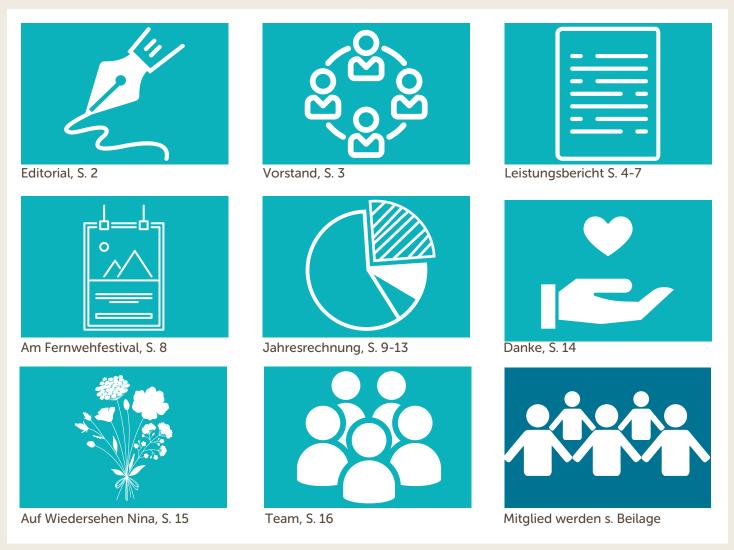


INHALTSVERZEICHNIS





Liebe Leserinnen und Leser

Neulich verbrachte ich ein verlängertes Wochenende in Lugano: Flanieren am See, der San Salvatore erhebt sich wie der berühmte Zuckerhut Rio de Janeiros, schicke Villen säumen die Hänge. Nach dem schweisstreibenden Aufstieg blicke ich auf eine Landschaft, die Norwegens steilen Fjorden in nichts nachsteht. Zurück in der Stadt geniesse ich den auf italienisch bestellten caffè – Weltreise im Kleinen, Fremdsprache inklusive.

Ein touristischer Neustart?

Wahrscheinlich haben auch Sie in den letzten zwei Jahren schöne Ecken der Schweiz neu entdeckt: erzwungenermassen, weil Reisen in weiter entfernte Länder nicht möglich waren oder unverantwortlich schienen. Oder aus Überzeugung folgend, um lange, anstrengende, unbequeme und den Klimawandel anheizende Flugreisen zu vermeiden?

Der Frühling 2022 bringt Öffnungen und frischen Wind. Die Lust zu reisen nimmt zu. Der Tourismus bereitet den Neustart vor. In welcher Form wird dieser, für viele Regionen in der Schweiz und global so wichtigen Wirtschaftszweig auferstehen? Haben die Destinationen die Zwangspause genutzt, um sich anders und neu auszurichten: Auf Tourist:innen aus der Region statt aus der Flugferne? Haben Regierungen Hilfspakete, Subventionen und Investitionen vorausschauend auf die Steigerung der Nachhaltigkeit ausgerichtet? Haben wir als Reisende unsere Träume angepasst und möchten die Qualität in der Nähe nicht mehr missen? Haben wir anstelle der Hektik von Wochenendausflügen in die Metropolen der Welt die Musse von längeren Aufenthalten an einem Ort schätzen gelernt?

Eine aufgeräumte Website

fairunterwegs bringt sich in all diesen Bereichen ein und gibt Hilfestellung, wie Reisen nachhaltiger und glücklicher geplant werden kann. Eine neue Webseite gibt Tipps für Geschäftsreisende, wie die nächste Dienstreise nicht nur klimaneutral, sondern auch mit positiven Auswirkungen im Sozialen gebucht werden kann. Im Austausch mit Politiker:innen forderten wir die Schweiz auf, mit der in der Coronakrise dringend notwendigen finanziellen Unterstützung Nachhaltigkeit zu stärken. Zum Beispiel indem Hotels sich der neuen Initiative von Schweiz Tourismus "Swisstainable" anschliessen. Und unser online Portal gibt bewährte und neue Tipps, wie sich das Fernweh mit gutem Gewissen stillen lässt: mal mit einem guten Essen aus Mexiko, einem spannenden Film aus dem Libanon. Und hin und wieder mit einer längeren Reise.

Wir haben das letzte Jahr genutzt, um die Webseite aufzuräumen und übersichtlicher zu gestalten, so dass Sie all diese Informationen einfacher finden. Ein Blick rein lohnt sich!

Nun wünsche ich Ihnen spannende Einblicke in unser Vereinsjahr 2021 und grüsse herzlich,

Eva Schmassmann Präsidentin fairunterwegs



Der Vorstand: sechs engagierte Persönlichkeiten

335 Stunden unbezahlte Freiwilligenarbeit















Leistungsbericht

Trotz Turbulenzen und Unwägbarkeiten bleibt fairunterwegs auch 2021 auf dem in der Strategie 2020 bis 2024 festgehaltenen Kurs: Vermittlung von Handlungswissen für einen Tourismus, der die Menschen in den Destinationen und die Umwelt respektiert.

1.Umfeld

Das folgende Umfeld hat die Tätigkeit von fairunterwegs im vergangenen Jahr geprägt – und wird es auch im laufenden Jahr tun.

1.1. Reisende im luftleeren Raum

Die psychosoziale Situation in Sachen nachhaltigerem Reisen zeigte sich beim Abklingen der Pandemie ähnlich wie vorher – nur verschärft. Nachdem das Reisen nicht mehr verboten ist, mag man erst recht nicht auf die innere Moralinstanz, die leisere Jugend und Wetterextreme achten und sich mit der Suche nach Angeboten für respektvolles Reisen abmühen.

Das heisst für fairunterwegs: Wir gehen den eingeschlagenen Weg, faires und umweltverträgliches Reisen leicht zugänglich und attraktiv zu machen, weiter.

1.2. Fernreisebranche im Existenzsicherungsmodus

Die Fernreisebranche befindet sich noch immer im Existenzsicherungsmodus. Dabei stehen Nachhaltigkeitsthemen selten im Vordergrund.

Das heisst für fairunterwegs: Wir fahren unsere Aktivitäten mit der Reisebranche derzeit zurück.

1.3. Politik: Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung

Im Gegensatz zur Reisebranche ist beim Schweizer Tourismus das Thema Nachhaltigkeit – oftmals verstanden als Klimafreundlichkeit – hoch im Kurs. Mit dem Swisstainable-Programm und der Schaffung des Kompetenzzentrums Nachhaltigkeit hat die Schweizer Tourismuswirtschaft einen Riesenschritt Richtung Nachhaltigkeit getan. Das wird auch kräftig verkündigt.

Im November hat der Bundesrat die überarbeitete Tourismusstrategie vorgelegt. Belegte die Nachhaltigkeit in der alten Tourismusstrategie noch eine von 49 Seiten, so wird sie jetzt auf sieben von 63 Seiten ausgebreitet. Nachhaltigkeit hat in der Tourismuspolitik "an Bedeutung gewonnen", schreibt der Bundesrat. Allerdings sind die dazugehörigen umwelt-, insbesondere die klima- und sozialpolitischen Massnahmen recht harmlos.

Das heisst für fairunterwegs: Unser Engagement für eine nachhaltige Tourismuspolitik, insbesondere für eine Ferntourismuspolitik, ist und bleibt nötig.

1.4. Goldgräberstimmung in der Nachhaltigkeitsbranche

Praktisch monatlich kommt ein neues Portal mit fairen und umweltfreundlichen Reiseangeboten und mit einem eindrücklichen Kommunikationsbudget auf die virtuelle Welt. Die Fachhochschulen bauen ihre Nachhaltigkeitsprogramme aus und einige Beraterinnen und Berater haben einen neuen Claim entdeckt. Und – last but not least – einige klassische Reiseveranstalter vergrössern ihr Portfolio an Nachhaltigkeitsangeboten. Einige davon sind vorbildlich. Auch wenn manche dieser Neuschöpfungen nicht überleben werden, ist fairunterwegs nicht mehr allein auf weiter Flur.

Das heisst für fairunterwegs: Die Herausforderung, ein existenzsicherndes Geschäftsmodell zu realisieren, wird noch grösser.



2. Programm- und Projektarbeit

2.1. Sensibilisierungsarbeit Reisende

Website

Eigentlich wollten wir 2021 den sanften Umbau der Website abschliessen. In der Zwischenzeit müssen wir uns eingestehen, dass sich die Website nicht so leicht renovieren lässt und dass dies finanziell und arbeitsmässig deutlich aufwändiger ist als geplant.

Dennoch konnten die rund 190 Länderinfos aktualisiert und ansprechender gestaltet werden. Neu gibt es ein Rezept zur Einstimmung ins Land. Auch die Startseite wurde stärker auf Reisende ausgerichtet. Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Trotzdem sind die Nutzungszahlen gesunken. Wir erklären das so: Mit Corona sank die Reiselust, ein Bot (eine Art automatischer Hackerangriff) hat die Statistik durcheinandergebracht und wir haben weniger Beiträge geschaltet, was das Google-Ranking verschlechtert hat.

FAIRUNTERWEGS.ORG

- Ø Besucherinnen und Besucher pro Monat: 15'919 (-23, -0,14%)
- Ø Sitzungsdauer: 31 Sekunden (–22)
- Anzahl Seitenaufrufe total: 318'092 (-11'450, -3,47%)
- Sitzungen total: 196'076 (-19,684, -9,12%)

Newsletter

Wir haben ein Newsletter-Tool implementiert und damit die Gestaltung und Analytik verbessert. Aufgrund personeller Engpässe konnten wir allerdings nicht gleich viele Newsletter verschicken wie in den Vorjahren. Qualitativ und visuell sind wir mit den neu aufgemachten Newsletter sehr zufrieden. Ein leichter Rückgang bei der Zahl der Empfangenden liegt an einer besseren Erfassung der Newsletter-Adressen, welche diesen nicht öffnen oder zurückweisen und an der temporären Sperrung der Adressen, an deren Mailserver unsere Newsletter abprallen. Zwei Newsletter entstanden zusammen mit respect_NFI, eine erspriessliche Partnerschaft.

NEWSLETTER

- Ø Empfangende pro Versand: 3'337(-238)
- E-Mail-Versände: 5 Newsletter und 4 Medienmitteilungen (-6)

fairunterwegs-Karte

Diese Karte, auf der Reisende zertifizierte Angebote finden, verzögert sich nochmals. Mangels Finanzen. 2022 aber werden wir sie realisieren, dank eines grosszügigen Projektbeitrags der Alternativen Bank Schweiz, ABS.

Social Media

Während Facebook – wie bei vielen Organisationen – vor sich hin dümpelt, entwickelt sich Instagram hoch erfreulich. Bigna Gysin hat im September 2021 den Account eröffnet und betreibt ihn professionell. Übrigens kann man fairunterwegs auch hören: auf Spotify. Das ist allemal ein Ohr wert.

FACEBOOK

- Sitzungen auf fairunterwegs.org generiert: 1'229 (-1'746)
- Follower: 2137 (-15)
- Erhaltene Likes: 557 (-277)
- Erhaltene Shares: 26(-96)
- Gepostete Beiträge: 228 (–35)
- Mitglieder in der Gruppe "Fair unterwegs auf Reisen wie zu Hause": 440 (+40)

INSTAGRAM

- Follower: 204 (+204)
- Erhaltene Likes: 193(+193)
- Gepostete Beiträge: 10 (+10)



Events

fairunterwegs nahm an sieben Events teil oder organisierte sie mit:

- Gemeinsam mit unserer österreichischen Partnerorganisation respect_NFI veranstalteten wir eine Reihe zu Frauen im Tourismus. Am Anlass im Anschluss an die Mitgliederversammlung mit dem Titel: "'Herrliche Aussichten' Frauen im Tourismus zwischen Chancen und Ausbeutung" sagte Isatou Foon, Präsidentin der Janjanbureh Tourguide Association in Gambia, "Vorurteile gegen Frauen ändern sich mit jeder Erfolgsgeschichte";
- Bei unserem Auftritt an der ersten virtuellen Ferienmesse das Format ist noch ausbaufähig sprachen wir zu "Nichts wie weg und zwar öko und sozial";
- Gut angekommen sind unsere "5 Tipps für faire Begegnungen" bei Step into action, einem Anlassbei dem rund 300 Jugendliche in St. Gallen im Austausch mit uns spielerisch entdeckten, was fairunterwegs sein bedeutet:
- an einem Kirchenfest in Steffisburg führten wir ein Selfie-Quiz durch;
- am neu aufgezogenen Fernwehfestival hatten wir einen attraktiven Stand mit interaktiven Plakaten (zu sehen auf Seite 8) bei und dank Transa in Bern (märsi viu mou). Am Abend führten wir die ersten zwei fairunterwegs-Talks mit prominenten Teilnehmenden u.a. Jon Pult und André Lüthi durch. Für angeregte Diskussionen im einmal vollen Saal war gesorgt;
- am SDG world café von SwissTourism4SDGs moderierten wir zusammen mit Roland Schmid vom SRV zwei Diskussionsrunden zu "Travelling sustainably how to address responsible customers effectively?";
- und an der virtuellen internationalen Fair Trade Town-Tagung loteten wir Zusammenarbeits-Möglichkeiten zwischen den Fair-Trade-Towns und fairunterwegs aus à suivre.

Der auf konkrete Handlungen ausgerichtete Teil der Sensibilisierungsarbeit wurde im Rahmen des Projekts "Vom Wissen zum Handeln" über drei Jahre hinweg von einer nicht genannt sein wollenden Stiftung gefördert.

2.2. Sensibilisierungsarbeit Geschäftsreisende

Unterstützt vom Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten, Abteilung Menschliche Sicherheit (EDA) konnten wir die Subsite "faire Geschäftsreisen" realisieren. Sie zeigt Geschäftsreisenden und ihren Unternehmen auf, wie sie menschenrechtskonform und klimaverträglicher unterwegs sein können. Die Subsite heimste Lob ein.

2.3. Sensibilisierung Tourismus-Profis

Trotz Corona (siehe 1.2.) haben wir rund 1000 (angehende) Profis online, v.a. via Newsletter, und rund 200 offline (Bildung, Anlässe) erreicht. Nina Sahdeva hat mit Bildungseinsätzen in drei Fachhochschulen 166 Studierende für Nachhaltigkeit und Menschenrechte im Tourismus zu begeistern versucht. Das ist ihr, laut Feedbacks, gelungen.

2.4. Politik

Die Corona-Krise hat es vor Augen geführt: Nur freiwillige Massnahmen reichen nicht – weder bei der Pandemiebekämpfung noch bei der Förderung der Nachhaltigkeit. Daher engagierten wir uns auch in der Bundespolitik, nahmen an zwei Vernehmlassungen teil und gaben Parlamentarierinnen und Parlamentarier der Sozialdemokratischen Partei, welche das Positionspapier zur Tourismuspolitik überarbeiten, einige Anregungen.

2.5. Medienarbeit

Auch 2021 fragten uns zahlreiche Medienschaffende aus dem In- und Ausland um Fakten, Einschätzungen und unsere Meinung. Zudem schickten wir an über 300 Medienadressen unseren Newsletter. Die doch beachtliche Resonanz für eine kleine Organisation erfüllt uns mit Stolz.

MEDIEN

- 12 Auftritte in Tages- und Wochenzeitungen, Magazinen, Newslettern, Online (-7)
- 5 Auftritte in Fachmedien (Travel Inside, Travelnews, SRV-Website) (-4)
- 2 Auftritte in Radio- oder Fernsehsendungen (+0)
- Gesamte Reichweite: rund 14,6 Millionen Mediennutzende (+1,1 Millionen)



2.6. Diverses

Nicht nur in den klassischen Medien werden wir erwähnt, sondern auch von Bestsellerautoren. So wies Frank Schätzing in seinem Buch "Was, wenn wir einfach die Welt retten?" auf uns hin.

Wir konnten einen Beitrag zu "Kommunikationsstrategien zur Förderung eines nachhaltigeren Tourismus" im Kompendium "Tourismus in Entwicklungs- und Schwellenländern" des Studienkreis Tourismus und Entwicklung veröffentlichen.

Helvetas hat fairunterwegs einen Auftrag zum Coaching ihres Projekts Wintertourismus in Kirgistan erteilt. Diesen hat Matthias Leisinger von focusright ausgeführt.

3. Mittelbeschaffung und Partnerschaften

Während die finanzielle Unterstützung durch Private die 20'000 Franken Schallmauer durchbrach und Werbeeinnahmen und Projektbeiträge einen massgeblichen Teil zum finanziellen Erfolg beitrugen, lagen auch im letzten Jahr die neuen Erträge von Stiftungen weit unter den Erwartungen. Das lag einerseits an der zu tiefen Zahl an Eingaben, andererseits aber auch an einer frustrierend tiefen Responsequote. 2022 versuchen wir es mit grossangelegten langfristigen Projekten.

ANZAHL MITGLIEDER UND GÖNNER

• Mitglieder und Gönner: 149 (+15)

4. Interner Um- und Aufbruch

2021 musste sich fairunterwegs gleich von drei mehrjährigen Mitarbeiterinnen lösen. Damit war ein enormer Verlust an Wissen und Kontakten verbunden. So gut wir die Kündigung von Nina Sahdeva und Larissa Jecker verstanden haben, so schwer fiel uns der Abschied. Umgekehrt eröffneten sich dadurch neue Möglichkeiten. Wir haben fairunterwegs reorganisiert, das Stellenetat leicht gekürzt und die Stellen neu ausgerichtet. Antonia Merz wird sich neben dem Community Management ums Fundraising kümmern. Sabrina Haase sorgt als Junior für ansprechenden Content (ab 1. April 2022) und Vera Thaler wird vom 1. Mai 2022 als Fachverantwortliche Nachhaltigkeit und Tourismus Recherchen und Projekte vorantreiben. Diese Reorganisation brachte es mit sich, dass wir die 50 Prozent Anstellung für Administration gestrichen haben. Wir danken Daniela Nunziata für ihren tatkräftigen Einsatz insbesondere bei der Modernisierung und Digitalisierung des Büros und freuen uns, dass sie wieder eine neue Anstellung gefunden hat.

Kurz: fairunterwegs ist in Aufbruchstimmung.

5. Ausblick

Im letzten Jahr hat sich der Vorstand intensiv, auch in einem Workshop mit externer Unterstützung durch Fundtastic und Stefan Stolle von Helvetas, mit dem Geschäftsmodell auseinandergesetzt. Dabei haben sich der Fokus auf reisende Nachhaltigkeitsaffine und auf konkrete Handlungsangebote zu fairem und umweltverträglichen Unterwegssein bestätigt. Nun wollen wir austesten, welche der folgenden Einkommensmöglichkeiten am meisten Erfolg versprechen:

- Mitgliedschaft: Steigerung der Anzahl institutioneller und personeller Mitglieder;
- · Werbung und Sponsoring: Gewinnung neuer Partner mit höheren Unterstützungsbeiträgen;
- Projektbeiträge: Erhöhung des Einkommens dank der Finanzierung von Sensibilisierungsprojekten durch Ämter, Stiftungen und Unternehmen;
- Training und Coaching: Zum Beispiel Beratung und Schulung von Unternehmen zu fairem Geschäftsreisen.

Drücken sie uns die Daumen. Vielen Dank.

Jon Andrea Florin Geschäftsleitung



Eine beispielhafte Aktivität: unser Auftritt am Fernwehfestival

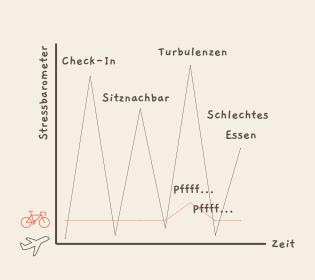


Nachhaltig reisen? Finde heraus wie!

Auch uns plagte das Fernweh. Um es zu stillen, gingen wir nach Bern an das Fernweh-Festival und eröffneten in der Transa Markthalle die fairunterwegs-Werkstatt. Mit interaktiven Spielen rund um die Ferienbedürfnisse, klimaschonendem Reisen, Nachhaltigkeitslabels und einem Selfie-Knigge zeigten wir, wie man das eigene Reisen grüner und fairer gestalten kann.

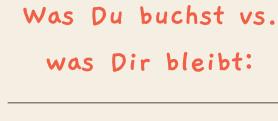
Sie brauchen Ferien, Tapetenwechsel, Action, Entspannung? Sie wollen endlich wieder abtauchen oder sich ganz einer anderen Kultur öffnen? Menschen, mit denen und zu denen Sie reisen, sind Ihnen wichtig? Sie wollen das Klima nicht aufkochen? Unter www.fairunterwegs.org/magazin/fair-im-bild/ können Sie Ihre nächsten Ferien spielerisch auf Kurs bringen.

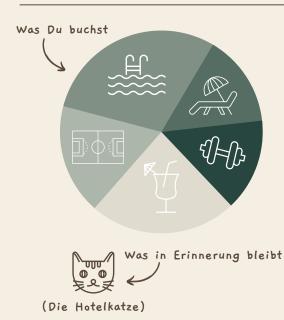
Bist Du nach der Anreise ferienreif?



FAIR













Kommentar zur Jahresrechnung 2021

Auch 2021 konnte fairunterwegs einen Gewinn verbuchen. Er beträgt 3'542,78 CHF und stimmt zuversichtlich.

Zwar ist das Umlaufvermögen von 204'791 CHF auf 145'860 CHF geschrumpft, doch ist auch das Fremdkapital um rund 62'500 CHF zurückgegangen. Das liegt daran, dass Vorauszahlungen der Stiftung Global Lokal und des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten (EDA) 2021 aufgebraucht wurden.

Reserven für 4 Monate

Unter dem Strich wuchs das Organisationskapital um 3'542,78 CHF auf 143'501 CHF. Das heisst, wir kommen gut vier Monate ohne Einnahmen durch.

In der Ertragsrechnung 2021 werden die Sachspenden nicht mehr ausgewiesen. Dabei handelte es sich 2020 um geldwerten Anzeigenplatz im Wert von 111'141 CHF, den Google gespendet hat (2021 etwa gleich viel). Die Zewo hat uns nahegelegt, derartige Sachspenden nicht in der Jahresrechnung aufzuführen. Auch der entsprechende Ausgabenposten wurde gestrichen.

Spenden und Mitgliederbeiträge + 9%

2021 fehlen die 150'000 CHF, welche wir 2020 von der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (Deza) erhalten haben. Dafür unterstützt uns Helvetas mit 115'000 CHF – ein grosses Dankeschön! Dies aufgrund der strategischen Partnerschaft, welche Helvetas und fairunterwegs geschlossen haben, um sich im Rahmen des Deza-Programms bis 2024 gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit im Tourismus einzusetzen.

Erfreulicherweise sind die Spenden und Unterstützungsgelder um fast 7'500 CHF gestiegen. Dabei handelt es sich um grosszügige Zuwendungen von Einzelpersonen (siehe Seite 14). Und zu guter Letzt haben die Projektbeiträge um 46'114 CHF zugenommen.

Konstanter Aufwand

Beim Aufwand zeigen sich nur leichte Veränderungen zum Vorjahr. Diese gründen teilweise in einer anderen Darstellung. Unter Kommunikation und Fundraising wird nur der Marketingaufwand der Organisation verbucht. Andrerseits wird neu der Aufwand für Projekte separat ausgewiesen (gegengleich zum Projektertrag). Weitere grössere Abweichungen von den Vorjahreswerten: Im Rahmen einer Umstrukturierung wurde die Administrationsstelle gestrichen. Das führte zu Outplacementkosten.

Seit einem Jahr vermieten wir einen Teil unserer Büroräumlichkeiten (mehr Platz dank Homeoffice und digitaler Ablage). Dadurch ist der Raumaufwand um über 40% gesunken.

Im Beratungsaufwand ist ein einmalig durchgeführter Workshop zum Geschäftsmodell enthalten. Und die Projektkosten umfassen 12'100 CHF für das Projekt "Wintertourismus in Kirgistan", welches für die Helvetas ausgeführt wurde, und rund 12'100 CHF für das von der EDA mitfinanzierte Projekt "Faire Geschäftsreisen".

Wir sind auf Kurs

Zwei Schlussbemerkungen: Die Darstellung der Jahresrechnung hat sich in den letzten Jahren verändert; einige Positionen wurden umgruppiert. Dieser Prozess ist mit diesem Jahresbericht abgeschlossen. Nun entspricht die Rechnungslegung der Zewo-Logik und den Anforderungen von Swiss GAAP FER vollumfänglich.

Auch aus strategischer Sicht lässt sich sagen: Wir sind auf Kurs. Die Erträge aus Spenden- und Mitgliederbeiträgen und die Projektbeiträge steigen; der Anteil der Deza-Beiträge sinkt und unter dem Strich resultiert ein Gewinn.

Jon Andrea Florin Geschäftsleitung



Bilanz- und Betriebsrechnung

Bilanz	31.12.21	31.12.20	Kommentar
Flüssige Mittel	136'167.55	201'721.62	Auflösung Vorauszahlung des
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0.00	0.00	EDA und einer Stiftung
übrige kurzfristige Forderungen	9'047.35	0.00	
Vorräte	500.00	700.00	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	145.50	2'369.25	
Umlaufvermögen	145'860.40	204'790.87	
Anlagevermögen	0.00	0.00	
Finanzanlagen	0.00	0.00	
Total Aktiven	145'860.40	204'790.87	-
			_
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	202.80	6'212.00	
übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	0.00	0.00	
Passive Rechnungsabgrenzungen	2'155.95	58'620.00	
Fremdkapital	2'358.75	64'832.00	
Freies Kapital	36'578.90	33'036.09	
Gebundenes Kapital	106'922.78	106'922.78	
- Gehalts- und Betriebskostenreserve	80'190.22	80'190.22	
- gebundenes Kapital Betrieb www.fairunterwegs.org	6'669.26	6'669.26	
- gebundenes Kapital für Recherchen & Aktionen	20'063.30	20'063.30	
Organisationskapital	143′501.68	139'958.87	-
Total Passiven	145'860.43	204'790.87	_

Aus dem Revisionsbericht

"Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung kein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage in Übereinstimmung mit Swiss GAAP FER vermittelt und nicht Gesetz und Statuten entspricht."

Der sechsseitige Bericht der Revisionsstelle Copartner kann bei jon.florin@fairunterwegs.org bestellt werden.



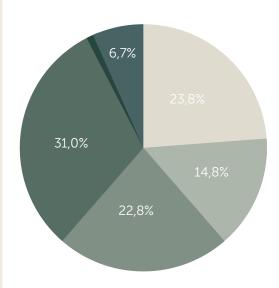
Ertragsrechnung

Ertrag	2021	2020	Kommentar
Erhaltene Zuwendungen und Projektbeiträge	227'402.36	298'760.80	
davon frei	142'787.86	260'261	
Unterstützungs- und Mitgliederbeitrag (inst.)	68'988.00	80'520.00	Mitgliederbeiträge und Spenden
Spenden und Mitgliederbeiträge (Personen)	18'973.16		von Personen und Institutionen
Allgemeine Spenden Institutionen	54'826.70	68'600.15	werden neu getrennt erfasst
Sachspenden (Zuwendungen z.B. für Werbung)		111'140.65	Google Grants werden nicht mehr ausgewiesen
davon zweckgebunden	84'614.50	38'500	
Zweckgebunde Spenden, Projektbeiträge	84'614.50	38'500.00	v.a. Beiträge EDA und für Projekt vom Wissen zum Handeln
Beiträge strategische Partnerschaften	115'000.00	150'000	
Von Helvetas für Programm 2021 - 2024	115'000.00		
Beitrag Direktion für Entwicklung		150'000.00	
und Zusammenarbeit (DEZA)			
Erlöse aus Lieferungen und Leistungen	28'060.30	30'952.50	
Publikationsverkauf	1'431.35	2'508.55	Rückgang wg. Corona
Bildung, Trainings, Honorare	1'828.95	6'071.00	Rückzug aus dem Bildungs-
Werbeeinnahmen, Sponsoring	24'800.00	22'372.95	bereich
Betriebsertrag	370'462.66	479'713.30	
Betriebsaufwand	-366'935.29	-463'694.40	
Betriebsergebnis	3′527.37	16'018.90	<u>L</u>
Finanzergebnis	-397.59	-277.49	
Bankspesen	-250.24	-253.34	
Kursverlust	-147.35	-24.15	
Ausserordentliches Ergebnis	413.00	0.00	Rückzahlungen AKBS und Aufheben Kassadifferenz
lahuasaugahuis *	3′542.78	15/7/1 //	
Jahresergebnis *	5 542./8	15'741.41	

^{*} Der Gewinn wird dem freien Organisationskapital zugewiesen.



Erträge



Freie Zuwendungen Total 38,5% (2020: 40,5%)

- Spenden und Mitgliederbeiträge 23,8% (2020: 21,8%)
- Allgemeine Spenden Institutionen 14,8% (2020: 18,6%)

Zweckgebundene Zuwendungen Total 22,8% (2020: 10,4%)

Zweckgebundene Spenden, Projektbeiträge 22,8% (2020: 10,4%)

Beiträge strategische Partnerschaften Total 31,0% (2020: 40,7%)

Von Helvetas für Programm 2021 bis 2024 31,0% (2020: 0,0%)
Beitrag Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit
(DEZA) 0% (2020 40,7%)

Erlöse aus Lieferungen und Leistungen Total 7,6% (2020: 8,4%)

- Publikationsverkauf, Bildung, Honorare 0,9% (2020: 2,3%)
- Werbeeinnahmen, Sponsoring 6,7% (2020: 6,1%)

Aufwandrechnung

Aufwand	2021	2020	Kommentar
Personalaufwand gesamte Organisationstätigkeit	-294'445.90	-291'358.85	
Löhne (abzüglich Leistungen Sozialversicherungen)	-252'232.20	-251'858.35	
Sozialversicherungsaufwand	-39'037.40	-38'436.00	
Übriger Personalaufwand (Weiterbildungen, Blumen, Stelleninserate)	-3'176.30	-1'064.50	2021 Kosten für
			Outplacement CHF 2'000
Zentrale Dienstleistungen und Verwaltung	-28'740.80	-35'861.25	
Raumkosten inkl. Energie	-7'813.15	-13'358.35	2021: Einkünfte Untermiete
Unterhalt Mobiliar, EDV und Versicherungen	-1'458.45	-4'736.10	2020: Umstellung auf Microsoft 365
Büromaterial, Telefon, Porti, Fachliteratur	-3'436.65	-4'328.55	
Rechts- und Beratungsaufwand, Markenschutz	-5'966.60	-538.50	2021 Geschäftsmodell-Beratung 5'400
Buchführung und Revision	-9'167.70	-11'322.80	Mehraufwand für Übernahme Admin.
Übriger Betriebsaufwand inkl. Reise- und Sitzungsspesen	-898.25	-1'576.95	sowie für Nachrevision Deza
Kommunikation, Fundraising (Sachaufwand, ohne Personal)	-3'490.80	-8'330.65	
Marketing und individuelles Fundraising	-1'990.80	-7341.35	Zuordnung 2020
Institutionelles Fundraising	-1'500.00	-989.30	nicht vergleichbar
Material- und Dienstleistungsaufwand (Programm, ohne Personal)	-16'061.79	-128'143.65	
Einkauf Publikationen	-679.69	-904	
Beiträge an Kampagnen und Netzwerke	-1'864.00	-2261.9	
Spesen Bildungsarbeit	0.00	0	
Öffentlichkeitesarbeit (inkl. Veranstaltungen und Drucksachen)	-3'197.00	-4'187	
IT-Kosten (Programm)	-9'336.00	-9'649	
Media (Programm)	-985.10	-111'141	Ausweis Google Grants
			wieder abgeschafft
Projektkosten (ohne Lohnkosten)	-24'196.00	0.00	
Projektkosten	-24'196.00		Für Geschäftsreisen- und Wintertouris-
	majorna i terri na amateria de Militario.		mus in Kirgistan-Projekt
Betriebsaufwand	-366'935.29	-463'694.40	- Anno 107



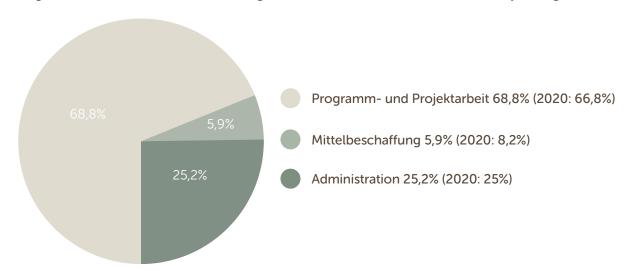
Rechnung über die Veränderung des Kapitals

Gemäss Art. 4 der Statuten wird ein Überschuss aus der Tätigkeit des Vereins dem Vereinskapital zugewiesen. Dementsprechend geht das positive Jahresergebnis von 3'542,78 CHF ins Freie Kapital.

	Bestand per 01.01.21	Jahresergebnis	Total Veränderung	Bestand per 31.12.21
Organisationskapital				
Freies Kapital	33'036.09	3'542.78	3'542.78	36'578.87
Gebundenes Kapital	106'922.78	-		106'922.78
Gehalts- und Betriebskosten-Reserve	80'190.22			80'190.22
Kapital für Betrieb www.fairunterwegs.org	6'669.26	-	-	6'669.26
Kapital für Recherchen & Aktionen	20'063.30	-	-	20'063.30
Total Organisationskapital	139'958.87	3′542.78	3′542.78	143′501.65

Arbeitsaufwand

Aufgrund unterschiedlicher Zeiterfassung 2020 und 2021 weisen wir nur das Total je Kategorie aus.



Aufteilung des Aufwands nach Zewo-Vorgaben

Mit der Zewo-Zertifizierung 2019 wird der Aufwand von fairunterwegs nach der Zewo-Methode aufgeschlüsselt. Die Zewo gliedert den Aufwand in drei Kategorien: "Programm- und Projektaufwand", "Mittelbeschaffung" und "Administration".

	Administration	Programm	Projekte	Mittelbeschaffung	Total
Sachkosten	16'033	16'062	24'196	3'491	59'781
Umlage Gemeinkosten	4'003	9'515	1'430	937	15'885
Total Sachkosten	20'035	25'577	25'626	4'428	75'666
Sachkosten in %	26.5%	33.8%	34.3%	5.9%	100%
Total Lohnkosten	73'400	174'470	26'214	17'185	291'270
Lohnkosten in %	25.2%	59.9%	9.0%	5.9%	100%
Total je Bereich	93'435	200'047	51'840	21'613	366'935
Total je Bereich %	25.46%	54.52%	14.13%	5.89%	100%



Ein Dankeschön

In den Gesprächen, die wir führen, hören wir immer wieder: Die Arbeit von fairunterwegs ist so wichtig. Für die Reisenden, die Anbietenden, für die gastgebenden Menschen, für die Umwelt. Unsere Recherchen und Artikel werden geschätzt und geben Orientierung. Nicht nur dazu, welche Probleme bestehen, sondern auch wie Lösungen aussehen können. Das wäre ohne Ihre Unterstützung nicht möglich. Als Mitglied, Sponsorin oder Gönner. Ein grosses Dankeschön dafür.

Mitglieder

- · Academia Engiadina
- Brot für alle
- Brücke Le Pont
- · Christlicher Friedensdienst (CFD)
- Fastenopfer
- Globetrotter Club
- Hilfswerk der Evangelischen Kirchen Schweiz (HEKS)
- Helvetas Swiss Intercooperation
- IST Höhere Fachschule für Tourismus
- · Mission 21
- Procap
- · Public Eye
- Reformierte Kirchen Bern-Jura-Solothurn, Bereich OeME-Migration
- Schweizer Reise-Verband (SRV)
- Swiss Fair Trade
- Terra Sancta Tours AG
- Tourism Watch Brot für die Welt
- Transa Backpacking AG
- · Travel Book Shop Zürich

Förder- und Projektpartner

- · Alternative Bank Schweiz (ABS)
- Bike Adventure Tours
- DER Touristik Suisse
- Electronic Visa Solutions AG
- · Globetrotter Travel Service
- Hotelplan Suisse
- Stiftung Myclimate
- Tourasia
- TUI Suisse

Gönnerbeiträge und Spenden ab 500 CHF

Institutionen

- Evang.-Ref. Kirchgemeinde Spiez
- Evang.-Ref. Kirchgemeinde Steffisburg
- Reformierte Kirchen Bern-Jura-Solothurn, Bereich OeME-Migration
- Stiftung GlobalLokal
- Stiftung f
 ür Solidarit
 ät im Tourismus (SST)
- · Temperatio Stiftung

Personen

- · Karin und Mark Bischoff
- Felix Guenther
- Walo Kamm
- Walter Lämmler
- Roland Schmid
- · Miriam Widmer

Auftraggeber Bildungsarbeit

- Fachhochschule Graubünden (FHGR) Chur Institut für Tourismus und Freizeit
- Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO Valais-Wallis), Hochschule Wirtschaft, Siders
- OST Ostschweizer Fachhochschule, Hochschule für Technik Rapperswil (HSR) – Institut für Landschaft und Freiraum

Bund

 Eidg. Departement für auswärtige Angelegenheiten, Abteilung Menschliche Sicherheit (EDA/AMS)

Einen besonderen Dank auch der Basler Mission für den günstigen Mietzins für die hellen Räumlichkeiten in neuem Anstrich an bester Lage und Google für den Anzeigenplatz, im Wert von 100'000 CHF.

Und noch fünf Dankeschön an Mathieu Jaus, Simon Rey und Simon Fischer von Copartner für die ebenso kompetente wie engagierte Revision, René Grünenfelder, der mit grosser Umsicht und Geduld unsere Buchhaltung geführt hat, an das Hausformat-Team für die Pflege unserer bisweilen etwas altersschwachen Website, an Uli Jirgens, der sogar zeitweise mit uns im Co-Working logierte und immer bereit war für systemrelevante Erklärungen und Daniel Kilian, dass er bei streikenden Modems sofort zur Stelle ist.



Auf Wiedersehen Nina Sahedva*!



"Wenn Nina ein Ökosystem wäre, wäre sie eine Wildblumenwiese. Sie sammelt Wissen und Ideen, wie eine Blumenwiese Wasser und Nährstoffe aufnimmt. Und gibt diese ab, wenn ihre Umgebung sie benötigt. Sie hält Stand auch wenn der Wind ihr eisig entgegen kommt oder eine Dürrephase droht. Einige sehen in der Vielfalt der Wildblumenwiese nur eine schöne Deko, doch Nina weiss, dass es die stachelige Distel genauso braucht, wie die unscheinbare Gänseblume und die beeindruckende

Wildorchidee. In ihrer Umgebung habe ich mich immer so wohl und gut versorgt gefühlt wie ein Schmetterling, der an all ihren Ressourcen – Wissen, Ideen und Diversität – teilhaben durfte."

- Antje Monshausen, Tourism Watch, Brot für die Welt





"Wäre Nina ein Entwicklungsprojekt, wäre sie ein Bildungs- und Sensibilisierungsprojekt. Eines in welchem das Allerwichtigste ist, die gute Sache voranzutreiben, mittels seriöser Grundlagenarbeit. Profis und Netzwerke kennen diese Art von Projekten aber die Boulevardpresse schreibt nie darüber. Das Entwicklungsprojekt Nina war nie eines, welches sich laut in den Vordergrund kommuniziert, sondern eines, welches im Hintergrund mit stetigem Einsatz und Engagement

Grosses bewirkt. Durch solche Bildungsprojekte ist das SDG 4 "Hochwertige Bildung" auf Kurs."

- Stefan Salzmann und Sophie de Rivaz für die Fastenaktion



"Die Einzigartigkeit von Nina kommt in einigen Charakteren des Bio-Olivenöls Extravergine "Carciogo" von der Prodere Riparbella, dem Bio-Weingut von Veronica und Christian in der Nähe von Massa Maritima in der südlichen Toscana, sehr schön zum Ausdruck. "Olio molto buono -Bitterkeit und Schärfe in perfektem Gleichgewicht", wurde es bei der Preisverleihung mit den zwei grünen Blättern beschrieben. Es stammt aus knorrigen aber gesunden Frantoio- Moraiolo-

und Leccino-Olivenbäumen, duftet nach frisch gemähtem Gras und aufgeschnittenen Artischocken, In der Nase sind Apfel und Mandel gut spürbar und im Mund dann fruchtige Bitternoten und pfeffrige Schärfe."

- Porf. em. Hansruedi Müller, Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus



"Wäre Nina ein Gewässer, dann sicher einer der grossen Ströme dieser Welt: kraftvoll, nicht versiegend, stetig dahinziehend mit klarer Richtung, mit ruhiger Oberfläche; glättend, wo von verschiedenen Seiten Unwetter Zuträger zu wilden Gefahrenquellen machen; und das alles ohne viel Gurgeln, Tosen, Brausen und Wellenüberschlagen."

- Mark Schmid, Leiter Internationale Programme, cbm



"Wenn Nina ein Buch wäre, dann eines, das ich ganz oft nutzen würde. Es wäre gut strukturiert und schon vor jeder neuen Reise würde es mich erneut begleiten. Es wäre voll gepackt mit allen wichtigen, gut umsetzbaren Informationen und hätte auch viele liebevoll freigelassene Seiten für meinen eigenen Spielraum."

- Laura Omamo, Achtsam Reisen Festival

*Wenn Nina ein Buch, eine Reise, eine Pflanze wäre....

Wir können es immer noch nicht fassen: Nach 15 1/2 Jahren hat Nina Sahdeva fairunterwegs verlassen und arbeitet nun als Psychotherapeutin in einer Klinik. Das wollte sie nach ihrem Studium werden. Zum (schweren) Abschied haben wir ihre Weggefährtinnen und Verbündeten gefragt: Was wäre Nina, wenn sie nicht Nina, sondern ein Buch, eine Reise, eine Pflanze etc. wäre. Hier einige Antworten, alle veröffentlichen wir am 9. Juni an der Mitgliedversammlung.



Wir greifen vor: das fairunterwegs-Team 2022

2022: 4 - 5 Mitarbeitende, 235 - 335 Stellenprozent











