



**Faire Märkte
Schweiz+**

Jahresbericht 2023 / 2024

Langes Geschäftsjahr



Vorbemerkung zum Jahresbericht

Der vorliegende Jahresbericht von
Faire Märkte Schweiz (FMS) gibt Auskunft über:

Die durchgeführten Arbeiten und erreichten
Ziele der Aktivitäten und Projekte

Den finanziellen Verlauf und die finanzielle Situation
der Aktivitäten und Projekte

Die Aussichten für die weiteren Aktivitäten und Projekte



Editorial

Wandel ermöglichen – wie wir uns für faire Märkte stark machen

Rückblickend auf die ersten 18 Monate seit unserer Gründung wird deutlich: Wenn Menschen mit Expertise, Engagement und einer klaren Vision zusammenarbeiten, ist viel möglich – und zwar in kurzer Zeit.

Bereits zwei Monate nach der Gründung des Vereins Faire Märkte Schweiz konnten wir zentrale Grundlagen legen: Wir haben die Vereinsstruktur aufgebaut, eine Meldestelle mit Notrufnummer eingerichtet, eine öffentlich zugängliche Informationsplattform lanciert und erste Forschungsprojekte gestartet. Dieser rasche Aufbau war entscheidend – er ermöglichte uns, von Anfang an Wirkung zu entfalten.

Analysieren, aufzeigen, verändern

Heute liegen erste Ergebnisse aus mehreren Projekten und Forschungsarbeiten vor. Sie zeigen auf, wo Märkte aus dem Gleichgewicht geraten – etwa durch Machtkonzentration, Intransparenz entlang der Wertschöpfungskette oder unfaire Handelspraktiken. Diese fundierten Analysen liefern nicht nur Orientierung, sondern auch konkrete Empfehlungen für Politik und Wirtschaft. Parallel dazu haben wir mit Initiativen wie lokal+fair, gezielter Beratung über die Meldestelle und öffentlichkeitswirksamen Kampagnen direkt zur Sensibilisierung und Verbesserung beigetragen.

Ein wachsendes Netzwerk für Veränderung

Besonders erfreulich ist der Aufbau eines breit abgestützten Netzwerks: Fachpersonen, Institutionen, Betroffene und engagierte Unterstützende bringen ihr Wissen und ihre Energie ein. Gemeinsam gestalten wir die Grundlagen für faire Märkte – mit wissenschaftlicher Expertise, gesellschaftlichem Dialog und praxisorientierten Lösungen.





Editorial

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung

Dieser Weg wäre nicht möglich ohne das Vertrauen und den Einsatz vieler: des Vorstands, des Beirats, der Geschäftsstelle, unserer Mitglieder sowie zahlreicher Partner:innen – und nicht zuletzt dank der finanziellen Beiträge von Einzelpersonen und Institutionen, die unsere Arbeit ermöglichen.

Wir bleiben dran

Die Herausforderungen für faire und nachhaltige Märkte sind komplex – aber lösbar. Unser Ziel bleibt klar: Wir wollen mit Fachwissen, faktenbasierter Arbeit und wirkungsorientierten Ansätzen zur Transformation beitragen. Nur mit faireren Märkten schaffen wir den Wandel hin zu nachhaltigen Märkten. Für Märkte, die im Interesse aller funktionieren – auch im Interesse jener, deren Stimme sonst oft nicht gehört wird.

Danke für Ihr Vertrauen und Ihre Mitwirkung.



Dr. Stefan Flückiger,
Präsident



Inhaltsverzeichnis

[Seite 6](#)

1. Ziele und Grundlagen

[Seite 10](#)

2. Reporting: Durchgeführte Arbeiten und Erreichung der Ziele

- 2.1. Reporting mit Schlüsselindikatoren
- 2.2. Angewandte Forschungsprojekte
- 2.3. Wirkung nach aussen: Medial und soziale Medien
- 2.4. Politische Aktivitäten / Lobbying
- 2.5. Expertennetzwerk, Meldestelle und Anzeigen bei Wettbewerbsbehörden

[Seite 17](#)

3. Reporting: Finanzieller Verlauf und die finanzielle Situation

[Seite 18](#)

4. Abschliessende Beurteilung

[Seite 20](#)

5. Danksagung



1. Ziele und Grundlagen

Im Businessplan vom 13. Dezember 2022 zuhänden 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 Akteure 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 Unabhängigkeit 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.



2. **Reporting: durchgeführte Arbeiten und Erreichung der Ziele**

2.1. **Reporting mit Schlüsselindikatoren**

FMS überprüft 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 2023 / 2024 (verlängertes Geschäftsjahr aufgrund des Starts im Mai).

Generelle Erkenntnisse

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).

Konkret konnten bereits per April 2024 17 von 21 Wirkungszielen mit Zielperiode 12 / 2024 erreicht bzw. übertroffen werden. Aufgrund der hohen Wirkkraft und damit auch des hohen nachgewiesenen Bedarfs wurden daher die Zielwerte auf Mai 2024 nach oben korrigiert. Es ist erfreulich, dass auch per Ende 2024 alle Zielwerte mit Ausnahme von zwei übertroffen werden konnten, bzw. 19 von 21 Zielwerten übertroffen werden konnten. Dies zeigt, dass, siehe oben, der Handlungsbedarf sehr gross ist und eine entsprechende Organisation, die sich dieser Lücken in der Schweiz annimmt und auf Lösungen hinarbeitet, dringend gebraucht wird und die durch Massnahmen mögliche Wirkung noch grösser ist als bei der Gründung des Vereins identifiziert.





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 Eruierung 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.

Aufgrund der raschen und grossen Wirkungsergebnisse wurde zudem laufend evaluiert, dass sich der Ressourceneinsatz auf die Wirkungsbereiche konzentriert, wo eine Lücke besteht, wo der FMS eine besondere Expertise und Schlagkraft hat, die bestmöglich neben dem Aufzeigen von Problemen auch Hand bietet zu Lösungen, sowie auf jene Interventionspunkte, wo die Hebelwirkung am grössten ist zur Erreichung des übergeordneten Ziels: fairere und gerechtere Märkte zu schaffen, in denen ein förderlicher Wettbewerb im Interesse aller Akteure, insbesondere auch der schwächeren Vertragspartei, sichergestellt und letztlich die Transformation hin zu nachhaltigeren Märkten ermöglicht wird.

Speziell zu erwähnen sind die gezielten Kampagnenbeiträge zum Wohle der Tiere und der Umwelt (Strategisches Ziel 4):





Förderung nachhaltiger Labelprodukte:

FMS setzt sich mit vielfältigen Aktivitäten für eine umwelt- und tierwohlfreundliche Produktion von Bio- und Labelprodukten ein und sensibilisiert Konsumierende für deren Bedeutung. Mit dem Projekt Preismonitor zeigen wir zudem transparent auf, wie nachhaltig hergestellte Labelprodukte bei Grossverteilern und Discountern durch die aktuelle Preispolitik systematisch benachteiligt werden.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/neuberechnung-preismonitor-preisschere-beim-fleisch-geht-weiter-auseinander/>

Tierfreundliche Haltung benachteiligt:

Die Produzentenpreise für Milch mit Tierwohlmehrwerten (IP-Suisse Wiesenmilch) liegen unter den Preisen für konventionelle A-Milch. Die Produzenten werden für ihre Tierwohlmehrwerte nicht entschädigt, sondern sogar abgestraft. FMS fordert von den Akteuren die Behebung dieses Missstandes.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/nachhaltige-milchproduzenten-werden-benachteiligt/>

Weniger Labeltiere nachgefragt:

Die Migros wollte ihre Wirtschaftlichkeit zu Lasten der Tiere und der produzierenden Bäuerinnen und Bauern verbessern. Es betrifft v.a. die Labelprogramme und somit das Tierwohl (es sollen 40'000 tierfreundlich gehaltene Schweine weniger eingekauft werden). FMS hat dies aufgedeckt und mit gutem medialen Echo von Migros gefordert, die Nachhaltigkeitsversprechen zugunsten der Labelproduktion und der Tiere einzuhalten.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/massive-schwaechung-der-tierfreundlichen-haltung-migros-will-sparen-auf-kosten-von-bauern-und-tierwohl/>

Wer zahlt wirklich für die tiefen Fleischpreise?

Facheinschätzung von Faire Märkte Schweiz mit Information an alle Stakeholder.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/wer-zahlt-wirklich-fuer-die-tiefen-fleischpreise/>
<https://fairemaerkteschweiz.ch/preisoffensive-auf-kosten-der-produzenten/>





Ein weiteres Ziel setzte der FMS bei der Erreichung von Umwälzungen zu Fällen ausserhalb der Landwirtschaft im strategischen Ziel Marktmachtmissbrauch. Erste Resultate konnten hier erzielt werden mit den Analysen im Bereich Gastro und im Bereich Produktionsmittel und Vorleistungen.

Bei einem Zielwert zeigte sich, dass die Hebelwirkung grossem Widerstand der marktdominierenden Detailhändler begegnet: bei der messbaren Verkleinerung der Preisschere (Labelprodukte vs. Konventionell), dem 4. KPI im Fokusziel Nachhaltigkeit. Eine solche Verkleinerung ist bis jetzt noch nicht geschehen. Der FMS überprüft hier seine Zielwerte, Strategien und Massnahmen.

2.2. Angewandte Forschungsprojekte

Kurzbericht zu Ziel 1: Die Transparenzprojekte hatten in der Berichtsperiode oberste Priorität, weil unfaire Handelspraktiken und Marktverzerrungen oft mit Intransparenz zu tun haben. Mit verschiedenen Recherchen haben wir die Marktrelationen beleuchtet (Recherche Wiesenmilch, Recherche Milchmarkt und Getreide). In diesem Zusammenhang sind auch die Forschungsprojekte zu sehen, die wir zusammen mit der Fachhochschule Nordwestschweiz durchgeführt haben (Entwicklung eines Preismonitors), die v.a. die nachhaltige Produktion im Fokus hat. Davon profitiert die ökologische und tierfreundliche Produktion insbesondere.

Hier ist speziell zu erwähnen: Der Schweizer Tierschutz STS hat entschieden, die Labelstatistik vorderhand nicht weiterzuführen. Deshalb ist es umso wichtiger, dass Faire Märkte Schweiz in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Nordwestschweiz diese Zahlenreihen weiterführt (8 von 10 Produkten zeigen die Preisrelationen in der tierfreundlichen Haltung auf).

<https://fairemaerkteschweiz.ch/preismonitor>





2.3. Wirkung nach aussen: Medial und soziale Medien

Kurzbericht zu Ziel 2a: Die sehr erfreuliche Wirkung nach aussen wird hier speziell erörtert. Denn: Sowohl für die Erreichung von (mehr) Transparenz wie auch für die Bereitstellung der nötigen Relevanz und Sensibilität sowohl in der Politik (legislative Rahmenbedingungen) wie bei den Akteuren selbst (Wirtschaft) ist die öffentliche Bekanntmachung marktmisbräuchlicher Gegebenheiten, der für die Transformation nötigen Massnahmen und des Nutzens einer solchen sowie der Dialog zu denselben entscheidend. Hierzu konnte sich FMS wenige Monate nach der Gründung bereits als relevante Stimme positionieren (vgl. Bekanntheit, Demoscope). Noch entscheidender ist, dass FMS die eigenen Anliegen äusserst breit in die Öffentlichkeit und damit sowohl in die Bevölkerung wie zu den Entscheidungstragenden aus Politik und Wirtschaft tragen konnte. Die für Ende 2024 gesetzten Reichweitenziele konnten bereits per Q1 übertroffen werden, und zwischen Lancierung im Juli 2023 und Ende März 2024 erfuhr die Schweizer Bevölkerung (Messwert Personen über 18 Jahre) durchschnittlich 8.5 Mal von den Anliegen für Faire Märkte Schweiz – sehr erfreulich, wenn man bedenkt, dass man von drei Kontaktwerten ausgeht, die es braucht, bis sich ein Thema oder Anliegen verankern kann. Diese Zahl konnte bis Ende 2024 weiter gesteigert werden. Zufriedenstellend ist ebenfalls, dass die Webplattform hohe und steigende Zugriffszahlen verzeichnet und auch der Direkt-dialog über die Sozialen Medien den Zielwert per Ende 2024 erreicht und gar um das 3.5fache übertroffen werden. Dies heisst, dass Handlungsbedarf und Wirkungserzielung im Bereich Transparenz und Bekanntmachung sehr hoch ist und weiter entsprechend hinsichtlich der strategischen Ziele des FMS genutzt werden soll, sowie die erzielten Werte genutzt werden können, um die noch zu erreichenden Ziele verstärkt anzugehen.





Hier ist speziell zu erwähnen: Wie bereits unter Punkt 2.3. erörtert, ist die mediale Wirkung entscheidend, um die Zustände in der Produktion und entlang der Lieferkette zu verbessern. Die erfreuliche mediale Wirkung wirkt sich somit direkt auf das Tierwohl in den Ställen und die Umwelt sowie die Bekanntmachung der Mehrleistungen, welche die Produzierenden dafür erbringen, aus.

2.4.

Politische Aktivitäten / Lobbying

Kurzbericht zu Ziel 2b: Im Lobbying für politische Veränderungen haben wir bedeutende Erfolge erzielen können. Zum einen mit politischen Vorstössen und deren Unterstützung im Rat und zum anderen über die Behörden, indem wir Druck aufbauen und die Funktionsfähigkeit wichtiger Märkte oder Produktionsbedingungen in der Landwirtschaft verbessern.

Hier ist speziell zu erwähnen: Die Transparenz-Motion Munz: «Fairer Wettbewerb und gerechte Verteilung der Wertschöpfung mit Markttransparenz» wurde vom Nationalrat im Herbst 2024 mit 120 zu 57 Stimmen angenommen.

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaefft?AffairId=20243295>

Des weiteren haben wir eine Motion lancieren können, die den Bauern die Möglichkeit bietet, eine «Gegenmacht» aufzubauen und damit bessere Bedingungen für ihre Produkte zu erzielen.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/gegenmacht-aufbauen-gegen-das-preisdiktat-von-migros-und-coop>





Besonderen Erfolg kommt dem Erfolg zu, dass die Motion Knecht im Parlament abgelehnt wurde, und somit den versteckten Subventionen und der Bevorteilung von Grossmühlen der Riegel geschoben werden konnte.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/nationalrat-lehnt-motion-knecht-ab-nein-zu-versteckten-subventionen-im-getreidemarkt/>

Ebenso konnte erreicht werden, dass die Änderungsanträge von Nationalrätin Martina Munz und Nationalrätin Kathrin Bertschy gutgeheissen wurden, womit die Wiedereinführung wettbewerbsschädlicher Regelungen über das Zollabgabengesetz verhindert werden konnte.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/zollabgabegesetz-nationalrat-verhindert-wettbewerbsschaedliche-regelung/>

2.5. **Expertennetzwerk, Meldestelle und Anzeigen bei Wettbewerbsbehörden**

Kurzbericht zu Ziel 3: Der Aufbau eines Expertennetzwerkes hat stattgefunden. Viele dieser Experten sind in den Gremien «Vorstand» oder «Expertenbeirat» aktiv. Auch die installierte Meldestelle ist gut angelaufen. 60 Meldungen sind bis Ende 2024 eingegangen, also fast eine pro Woche, die uns wertvolle Hinweise zu Missständen und unfairen Handelspraktiken gegeben haben. Daraus sind auch viele Inputs eingeflossen, die in unseren Anzeigen an die Weko oder Strafuntersuchungsbehörden eingereicht worden sind.

Hier ist speziell zu erwähnen: Für unseren Expertenbeirat konnten wir kompetente Personen gewinnen, die uns im Bereich Tier- und Umweltschutz und Gastronomie unterstützen. Dies etwa die Bäuerin, Lehrerin und Grossrätin Colette Basler, die sich stark für die tierfreundliche Produktion engagiert. Dies trifft ebenfalls für die Agraringenieurin Floriane Gilliand und Patrick Honauer zu.

<https://fairemaerkteschweiz.ch/>



3. **Reporting: Finanzieller Verlauf und die finanzielle Situation**

Das Budget konnte im Jahr 2023 / 2024 eingehalten und eine ausgeglichene Rechnung erzielt werden.

Zur Nutzung der hohen Opportunitäten (s.o.) und damit der Verstärkung im Bereich Projekte (lokal+fair) und Kampagnen sowie gegebenenfalls Ressourcenstärkung in der Geschäftsführung wurden Umschichtungen gewisser Mittel vorgenommen und sFr. 75'000 Fördermittel vom 4. ins 2. Jahr transferiert. Diese Umschichtung muss bis Anfang von Jahr 4 (2026) ausgeglichen werden durch erhöhte Beiträge von Drittpartnern (Förderstiftungen). Einer der Schwerpunkte im 2024 lag daher in der noch stärkeren Akquise der entsprechenden Fördermittel sowie in der (geplanten) Diversifizierung der Einnahmequellen auch zusätzlich zu den Drittpartnern an Förderstiftungen (Mitglieder, Gönner). Es ist erfreulich, dass dies für das Jahr 2024 gelungen ist. Zentral wird nun sein, dass auch 2025 entsprechende Gönner und Unterstützer das Engagement finanziell unterstützen können.



4. **Abschliessende Beurteilung**

Der Verein Faire Märkte Schweiz hat in seinem ersten Geschäftsjahr (Mai 2023 bis und mit Dezember 2024) die vorgegebenen Ziele erreichen und Wirkung erzielen können zuhanden der Vision, fairere und gerechtere Märkte zu schaffen.

Er konnte den Fokus legen auf missbräuchliche Verhaltensweisen marktmächtiger Unternehmen sowie unfaire Handelspraktiken und entsprechende Fälle transparent aufzeigen, das Fehlen von angemessenen Produzentenpreisen mittels Studien und Analysen belegen, mittels Information, Vernetzung, Sensibilisierung und konkreten Projekten den Wandel hin zu nachhaltigen und tiergerechten Ernährungssystemen fördern, in denen die Konkurrenzfähigkeit zukunftstauglicher Produkte ansteigt, die Preise vermehrt nach den effektiven Kosten leistungsfähiger Betriebe kalkuliert werden (Kostenwahrheit inkl. Kosten Ökologie, Tierwohl) und das Wohlergehen von Mensch, Tier und Umwelt gefördert wird, den Dialog in der Gesellschaft zu Fairness und zukunftsweisenden Marktsystemen fördern und Empfehlungen formulieren zuhanden der Politik.

Die realisierten Erfolge haben einen konkreten Einfluss auf den Wandel hin zu einer nachhaltigeren, faireren und tiergerechteren Produktion und die Konkurrenzfähigkeit zukunftstauglicher und standortgerecht produzierter Produkte. Es profitieren direkt und indirekt die kleineren und mittleren Betriebe aus Landwirtschaft und Gewerbe und insgesamt die nachhaltigen Ernährungssysteme. FMS hat es geschafft, dass das Thema «Fairness» und «Transparenz» in der Nachhaltigkeitsdiskussion einen prominenten Fürsprecher erhalten hat, wovon im Kampf gegen Marktungleichgewichte die schwächeren Parteien am meisten profitieren, d.h. die Tiere, die Umwelt und der Mensch.





Durch externe Finanzierung durch Stiftungen war der FMS zum einen nicht auf unglaubliche Sponsoren angewiesen (einzelne Unternehmungen haben sich für eine finanzielle Unterstützung interessiert) und zum anderen wäre auch die finanzielle Unterstützung von Bauern- und Labelverbänden mit Abhängigkeiten verbunden gewesen.

Diese Finanzierung sicherzustellen und in eine breite Trägerschaft einzubetten ist neben der Umsetzung des Geschäftsganges zuhanden Erreichung der gesetzten Ziele und der Fortführung der erfolgreichen Arbeit in den Wirkungsbereichen Schwerpunkt von Faire Märkte Schweiz.



5. 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 gemeinnützigen Stiftung Hans A. Bill und die Walter Haefner Stiftung sowie an alle Spenderinnen und Spender für ihre Zuwendungen, die den Betrieb des Vereins und die Umsetzung der Wirkungsziele ermöglichten.