absichtserklärungen reichen nicht mehr aus. Es braucht verbindliche Zielvereinbarungen mit dem Detailhandel sowie mehr Transparenz über Produktionskosten und Wertschöpfung. Zum anderen hat er seinen «Marktbeobachtungsauftrag» konsequent umzusetzen und die Wettbewerbssituation im Lebensmittelmarkt im Rahmen der kommenden Reform AP30+ zu verbessern. Der Wandel hin zu nachhaltigen Ernährungssystemen hängt stark davon ab, ob deren Produkte konkurrenzfähiger und die Märkte gut funktionieren bzw. Marktversagen und Missbräuche ausgeschaltet werden. Auch wenn sich der Staat aus den Agrar- und Lebensmittelmärkten weitgehend zurückgezogen hat, muss er jetzt als Regulator seine Verantwortung wahrnehmen.





Kurzmeldungen

MV 2025: Rückblick, Ausblick und exklusive Einblicke

Die Mitgliederversammlung 2025 brachte Vorstand, Mitglieder und Team zusammen. An der Sitzung und beim anschliessenden Apéro gab es Informationen, Austausch – und Feines zu Essen und Trinken.

Es war die zweite MV unseres jungen Vereins – und die erste im neuen Geschäftsjahr. Diesmal trafen wir uns am Sitz des FMS, hoch über den Dächern – mit Weitblick, wie wir hoffen, auch inhaltlich. Vorgestellt wurden laufende Projekte, frische Ideen und spannende Vorhaben, die uns im kommenden Jahr begleiten werden.

Danke an alle, die dabei waren – und an alle, die uns auch abseits der MV engagiert unterstützen!

Bäuerliches Sorgentelefon und Faire Märkte Schweiz–Meldestelle spannen zusammen

Eine starke Partnerschaft für die Landwirtschaft: Das Bäuerliche Sorgentelefon unterstützt Bäuerinnen, Bauern und ihre Angehörigen in belastenden Situationen. Neu werden Anrufende mit wettbewerbsrechtlichen Fragen oder Meldungen zu Marktmachtmissbräuchen an die FMS–Meldestelle weitergeleitet (vgl. [Artikel](#) Schweizer Bauer). Dort bieten Juristinnen und Juristen kostenlose Erstabklärungen und Unterstützung bei Marktthemen. Ziel ist es, Ratsuchende noch gezielter zu unterstützen – vom offenen Ohr bis zur konkreten Fachberatung.





Der Regionalwert-Leistungsrechner kommt in die Schweiz – inkl. Fairness-Indikatoren von Faire Märkte Schweiz

Der [Regionalwert Leistungsrechner](#) der Regionalwert AG Freiburg-Südbaden bewertet die Gemeinwohlleistungen eines landwirtschaftlichen Betriebes in den Themenfeldern Ökologie, Soziales und Regionalökonomie. Die ganzheitliche Analyse hat zum Ziel, Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft sichtbar zu machen und den Gemeinwohl- und Umwelt-Dienstleistungen der Betriebe einen finanziellen Wert zu geben.

Mit der Gründung der Schweizer RegioWert Treuhand AG wurde die Grundlage geschaffen, den Regionalwert Leistungsrechner in der Schweiz unabhängig weiterzuentwickeln und strategisch als neuen Standard zu etablieren. Wirkungsorientierte Indikatoren stellen eine verlässliche Datengrundlage sowohl für die Politik, wie auch für Förderinstitutionen oder nachgelagerte Unternehmen dar, um Nachhaltigkeitsdienstleistungen gezielt zu honorieren. Die Schweizer Version des Leistungsrechners wurde ausserdem um Fragen zu den Themen faire Preisbildung, Transparenz und gerechte Handelsbeziehungen ergänzt, welche Faire Märkte Schweiz beisteuern konnte. Die ersten zehn Landwirtschaftsbetriebe, die sich bei uns melden, können ihre Regionalwert Leistungen zu Vorzugsbedingungen gratis berechnen lassen.





lokal+fair-Betrieb

Daniels Dinkel Pasta

Handgemacht, nährstoffreich und voller Geschmack: Der [lokal+fair-Betrieb Daniels Dinkel Pasta](#) aus Schübelbach SZ steht für echte Vollwertqualität. Das Besondere? Verarbeitet wird das ganze Dinkelkorn, mitsamt dem wertvollen Keim und seinem nährstoffreichen Öl. So bleiben Vitamine, Mineralstoffe und Ballaststoffe erhalten.

Seit 2005 stellt Daniel mit viel Sorgfalt und Handarbeit neun verschiedene Pasta-Sorten her – von Edelweiss über Radiatori bis zur Lasagneplatte. Verwendet werden ausschliesslich Bio-Dinkel und belebtes Wasser nach Grandier. Auf Zusätze wird konsequent verzichtet.

Ob im Online-Shop, direkt in der Manufaktur oder auf Märkten: Ein Besuch bei Daniels Dinkel Pasta lohnt sich – für alle, die bewussten Genuss und echte Handwerksqualität schätzen.

Weitere Artikel

[Bund unter Zugzwang: Die «Nachhaltigkeits-Lokomotiven» ziehen nicht mehr](#)

[Biolandwirtschaft in der Schweiz stagniert erstmals](#)

[Bäuerliches Sorgentelefon und Meldestelle Faire Märkte Schweiz spannen zusammen](#)

[Rückblick, Ausblick und exklusive Einblicke:
FMS-Mitgliederversammlung 2025](#)





Monatsbericht **Juni 2025**

Im Juni hat Faire Märkte Schweiz den Fall aufgedeckt [‘Coop: Neues Rückvergütungssystem auf Kosten der Bauern’](#). Erste wettbewerbsrechtliche Abklärungen haben ergeben, dass damit Coop seine Marktmacht missbraucht. Fast zeitgleich hat der Nationalrat bei der Teilrevision des Kartellgesetzes das [missbräuchliche Verhalten marktmächtiger Unternehmungen](#) begünstigt. Welch ein Widerspruch! Wir berichten unten ausführlich darüber, wie mit diesen Beschlüssen die Arbeit für Faire Märkte eingeschränkt werden könnte. Wie enorm der Handlungsbedarf für die Wettbewerbskommission in den Agrar- und Lebensmittelmärkten ist, zeigen wir anhand eines [aktuellen Beispiels zweier Mühlen im Tessin](#) auf, wie durch unscheinbare Partnerschaften im Rahmen einer Marktbereinigung der Wettbewerb ausgeschaltet werden kann. Ausserdem berichten wir über unseren neuen [Fairness-Labelvergleich](#). Mit dieser Analyse schafft FMS eine solide Grundlage, wie die Themen von Fairness und Transparenz in den Nachhaltigkeits-Labels sowie Herkunfts- und Qualitätsstandards abgebildet sind. Die Ergebnisse sind ernüchternd!





Im Fokus

Coop: Neues Rückvergütungssystem auf Kosten der Bäuerinnen und Bauern

Nachdem sich im April mehrere Gemüse-, Früchte- und Beerenlieferanten von Coop auf der Meldestelle von Faire Märkte Schweiz gemeldet haben, wurde eine wettbewerbsrechtliche Vorabklärung gestartet. Anlass war eine neue „Konditionenvereinbarung“ der Coop Genossenschaft, die auf eine missbräuchliche Ausnutzung ihrer Marktmacht hindeutet (vgl. [Medienmitteilung](#)). Gemäss dieser Vereinbarung sollen Lieferanten ab Mai 2025 einen Teil ihres Umsatzes als sogenannten „Bonus“ an Coop zurückzahlen – zunächst 1 % in der Verteilregion Bern, ab Januar 2026 schweizweit sogar 3 %. Diese neuen Bedingungen wurden einseitig durch Coop vorgegeben, ohne echte Verhandlungsmöglichkeit für die betroffenen Unternehmen.

Für die Produzentinnen und Produzenten, die ohnehin unter tiefen Margen leiden, bedeutet dies zusätzlichen Druck. Der geschätzte Schaden beläuft sich auf rund 8 Millionen Franken jährlich. Ausreichende und zumutbare Ausweichmöglichkeiten in andere Absatzkanäle gibt es keine wirklichen. Coop begründet die Änderungen mit einem neuen Bestellsystem, das angeblich die Abläufe für Lieferanten vereinfacht. Die Produzenten widersprechen dem jedoch deutlich. Aus ihrer Sicht führt insbesondere der Einsatz von künstlicher Intelligenz zu noch schärferem Preiswettbewerb – und damit zu weiter sinkenden Produzentenpreisen.

Nach dem Scheitern einer einvernehmlichen Lösung mit Coop hat Faire Märkte Schweiz deshalb eine Anzeige bei der Wettbewerbskommission (Weko) eingereicht (vgl. Artikel [Tagesanzeiger](#)).





Kurzmeldungen

Fairness-Labelvergleich: viele Lebensmittel-Labels fallen durch

Die neue [Analyse](#) von 28 Schweizer Nachhaltigkeits-Labels sowie Herkunfts- und Qualitätsstandards von Faire Märkte Schweiz zeigt deutlich, dass Fairness in vielen Fällen noch unzureichend verankert ist. Ohne klare und verbindliche Leitplanken bleibt der Begriff vage – mit spürbaren Folgen für Marktgerechtigkeit, Preisstabilität und die Zukunft bäuerlicher Betriebe (vgl. Artikel u.a. [20 Minuten](#)). Deshalb braucht es jetzt einen breit getragenen Dialog über faire Bedingungen in der Schweizer Landwirtschaft sowie glaubwürdige, transparente und klar verständliche Anforderungen für ein “Fairtrade” im Schweizer Kontext. Aspekte wie Preisgestaltung, Markttransparenz, verlässliche Vertragslaufzeiten und Planungssicherheit müssen verbindlich geregelt werden, damit Fairness nicht nur ein Anspruch bleibt, sondern messbar und wirksam wird. Nur wenn soziale und wirtschaftliche Gerechtigkeit ebenso ernst genommen werden wie ökologische Nachhaltigkeit, kann ein zukunftsfähiges Ernährungssystem entstehen – für alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette.





Sommersession: Nationalrat schwächt Kartellrecht

Der Nationalrat hat bei der Teilrevision des Kartellgesetzes beschlossen, die Hürden für das Eingreifen bei unzulässigen Wettbewerbsabreden und bei unzulässigen Verhaltensweisen marktbeherrschender und relativ marktmächtiger Unternehmen zu erhöhen (vgl. [hier](#)). Die Wirtschaftsverbände wie Economiesuisse wollen damit zur alten Kartellwirtschaft zurückkehren. Erstaunlich ist, dass sich das Gros des Gewerbeverbandes und der Schweizer Bauernverband in dieses «Päckli» einbinden liessen, obwohl dadurch marktmächtige Unternehmen künftig noch ungehinderter Missbrauch betreiben können zum Nachteil von Bäuerinnen und Bauern, Kleingewerbe und der Konsumierenden. Dadurch wird es schwieriger, die Missbräuchlichkeit nachzuweisen, was die Arbeit von FMS erschweren würde. Wie das obige Beispiel mit der Anzeige gegen Coop (vgl. [hier](#)) darlegt, dürfte es zukünftig noch schwieriger werden, dass die Weko auf eine Anzeige eingeht.

Mit dem Lobbying – in Koordination mit den Konsumenten-Organisationen und Verbänden aus Tourismus, Gastronomie und dem Bäckerhandwerk – hat FMS v.a. das Gespräch mit den Parlamentarierinnen und Parlamentariern der Landwirtschaft gesucht und einige davon überzeugen können. Dies reichte nicht für einen Stimmungsumschwung. Der Ständerat ist nun gefordert, diesen gefährlichen Kurs zu korrigieren.

→



Schalterschluss zweier Mühlen im Tessin: Wettbewerbsrechtlich problematisch

Im Tessin hat sich unter dem Deckmantel einer «Partnerschaft» ein Mühlen-Kartell gebildet (vgl. [hier](#)). Zwei unabhängige Unternehmen teilen sich den Kanton auf, es gibt praktisch keine marktbelebende Konkurrenz mehr. Neben den Bäckerinnen und Bäckern sind auch die vielen kleinen Betriebe im Tessin betroffen, die hochwertiges Getreide anbauen. Sie sind auf regionale Mühlen angewiesen, um ihr Getreide zu verkaufen. Faire Märkte Schweiz beobachtet diese Entwicklung mit Sorge und fordert, dass die Regeln für fairen Wettbewerb eingehalten und Bäckereien sowie kleine Produzenten geschützt werden. Eine Beschwerde bei der Wettbewerbskommission wird geprüft. Auch dieser Fall zeigt, wie enorm der Handlungsbedarf ist und wie schädlich die [Entscheidung des Nationalrates](#) sein können, wenn die Hürden für das Eingreifen bei unzulässigen Wettbewerbsabreden und bei unzulässigen Verhaltensweisen erhöht werden.

Crowdfunding Pudelwohl

‘Pudelwohl – Laden und Kafi’ will sich neu aufstellen: Als Genossenschaft mit 24/7-Zugang für Mitglieder, fairen Löhnen und kurzen Wegen zu regionalen Bio-Produkten. Ziel: die regionalen Klein- und Familienproduzierende, welche die regionale Lebensmittelversorgung sicherstellen, zu unterstützen und ihnen faire Preise zu zahlen. Für den Umbau und die IT-Lösung läuft jetzt ein Crowdfunding. Unterstützen Sie ein enkeltaugliches Ernährungssystem – lokal, regenerativ, fair! → <https://www.lokalhelden.ch/pudelwohl-2-0>.

Der Bioladen Pudelwohl macht auch bei lokal+fair mit: <https://lokalundfair.ch/hofe-und-restaurants/bioladen-pudelwohl/>





Save the Date: Nationaler lokal+fair-Tag am Samstag, 20. September 2025

Der Höhepunkt des lokal+fair-Jahres steht bevor! Tragen Sie sich den Samstag, 20. September 2025, in die Agenda ein.

lokal+fair-Betriebe in der ganzen Schweiz öffnen ihre Türen und laden dazu ein, mit Menschen vor Ort ins Gespräch zu kommen, Neues kennenzulernen und Lebensmittel aus der Region zu entdecken. Weitere Infos auf der [lokal+fair-Webplattform](#).

lokal+fair-Betrieb

Kreisladen Küsnacht

Die Lebensmittel, die Mariska Wieland und ihr Team ins Sortiment im Kreisladen Küsnacht aufnehmen, werden mit grosser Sorgfalt ausgewählt – was man im [Laden](#) bereits beim Eintreten spürt.

Wann immer möglich werden Produkte von regionalen Produzenten bevorzugt, damit sie so frisch wie möglich und ohne lange Transportwege in den Laden gelangen. Im persönlichen Kontakt mit den Lieferanten wird viel Wert auf Transparenz und Authentizität gelegt. Viele Produkte werden unverpackt oder in retournierbaren Gefässen angeboten. Neben tollen Lebensmitteln bietet der Kreisladen auch eine ansprechende Auswahl an natürlichen Pflege-, Reinigungs- und Haushaltsprodukten sowie ausgewählte Geschenkideen. Zudem wird täglich eine feine Selektion an kalten und warmen Take-Away Speisen offeriert. Grossen Wert wird auf die persönliche Bedienung, Beratung und eine angenehme Stimmung im Laden gelegt – damit das Einkaufen für alle Freude bereitet.





Weitere Artikel

[Fairness-Labelvergleich von Faire Märkte Schweiz](#)

[Neue Analyse zeigt: Viele Lebensmittel-Label fallen durch – Faire Bedingungen für Bauern bleiben oft auf der Strecke](#)

[AP30+ Agrarpolitik für eine nachhaltige und faire Land- und Ernährungswirtschaft](#)

[Nationalrat schwächt Kartellrecht – Verein Faire Märkte Schweiz warnt vor Machtmissbrauch und Preisdruck](#)

[Coop: Neues Rückvergütungssystem auf Kosten der Bauern](#)

[Save The Date – Samstag, 20. September für den lokal + fair – Tag 2025!](#)

[Mühlen-Kartell im Tessin?](#)

→



Monatsbericht **Juli 2025**

Wir sind mitten im Sommer – und mit ihm da sind zahlreiche Initiativen, die zeigen, wie vielfältig unsere lokal+fair-Bewegung ist. Diesen Spezial-Newsletter widmen wir deshalb ganz den Lebensmittelnetzwerken, die entstehen, und die damit faire Preise, kurze Wege sowie echten Austausch und Wertschätzung für Lebensmittel möglich machen.

Wir stellen Ihnen engagierte lokal+fair-Betriebe vor, die regionale Wertschöpfung tagtäglich leben, und geben Ihnen Einblick in den kommenden nationalen lokal+fair-Tag am Samstag, 20. September: Ein Tag voller Genuss, spannender Begegnungen und Einblicke hinter die Kulissen – seien auch Sie mit dabei!

Ausserdem blicken wir auf die Hintergründe und Ziele der lokal+fair-Initiative, zeigen, wie lokale und nachhaltige Lebensmittelbeschaffung in Städten und Gemeinden in der Praxis aussehen kann und stellen Ihnen unsere Partnerorganisation Open Food Network Schweiz vor.





Im Fokus

lokal+fair: Hintergrund und Ziel der Initiative

Das Ziel von lokal+fair ist die Etablierung von Netzwerken zwischen nachhaltig wirtschaftenden Produzierenden, Verarbeiterinnen und Verarbeitern und den direkten Abnehmern – seien es öffentliche Verpflegungseinrichtungen, Gastronomie oder die Konsumierenden ganz direkt. lokal+fair integriert dabei alle Beteiligten an der Wertschöpfungskette und schafft so ein Verständnis dafür, dass von einer möglichst lokalen Produktion, fairen Preisen und kurzen Wegen alle profitieren.

Für eine faire und naturgerechte Versorgung mit Lebensmitteln spielen die Landwirtschaft und die Ernährungssysteme vor Ort eine Schlüsselrolle. Damit ressourcenschonend produzierende Bäuerinnen und Bauern sowie Verarbeitungsbetriebe in einer Situation der ungleichen Marktmacht jedoch eine Chance haben, braucht es eine Stärkung der Direktvermarktung und der Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig und tierfreundlicher erzeugter Produkte. Das Projekt lokal+fair fördert die lokale und faire Produktion, Verarbeitung und Versorgung mit Lebensmitteln, indem Bauern mit Gemeinden, Gastronomie und Handel vernetzt und dabei nachhaltige, ressourcenschonende Ernährungssysteme mit hohem Wertschöpfungsanteil im lokalen Umfeld etabliert werden. Dabei werden die Wirkungszusammenhänge zwischen regionaler Lebensmittelproduktion, der Nachhaltigkeit im Beschaffungswesen von Gemeinden und Gastronomie und einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft aufgezeigt und auch an die Bevölkerung vermittelt.





lokal+fair soll den Landwirtinnen und Landwirten im lokalen Lebensmittelnetzwerk die Möglichkeit bieten, einen fairen Anteil an der Wertschöpfung entsprechend ihrer Arbeit und ihrer Kosten zu erwirtschaften, Produzierende direkt mit Konsumierenden verknüpfen und ein Verständnis für den Preis einer sinnvollen Produktion schaffen.

[Möchten Sie zur lokal+fair-Webseite? Hier finden Sie alle Informationen](#)

[Download Flyer „lokal+fair – die Bewegung“](#)

[Download Flyer nationaler lokal+fair-Tag 20. September 2025](#)

[Download Plakat nationaler lokal+fair-Tag 20. September 2025](#)





Kurzmeldungen

Nationaler lokal+fair-Tag: Schweizweite Events zur Stärkung der Direktvermarktung

Ob auf dem Hof, im Laden oder in der Gastronomie: Am Samstag, 20. September 2025 wird die Schweiz wieder lokal, fair und persönlich. Der nationale lokal+fair-Tag lädt die Bevölkerung ein, ihre Region neu zu entdecken, Menschen kennenzulernen, die mit Herzblut produzieren, und bewussten Konsum zu feiern. Betriebe können am nationalen lokal+fair-Tag partizipieren. Möglich sind beispielsweise Präsentationen, Degustationen oder Hofführungen. lokal+fair übernimmt und koordiniert die Kommunikations- und Marketingmassnahmen und sorgt auch im Nachhinein für die entsprechende kommunikative Präsenz.

Der nationale Hauptevent wird dieses Jahr auf dem [Leimbihof](#) in Zürich-Leimbach stattfinden. Ein Erlebnistag für Gross und Klein mit Tieren, Mostpressen, Hofladen, Grilladen und Hüpfburg. Um 13:30 Uhr sprechen Stadtrat Andreas Hauri und weitere Gäste. Kommen Sie vorbei und geniessen Sie eine Auszeit an der idyllischen Lage am Fusse des Üetlibergs.





lokal+fair-Gemeinden: lokale und nachhaltige Lebensmittelbeschaffung in der Praxis

lokal+fair wirkt – direkt vor Ort in den Gemeinden. In der lokal+fair-Stadt Uster haben sich die Heime Uster als erste Systemgastronomen zu den lokal+fair-Kriterien bekannt und lassen den Leitsätzen Taten folgen. Die Verpflegung der Heime Uster soll eine weitreichende Ausstrahlung haben und klar wahrnehmbare Akzente einer zeitgemässen Verpflegung setzen – so der Leitgedanke. Doch was bedeutet das konkret? Sie fördern das Bewusstsein über den umfassenden Wert des Essens und es wird bewusst regional im direkten Umland eingekauft: Saisonalität und Nachhaltigkeit sind in der Angebotsgestaltung und Lebensmittelbeschaffung essentiell. Gekocht wird frisch mit hochwertigen natürlichen Produkten, wenn immer möglich aus der Region.

Und wenn immer möglich heisst hier auch: Wenn immer möglich. So beziehen die Heime ihr Fleisch von der lokal+fair – Metzgerei Hotz Uster, das Brot von der Ustermer Bäckerei Vuillat und Gemüse und Obst wird ebenfalls aus der Umgebung bezogen. Künftig wird sogar der Most von der lokal+fair-Mosterei Hürlimann Eingang ins Sortiment finden: Eine Win-Win Situation für alle Beteiligten und ein Pionierbeispiel, das zeigt, welche Wirkung die Zusammenarbeit lokaler Produzierender mit öffentlichen Verpflegungseinrichtungen entfalten kann. Ein wichtiger erster Schritt – aber mit Sicherheit nicht der letzte.





lokal+fair-Partner: Open Food Network

Der Verein Open Food Network Schweiz unterstützt Landwirtinnen und Landwirte und Gemeinschaften dabei, digitalisierte Hofläden aufzubauen und sich in regionalen Direktvermarktungsnetzwerken zu vernetzen. Ziel ist ein faires, transparentes und lokales Lebensmittelsystem, das allen Beteiligten mehr Selbstbestimmung ermöglicht.

Durch die Förderung kurzer Lieferketten stärkt der Verein die Relokalisierung unserer Ernährung, sorgt für mehr Transparenz im Handel und setzt sich für eine gerechte Entlohnung der Produzent:innen ein.

Im Zentrum steht eine Open-Source-Plattform, die speziell für den Onlinehandel mit Lebensmitteln entwickelt wurde – gemeinschaftlich und weltweit von zahlreichen Freiwilligen. Sie wird laufend verbessert und bietet eine flexible Lösung für Direktvermarkter:innen.

Möchten Sie Ihre eigenen Produkte online verkaufen? Das Open Food Network bietet regelmässig kostenlose Webinare an, in denen Sie die Funktionen und Potenziale der Plattform kennenlernen können. Mehr Informationen finden Sie unter:

www.openfoodswitzerland.ch





lokal+fair-Betriebe: nachhaltige und kurze Lieferketten erfolgreich praktiziert

Bisher haben wir jeweils einzelne engagierte lokal+fair-Betriebe aus Produktion, Verarbeitung und Verkauf vorgestellt. Heute präsentieren wir Ihnen zwei lokal+fair-Betriebe, die eine regionale Wertschöpfungskette am oberen Zürichsee aufgebaut haben und diese erfolgreich betreiben:

Bruhin-Mühle

Christian Bruhin führt mit seiner Frau Rosemarie neben einem Bauernbetrieb eine Mühle, die sich auf die Produktion und Vermarktung von regionalen Produkten aus dem Linthgebiet spezialisiert hat. Dazu gehören beispielsweise traditionelle Produkte wie Ribelmehl oder Polenta, aber auch der Zürichsee Dinkel, der auf einer 100-jährigen Steinmühle zu hochwertigem Mehl verarbeitet wird. Ein grosser Teil der Produktion geht in den regionalen Absatz, wie beispielsweise an die Bäckerei Tschirky nach Schmerikon.

Bruhin-Mühle:

<https://lokalundfair.ch/hofe-und-restaurants/bruhin-muehle/>

Bäckerei Tschirky

Die junge Generation mit Silvan und Marcel Tschirky betreibt vier Standorte am oberen Zürichsee mit dem Erfolgsrezept "Beste Zutaten aus unserer Region". Das regionale Lieferantennetz wird laufend ausgebaut. So wird ein Grossteil der Milchprodukte, Eier, während der Saison auch Früchte und auch der Dinkel direkt bei regionalen Partnerbetrieben beschafft. Das Fleisch kommt von regionalen Metzgereien. Ein weiteres Erfolgsrezept: Sie sind bereit, für die hochwertigen regionalen Rohstoffe einen Mehrpreis zu bezahlen. Eine faire Preisbildung ist also garantiert.

Bäckerei Tschirky: <https://tschirky.swiss/zuerisee-dinkel/>





Weitere Artikel

[Crowdfunding Pudelwohl 2.0: Ein Bioladen geht neue Wege](#)

[Wettbewerb im Detailhandel: FMS begrüsst Abschluss der Markant-Untersuchung](#)

[FMS-Projektserie: So geht fair. Wie Schweizer Unternehmen Fairness und Transparenz in die Praxis umsetzen](#)

[Klarer Blick und Transparenz](#)

[Landwirtschaft am Limit: Zwei Drittel können nicht kostendeckend produzieren](#)

→



Monatsbericht **August 2025**

Es ist ein Meilenstein im Engagement von Faire Märkte Schweiz: Coop lenkte ein – den Produzentinnen und Produzenten bleiben 12 Millionen Franken Rückerstattung an Coop erspart. Dies belegt, dass die Kosten-Nutzen-Bilanz von Fairness-Interventionen in den Agrar- und Lebensmittelmärkten ausgesprochen positiv ausfällt: Mit unserem Einsatz im Umfang eines tiefen fünfstelligen Betrages konnten wir 12 Millionen für fairere Handelsbeziehungen herausholen. Viele Betriebe haben sich spontan und mit sehr positiven Rückmeldungen bei uns gemeldet. Ihre Botschaft war eindeutig: FMS sollte für sein Engagement künftig von der Landwirtschaft auch finanziell unterstützt werden. Dafür braucht es mehr Rückhalt von offizieller Seite – zum Beispiel von den zuständigen Produzentenorganisationen.

In den Kurzmeldungen informieren wir über die Ergebnisse der Selfcheck-Auswertungen, die verdeutlichen, dass der wirtschaftliche Druck durch unfaire Handelspraktiken weiter zugenommen hat. Besonders ans Herz legen möchte ich Ihnen in diesem Zusammenhang den Bericht zu unserer neuen Serie "So geht fair".

Haben Sie sich den [nationalen lokal+fair-Tag vom 20.9.2025](#) reserviert? Wir stellen die Events vor.





Im Fokus

Der Druck hat gewirkt: Coop lenkt ein

Mit [“Wie sich Schweizer Gemüsebauern erfolgreich gegen Coop durchsetzten”](#) in den Tagesanzeiger-Blättern, [“David contre Goliath”](#) in der Westschweizer 24heures oder [“Coop krebst zurück – kein Abzug für Produzenten”](#) auf der Frontseite vom Schweizer Bauer wird die Brisanz dieses Falles offensichtlich: Coop hat ihre geplante Konditionenvereinbarung mit den Gemüse-, Obst- und Beerenlieferantinnen nach erheblichem Widerstand zurückgezogen. Der Entscheid, auf die Bonusforderungen in Höhe von bis zu 3 % des fakturierten Umsatzes zu verzichten (entspricht rund 12 Mio. jährlich), ist ein wichtiger Erfolg für die betroffenen Produzentinnen und Produzenten. Dies ist ein Etappensieg; strukturelle Machtprobleme bleiben jedoch ungelöst ([wir berichteten](#)).

Auch in Politik und Rechtswissenschaften ist unsere Anzeige bei der Weko und der Entscheid von Coop auf grosses Interesse gestossen. Denn im Zusammenhang mit dem Entscheid des Nationalrates in der Sommersession ([wir berichteten](#)), der eine Verwässerung des Kartellgesetzes in diesen Punkten zur Folge haben würde, haben die Experten diesen Fall als explizites Beispiel genannt, wie wichtig die striktere Haltung des Ständerates ist. Wir sind diesbezüglich – zusammen mit unseren befreundeten Organisationen vom Gewerbe – bei der WAK-S vom 28.8.25 nahe dran und auch im Hinblick auf die Debatte im Ständerat der Herbstsession.





Kurzmeldungen

Alarmierende Abhängigkeit – Landwirtschaft am Limit

Eine aktuelle Auswertung des [FMS Fairness Self-Check](#) im Auftrag von diversen Produzentenorganisationen zeigt: Zwei Drittel der Schweizer Landwirtschaftsbetriebe produzieren nicht kostendeckend (vgl. [Artikel Schweizer Bauer](#)). Befragt wurden 144 Betriebe. Über die Hälfte ist stark von wenigen Abnehmern abhängig, in der Romandie sogar 70 %. Preise, Mengen und Qualitätsanforderungen werden meist einseitig diktiert – fast die Hälfte erlebten bereits Vertragsänderungen durch Abnehmer. Rund 70 % tragen Produktionsrisiken wie Wetter oder Krankheiten allein. Fehlende Marktdaten verschärfen die Lage: 45 % haben keinen Zugang zu relevanten Informationen, über 60 % kennen ihren Wertschöpfungsanteil am Konsumentenfranken nicht. Auch bei den landwirtschaftlichen Produktionsmitteln wie Dünger und Pflanzenschutz klagen viele über intransparente Strukturen und marktmächtige Anbieter. Nur ein Drittel kennt und nutzt unabhängige Beschwerdestellen (vgl. [hier](#)). FMS fordert deshalb dringend glaubwürdige Anlaufstellen und wirksame Massnahmen in der Revision der Agrarpolitik gegen Machtmissbrauch und für faire Marktbedingungen.





Neue Projektserie “So geht fair” mit Gemüsehändler Marinello + Co AG

Unsere Organisation engagiert sich für faire und transparente Märkte. Was dies in der Praxis von Schweizer Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor bedeutet und welche Herausforderungen damit einhergehen können, wird in der neuen Projektserie “So geht fair” beleuchtet.

Den Anfang macht der Gemüsehändler [Marinello + Co AG](#), der im Zürcher Engrosmarkt beheimatet ist und die Gastronomie in und um Zürich täglich mit frischen Früchten, Gemüse und weiteren ausgewählten Produkten beliefert. Gemeinsam mit den Mitarbeitenden definierte Werte wie Vertrauen, Verantwortung und Fairness prägen das tägliche Handeln. Fairness bedeutet für Marinello Respekt, Wertschätzung, faire Entlohnung und Produzentenpreise sowie langfristige Partnerschaften. Sie unterstützen Produzent:innen auch in schwierigen Zeiten, legen ihre Margen offen und setzen auf Dialog statt Labels. Dabei versteht Marinello Fairness nicht als starres Prinzip, sondern als einen lebendigen Aushandlungsprozess. Herausforderungen wie Preisdruck oder wachsender Marktmacht begegnen sie mit Transparenz, Kooperation und dem Ziel, stabile Beziehungen vom Feld bis zum Teller zu schaffen.





Nationaler lokal+fair-Tag am 20.9.: Übersicht Events

Am Samstag, 20. September 2025 heisst es zum zweiten Mal: nationaler lokal+fair-Tag! Spannende Betriebe in der ganzen Schweiz öffnen ihre Türen, zeigen ihre Produkte und laden dazu ein, Regionalität, Fairness und Nachhaltigkeit hautnah zu erleben. Nutzen Sie den Tag, um Höfe und Betriebe in Ihrer Umgebung zu besuchen, mit den Menschen vor Ort ins Gespräch zu kommen und Neues kennenzulernen. Von Degustationen diverser mit Herzblut hergestellter Produkte, Vorstellung spannender neuer Direktvermarktungsprojekte bis zu Bauernhof-Erlebnistagen ist für jeden Geschmack etwas dabei. In zwei Gastronomie-Betrieben in Zürich und Bern findet zudem in der Woche vom 16.-19. September eine lokal+fair-Woche mit überraschenden Kreationen und spannenden Geschichten statt.

Die Übersicht aller Events finden Sie auf der [lokal+fair-Webseite](#).

Das Projekt lokal+fair wird ermöglicht durch die Trägerschaft von Partnern und Förderstiftungen. Die [Stiftung Mercator Schweiz](#), die [Hans A. Bill Stiftung](#) sowie die Walter Haefner Stiftung engagieren sich für die Anliegen von Faire Märkte Schweiz und ermöglichen die Verankerung und Ausdehnung des Projekts [lokal+fair](#). Die Lotteriefonds des Kantons Zug und des Kantons Luzern ermöglichen mit ihren Beiträgen die Umsetzung des Projekts [lokal+fair](#) in ihren Kantonen und tragen damit dazu bei, die Direktvermarktung und Kreislaufwirtschaft direkt vor Ort zu fördern.





Umfrage zur Förderung lokaler & fairer Produkte in der Zürcher Gastronomie

Sarah Gonzenbach von der ZHAW möchte in Zusammenarbeit mit FMS in ihrer Masterarbeit herausfinden, mit welchen Massnahmen lokale & faire Produkte in der Zürcher Gastronomie gefördert werden können und was die wichtigsten Hürden sind, die eine höhere Nachfrage verhindern. Ihre [Umfrage](#) richtet sich an Gastronominnen und Gastronomen und Küchenverantwortliche aus dem Kanton Zürich. Unter allen Teilnehmenden werden zudem 5 x 50 CHF Gutscheine für ein regionales Lokal verlost. Sie bedankt sich für Ihre Teilnahme und das Weiterleiten des Links an interessierte Personen.

Heime Uster – unsere ersten lokal+fair-Systemgastronomen

Die Heime Uster verpflegen Bewohnenden, Mitarbeitenden und Gäste an zwei Standorten mit Frische-Küchen, die individuell auf Bedürfnisse und Voraussetzungen eingehen. Neben Genuss und Qualität haben lokale Produkte einen hohen Stellenwert – konkret und vor Ort.

Saisonalität, Regionalität und Nachhaltigkeit prägen Einkauf und Menügestaltung. Als lokal+fair-Systemgastronomen setzen die Heime auf Herkunft aus der Umgebung: Fleisch kommt von der Metzgerei Hotz Uster, Brot von der Bäckerei Vuillat, Obst und Gemüse ebenfalls aus der Region. Frisch, hochwertig, natürlich – eine Gastronomie, die den Worten im Leitbild Taten folgen lässt.

Nicht nur Bewohnende, auch Gäste sind in den Restaurants Terrasse und Paradiso willkommen. Ein Besuch lohnt sich!

Mehr Informationen: www.heime-uster.ch. Zum lokal+fair-Portrait: <https://lokalundfair.ch/hofe-und-restaurants/heime-uster/>





Weitere Artikel

[Coop lenkt ein – Rückvergütung von 3% vom Tisch](#)

[lokal+fair Tag 2025 – Events](#)

[Nationaler lokal+fair-Tag auf dem Leimbihof – Samstag, 20. September 2025, ab 10.00 Uhr](#)

→



Monatsbericht

September 2025

Der September stand ganz im Zeichen von lokal+fair: Mit dem nationalen lokal+fair-Tag am 20. September konnte der FMS und seine Partner bei strahlend schönem Spätsommerwetter einmal mehr zeigen, wie viel Begeisterung, Qualität und Vielfalt in lokal und fair produzierten Lebensmitteln steckt. 16 Anlässe in der ganzen Schweiz haben eindrücklich vor Augen geführt, wie wichtig kurze und direkte Absatzwege, faire Preise und die Nähe zwischen Produzierenden und Konsumierenden sind.

Im Gastbeitrag in der BauernZeitung zieht FMS-Präsident Stefan Flückiger zudem eine ausgesprochen positive Kosten-Nutzen-Bilanz unserer Intervention bei der Weko im Zusammenhang mit der von Coop angekündigten Rückerstattungspflicht von 3 % für Gemüse-, Obst- und Beerenlieferanten. Ein starkes Signal für mehr Fairness im Markt! Gleichzeitig ist klar: Ohne konkrete Rahmenbedingungen wird es künftig noch schwieriger, gegen missbräuchliche Verhaltensweisen marktmächtiger Unternehmen vorzugehen. Die laufende Debatte im National- und Ständerat zur Revision des Kartellgesetzes zeigt deutlich, wie dringend es verbindlicher Regeln bedarf, um die Bildung schädlicher Kartelle und Marktmachtmissbräuche wirksam einzudämmen – wichtig für uns alle, ob im Alltag oder für das Funktionieren unserer Systeme.





Im Fokus

Wie hoch ist der Preis für Fairness-Interventionen?

Wie dem [Gastbeitrag](#) in der BauernZeitung entnommen werden kann, fällt die Kosten-Nutzen-Bilanz von Fairness-Interventionen in den Agrar- und Lebensmittelmärkten sehr positiv aus. Doch wie hoch ist ihr Preis? Nehmen wir die erfolgreiche FMS-Intervention bei der Weko gegen Coop: Die dafür eingesetzten Aufwände des FMS belaufen sich auf rund 30'000 Franken. Diese Aufwände müssen durch Einnahmen oder Vergütungen gedeckt werden – wie durch entsprechende Gegenleistung der profitierenden Branche für die von FMS erbrachten Leistungen. Oder müsste 12 Millionen Franken auf dem Preisschild stehen, was dem kalkulierten jährlichen Nutzen für die Gemüse-, Obst- und Beerenproduzenten entspricht, die von der Coop-Rückerstattungspflicht von 3% befreit wurden?

Besorgniserregend ist, dass der FMS bisher nur unvollständig Zuwendungen erhalten hat. Das bedeutet: Dem FMS fehlen genügend Spenden und Zuwendungen für seine Leistungen. Zukünftig werden wir die für eine kleine Organisation wie FMS hohen Kosten von Interventionen gegen unfaire Handelspraktiken nur tragen können, wenn wir mit finanzieller Mitträgerschaft auch aus der Branche rechnen können. Aktuell laufen erste Anfragen bei Verbänden. Fakt ist, dass Zuwendungen an Faire Märkte Schweiz für weitere Interventionen ein grosses Potenzial mit sich bringen, von dem die Landwirtschaft noch weit mehr profitieren kann. Der FMS ist für seine Arbeit auf diese Zuwendungen sowie auf allgemeine Spenden von Stiftungen und [Privaten](#) angewiesen – ohne diese können wir unsere Arbeit nicht umsetzen oder fortführen.





Kurzmeldungen

Rückblick nationaler lokal+fair-Tag

Am 20. September fand zum zweiten Mal der nationale lokal+fair-Tag statt. In der ganzen Schweiz luden auf Einladung des FMS lokal+fair-Betriebe an total 16 Anlässen zu Degustationen, Führungen durch die Produktion, der Vorstellung eines neuen Direktvermarktungsprojekts in Luzern oder einem lebendigen Wochenmarkt in Stäfa ein. Das Restaurant Zoe in Bern und die Kantine Hermetschloo in Zürich gestalteten sogar eine ganze lokal+fair-Woche mit kreativen Gerichten aus regionalen Zutaten. Diesjähriger Hauptanlass war ein Erlebnistag auf dem Zürcher Leimbihof: Besucherinnen und Besucher erhielten Einblicke in die Landwirtschaft, trafen Produzierende und genossen Spezialitäten vom Grill sowie Hofladenprodukte. Auch die Politik war vertreten: Stadtrat Andreas Hauri und Bernhard Koch, Leiter Landwirtschaft Grün Stadt Zürich, betonten mit ihren Festansprachen die Bedeutung fairer, lokal produzierter Lebensmittel für die Strategie Nachhaltige Ernährung.

Rückblick Herbstsession: Revision Kartellgesetz und Positives zur Transparenz

In der Revision des Kartellgesetzes droht die Gefahr, dass die Bildung besonders schädlicher Kartelle erleichtert werden soll (KG Art. 5 Abs. 1bis). Damit haben die Wirtschaftsverbände mit ihren Anträgen im [Nationalrat](#) Erfolg gehabt. FMS widmete sich auch da dem Lobbying. Der [Ständerat](#) hielt dagegen und will nun zuerst Alternativanträge in seiner zuständigen Kommission prüfen. Auf der anderen Seite wird die Regelung zur relativen Marktmacht leider deutlich aufgeweicht (KG Art. 7 Abs. 3). Wir werden nach der Differenzbereinigung in der Wintersession wieder darauf zurückkommen.





Sehr Positives ereignete sich am vorletzten Tag der Herbstsession im Ständerat: Faire Märkte Schweiz hat sich mit früheren Vorstössen schon mehrmals erfolglos für mehr Transparenz entlang der Wertschöpfungskette eingesetzt. Nun hat sich die Weisheit vom ‚steten Tropfen‘ erneut bestätigt. Die Parlamentarische Initiative [“Für eine wirksame Preisbeobachtung in der Lebensmittelkette”](#) will bei der Preisbildung, den Margen und den Kosten in der ganzen Lebensmittelkette mehr Transparenz schaffen. Nach dem Nationalrat hat nun der Ständerat mit 21 zu 18 Stimmen relativ knapp zugestimmt. Die Initiative wird nun in der Kommission des Nationalrates weiter bearbeitet. Wir werden Sie auf dem Laufenden halten.

“So geht fair” mit dem Metzgerhuus in Füllinsdorf

FMS engagiert sich für faire und transparente Märkte. Was dies in der Praxis von Schweizer Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor bedeutet, wird in der Projektserie “So geht fair” beleuchtet.

Die Metzgerhuus Stadt und Land AG in Füllinsdorf BL wurde 2025 von fünf Metzgerfamilien, dem Metzgermeisterverband beider Basel, der Genossenschaft Basler Metzger und dem Hof Weber gegründet. Als Teil eines kantonalen PRE-Projekts stärkt sie die regionale Wertschöpfung: Schlachtungen erfolgen unter modernen, kleingewerblichen Bedingungen mit Fokus auf Tiere aus der Region, kurzen Transportwegen und Tierwohl. Neben Schlacht- und Zerlegearbeiten bietet das Haus Direktvermarktern, Metzgereien und Gastronomie massgeschneiderte Lösungen sowie einen 24h-Selbstbedienungsladen für Privatkunden. Wöchentlich werden ca. 30 Rinder, 30 Kälber, 100 Schweine und 20 Schafe aus der Region verarbeitet. Alle Tiere erfüllen mindestens den IP-Suisse-Standard. Transparenz, faire Partnerschaften und vollständige Tierverwertung (nose to tail) prägen den Betrieb. Wir wünschen dem jungen Geschäftsführer Raffael Jenzer viel Erfolg.





lokal+fair-Betrieb: Hans Peter Hediger

Bei Hans Peter Hediger dreht sich alles um Vielfalt – auf dem Feld wie in der Verarbeitung. Auf seinem Hof wachsen seltene, alte Obstsorten, biologisch und mit grosser Sorgfalt gepflegt. Aus Früchten, Beeren und Obst entstehen vielfältige Produkte, ausgezeichnet mit den Label von Pro Specie Rara, Bio Suisse und Hochstamm Suisse. Erhältlich sind sie im 24h geöffneten Selbstbedienungs-Hofladen oder im Internet. Seit 2000 bewirtschaftet der gelernte Naturschutzexperte zusammen mit seiner Frau und Tochter den Hof und berät zudem zu naturnahen Lebensräumen. Im Rahmen vom diesjährigen nationalen lokal+fair-Tag fanden Führungen durch den Obstgarten und die Produktion sowie ein Schaumosten statt und es gab feine Köstlichkeiten vom Grill.

Zum Onlineshop: www.hediger-hp.ch/onlinestore

Spenden Sie jetzt

FMS ist eine gemeinnützige Organisation. Die Tätigkeiten des Vereins können nur mittels Spenden und Zuwendungen umgesetzt werden. Ohne diese kann der FMS nicht tätig sein. Und deshalb heisst es: Wir brauchen Ihre Unterstützung! Setzen Sie sich noch heute ein und unterstützen Sie den FMS und seine Tätigkeiten für Mensch, Tier und Umwelt mit Ihrem Beitrag: IBAN CH87 0070 0114 8082 9030 6 oder online [hier auf der Webseite](#).

Weitere Artikel

[4-Gang-Menu und Gespräch zu Preisbildung und Lebensmittelqualität – am lokal+fair-Event im Klettgau](#)

[Nationaler lokal+fair-Tag: Ein Zeichen für regionale Lebensmittel und fairen Handel](#)

[FMS-Projektserie: So geht fair. Wie Schweizer Unternehmen Fairness und Transparenz in die Praxis umsetzen](#)





Monatsbericht

Oktober 2025

“Bio-Lebensmittel kosten im Laden massiv mehr. Aber die Menschen, die diese herstellen, erhalten nur einen Bruchteil des Aufschlags.” So berichtet der [Beobachter](#) über die neueste Veröffentlichung der [FMS-Preismonitor-Studie](#). Sie zeigt: Es gibt leichte Verbesserungen – aber es bleibt noch viel zu tun.

Für grosse mediale Aufmerksamkeit sorgte zudem das ‘Pfänderli’. Nach der Ankündigung von Aldi, das 500g-Halbweiss- und Ruchbrot neu für den KampfpPreis von 0.99 Franken anzubieten, folgten die anderen Detailhändler prompt. Da FMS im Brotgetreidemarkt bereits mehrere Marktverzerrungen festgestellt hat, beobachten wir die Entwicklungen genau und prüfen, ob ein möglicher Verkauf unter Einstandspreis wettbewerbsrechtlich relevant sein könnte.

Erfreuliche Nachrichten kommen aus der Romandie: In Meyrin (GE) konnte der FMS in der französischsprachigen Schweiz den ersten lokal+fair-Award überreichen. Die Gemeinde zeigt beispielhaft, wie öffentliche Ernährungspolitik konsequent auf Nachhaltigkeit, Fairness und lokale Produktion ausgerichtet werden kann, und welchen Nutzen das für Bevölkerung, Umwelt und Tierwohl hat.





Im Fokus

FMS-Preismonitor 2025: Bio- und Labelprodukte weiterhin benachteiligt

Die vierte Ausgabe der [FMS-Preismonitor-Studie](#) zeigt: Wer Bio- oder IP-Suisse Produkte kauft, zahlt deutlich mehr – doch bei den Produzierenden kommt nur ein kleiner Teil dieses Aufpreises an. Eine leichte Entspannung gibt es bei den vier Produkten Vollmilch, Joghurt, Eier und Rindshackfleisch. Doch auch dort sind die Wertschöpfungsanteile für die Bio-Produkte kleiner als beim konventionellen Produkt.

Besonders stark ist die Schieflage beim Fleisch: Beim Bio-Hinterschinken fliessen nur etwa 12 % des Ladenpreises an die Produzierenden, obwohl Bio-Kundinnen und Kunden bis zu 250 % mehr bezahlen. Auch bei Bio-Äpfeln, -Kartoffeln und -Karotten bleibt die Preisschere weit offen. Laut der von der FHNW im Auftrag von Faire Märkte Schweiz erstellten Studie verbleibt ein grosser Teil der Wertschöpfung bei Verarbeitung und Handel – während Produzierende, Umwelt und Tierwohl kaum profitieren.

Neu zeigt sich zudem eine stärkere Annäherung der Billiglinien (M-Budget und Prix Garantie) von Migros und Coop an die Discounterpreise. Dieser Wettbewerb ist grundsätzlich positiv, darf aber nicht auf Kosten der Produzentenpreise gehen. FMS beobachtet die Entwicklung genau, denn um die Transformation des Ernährungssystems in Richtung Nachhaltigkeit voranzubringen, braucht es dringend faire Produzentenpreise und eine insgesamt transparentere Preisbildung. Nur so können Bioprodukte für Konsumentinnen und Konsumenten erschwinglich werden und gleichzeitig eine umwelt- und tiergerechte Produktion gesichert werden.

[Mehr zu den aktuellen Ergebnissen](#)





Kurzmeldungen

Das '99-Rappen-Pfänderli': FMS prüft den Fall derzeit

Faire Märkte Schweiz setzt sich seit Längerem mit dem Getreide- und Brotmarkt auseinander. Er ist hoch konzentriert und nicht nur der Handel, sondern auch die Verarbeitung wird durch marktbeherrschende Unternehmen dominiert. Diese Marktkonstellation begünstigt missbräuchliches Verhalten, was FMS schon mehrfach aufgezeigt hat:

[Wichtige Rolle der Migros: Verzicht auf Brotpreiserhöhung: Erhöhung Produzentenanteil](#)

[Brotpreise steigen trotz höheren Billigimporten von Getreide](#)

[Mühlen-Kartell im Tessin?](#)

[Neue Untersuchung zeigt: längst fällige Systemkorrekturen würden Bauern Einkommensverbesserungen in Millionenhöhe verschaffen](#)

Im letzten Jahr hat FMS eine [Weko-Klage](#) zum Marktmachtmissbrauch im Mehlbereich eingereicht. Nun steht der Brotmarkt im Fokus, weil Aldi kürzlich den Preis beim Pfänderli auf 99 Rappen gesenkt und die Mitbewerber bzw. Grossverteiler den sofortigen Nachzug bekannt gegeben haben. In den vielen Medienberichten wurde den Konsumentinnen und Konsumenten der eklatante Unterschied zwischen der handwerklichen und der industriellen Herstellung von Lebensmitteln vor Augen geführt: Bei den gewerblichen Bäckereien liegt der kostendeckende Preis zwischen 3.50 und 5.00. Noch offen ist, wie die Kalkulation bei der industriellen Herstellung aussieht und ob der Verkauf unter Einstandspreis wettbewerbsrechtlich als problematisch eingestuft werden kann. Dies wird derzeit von FMS abgeklärt.





lokal+fair-Award Übergabe in Meyrin

Am 16. Oktober durften wir den Verantwortlichen der Stadt Meyrin GE den Award für vorbildliche Leistungen im Bereich lokal+fair übergeben. Meyrin verfolgt seit vielen Jahren eine Politik der nachhaltigen Entwicklung, die insbesondere auch die Fragen der Ernährung mit lokalen und regionalen Produkten umfasst. So hat die Stadt beispielsweise dafür gesorgt, dass ihre eigenen Dienststellen und Partnerbetriebe mit lokalen oder regionalen Produkten versorgt werden. Meyrin zeichnet sich durch den aktiven Dialog mit der Zivilgesellschaft aus und hat mehrere Initiativen der Bevölkerung unterstützt und mitgeprägt: Landwirtschaftliche Genossenschaft "[Ferme des vergers](#)", Genfer Lebensmittelkasse "Caisse genevoise de l'alimentation [Calim-GE](#)", Zusammenschluss der Direktvermarktungsbauern [MAPC](#) "Mouvement pour une Agriculture Paysanne et Citoyenne" oder das Projekt [Locali](#), das für eine neue Art des Konsums einsetzt. MAPC und Locali sind offiziell Partnerorganisationen von lokal+fair.

FMS-Projektserie «So geht fair»: Biofarm – ehrlich. sinnvoll. seit 1972

Die Genossenschaft Biofarm zeigt seit über 50 Jahren, wie Fairness und Transparenz in der Praxis gelebt werden können. Als Pionierin des Biolandbaus in der Schweiz fördert sie nachhaltige Landwirtschaft, stärkt Produzentinnen und Produzenten und bringt hochwertige Bio-Lebensmittel in den Handel. Mit klaren Grundsätzen sorgt Biofarm für faire Preise und stabile Partnerschaften: Alles, was angebaut wird, wird auch abgenommen – zu transparent kommunizierten Konditionen.





Ihre Stärke liegt in der Vermittlung zwischen Bauernhöfen und Markt: Sie trägt Vermarktungsrisiken, übernimmt Lagerhaltung und setzt sich für gerechte Wertschöpfung entlang der Lieferkette ein. Auch intern lebt Biofarm Fairness mit offener Kommunikation, flachen Hierarchien und grossem Vertrauen in die Mitarbeitenden. Trotz Markt- und Preisdruck bleibt das Ziel klar: gesunde Strukturen für eine faire, zukunftsfähige Landwirtschaft. [Der Bericht zur Projektserie «So geht fair».](#)

lokal+fair-Betrieb

DiräktÄcht aus Luzern

Die 2024 gegründete Genossenschaft DiräktÄcht aus Luzern verfolgt die Vision, frische Biolebensmittel möglichst direkt vom Feld und Stall auf den Teller zu bringen. Über die Online-Plattform können Konsumentinnen und Konsumenten ihre Lebensmittel bestellen und dabei genau nachvollziehen, woher ihre Produkte stammen und lokale Produzierende gezielt unterstützen. Diese bestimmen ihre Preise selbst – alle Zusatzkosten wie Lieferung oder Zahlungsgebühren werden transparent ausgewiesen. Bestellungen lassen sich bequem nach Hause liefern oder an einer Depotstelle im Quartier abholen.

DiräktÄcht will das Modell regionaler Ernährungssouveränität in der ganzen Zentralschweiz verbreiten und lädt Produzierende wie Konsumierende ein, sich auf der Plattform zu registrieren und von kurzen Wegen, fairen Preisen und regenerativer Landwirtschaft zu profitieren. Willkommen sind auch Kooperationen mit Solawis, Foodcoops oder engagierten Quartiervereinen.

Mehr Infos unter diraektaecht.ch. Alle lokal+fair-Betriebe auf der Webseite: www.lokalundfair.ch





Weitere Artikel

[Neue Studie zeigt: Bio-Produkte in der Schweiz werden benachteiligt](#)

[FMS-Projektserie: So geht fair. Wie Schweizer Unternehmen Fairness und Transparenz in die Praxis umsetzen](#)





Monatsbericht

November 2025

Die Chefredaktorin der Bauernzeitung Simone Barth geht in ihrer tiefgründigen [Analyse](#) unter dem Titel “Wie Discounterpreise die Landwirtschaft aushöhlen” auf unsere Eingabe bei den Wettbewerbsbehörden (Weko) ein. Sie stärkt damit die Diskussion zur Fairness und zu den Werten unserer Lebensmittel. Sie ruft Bäuerinnen und Bauern auf, nicht zu schweigen und schliesst ihren Beitrag mit dem Satz: “Aber wenn sie reden, verhandeln sie mit. Und wenn sie handeln – dann gestalten sie Zukunft. Eine, in der Brot wieder Wert hat.” Faire Märkte Schweiz handelt! Wir informieren darüber im Fokus-Beitrag.

Faire Märkte Schweiz hat sich in ihrem zweijährigen Bestehen auch im wissenschaftlichen Umfeld etabliert. Wir stellen Ihnen das Agripedia-Wissensportal vor. Sie finden dort neben den renommierten Tools auch unseren methodischen Ansatz zur Messung von Nachhaltigkeit und Fairness. Ganz am Schluss präsentieren wir Ihnen eine “Perle” in der Region Bern. Freuen Sie sich auf den Artikel über die Gemeinde Wohlen und einen ihrer engagierten lokalen Produzenten.





Und noch dies: Wenn der Druck in einem Markt zunimmt, dann spüren wir dies sofort über die Meldestelle oder andere Zuschriften, wie z.B. diese mit der abschliessenden Botschaft "Danke, dass sich Faire Märkte Schweiz meinem Anliegen annimmt. Die Bauern brauchen euch!"





Im Fokus

99-Rappen Pfänderli: FMS und die Bäcker gelangen an die Weko

Der Verein Faire Märkte Schweiz hat beim Sekretariat der Wettbewerbskommission (Weko) eine [umfassende Untersuchung der Marktverhältnisse eingefordert](#). Zum gleichen Zeitpunkt hat die Fribourger Sektion des Bäckermeisterverbandes bei der gleichen Behörde eine Anzeige eingereicht. Auch sie verlangt von der Weko rasch konkrete Schritte. Die unfaire Marktsituation ist zu entschärfen – und zwar bevor weiterer Schaden entsteht, indem gewerbliche Betriebe aus dem Markt gedrängt oder zusätzlicher Druck auf die inländischen Getreidepreise entsteht.

Aus Sicht von FMS sind die eklatanten Diskrepanzen bei den Verkaufspreisen, die im gewerblichen Betrieb vier oder fünfmal höher sein können – nicht nur Symptome von zwei ganz verschiedenen Herstellungsverfahren, sondern vor allem des strukturellen Marktversagens und von missbräuchlichem Verhalten im Brotmarkt.

Das Sekretariat der Weko sieht bisher keine Anhaltspunkte für unzulässige Wettbewerbsabreden und den Missbrauch von Marktmacht. Welche weiteren Massnahmen getroffen werden, sprechen wir nun mit der Fribourger Bäcker-Sektion zuerst ab.

In diesem Zusammenhang können wir auf ein Projekt aufmerksam machen, worin alle Akteure entlang der Produktionskette Brotgetreide angemessen entlohnt werden. Eine unserer Partnerorganisationen Progana hat [ein Projekt ins Leben gerufen](#), worin die Rückverteilung des Mehrwerts an die Produzenten transparent gemacht wird, damit diese den angestrebten Stundenlohn für den Anbau von Bio-Brotgetreide von 40.- pro Stunde erzielen.





Kurzmeldungen

Nationale Kampagne vom Verein zur Förderung fairer Milch: Unterzeichne diesen Aufruf!

Der Verein zur Förderung fairer Milch hat am 17. November an einer Medienkonferenz in Bern einen öffentlichen Aufruf (faire-milch-jetzt.ch) an die Migros lanciert. Der Verein fordert die Migros gemeinsam mit den KonsumentInnen auf, fair gehandelte Milch ins Angebot aufzunehmen und die Schweizer Milchwirtschaft zu erhalten. FMS hat sich bereits mehrfach für einen fairen Milchmarkt eingesetzt, u.a. mit dem Video: https://www.youtube.com/watch?v=-QLUN228B_0 (Berichte auf unserer Webseite, etwa [hier](#) und [hier](#)).

Agripedia-Wissensportal: Instrumente zur Bewertung der Nachhaltigkeit

Auf [Agripedia](#), dem Wissensportal von AGRIDEA, findet sich neu eine Übersicht von Tools zur Messung der Nachhaltigkeit im Schweizer Landwirtschafts- und Ernährungssystem. In kurzen Steckbriefen werden Instrumente vorgestellt, mit denen Betriebe, Unternehmen und Institutionen ihre Nachhaltigkeitsleistungen erfassen und verbessern können. Im Zentrum steht die Messung von Gemeinschaftsgütern – Leistungen, die der Markt kaum honoriert und für die es Messgrössen braucht, welche der Multifunktionalität der Landwirtschaft gerecht werden. Einige Tools richten sich an Praxisbetriebe und Akteure der Wertschöpfungskette, andere unterstützen Verwaltung, Politik oder Förderorganisationen als Entscheidungsgrundlagen.





Faire Märkte Schweiz stellt auf dem Portal den [Fairness Self-Check](#) vor. Er misst die Fairness in Handelsbeziehungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und schliesst damit eine Lücke vieler Bewertungsansätze. Ziel ist, Fairness und Transparenz künftig stärker in bestehende Nachhaltigkeitsinstrumente zu integrieren – ein Anliegen, zu dem Faire Märkte Schweiz bereits mit verschiedenen Unternehmen und Organisationen im Austausch steht.

Blick hinter die Kulissen: FMS-Vorstand und Beirat

Die strategische Führung des FMS und die fachliche Begleitung sind zentrale Pfeiler für strukturierte Planung und Ausrichtung an fundiertem Wissen und neuen Erkenntnissen. Im Herbstanlass des Beirats stellte Prof. Dr. Mathias Binswanger, FMS-Vizepräsident und Leiter des Beirats, den Zwischenstand des Forschungsprojekts 'Was ist fairer Preis' vor. Im anschliessenden Workshop diskutierten Beirat und Vorstand zwei zentrale Fragen: die nötige Mitträgerschaft der Branche, damit die Arbeiten des FMS weitergeführt werden können, und die ebenfalls wichtige Herausforderung, Öffentlichkeit und Zielgruppen klar aufzuzeigen, wie zentral faire Märkte sind für die Transformation zu Nachhaltigkeit – ganz konkret etwa für Umwelt und Tierwohl. Haben Sie eigene Gedanken dazu? Melden Sie sich bei uns: info@fairemaerkteschweiz.ch.

Der Vorstand überprüfte die Zielwerte mit Blick auf das Jahresende und legte die strategischen Grundpfeiler für 2026 fest. Bei den Jahreszielen zeigte sich, dass der FMS eine grosse Fülle an Erkenntnissen durch Forschung und Analysen erzielen, starke Netzwerke aufbauen, hohe Transparenz schaffen, wichtige Interventionen umsetzen, konkrete Lösungen wie mit dem Projekt lokal+fair ausrollen und eine äusserst breite Resonanz erzeugen konnte, welche die Basis ist für Dialog und echte Veränderung. Gleichzeitig zeigt sich: Der Handlungsbedarf ist enorm, und nur mit entsprechenden Finanzmitteln – Spenden und Zuwendungen – kann sich der FMS auch 2026 für Fairness, Umwelt und Tierwohl einsetzen.





Wohlen (BE) erhält den lokal+fair-Award des FMS

Die Gemeinde Wohlen (BE) wird für ihr Engagement für nachhaltige Ernährung mit dem [lokal+fair-Award 2025](#) des FMS ausgezeichnet. Wohlen fördert regionale Lebensmittel, unterstützt lokale Produzenten und stärkt die regionale Wertschöpfung. Die Gemeinde setzt dabei auf konkrete Initiativen: Das Bogen17-Restaurant wurde durch Raumplanung und günstige Mietkonditionen unterstützt, der Dorfmärkt ermöglicht lokalen Produzentinnen und Produzenten den direkten Verkauf an die Bevölkerung, und das soziale Projekt Culinaria liefert wöchentlich über tausend Mahlzeiten an Schulen, Kitas und Senior:innen – unter Berücksichtigung lokaler und regionaler Lieferanten, wie z.B. die Käserei Uetligen (siehe unten).

«Wohlen setzt ein klares Signal, dass lokale Produktion, nachhaltige Beschaffung und gesellschaftliches Engagement eng miteinander verbunden werden können.»

Stefan Flückiger, Präsident Faire Märkte Schweiz

Der 'Schweizer Bauer' berichtet zur Auszeichnung [hier](#). Zum Bericht auf der Gemeindewebseite Wohlen [hier](#).





lokal+fair-Betrieb

Käserei Uettligen

Käsermeister Christoph Rätz hat das Flair für guten Käse und edle Milchprodukte schon von seinem Vater geerbt. Zusammen mit seiner Frau Silvia führen sie den Familienbetrieb in Uettligen nahe bei Bern unter dem Logo „CHÄS & SO“. Das Hauptprodukt ist der Emmentaler AOP, der heute noch immer wie damals zum grossen Teil von Hand gemacht wird. Aus 1200 Liter frischer Rohmilch entsteht ein Emmentaler-AOP-Käselaiib. Immer grösser wird der Anteil der Milch der lokalen Bauern, mit der Käsespezialitäten oder Milchprodukte wie Frischmilch, Quark, Joghurt hergestellt wird.

Erfreulich ist die steigende Nachfrage v.a. aus dem Dorf, in Schulen und Alterheimen, aber auch aus der Region bis in die Stadt Bern. Deshalb eignet sich die Käserei Uettligen bestens als lokal+fair-Betrieb, in dem die landwirtschaftlichen Rohprodukte möglichst direkt verarbeitet und vermarktet sowie auf allen Stufen fair entschädigt werden. [Link](#)

Weitere Artikel

[99-Rappen-Pfänderli: FMS gelangt an die Wettbewerbsbehörden](#)

[Wohlen BE erhält den lokal+fair Award 2025 – Vorbildliche Förderung regionaler Lebensmittel und nachhaltiger Initiativen](#)

[Die Stadt Meyrin erhält den lokal+fair-Award 2025 – Eine vorbildliche Gemeinde für eine lokale und faire Lebensmittelpolitik](#)

[Faire Märkte Schweiz warnt: Marktkonzentration im Lebensmittelhandel in der Schweiz noch problematischer als in Deutschland](#)

→



Monatsbericht

Dezember 2025

Die Weihnachtstage liegen hinter uns, das neue Jahr steht vor der Tür. Diese Zeit zwischen den Jahren nutzen wir, um zusammenzufassen, was uns zuletzt beschäftigt hat – und Impulse zu geben, womit wir uns im kommenden Jahr weiter befassen werden. In unserem kurzen Rückblick bzw. Ausblick gehen wir unten darauf ein.

Angesichts des bevorstehenden neuen Jahres möchte ich einen Gedanken von Peter Block aufgreifen und mit unserer Thematik verbinden:

“Schliesslich kommt es darauf an, wie wir miteinander umgehen, wenn wir zusammenkommen und gemeinsam handeln.”

Peter Block betont die Bedeutung von Beziehungsqualität, Vertrauen und gegenseitigem Respekt für funktionierende Gemeinschaften. Diese Prinzipien lassen sich direkt auf faire Märkte übertragen: Marktwirtschaft funktioniert nicht nur durch Regeln, Preise oder Wettbewerb allein, sondern durch zwischenmenschliches Vertrauen, Integrität und faire Beziehungen zwischen den Beteiligten.





Im Fokus

Fragwürdige Studie zur Wettbewerbssituation gibt falsche Signale für Agrarpolitik

Spielt der Wettbewerb im Detailhandel? Zu dieser zentralen Frage hat das Bundesamt für Landwirtschaft eine [Studie](#) in Auftrag gegeben. Die [NZZ am Sonntag](#) hat mit einem kritischen Artikel darüber berichtet. Faire Märkte Schweiz nimmt im Artikel Stellung. Nationalrat Rüeegsegger (SVP Bern) hat ausserdem dem Bundesrat eine Anfrage zur [Governance-Problematik](#) der Autorenschaft gestellt. Zweifel am guten Funktionieren der Märkte hat auch die Wirtschaftskommission des Ständerates WAK-S. Mit ihrem [Postulat Wettbewerbssituation im Lebensmittelmarkt](#) hat sie die richtigen Fragen dazu gestellt. Leider lässt die Studie viele entscheidende Fragen unbeantwortet, was auch die [Fachmedien](#) dargelegt haben. Auch der 'Schweizer Bauer' analysiert das Thema (E-Paper [hier](#) oder Artikel [hier](#)).

Für FMS werden die Fragen zur Wettbewerbssituation und den Marktstrukturen entscheidend sein, ob in der nächsten agrarpolitischen Revision Fortschritte zur fairen Verteilung der Wertschöpfung und zur Markttransparenz gemacht werden können. In einer detaillierten Analyse hat FMS die offenen Fragen aufgelistet und dem Bundesamt für Landwirtschaft zugestellt. Die Antwort steht noch aus.





Kurzmeldungen

Kartellgesetz geschwächt: Unzulässige Verhaltensweisen marktmächtiger Unternehmen aufgeweicht

Die [Revision des Kartellgesetzes](#) bringt für die kleinen Betriebe, KMU, die Landwirtschaft und die Konsumentinnen und Konsumenten [bedeutende Nachteile](#). Zum einen wird die Bildung besonders schädlicher Kartelle erleichtert und die Norm für unzulässiges Verhalten marktmächtiger Unternehmen aufgeweicht. Neu wird die Weko die Missbräuchlichkeit einzelfallweise anhand anspruchsvoller Elemente überprüfen müssen. Zum anderen werden die Verfahren komplizierter und viele Vorteile werden rückgängig gemacht, die das Parlament mit dem Gegenvorschlag der Fair-Preis-Initiative erst vor vier Jahren beschlossen hat. Es ist ein falsches Zeichen für die Wettbewerbsbehörden, die in Zeiten zunehmender Marktkonzentration und fehlender Transparenz bessere Spielregeln schaffen müssten. Für Organisationen wie FMS wird es zukünftig schwieriger werden aufzuzeigen, dass gewisse Praktiken missbräuchlich sind. Die [Bauernzeitung](#) hat die Argumente von FMS aufgenommen.





International: Ernüchternde Nachrichten – Marktmachtproblematik bestätigt

Deutschland: Ende November hat die Monopolkommission bestätigt, dass die Marktmacht im Lebensmittelhandel problematisch ist. Die Gewinnmargen haben sich deutlich verschoben – weg von der Landwirtschaft, hin zu Industrie und Handel. Die Schere zwischen Erzeuger- und Verbraucherpreisen geht immer weiter auseinander. Die grossen Vier haben fast 90 % des Marktes und können damit gegenüber ihren Lieferanten zunehmend Druck ausüben und Preise diktieren.

Wir empfehlen Ihnen dazu folgende Publikationen:

[FFH_Hintergrundpapier_LEH_2025](#) und
[FFH_oxfam_ausgequetscht_RZ_DIGITAL](#)

EU: Fast gleichzeitig veröffentlichte die EU-Kommission ihre [Bewertung der Richtlinie über unlautere Handelspraktiken](#). Die Richtlinie verbietet die gravierendsten unlauteren Handelspraktiken in den Agrar- und Lebensmittellieferketten und soll im kommenden Jahr überarbeitet werden. Der neue Evaluierungsbericht der EU zeigt grossen Reformbedarf. Es kann nicht bestätigt werden, dass unlautere Handelspraktiken zurückgegangen sind.

Deutschland: Eine bedauerliche Nachricht, die Initiative „[Du bist hier der Chef!](#)“ stellt seine Arbeit auf Ende Jahr ein. Vorbild war die französische Initiative „C’est qui le patron?!\“, die im Jahr 2016 ebenfalls mit der Milch startete und inzwischen mehr als 30 Verbraucher-Produkte kreieren liess. Ziel ist, die Transparenz bei Qualität und Preis von Lebensmitteln zu schaffen und Landwirten eine faire Vergütung zu garantieren. Im Communiqué heisst es: „Der Hauptgrund sind die dicken Türen des Handels, die trotz vieler proaktiver Leistungsgespräche verschlossen blieben. Somit konnten sich weder die Verfügbarkeit, noch die Anzahl unserer Produkte elementar erhöhen.“ Zusammen wollten wir diese Initiative in die Schweiz bringen, erste Gespräche fanden bereits statt.





Rückblick und Ausblick – Schwerpunktthemen im neuen Jahr

Im Jahr 2026 wollen wir aufbauen auf dem, was der FMS die letzten zweieinhalb Jahre geschaffen hat: Transparenz und Eintreten für faire Märkte. Vieles konnte bereits erreicht werden, politisch, in der Netzwerkarbeit oder in Bezug auf marktmächtige Unternehmen. In 62 Medienmitteilungen und Blogbeiträgen berichteten wir in diesem Jahr über unser Wirken. Ein Meilenstein war die Mitteilung "[Coop lenkt ein – Rückvergütung von 3% vom Tisch](#)".

Noch mehr steht aber bevor: FMS setzt sich für eine tiefgreifende Transformation der Marktsysteme ein und setzt dies mit folgenden Schwerpunktthemen im Jahr 2026 um: tragfähige, faire Märkte für Produzenten und Konsumierende, die Nachhaltigkeit, Umwelt und Tierwohl berücksichtigen. Die Sensibilisierung wird im Zentrum stehen, um die genannte Transformation gemeinsam mit der Bevölkerung und mit starken Netzwerken anzugehen. Und politisch müssen die Forderungen des FMS zu Fairness und Transparenz in die Konzepte der zukünftigen Agrarpolitik (AP30+) Eingang finden. Ausserdem werden wir nahe bei der Bevölkerung sein und die Bewegung [lokal+fair](#) weiter voranbringen.





lokal+fair-Betrieb

Dorfladen Ennetmoos NW: Lokal – Wirtschaftlich – Füreinander

Die IG Dorfladen Ennetmoos hat am 9. Dezember 2025 die Dorfgemeinde an einem sehr gut besuchten Informationsabend über das neue [Ladenkonzept](#) informiert. Damit hat die IG Dorfladen einen weiteren Meilenstein erreicht, nachdem mit Expertinnen und Experten ein solider Businessplan erstellt wurde. Unter dem Motto «Wirtschaftlich – Lokal – Füreinander» entsteht in Zusammenarbeit mit der Gemeinde ein Dorfladen, von dem die lokale und regionale Wirtschaft speziell profitieren soll. Anknüpfend an die Tradition von Genossenschaften und Dorfläden ist das Konzept die strategische Antwort auf die Bedürfnisse der Einwohner und Einwohnerinnen von Ennetmoos. Die Bevölkerung reagierte sehr positiv auf das Ladenkonzept. Man ist sich einig: „Der Dorfladen Ennetmoos ist mehr als ein Geschäft“.

Weitere Artikel

[Kartellgesetz geschwächt – Norm für Kartelle und unzulässige Verhaltensweisen marktmächtiger Unternehmen aufgeweicht](#)