

# Neustart

# statt

# Auflösung:

# *fairunterwegs*

# bleibt fair

# unterwegs.

Man kann es drehen und wenden, wie man will: 2025 brachte *fairunterwegs* kein Glück – trotz G.L.Ü.C.K.-Formel, G.L.Ü.C.K.-Orten und G.L.Ü.C.K.-Checks. In der Folge musste die Geschäftsstelle aufgehoben werden. Doch 2026 wendet sich das Glück und eine engagierte Gruppe will den Verein weiterführen und die Plattform weiterbetreiben.

## **Jahresbericht 2025**

# Editorial

## Liebe Freunde und Mitglieder von *fairunterwegs*

Letzten August traf sich der Vorstand zu einer langen open-end Sitzung. Die Geschäftszahlen sprachen eine klare Sprache: Wir haben es nicht geschafft, die wegfallenden Gelder der Deza zu kompensieren. Geschäftsstelle massiv reduzieren, fusionieren oder auflösen: Diese drei Optionen lagen auf dem Tisch. Welche Wirkung können wir mit einem Mini-Budget und einer Teilzeitanstellung erreichen? Mit welcher Partnerorganisation haben wir noch nicht gesprochen? Wofür haben wir als Vorstandsmenschen noch Energie? Am Schluss der Sitzung entschieden wir uns für die Auflösung. Der Schritt fiel uns schwer. Doch lieber ein Ende mit Schrecken, als ein Schrecken ohne Ende. Dachten wir.

Kaum hatten wir den Entscheid kommuniziert und zur ausserordentlichen Mitgliederversammlung im November eingeladen, erhielten wir Emails, die nicht nur das Ende von *fairunterwegs* bedauerten, sondern konkret an einer Übernahme unserer Aktivitäten interessiert waren! Diese Kontaktaufnahmen freuten uns enorm. Noch wagten wir nicht daran zu glauben, dass *fairunterwegs* weiterleben könnte.

Doch im intensiven Austausch mit den drei interessierten Organisationen Swiss Fair Trade, Terran und Naturfreunde Schweiz zeigte sich, dass ein Weiterführen der Aktivitäten am einfachsten zu realisieren ist, wenn auch der Verein *fairunterwegs* erhalten bleibt. Zwar wird es – zumindest vorübergehend – lediglich eine Teilzeitstelle sein, die finanzierbar ist. Doch ist diese innerhalb von Swiss Fair Trade eingebettet in eine stabile Struktur, welche die Zukunft von *fairunterwegs* dort verankert, wo *fairunterwegs* entstand: in der Solidarität mit dem globalen Süden. In der Zusammenarbeit mit Naturfreunde Schweiz und Terran ergeben sich spannende Synergien. Die Naturfreunde bieten ein konkretes Angebot an G.L.Ü.C.K.-Orten in der Schweiz und mit Terran steht ein dynamisches, junges Team bereit, das im Sinne von *fairunterwegs* terranes Unterwegssein in Europa und darüber hinaus mit Reiselust und Freude bewirbt. CO2-Reduktion ohne Verzichtgefühl, sondern mit viel Glücks-Gewinn.

Noch ist es nicht geschafft. Doch freue ich mich enorm, an der Mitgliederversammlung den Antrag zu stellen, auf die Auflösung zu verzichten. Und *fairunterwegs* ein weiteres Kapitel zu ermöglichen.

Viel Rückenwind auf allen euren Reisen und herzliche Grüsse

**Eva Schmassmann**  
Präsidentin

# Leistungsbericht

Trotz schwieriger Umstände hat das *fairunterwegs*-Team 2025 viel versucht, und einiges ausgelöst.

## DIE FAIRUNTERWEGS-PLATTFORM

### Website

Zwei Highlights: Die Stiftung **Ferien im Baudenkmal** (FiB) machte vor, was die G.L.Ü.C.K.-Karte und die fairunterwegs-Kanäle leisten. Mit einem Portrait, Interviews, Präsentation der Häuser auf der Karte, zahlreichen Social-Media-Posts und einem Webinar stellten wir die Stiftung einem nachhaltigkeitsaffinen Publikum vor – und wurden gleichzeitig von den FiB-Usern gesehen. Und wir veröffentlichten zusammen mit den Klima-Grosseltern ein Dossier zu **Sustainable Aviation Fuels** – einem Thema, das zu wenig diskutiert wird.

#### FAIRUNTERWEGS.ORG

Ø 6171 Besucherinnen und Besucher pro Monat <sup>1</sup> (Vorjahr rund 6'150) (mit Cookie-Ablehnungsrate bereinigt)

Ø Sitzungsdauer: 64 Sekunden (ca. 56 Sekunden)

Anzahl Seitenaufrufe total: im Jahr bis 135'700 (im Monat<sup>2</sup>): 11'800 (Vorjahr ca. 14'950)

Sitzungen total: 55'685 (ca. 89'110)

Zwar haben wir kräftig in SEO und SEA <sup>3</sup> investiert, sowohl finanziell als auch personell. Dennoch blieb die Reichweite unter unseren Erwartungen. Die Gründe hierfür:

- SEA-Strategie zu mehr qualitativen Usern statt Masse hat funktioniert, bis wir die Arbeiten einstellen mussten (September).
- Die mittlerweile alte neue Leier: KI senkt Klickraten auf Websites von 30% bis 70% <sup>4</sup>. Für eine Website, die Wissen vermittelt, zum Beispiel im fairunterwegs-ABC, ist das fatal.

In Kontrast zur Reichweite steht die Qualität der Website: Sie konnte weiter ausgebaut werden. Die Benutzerführung und Gestaltung wurde noch freundlicher und die G.L.Ü.C.K.-Karte umfasste Ende Jahr markant mehr Angebote, die nachhaltig Glück schaffen.

### Newsletter

*fairunterwegs* publizierte 11 Newsletter. So unterschiedlich die Inhalte – von Reisetipps bis zu Sustainable Aviation Fuels – sie stiessen auf Interesse.

#### NEWSLETTER

E-Mail-Versände: 11 Newsletter und 4 Medienmitteilungen, Insgesamt 15 (Vorjahr 11)

Newsletter versendet an 32'408 Adressen (Vorjahreswert: 30'700), die zu 37% geöffnet bzw. zu 23 % angeklickt (Vorjahr 24% bzw. 26%) werden.

<sup>1</sup> Aufgrund der Einführung des Cookiebanners (also der Möglichkeit, nicht getrackt zu werden) können die 2025-er-Zahlen weniger genau ausgewiesen werden wie 2024.

<sup>2</sup> Total durch 11.5 da wir diese Zahlen per Mitte Dezember 2025 ausweisen bzw. erhoben haben.

<sup>3</sup> SEO (Search Engine Optimization) umfasst alle Massnahmen, mit denen eine Webseiten bei den nicht bezahlten Suchergebnissen höher platziert wird. Dazu gehören technische Optimierungen, hochwertige Inhalte und eine benutzerfreundliche Seitenstruktur. SEA (Search Engine Advertising) beschreibt bezahlte Anzeigen in Suchmaschinen.

<sup>4</sup> Quelle SRF - News: [KI auf Google stiehlt Websites die Klicks](#) - News - SRF

## Social Media

Instagram und unsere G.L.Ü.C.K.-Botschaft matchten bestens. Drei Teammitglieder (oder rund 30 Stellenprozent) haben mit Hingabe, Kreativität und Professionalität die sozialen Medien, insbesondere Instagram, bespielt. Die Interaktionszahlen sprechen für sich.

### Z.B. INSTAGRAM

Follower: 1'384 (Vorjahr: 1'100)

Interaktionen: 4'000 (1'050)

Gepostete Beiträge (Posts und Stories) 194 (172)

## FAIRUNTERWEGS IN DEN MEDIEN UND AN EVENTS

Das Medieninteresse ist signifikant zurückgegangen, während die Teilnahme an unseren eigenen Talks erfreulich hoch ist.

### Medien

4 Auftritte in Tages- und Wochenzeitungen, Magazinen, Newslettern, Online (Vorjahr 13)

8 Auftritte in Fachmedien (Travel Inside, Travelnews, SRV-Website) (Vorjahr 16)

1 Auftritt in Radio-, Fernsehsendungen oder Podcasts (2)

Die Reichweite brach ein von rund 3,5 Millionen Mediennutzenden (2024) auf 350'000.

### Events

Anzahl Anlässe und Webinare: 8 (2024: 10)

Anzahl Teilnehmende: 250 (2024: 420)

Wir haben die Anzahl fairunterwegs-eigener Veranstaltungen verdreifacht und können bei unseren Talks mit einer schönen Anzahl Teilnehmer:innen rechnen (rund 50 Personen).

Dass das Interesse an Nachhaltigkeitsthemen implodiert, zeigt auch eine Studie des Forschungsinstituts Sotomo 5. Darin wird der Lebensstil mit dem Fussabdruck verglichen und festgestellt: «Ein grosser Teil der Bevölkerung hat eine verzerrte Wahrnehmung des eigenen CO2-Ausstosses. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung wird der eigene Lebensstil als zu klimafreundlich eingeschätzt. (...) Dies kann die Änderungsbereitschaft hemmen: Wer bei seinem eigenen Verhalten schon anhaltende Änderungen sieht, sieht weniger Bedarf für weitere Anpassungen in der Zukunft.». Entsprechend ärgern sich 85 % darüber, «wenn mir Umweltschützer vorschreiben wollen, wie ich leben soll». Und 59 % der Befragten geben an, dass sie das «Thema «Klimawandel sehr oder eher nerve». In diesem Umfeld ist es eine Herausforderung, für rücksichtsvolles Reisen zu werben. Selbst mit einer G.L.Ü.C.K.-Formel.

Die rückläufige Reichweite und das nachlassende Interesse an unseren Themen waren die inhaltlichen Gründe für die Auflösung der Geschäftsstelle. Doch solche Trends können sich wieder umkehren. Dafür wünschen wir dem neuen Team viel Glück.

Jon Andrea Florin, Geschäftsleiter bis Ende 2025

---

<sup>5</sup> Helion Energiewendeindex, Januar 2024

# Finanzbericht

2025 versuchte *fairunterwegs* eine Vorwärtsstrategie, um die wegbrechenden Erträge aufzufangen, und investierte in die Mittelbeschaffung und die Reichweite. Doch bevor die Strategie greifen konnte, ging das Geld aus.

ERTRAG	Anm.	2024 CHF Rechnung	2025 CHF Budget	2025 CHF Rechnung
Mitgliederbeiträge und Spenden von Individuen		ca. 130 Mitglieder	160 Mitglieder	ca. 130 Mitglieder
	1	18'221	18'000	54'055
Mitgliederbeiträge von NGOs	2	52'192	52'000	53'219
<i>Allgemeine Spenden</i>				
von Stiftungen (SST), Kirchen (Oeme)		33'000	34'000	30'144
Mitgliederbeiträge, Werbung, Sponsoring aus Tourismuswirtschaft		30'940	45'000	26'987
Werbung und Sponsoring von Firmen ohne Tourismusbezug		0	20'000	0
Projektbeiträge (netto) von Stiftungen / Ämtern	3	74'500	130'000	74'055
Diverses: Verkauf Sympathiemagazin, Honorare (Bildung, Events, Training u.ä.)		4'188	4'500	3'035
Deza-/Helvetas-Beitrag	4	125'000	0	0
<b><i>Ertrag total</i></b>		<b>338'041</b>	<b>303'500</b>	<b>241'495</b>
<b>AUFWAND</b>				
Personal		260'075	275'100	291'501
Allgemeine Kosten inkl. Banken		45'909	58'400	39'087
Projekte		26'404	8'000	6'290
<b><i>Aufwand total</i></b>		<b>332'388</b>	<b>341'500</b>	<b>336'878</b>
<b>Gewinn/Verlust</b>		<b>5'653</b>	<b>-38'000</b>	<b>-95'383</b>
Rückstellungen Liquidation				-13'271
<b>Anmerkungen</b>				
(1) inkl. Spenden von 38'000 CHF (2025), üblicherweise 15'000 CHF				
(2) v.a. Fastenaktion, HEKS, Helvetas				
(3) 2025: Seco/Innotour 62'055, Swisslos Solothurn 10'000, Temperatio 2'000				
(4) 2024: Programmbeitrag der Helvetas, welche für die Deza eingesprungen ist				

Die Rechnung 2025 hat ertragsseitig klar unter dem Budget abgeschlossen. Die beiden Hauptgründe: Die Einkünfte aus der Tourismuswirtschaft und die Projektbeiträge lagen deutlich hinter den Erwartungen. Dieses Defizit konnte auch eine grosszügigste private Spende von 38'000 CHF nicht wettmachen. Die Differenz zwischen Budget und Realität zeigt an, dass die ehrgeizige Ambition, den wegfallenden Beitrag der Helvetas respektive der Deza durch Beiträge für Projekte und aus der Tourismuswirtschaft zu substituieren, noch nicht aufging.

AUFWAND	2024 CHF	Budget 2025 2025 CHF	
	Rechnung		Rechnung
<b>Personalaufwand gesamte Organisationstätigkeit</b>	<b>260'075</b>	<b>275'100</b>	<b>291'501</b>
Löhne (abzüglich Leistungen Sozialversicherungen)	226'521	235'000	257'199
Sozialversicherungsaufwand (abzügl. Leistungen von Sozialversicherungen)	31'492	37'600	33'239
Übriger Personalaufwand (Weiterbildungen, Blumen, Stelleninserate)	2'062	2'500	1'063
<b>Zentrale Dienstleistungen und Verwaltung</b>	<b>18'260</b>	<b>20'500</b>	<b>17'099</b>
Raumkosten inkl. Energie und Versicherung	4'288	6'000	5'853
Unterhalt Mobiliar, EDV	1'037	1'500	1'455
Büromaterial, Telefon, Porti, Fachliteratur	4'087	3'000	737
Rechts- und Beratungsaufwand, Markenschutz	541	1'000	0
Buchführung und Revision	6'660	7'000	6'612
Übriger Betriebsaufwand inkl. Reise- und Sitzungsspesen	1'647	2'000	2'442
<b>Kommunikation, Fundraising (Sachaufwand)</b>	<b>14'124</b>	<b>14'500</b>	<b>3'078</b>
Marketing und individuelles Fundraising	2'602	2'000	1'154
Institutionelles Fundraising/Sponsoring	11'522	12'500	1'924
<b>Direkter Material- und Dienstleistungsaufwand</b>	<b>13'490</b>	<b>23'000</b>	<b>18'740</b>
Einkauf Publikationen	1'744	1'500	788
Beiträge an Kampagnen und Netzwerke	1'456	1'500	1'514
Öffentlichkeitsarbeit (inkl. Veranstaltungen), Drucksachen (Programme)	2'039	2'000	1'419
IT-Kosten und Beratungen (Programm)	3'713	8'000	6'993
SEO / SEA inkl. Media (Programm)	4'538	10'000	8'026
<b>Projektkosten (ohne Lohnkosten)</b>	<b>26'404</b>	<b>8'000</b>	<b>6'290</b>
Relaunch fairunterwegs-Plattform	22'773	5'000	5'882
Kreuzfahrtnation Schweiz	3'631	abgeschlossen	
Dossier Sustainable Aviation Fuels		3'000	408
<b>Finanzergebnis</b>	<b>35</b>	<b>400</b>	<b>170</b>
Bankspesen	182	300	173
Kursgewinn	-147	100	-3
<b>Total Aufwand</b>	<b>332'388</b>	<b>341'500</b>	<b>336'878</b>

Der Aufwand liegt leicht über dem Vorjahr und deutlich unter dem Budget. Bei zwei Posten besteht eine beträchtliche Abweichung gegenüber 2024: bei den Personalausgaben und bei IT-Kosten sowie SEO/SEA. Teilweise aus dem gleichen Grund: Im angepeilten Geschäftsmodell, welches auf Zuwendungen aus der Tourismuswirtschaft gebaut hat, ist die Reichweite der fairunterwegs-Plattform entscheidend. Doch sie ist in den letzten Jahren gesunken statt gestiegen. Um den Trend zu kehren, haben wir die Ausgaben für die Bewerbung signifikant erhöht (von 4'500 CHF auf 8'000 CHF) und wir haben rund 5 Stellenprozent mehr als budgetiert in die Erstellung von beachtenswertem Content investiert. Weitere Gründe für die höheren Personalkosten: Aufstocken des Stellenetats um weitere 10% für die Akquise, Teuerungsanpassung (erstmalig in diesem Jahrzehnt,) zusätzliche Lohnkosten infolge der Auflösung der Geschäftsstelle (v.a. Auszahlung Überstunden).

Wie einschneidend diese neue Aufteilung der Ressourcen war, zeigt die Aufstellung der Kosten nach den Kriterien administrative Arbeit, inhaltliche Arbeit (Programm und Projekte) sowie Mittelbeschaffung auf der nächsten Seite. Während der Aufwand für die Administration gleich geblieben ist – trotz beträchtlicher Kosten für die Auflösung der Geschäftsstelle –, ist der Aufwand für die inhaltliche Arbeit von 63% auf 42% gesunken und der für die Mittelbeschaffung von 14,3% auf 35,7% gestiegen.

2025	Admini- stration	Programm	Projekte	Mittelbe- schaffung	Total
<b>Total Sachkosten</b>	10'814	20'374	7'798	6'221	45'207
<b>Sachkosten in %</b>	23,9%	45,1%	17,3%	13,8%	100%
<b>Total Lohnkosten</b>	63'766	59'211	54'657	113'868	291'502
<b>Lohnkosten in %</b>	21,9%	20,3%	18,8%	39,1%	100%
<b>Total je Bereich</b>	<b>74'580</b>	<b>79'586</b>	<b>62'455</b>	<b>120'089</b>	<b>336'709</b>
<b>Total je Bereich % 2025</b>	22,1%	23,6%	18,5%	35,7%	100%
<b>Total % 2024</b>	22,5%	35,3%	27,9%	14,3%	100%

**Noch zur Bilanz:** Zur Deckung des Defizits mussten Reserven aufgelöst werden.

BILANZ		31.12.2025	31.12.2024
		CHF	CHF
Flüssige Mittel		19'402.10	154'949.79
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		0.00	0.00
übrige kurzfristige Forderungen		1'088.30	4'260.90
Vorräte		0.00	300.00
Aktive Rechnungsabgrenzungen		0.00	0.00
<b>Umlaufvermögen</b>		<b>20'490.40</b>	<b>159'510.69</b>
<b>Total Aktiven</b>		<b>20'490.40</b>	<b>159'510.69</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		240.00	5'345.90
übrige kurzfristige Verbindlichkeiten		2'532.60	591.30
Rückstellungen Liquidation		13'500.00	0.00
Passive Rechnungsabgrenzungen		1'500.00	42'200.00
<b>Fremdkapital</b>		<b>17'772.60</b>	<b>48'137.20</b>
Freies Kapital		2'717.80	1.38
Gebundenes Kapital		0.00	106'922.78
- Gehalts- und Betriebskostenreserve		0.00	80'190.22
- gebundenes Kapital Betrieb <i>www.fairunterwegs.org</i>		0.00	6'669.26
- gebundenes Kapital für Recherchen & Aktionen		0.00	20'063.30
<b>Organisationskapital</b>		<b>2'717.80</b>	<b>106'924.16</b>
<b>Total Passiven</b>		<b>20'490.40</b>	<b>155'061.36</b>

Dass die finanziellen Ressourcen für die Strategieumsetzung nicht ausreichen, hat sich im Sommer 2025 abgezeichnet. Deshalb hat der fairunterwegs-Vorstand beschlossen, die Geschäftsstelle per Ende 2025 zu schliessen und die Auflösung des Vereins zu beantragen. Das Ziel, allen Verpflichtungen, insbesondere auch bei den Löhnen, nachzukommen, wurde dank vorausschauenden Entscheidungen erreicht. Für 2026 verbleiben noch rund 20'000 CHF bis zur geordneten Vereinsübergabe, etwa für letzte Aufräumarbeiten, den technischen Weiterbetrieb der Webseite und Durchführung der Generalversammlung.

**Die revidierte Jahresrechnung steht unter:** <https://fairunterwegs.org/ueber-uns/organisation/>

# Ein grosses Dankeschön

*fairunterwegs* kann auf eine Vielzahl unterschiedlichster Unterstützer:innen zählen. Allen sagen wir von Herzen Danke.

## INSTITUTIONELLE MITGLIEDER

- Academia Engiadinaisa
- Arosa Tourismus
- Discover.swiss
- Dreamtime Travel
- Fastenaktion, Katholisches Hilfswerk
- Stiftung Ferien im Baudenkmal
- Globetrotter Club AG
- HEKS, Hilfswerk der Evangelisch-reformierten Kirchen
- HELVETAS
- iilo GmbH
- Imbach Reisen AG
- Kinderregion
- Naturfreunde Schweiz
- Procap Schweiz
- Public Eye
- Reformierte Kirchen Bern Jura Solothurn
- Schweizer Jugendherbergen
- Schweizer Reise-Verband
- Schwyz Tourismus AG
- Berghotel Sterna Feldis
- Tourism Watch bei Brot für die Welt

•

- Terra Sancta Tours AG
- Travel Book Shop AG
- Women Fair Travel, Berlin
- Women Travel Sonja Müller Lang

## GÖNNER:INNEN

- Kirchgemeinde Spiez
- Kirchgemeinde Stettlen
- Kirchgemeinde Thurnen
- OeME-Kommission der Stadt-Bern

## SPONSOR:INNEN

- Bike Adventure
- DERTOUR Suisse AG
- Globetrotter Travel Service AG
- Hotelplan Suisse
- Knecht Reisen AG
- Railway
- Raitour Suisse
- Tourasia Roemer AG
- Transa Backpacking AG

**Ein Riesendankeschön an Einzelmitglieder und Gönner:innen, die mehr als 500 CHF gespendet haben, und 1000 Dank an alle andern.**

Walter Lämmli

Gian Rico Wirz

Dieter Hötsch

Ein **Extra-Merci** geht an die **SST**, Schweizer Stiftung für Solidarität im Tourismus und die Stiftung **Temperatio** sowie an das **Innotour**-Team des **Seco**. Ihr habt es ermöglicht, in den letzten Jahren 3,5 Millionen Medienkonsumierenden zu sagen, dass faires Reisen nachhaltiges Glück bringt.

**Weitere Mercis** an René Grünenfelder, unseren Mann für alle buchhalterischen, steuer- und versicherungstechnischen Fälle, an Google für die Anzeigenspende im Wert von bis zu 10'000 CHF pro Monat, an Glunz, unser wundervollen Entwicklungspartner und an den systemrelevanten Uli Jürgens.

**Noch ein riesiges Dankeschön an das ganze fairunterwegs-Team.** Ihr habt unter anspruchsvollsten Umständen Erstaunliches geleistet. **Und ein Maxi-Merci an den fairunterwegs-Vorstand.** Ihr habt das fairunterwegs-Schiff besonnen durch wilde Turbulenzen gesteuert.