



Weltweit ab Hof

**WE ARE
CHANGING
THE RULES**

*Nachhaltigkeits- & Jahresbericht
2025*

VORWORT **5**

UNSERE WIRKUNG **9**

SCHWERPUNKTE **19**

<i>Wir stehen wieder auf beiden Beinen</i>	19
<i>Der Direktversand ist unser Zugpferd</i>	21
<i>‘La belle usine’ in Burkina Faso ist endlich in Betrieb</i>	23
<i>Wirkung und Risiko gehören zusammen</i>	27
<i>Togo arbeitet sich aus der Krise</i>	27
<i>Wir machen Schweizer Schokolade in Togo</i>	29
<i>Neue EU-Regulierungen verlangen uns viel ab</i>	31
<i>gebana Prämien wachsen überproportional</i>	35
<i>Wir planen die Zukunft</i>	35

GESCHÄFTSZAHLEN **39**

<i>Onlinehandel und Togo treiben unser Wachstum</i>	39
<i>Bruttomarge steigt weiter</i>	43
<i>Höherer Umsatz und gezielte Investitionen führen zu höheren Kosten</i>	43
<i>Sonderaufwand und Steuern belasten den Abschluss</i>	45
<i>Auch 2025 stieg die Bilanzsumme</i>	47
<i>Stärkung des Eigenkapitals bleibt Priorität</i>	49
<i>Hohe Investitionen und Lageraufbau prägen den Cashflow</i>	49

AUSBLICK **53**

Mai 2026

© gebana AG – Ausstellungstrasse 21, 8005 Zürich

Fotos: Ghery Grimoldi

**“DAS POTENZIAL,
DAS UNS DIE NEUE
FABRIK FÜR UNSERE
ENTWICKLUNG
BIETET, IST RIESIG.”**

Kadiatou Kabore

Head of Human Resources, gebana Burkina Faso

*Das neue Bürogebäude von gebama
Burkina Faso befindet sich direkt
auf dem Fabrikgelände.*



VORWORT

WOLLEN WIR DIESE KRISE?

Nicht schon wieder! Kriegsängste, Inflationsängste, Sorgen aller Art treiben uns um und statt tapfer zu handeln, werden Schuldige gesucht. Ideologieversessen bleiben die Parteien kleben, die NGO bewirtschaften dieselben Themen auf dieselbe Art und Weise, als ob sich nichts geändert hätte. Selbstbezogenes Befindlichkeitsmessen und kleinkrämerische Ego-Lösungsansätze allenthalben. Warum? Um nichts tun zu müssen, sich nicht zu exponieren, nichts zu riskieren. Eine Spezialität von uns Schweizer:innen.

Handeln und verändern statt verzagen

Und bei gebana? Ich wünsche mir, dass wir den Mut haben, ein Vorbild zu sein. Ist es nicht unsere Stärke, aus Erfahrung mit unsicheren bis aussichtslosen Situationen niemals aufzugeben? Wir wollen nicht darauf fokussieren, wo wir noch nicht ganz perfekt sind in der Umsetzung unserer Werte, auf die Fehler unserer Kolleg:innen und Partner, auf die Kränkungen unseres Ichs. Stattdessen handeln wir und verändern damit unser Umfeld und uns selbst. Krise? Welche Krise?

Aber sind wir dieses Vorbild bei gebana? Oder ist es bequemer, Opfer zu sein von äusseren Umständen: vom Markt, vom Management, von Trump, von Inflation und Kundenängsten aller Art. Ich fürchte wir sind trotz spektakulär gutem Resultat im letzten Jahr – lesen sie dazu den sehr erfreulichen Jahresbericht – schon wieder verzagt. Werden uns die Kundinnen und Kunden im Stich lassen, weil das Benzin ein bisschen teurer ist? Wird der Grosshandel Bio zurückstellen für mehr Discountware?

Nein, wir wollen diese Krise nicht

Es steht auf der Kippe und ich möchte uns allen, die wir bei gebana arbeiten, und auch Ihnen, liebe Kundinnen und Kunden zurufen:

*Das Schälen der Mangos,
bevor sie getrocknet werden,
ist reine Handarbeit.*



Nein, wir wollen diese Krise nicht und wenn wir sie nicht wollen, dann kommt sie auch nicht. Lasst uns nicht verzagen, sondern handeln: für Demokratie, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit.

Ich danke Ihnen herzlich für Ihr Engagement – und für Ihren guten Appetit!

Adrian Wiedmer

Präsident des Verwaltungsrates



*Zwischenlager für
halbverarbeitete Cashews*

UNSERE WIRKUNG

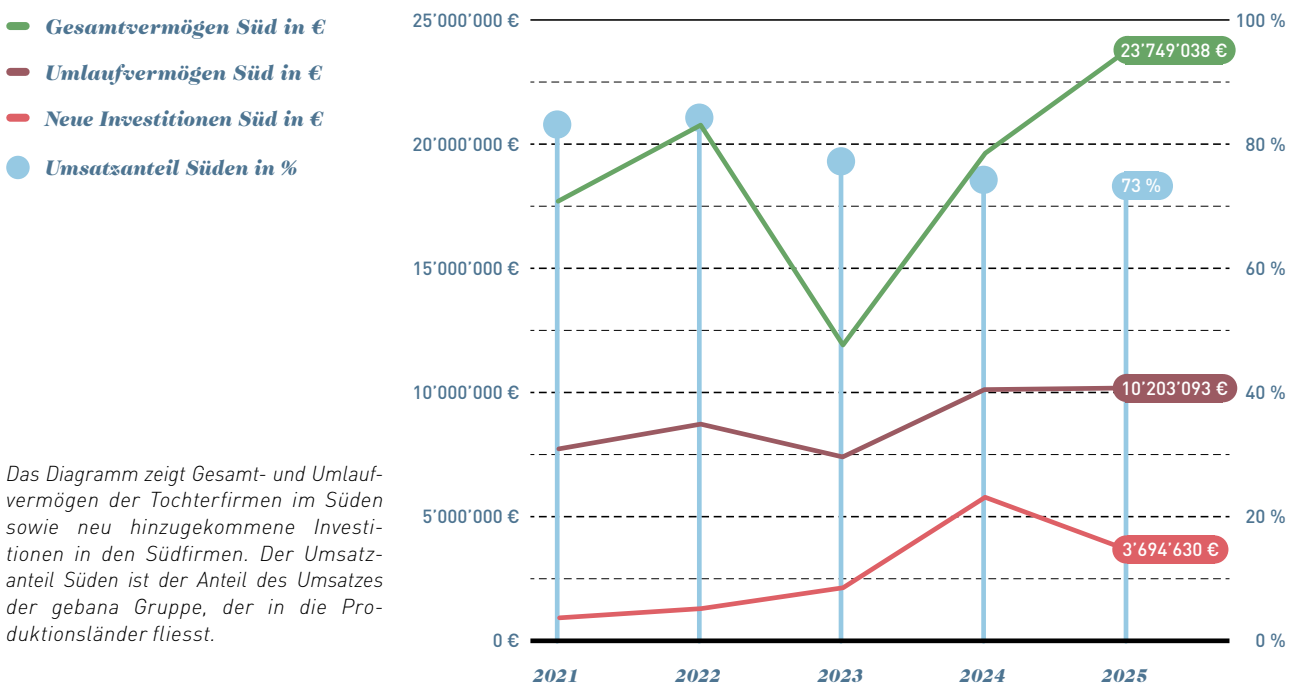
NACHHALTIGKEIT IN ZAHLEN

Es ist der Kern unserer Arbeit, positive Veränderungen für Bauernfamilien, lokale Wirtschaft und Umwelt zu erreichen. Vor drei Jahren verkündeten wir zu unserem 25-jährigen Jubiläum, dass wir unsere positive Wirkung so schnell wie möglich verdoppeln wollen. Seither haben wir Fortschritte gemacht – aber nicht nur.

Alle Zahlen und aktuelle Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit finden Sie in den folgenden Kapiteln. Ausserdem umfasst die Onlineversion dieses Berichts einen Anhang mit weiteren Informationen: gebana.com/Jahresbericht2025

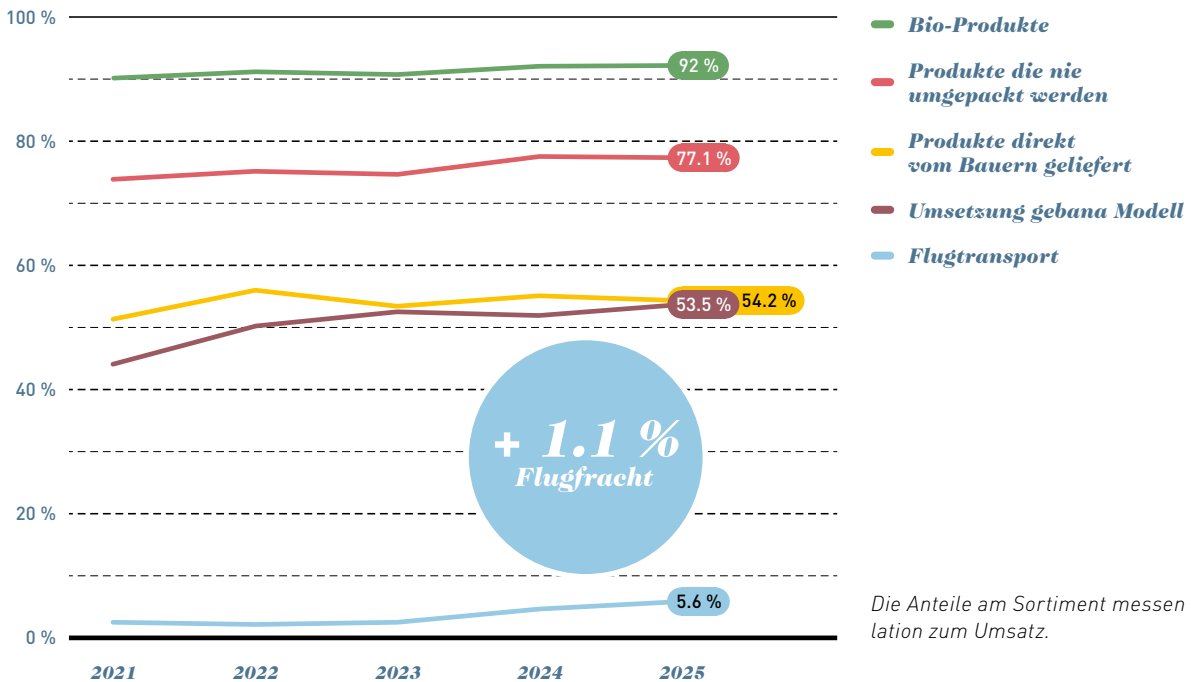
Investitionen im Süden

Die Vermögenswerte im Süden erreichen durch den Bau der neuen Fabrik in Burkina Faso ein Allzeithoch.



Nachhaltigkeit Sortiment Onlineshop

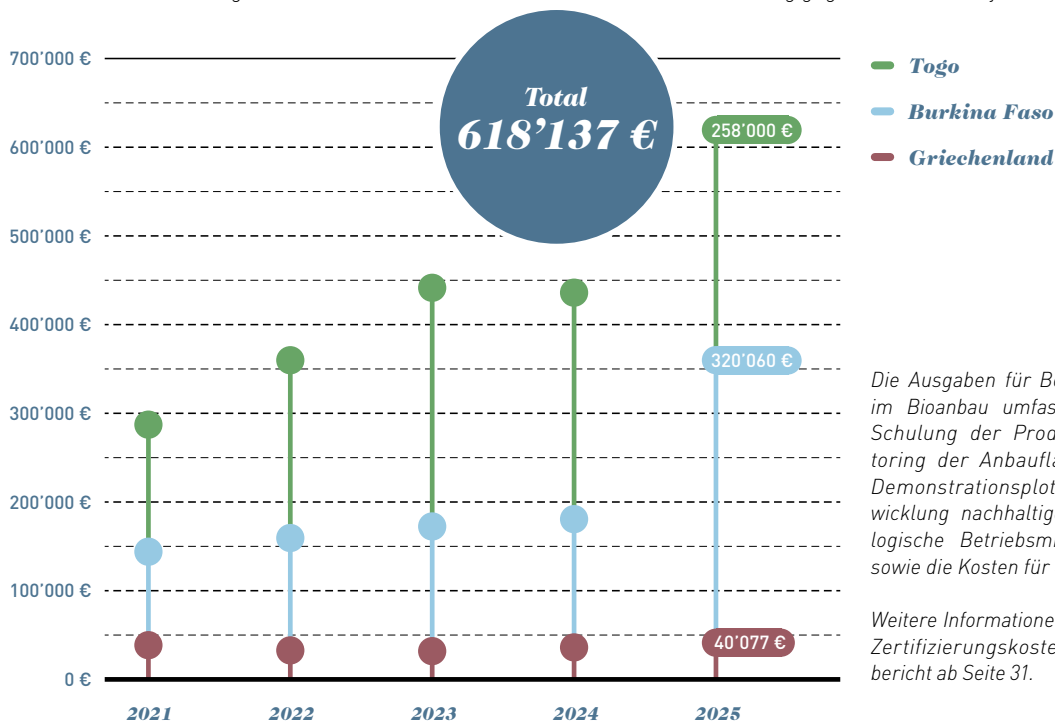
Durch den ausserordentlichen Transport von Avocados per Flugzeug erreichte Flugfracht 2025 einen Anteil von 5.6 Prozent.



Die Anteile am Sortiment messen wir in Relation zum Umsatz.

Beratung, Entwicklung und Zertifizierungen im Bio-Anbau

In Burkina Faso und Togo verdreifachten sich die Kosten für die Bio-Zertifizierung gegenüber dem Vorjahr auf total 200'000 Euro.



Die Ausgaben für Beratung und Entwicklung im Bioanbau umfassen die Begleitung und Schulung der Produzent:innen, das Monitoring der Anbauflächen, den Betrieb von Demonstrationsplots und die Weiterentwicklung nachhaltiger Anbaumethoden, biologische Betriebsmittel und Pflanzmaterial sowie die Kosten für die Bio-Zertifizierung.

Weitere Informationen zu den gestiegenen Bio-Zertifizierungskosten finden Sie im Jahresbericht ab Seite 31.

Umweltschutz

Das grösste Potenzial, um Emissionen von Treibhausgasen in der Lebensmittelproduktion zu reduzieren, liegt im Anbau. Deshalb investieren wir in die Verbesserung der Landwirtschaft und die Schulung der Produzent:innen.

Wir setzen auf Bio-Anbau – 92 Prozent unseres Sortiments im Direktversand stammen aus Bio-Produktion. Die Bio-Anbaufläche, auf der unsere Produkte entstehen, nahm 2024 stark ab, weil wir in Togo aus dem Sojageschäft ausgestiegen sind. Im Jahr 2025 stieg die Fläche nun wieder leicht und erreichte 36'018 Hektar.

Mit unserer Unterstützung stellten Bauernfamilien in Togo und Burkina Faso im Jahr 2025 insgesamt 195 Cashew- und Kakaoparzellen auf dynamische Agroforstwirtschaft um. Die Produzent:innen pflanzten 288'670 Bäume und Stecklinge, um ihre Haine zu verjüngen und zu diversifizieren. Gesamthaft haben wir damit inzwischen die Umstellung von 759 Parzellen unterstützt. Ausserdem führten wir 2025 in Burkina Faso, Togo und Griechenland insgesamt 574 Schulungen mit 6724 Teilnehmer:innen durch, in denen wir Know-how zu Kompost, Baumschnitt, Verbesserung der Erträge und biologischen Anbaumethoden vermittelten.

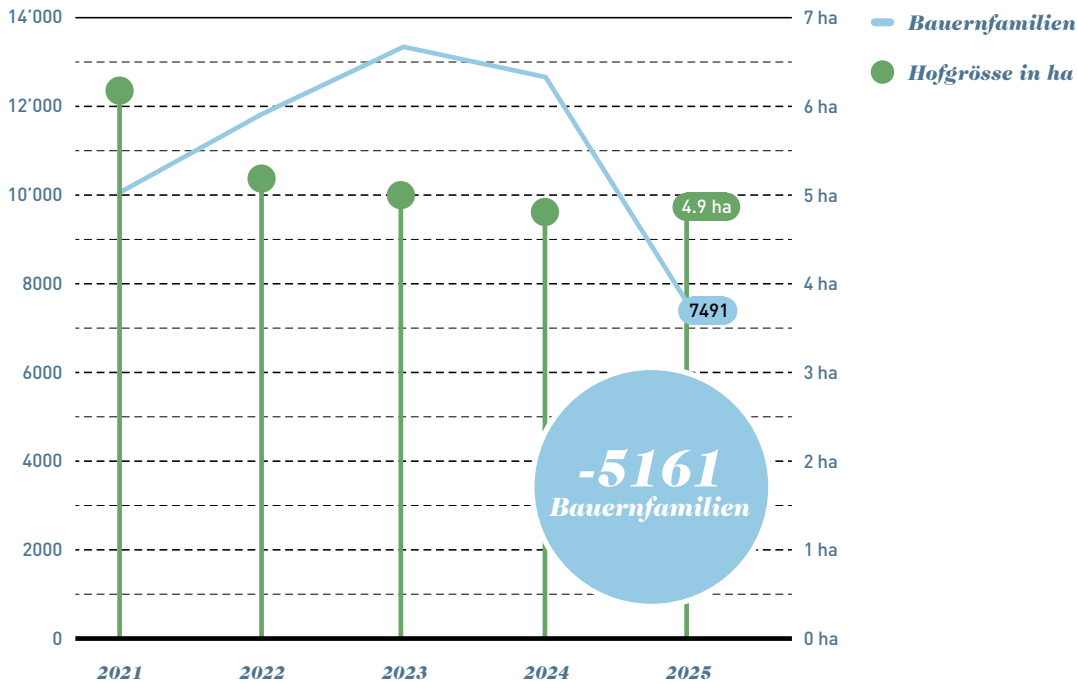
Unsicherheit am Suezkanal zwingt uns zu mehr Flugfracht

Ein weiterer Verursacher von Treibhausemissionen ist der Transport von Waren per Flugzeug. Dieser Faktor ist in den letzten zwei Jahren kontinuierlich gestiegen, da wir unsere Avocados aus Kenia seit Beginn der kriegerischen Eskalation in Nahost und der damit verbundenen Einstellung der Frachtschiffahrt im Suezkanal, per Flugzeug importieren mussten. Derzeit suchen wir für Avocado nach alternativen Lösungen, zumal inzwischen auch die Flugpreise stark steigen. Weiterhin transportieren wir die Ananas der Sorte Sugar Loaf aus Togo mit dem Flugzeug. Der Grund dafür ist die Qualität der Früchte, die unter dem deutlichen längeren Transport via Schiff zu stark leidet. Insgesamt stieg 2025 der Anteil von Flugfracht in unserem Sortiment im Onlineshop gemessen am Umsatz auf 5,6 Prozent, wobei Avocado 2,9 und Ananas 2,7 Prozent ausmachen. Es ist der höchste Anteil von Flugfracht seit wir diesen Wert messen.

Für die Kompensation der Emissionen schlagen wir Produkten mit Flugfracht einen Betrag auf, welcher der fünffachen Kompensation entspricht. Mit dem inzwischen angehäuften Geld werden wir Solarzellen auf der neuen Fabrik in Burkina Faso finanzieren.

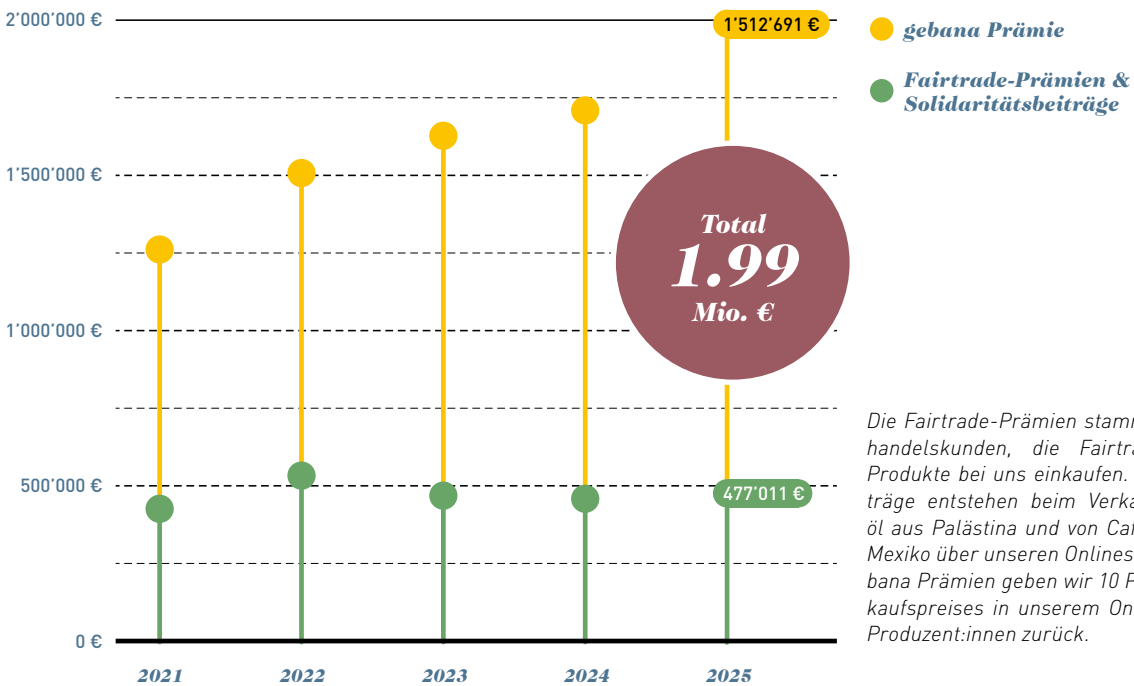
Bauernfamilien und Hofgrösse

Aufgrund des Ausstiegs aus dem Sojageschäft in Togo arbeiteten wir 2025 mit 5161 weniger Bauernfamilien zusammen als im Vorjahr.



Prämien an Produzent:innen

Insgesamt zahlten wir zusätzlich zu Bio-Einkaufspreisen knapp 2 Millionen Euro Prämien an Produzent:innen im Süden aus.



Unterstützung für Bauernfamilien

Im Jahr 2025 haben wir mit Latbio aus Ecuador einen neuen Partner in das gebana Modell aufgenommen. Der Betrieb beliefert uns mit frischen Bananen von elf Bauernfamilien. Der Anteil der Produkte, für die wir das gebana Modell umgesetzt haben, belief sich damit 2025 auf 53.5 Prozent unseres Umsatzes im Onlineshop. Von diesem Umsatz gehen 10 Prozent zurück an die Bauernfamilien – zusätzlich zu Bio-Einkaufspreisen.

So erhielten etwa Cashewproduzent:innen in Burkina Faso 2025 im Durchschnitt 90 Euro gebana Prämie. Das entspricht einem Monatslohn, der 22 Prozent über dem nationalen Mindestlohn liegt. Der Preis pro Kilogramm Rohcashews lag dadurch durchschnittlich 6.1 Prozent über dem Bio-Einkaufspreis. Der Mehrpreis ist so gering, weil wir ihn auch jenen Bauernfamilien zahlen, deren Cashews nur in den Grosshandel gehen und nicht über den Onlineshop an Endkund:innen.

Auf anderen Produkten zahlen wir sogenannte Solidaritätsbeiträge, die in Projekte in den jeweiligen Ländern fließen. Dazu zählen unser Olivenöl aus Palästina und der RebelDía-Kaffee aus Mexiko. 2025 zahlten wir 147'976 Euro Solidaritätsbeiträge an die beiden Initiativen.

Fast 2 Millionen Euro Prämien dank verschiedener Modelle

Von Grosshandelspartnern flossen 329'035 Euro an Fairtrade-Prämien über uns zurück an Produzent:innen. Ein Grosskunde zahlte 2025 ausserdem erstmals den *Living Income Referencial Price*, kurz LIRP. Diesen LIRP haben wir in Zusammenarbeit mit Fairtrade International und Max Havelaar Schweiz berechnet. Er bemisst sich an einem Einkommen, von dem die Bauernfamilien leben können.

Konkret zahlte der erwähnte Grosskunde im Jahr 2025 für getrocknete Mangos ein *Living Income Differential* – das ist die Differenz zwischen dem LIRP und dem Einkaufspreis einer Rohware – in Höhe von 9164 Euro. Für Cashews belief sich das Living Income Differential auf 0 Euro, da die Einkaufspreise über dem berechneten LIRP lagen. Das Geld kommt in den Topf der gebana Prämie und wir zahlen es zusammen mit dieser direkt an die Bauernfamilien aus.

Insgesamt zahlten wir im vergangenen Jahr 1.99 Millionen Euro Prämien an die Bauernfamilien in den Produktionsländern – zusätzlich zu Bio-Einkaufspreisen. Dies ist ein neuer Höchstwert.

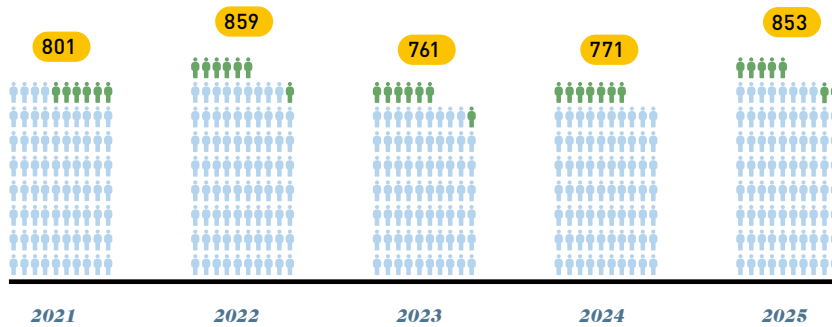
Arbeitsplätze

Bei gebana Burkina Faso haben 2025 im Jahresdurchschnitt 82 Personen mehr gearbeitet als im Vorjahr, weil das Unternehmen so viel produzierte wie noch nie.

 **Arbeitsplätze im Süden**

 **Arbeitsplätze im Norden**

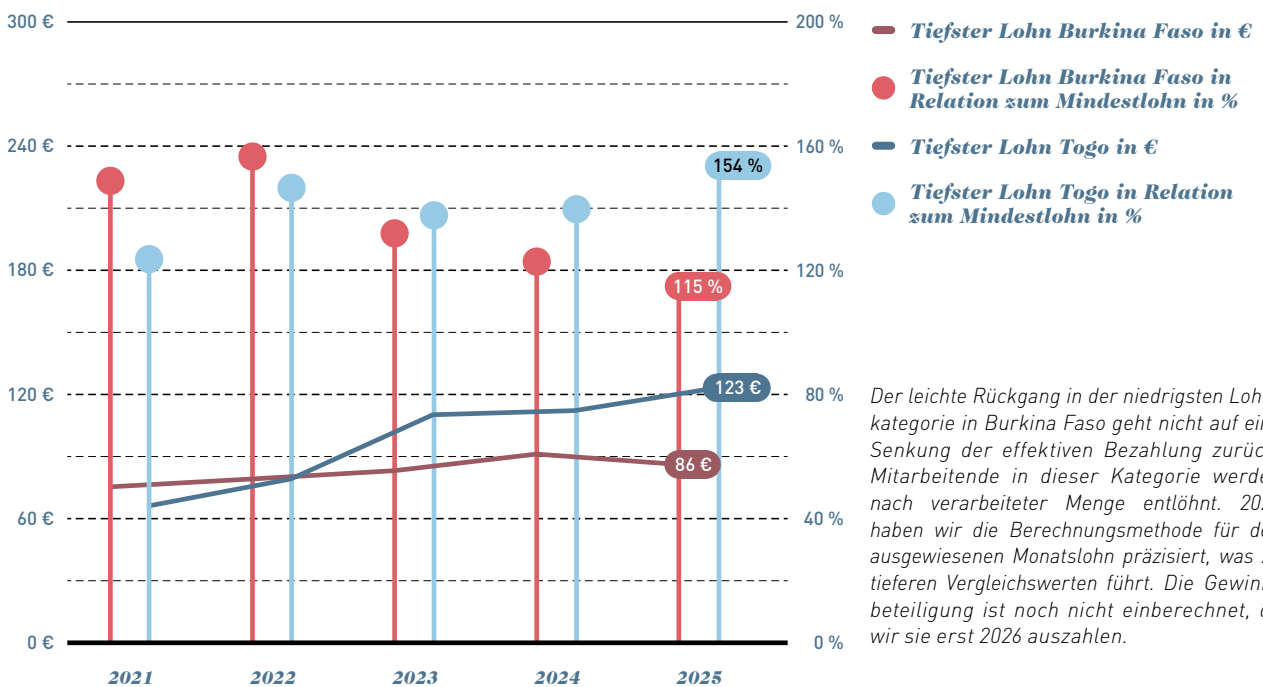
+82
Mitarbeitende



Die Zahl der Arbeitsplätze zeigt das Jahresmittel. Eine Figur steht für 10 Arbeitsplätze, eine Zeile für 100.

Löhne der tiefsten Lohnkategorie im Süden

Der tiefste Lohn in Burkina Faso lag im vergangenen Jahr 15 Prozent über dem Mindestlohn, was unserem Mindestziel entspricht.



Der leichte Rückgang in der niedrigsten Lohnkategorie in Burkina Faso geht nicht auf eine Senkung der effektiven Bezahlung zurück. Mitarbeitende in dieser Kategorie werden nach verarbeiteter Menge entlohnt. 2025 haben wir die Berechnungsmethode für den ausgewiesenen Monatslohn präzisiert, was zu tieferen Vergleichswerten führt. Die Gewinnbeteiligung ist noch nicht einberechnet, da wir sie erst 2026 auszahlen.

Arbeitsplätze und Löhne

gebana hat 853 Mitarbeitende weltweit. Davon 690 in Burkina Faso und 89 in Togo. Diese Zahl umfasst den Effekt der neuen Fabrik in Burkina Faso noch nicht, da die Produktion erst Ende des Jahres gestartet ist.

Alle Mitarbeitenden im Süden sind sozialversichert – in diesen Ländern ist dies keine Selbstverständlichkeit.

In Burkina Faso stehen zudem allen Mitarbeitenden die Dienste einer Krankenpflegerin auf dem Fabrikgelände gratis zur Verfügung. Festangestellte profitieren von Zuschüssen für Medikamente. Zusätzlich bietet gebana Burkina Faso subventionierte Betreuung für die Kinder der Mitarbeitenden an.

In Togo profitieren die Mitarbeitenden von Zuschüssen für Telefonkosten, Unterkunft, Transport und Mutterschaftsschutz.

*Zwischenlager für Rohcashews
vor der ersten Verarbeitungsstufe*



Menschenrechte

Im Kakaosektor in Westafrika ist die Missachtung von Menschenrechten ein bekanntes Problem. Insbesondere schwere Fälle von Kinderarbeit werden immer wieder aufgedeckt.

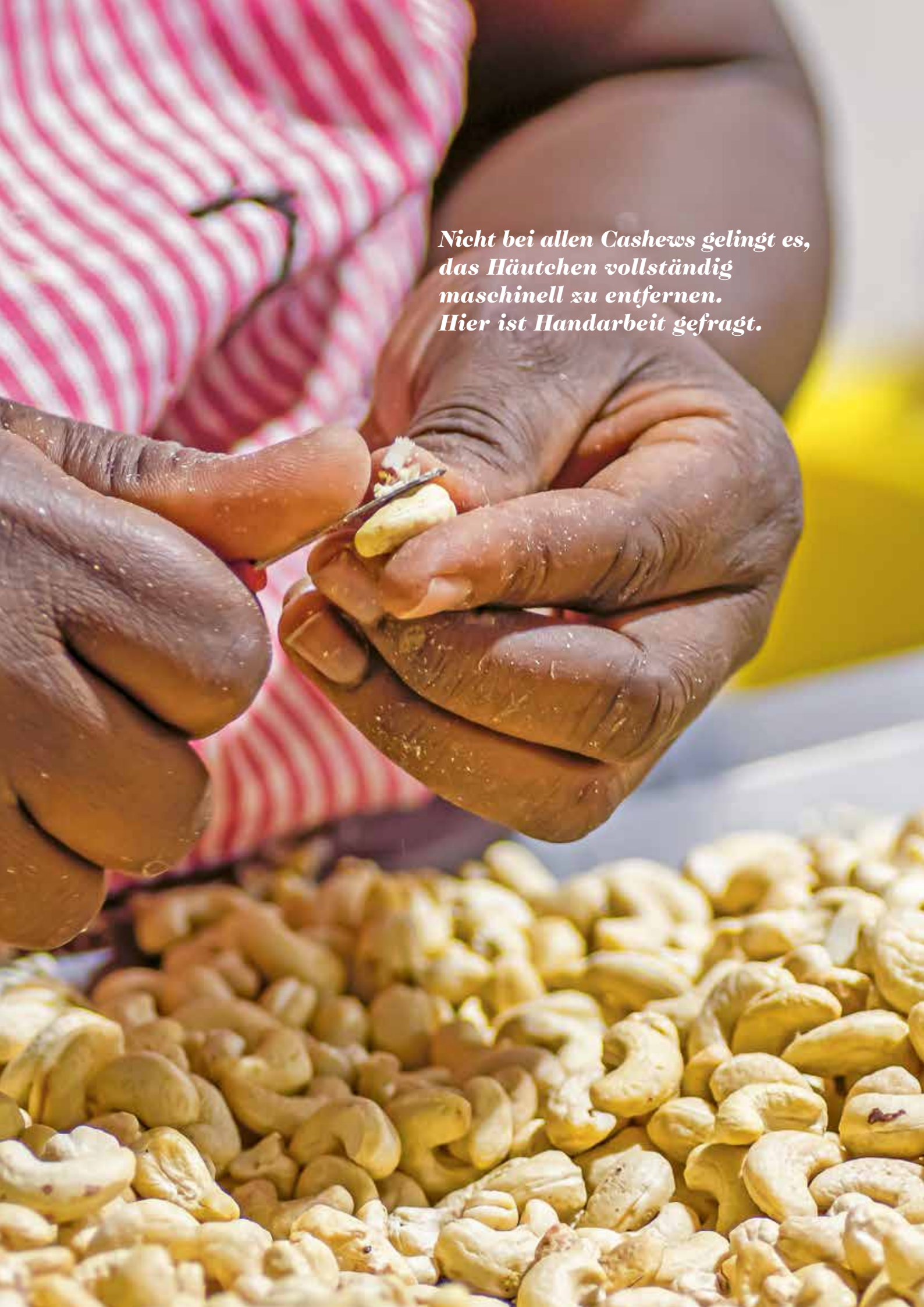
Wir arbeiten eng mit den Bauernfamilien in Togo zusammen, die Kakao an uns liefern, und besuchen sie mehrmals jährlich. Die schlimmste Form von Kinderarbeit, die Kindersklaverei, haben wir nicht gefunden. Allerdings ist es üblich, dass die Kinder von Bauernfamilien auf dem Feld mitarbeiten.

Unser Ziel ist es, dass alle Kinder die Schule besuchen und es keine schwere Kinderarbeit gibt. Deswegen führen wir in den Kooperativen in Togo gemeinsam mit einer lokalen NGO Sensibilisierungskampagnen durch. Darin vermitteln wir den Produzent:innen, wie wichtig der regelmässige Schulbesuch ist und welche negativen Auswirkungen Kinderarbeit hat.

2025 haben wir zudem unser Monitoring erweitert und gleichzeitig einen partizipativen Diagnoseprozess mit den Bauernfamilien angestossen, um Faktoren für Schulbesuch und Kinderarbeit zu analysieren.

Gemäss den internationalen Datenbanken von ILAB und UNESCO sind in Togo zwar fast alle Kinder bei der Schule angemeldet, aber nur rund 92 Prozent schliessen die Primarschule ab. In unserer eigenen Befragung von knapp 1000 Produzent:innen gaben rund 4 Prozent an, dass ihre Kinder im schulpflichtigen Alter nicht regelmässig zur Schule gehen. Dabei gibt es lokale Unterschiede: Der Prozentsatz ist höher, je weiter entfernt die nächste Schule liegt.

Wir gehen der Problematik der Kinderarbeit in Togo weiter nach. Zudem werden wir 2026 in Burkina Faso das erweiterte Monitoring einführen. In Zukunft sollen auch dort Sensibilisierungskampagnen zum Thema Kinderarbeit stattfinden.



*Nicht bei allen Cashews gelingt es,
das Häutchen vollständig
maschinell zu entfernen.
Hier ist Handarbeit gefragt.*

SCHWERPUNKTE

**DIE NEUE FABRIK PRODUZIERT,
DER DIREKTVERSAND HÄLT
UNS DEN RÜCKEN FREI UND
TOGO ARBEITET SICH ZURÜCK
IN DEN RING.**

Wir stehen wieder auf beiden Beinen

Drei Jahre lang war es schwierig. Der Biomarkt schwächelte, Kosten stiegen, die Unsicherheit bei Konsument:innen war gross. 2025 hat sich etwas verändert.

Zum ersten Mal seit vier Jahren schliessen alle unsere Unternehmen mit Gewinn ab – insgesamt haben wir vor Gewinnverteilung 1.5 Millionen Euro erwirtschaftet. Unser Modell funktioniert. Seit über 25 Jahren handeln wir anders: Wir kennen die Bauernfamilien, wir sind nah an den Konsument:innen und wir erzielen Wirkung in den Ursprungsländern. So schön wie das klingt, so komplex und fragil ist dieses System. Das macht uns anfällig für Krisen.

Es ist einem stabileren Marktumfeld als im Vorjahr und vielen kleinen Anpassungen in unserer Organisation zu verdanken, dass wir 2025 ein positives Ergebnis erreichen konnten. Wir haben Prozesse verbessert, Kosten genauer angeschaut, Preise angepasst und unser Onlinegeschäft weiterentwickelt. Nicht alles lief dabei wie geplant. Der Netto-Umsatz wuchs zwar um 8.9 Prozent auf 62.6 Millionen Euro, blieb aber 2.8 Millionen Euro unter Budget.



Transportboxen für frische Mangos

2025 zeigt dennoch klar, dass gebana stabiler geworden ist. Das gibt uns Spielraum für das, was uns eigentlich antreibt: Mehr Wirkung erzielen. Mehr Wertschöpfung dort schaffen, wo unsere Produkte wachsen. Beweisen, dass globaler Handel zu weltweiter Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit beitragen kann.

Die gewonnene Stabilität ermöglicht es uns auch, einem wichtigen Prinzip unseres Handelns nachzukommen, dem Teilen. Wenn wir Gewinn erwirtschaften, teilen wir ihn: Ein Drittel geht an die Mitarbeitenden, ein Drittel an die Kund:innen und ein Drittel an die Aktionär:innen.

Der Direktversand ist unser Zugpferd

81 Prozent unseres Gruppengewinns 2025 stammen aus dem Direktversand. 2025 ist dieses Geschäft um 12 Prozent gewachsen – getrieben durch unser Frischsortiment sowie Anpassungen bei Preisen und Rabatten. Besonders stark wuchsen wir in der EU und in der Romandie. Das zeigt uns, dass unser Modell auch ausserhalb der Deutschschweiz gut ankommt. Dieses Wachstum ist eines unserer wichtigsten Ziele, weil es unser grösster Hebel ist, um positive Wirkung im Süden zu erzielen.

22'500 Neukund:innen – knapp genug, um die Basis zu halten

Unsere grösste Herausforderung bleibt es, Neukund:innen zu gewinnen. Im vergangenen Jahr ist uns das leider nicht so gelungen, wie wir es geplant hatten. Zwar zählten wir 22'500 neue Kund:innen, doch das reicht nur, um unsere Kundenbasis zu halten, aber nicht für die Ambitionen, die wir haben.

Bei der Produktqualität gibt es ebenfalls Luft nach oben: Die Reklamationsquote stieg 2025 an. Unter anderem wegen schwieriger Mangoernten. Unsere neue Qualitätsstrategie soll hier Abhilfe schaffen.

Ein wichtiger Schritt in die Zukunft war der Umzug unseres Lagers nach Embrach. Jetzt haben wir mehr Platz, bessere Ergonomie und wir können diverse Prozesse effizienter gestalten. Die Voraussetzungen für weiteres Wachstum sind damit geschaffen.



Etwa 10 Prozent der Cashews können wir nicht maschinell knacken aufgrund ihrer Form und Grösse. Diese Cashews werden weiterhin manuell geknackt.

ANDRÉ RÖSSEL

Head of Warehouse & Logistics, Zürich

"Wir sind sehr zufrieden mit unserem neuen Lager in Embrach! Die Atmosphäre ist angenehm, wir haben Platz, helle und hohe Räume mit viel Tageslicht. Am alten Standort hatten wir so wenig Platz, dass wir bei anderen Dienstleistern Lagerplätze dazu mieten mussten. Das war logistisch aufwändig und teuer. Jetzt haben wir zwar nur etwa ein Drittel mehr Fläche als in Otelfingen, aber die Räume sind 4.2 Meter hoch. Das erlaubt Regale mit jeweils drei Palettenplätzen übereinander. Wir sind ausserdem gut erreichbar für LKWs und das Frachtzentrum der Post in Rümlang ist nah.

Auf den Umzug nach Embrach haben wir uns ein Jahr lang intensiv vorbereitet. Wir mussten das neue Lager nach unseren Bedürfnissen ausstatten, unsere Prozesse anpassen und den eigentlichen Umzug minutiös planen, der am Ende fünf Tage dauerte.

Als wir 2023 mit der Suche nach einer neuen Fläche begannen, war die Marktlage sehr angespannt. Die damalige Lagerleiterin Helen Seeholzer sah die Ausschreibung für den Bau in Embrach zufällig auf einem Spaziergang mit ihrem Hund. Es war also grosses Glück, dass wir das Lager in Embrach gefunden haben!"

La belle usine in Burkina Faso ist endlich in Betrieb

Sie steht. Nach Jahren der Planung, einer langen Bauphase und mancher schlaflosen Nacht: Unsere Fabrik in Bobo-Dioulasso produziert. Das ist ein Meilenstein in 28 Jahren Firmengeschichte!

Die Cashewproduktion startete im November 2025, die Mangoverarbeitung folgte im April 2026. Die neue Fabrik umfasst neben den Produktionshallen ein Bürogebäude, eine Kantine und einen Kinderhort. Heute arbeiten dort mehr als 500 Mitarbeitende. In den kommenden Monaten werden es noch deutlich mehr sein. Mit der Fabrik stärken wir die Wertschöpfung vor Ort erheblich.

Dadurch, dass wir vollständig vor Ort produzieren wird ausserdem das Endprodukt für die Bauernfamilien greifbarer und sie sehen, wie viele Menschen Jobs bekommen, um ihre Produkte zu verarbeiten. Das fördert unsere Glaubwürdigkeit und das Verständnis für die Wichtigkeit der Qualität.

So weit zu kommen, war nicht immer einfach. Fehler in der Planung und Budgetierung haben uns mehrfach zurückgeworfen. Der Bau dau-

The image shows a large industrial facility with a complex metal structure. At the top, a large stainless steel hopper is mounted on a platform. Below it, a large cylindrical boiler is visible, surrounded by various pipes and mechanical components. A staircase on the left side provides access to the upper levels. In the foreground, two large metal carts with perforated sides and wheels are filled with a large quantity of brown, roasted cashews. The background consists of a wall made of corrugated metal panels. The overall scene is a busy industrial environment focused on food processing.

In diesem Boiler werden die Rohcashews gekocht, bevor sie in die Knackmaschinen kommen.

erte 12 Monate länger als geplant. Die budgetierten Kosten von 11 Millionen Euro überschritten wir um 1 Million Euro. Dazu kamen praktische Herausforderungen: Burkina Faso hat keinen Meerzugang und somit keinen eigenen Hafen. Maschinen mussten wir über lange Distanzen über Land transportieren. Der Anschluss ans Elektrizitätsnetz verzögert sich aufgrund von Bürokratie und Netzlastproblemen, weshalb wir derzeit mit einem teuren Generator überbrücken.

Doch das Ergebnis zählt: Unsere *Belle Usine* steht und produziert.

KADIATOU KABORE

Head of Human Resources, Burkina Faso

"Der Umzug in die neue Fabrik hatte erhebliche Auswirkungen auf die Arbeit meines Teams. Wir mussten alle Arbeitsverträge anpassen, die Arbeitsplätze am neuen Standort zuweisen und eine neue Zeiterfassung einführen. Wir sind ausserdem für die interne Kommunikation verantwortlich. Es gab viele Fragen und Unsicherheiten bei den Mitarbeitenden, die wir beantworten mussten.

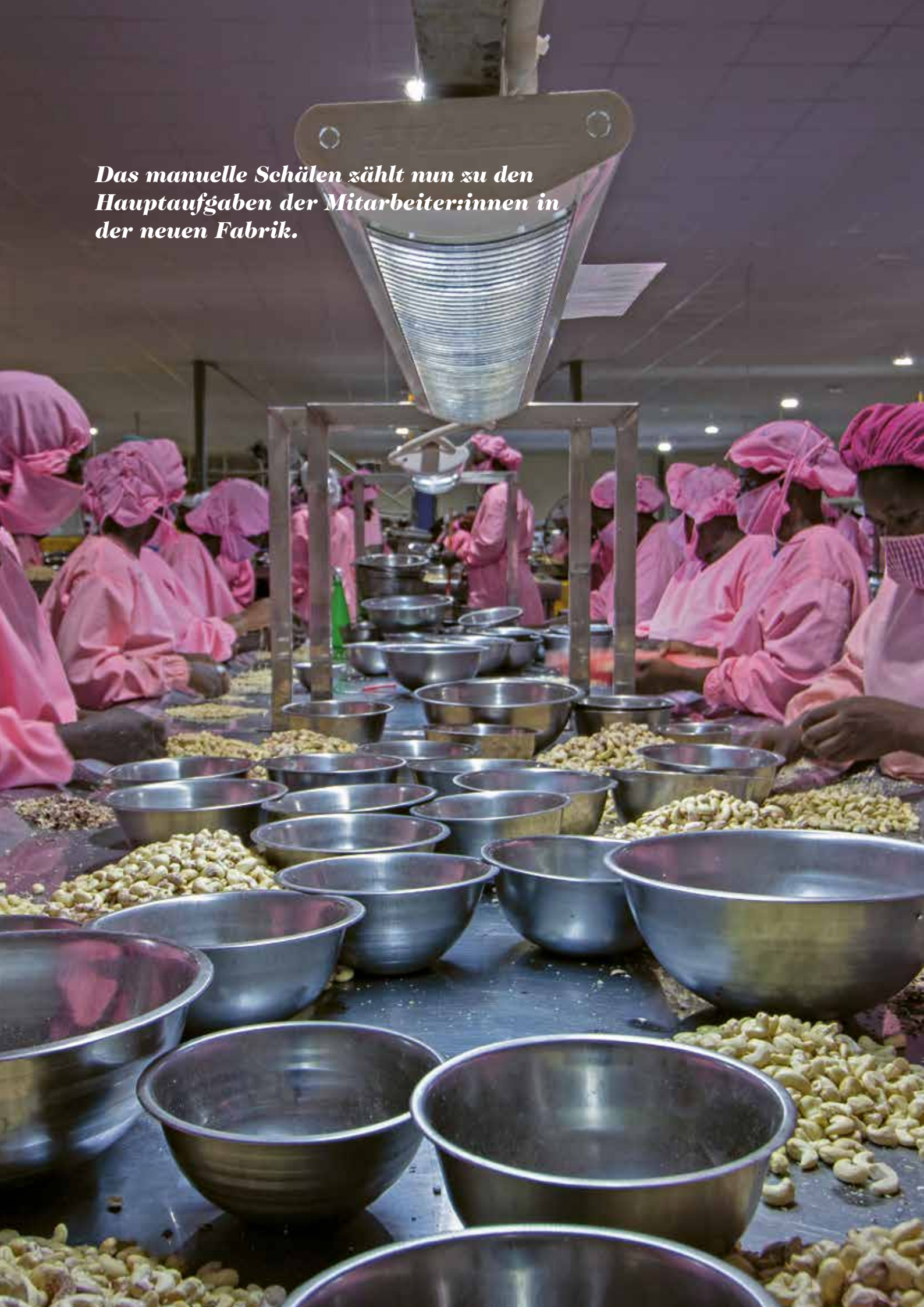
Eine weitere Herausforderung für uns: Wie kommen die Mitarbeitenden aus Bobo-Dioulasso zur neuen Fabrik, die etwa 17 Kilometer ausserhalb der Stadt liegt? Wir konnten mit den öffentlichen Verkehrsbetrieben aushandeln, drei Buslinien zu verlängern mit einer eigenen Haltestelle vor der Fabrik. Zusätzlich haben wir über eine private Firma zwei weitere Busse organisiert. Diese wollen wir jedoch möglichst rasch durch eigene

Busse ersetzen, um Kosten zu senken und bessere Pünktlichkeit und Flexibilität zu erreichen.

Unsere grösste Herausforderung ist nun, ein optimales Produktivitätsniveau zu erreichen. Dazu müssen wir unsere Prozesse anpassen und das Personal schulen. Zur Mangosaison wollen wir vermehrt Menschen aus der unmittelbaren Umgebung der Fabrik einstellen. Diese haben jedoch meist keine praktische Erfahrung in unserem Tätigkeitsbereich. Da braucht es gute Schulungen, um das gewünschte Niveau zu erreichen!

Die Mitarbeitenden schätzen die angenehmen Arbeitsbedingungen in der modernen Infrastruktur. Mir persönlich gefällt das Potenzial, das uns die neue Fabrik für unsere Entwicklung bietet. Ich liebe Herausforderungen, daher bin ich hier voll in meinem Element."

*Das manuelle Schälen zählt nun zu den
Hauptaufgaben der Mitarbeiter:innen in
der neuen Fabrik.*



Wirkung und Risiko gehören zusammen

gebana versucht etwas, das im internationalen Handel eher selten ist: Wir decken möglichst viele Schritte der Wertschöpfungskette von den Bauernfamilien bis zu den Konsument:innen selbst ab.

Dieser Ansatz birgt Risiken. Über 60 Prozent unseres Vermögens liegen heute in politisch und wirtschaftlich instabilen Ländern im Süden. Damit lehnen wir uns finanziell weit aus dem Fenster. Am Investorenabend im November 2025 haben wir deshalb mit Fachleuten aus der Branche und unseren Investor:innen über den Umgang mit den Risiken im Süden und möglichen Lösungswegen diskutiert. Es ist klar, dass wir etwas unternehmen müssen, um gebana langfristig zu stabilisieren. Derzeit arbeiten wir an der konkreten Lösung. Im Herbst 2026 informieren wir Sie darüber.

Togo arbeitet sich aus der Krise

Im Jahr 2024 war gebana Togo unser grösstes Sorgenkind. Knapp 10 Jahre lang hatten wir Bio-Soja aus Togo exportiert. Es war ein Geschäft, das viele Leben veränderte und gebana zeitweise gutes Geld in die Kassen spülte. Doch eine schwierige Marktsituation, strengere staatliche Regulierungen und hausgemachte Misswirtschaft führten für gebana Togo im Jahr 2024 zu einem nie dagewesenen Verlust.

Diese Krise liegt nun hinter uns. Das Sojageschäft haben wir an ein lokales Unternehmen verkauft, den Fokus auf Kakao und Ananas geschwenkt und mit Claudio Scotto einen CEO geholt, der weiss, wie man eine Firma der gebana Familie aus der Krise führt. Er hat es in Burkina Faso schon einmal getan.

Das Team in Togo hat etliche Herausforderungen vor sich

Passend zu diesem Strategiewechsel und pünktlich zur Kakaoernte 2024/25 kletterten die Weltmarktpreise für Kakao auf Höchstniveau. Das hat gebana Togo stark geholfen, wieder Fuss zu fassen. Trotzdem bleibt das operative Geschäft schwierig und das Team muss Lösungen finden für Qualitätsfragen, Zertifizierungen sowie organisatorische Baustellen. Die aktuelle Saison zeigt bereits, wie fragil die Situation in Togo ist: Die Kakaopreise sind stark gesunken. 2026 wird wieder härter.

Diese Volatilität bestätigt uns in unserem eingeschlagenen Weg: Unsere Zukunft in Togo liegt nicht im Handel mit Rohware, sondern in der Verarbeitung vor Ort.



*Transfer von Rohcashews
in die Knackmaschinen*

MC2

ISO 9001-2015

Wir machen Schweizer Schokolade in Togo

Fast 2000 Menschen haben sich anstecken lassen von unserer Vision, Schweizer Schokolade direkt in Togo herzustellen. Über unser Crowdfunding *Schweizer Schokolade – made in Togo* bestellten sie Schokolade vor, die sie erst in fünf Jahren erhalten werden. Auf diese Weise kam in Rekordzeit über eine halbe Million Euro Startkapital zusammen. Herzlichen Dank an alle, die das Crowdfunding unterstützt haben und es noch tun werden!

Unsere Idee ist so einfach wie überfällig: Schokolade dort herstellen, wo der Kakao wächst. Rund 70 Prozent des weltweit verarbeiteten Kakaos stammen aus Westafrika und trotzdem findet der grösste Teil der Schokoladenproduktion bis heute in Europa statt. Das wollen wir ändern. Erste Tafeln hat das Team vor Ort bereits hergestellt in unserer Kleinstproduktion im Büro von gebana Togo.

Erfolgreiches Crowdfunding legt Grundstein für Schokolade aus Togo in Schweizer Qualität

Die Resultate sind vielversprechend und in unserem Onlineshop erhältlich. Darauf bauen wir auf und richten nun eine professionelle Produktion ein. Das wird uns etwa 1.3 Millionen Euro kosten. Den Grundstein für diese Investition haben die Unterstützer:innen unseres Crowfundings bereits gelegt.

Die Resonanz der Grosshandelskunden bleibt bisher leider zurückhaltend. Zwar finden die meisten die Idee super und visionär. Aber sich bereits zum Kauf von Schokolade aus Togo zu verpflichten oder gar mit uns zu investieren, ist ihnen zu riskant. Sie warten lieber, bis die Schokolade da ist, um dann je nach Qualität und Preis zu entscheiden, ob sie sie kaufen. Würden alle so handeln, würde niemals etwas Neues entstehen. Darum machen wir es wieder einmal selbst!

Klar, das Projekt ist ein Wagnis. Aber wenn es gelingt, können künftig bis zu 50 Prozent des Verkaufspreises einer Tafel Schokolade im Herkunftsland bleiben, statt wie heute oft nur etwa 10 Prozent. Gemeinsam verändern wir die Regeln des Handels!

Unterstützen Sie unser Crowdfunding *Schweizer Schokolade – made in Togo* weiterhin unter: **gebana.com/made-in-togo**

*In diesem Ofen in werden Cashewschalen
verbrannt. Er sorgt für heisses Wasser,
das die Trocknungskammern für die Mango-
verarbeitung erhitzt.*



CHARLES DJIVINS MAKOSSO

Chocolate Production Technician, Togo

"2000 Menschen, die eine Schokoladeproduktion in Togo unterstützen, das motiviert mich! Ich sehe unser Unternehmen in Zukunft als den Schokoladenhersteller in Togo schlechthin, bekannt für Qualität und unsere afrikanische Identität. Wir werden unsere Schokolade nicht nur nach Europa exportieren, sondern auch in verschiedene afrikanische Länder. Und ja, warum nicht auch nach Asien?"

Doch wir warten nicht auf die neuen, grossen Anlagen, wir haben jetzt schon viel vor.

Noch dieses Jahr wollen wir die Produktion von 300 auf 500 Tafeln Schokolade pro Woche steigern. Dazu müssen wir zunächst die Versorgung mit Elektrizität stabilisieren. Dann braucht es eine zweite Conchier-Maschine. Zudem wollen wir die Produktion bio-zertifizieren lassen. Und wir haben intensiv an neuen Schokoladenrezepturen gearbeitet. Zwei neue Sorten wollen wir noch dieses Jahr im Onlineshop anbieten – Sie dürfen sich freuen!"


Neue EU-Regulierungen verlangen uns viel ab

Seit 1. Januar 2025 gilt die neue EU-Bio-Verordnung auch für Nicht-EU-Länder, die Produkte in die EU und die Schweiz einführen möchten. Bauernfamilien im Süden müssen sich jetzt stärker selbst organisieren, Kooperativen bilden und neue Anforderungen erfüllen. Damit sind viele Produzent:innen im Süden allerdings überfordert und brauchen unsere Unterstützung. Aufgrund dieser Änderungen kosteten uns die Bio-Zertifizierungen in Togo und Burkina Faso 2025 über 200'000 Euro, dreimal mehr als im Vorjahr.

Die Folgen der Regulierungen sind entlang der gesamten Lieferkette spürbar. Es dauert länger, um Exportbewilligungen zu erhalten. Das führt zu blockierten Waren oder aber Produkte werden auf konventionell heruntergestuft, um Transportfenster nicht zu verpassen. Einige Produzent:innen entscheiden sich gleich ganz, den biologischen Anbau aufzugeben.

Die massiven Mehrkosten werden die Konsument:innen tragen müssen

Die Absicht der neuen EU-Bio-Verordnung mag nachvollziehbar erscheinen: Sie soll die Integrität und Qualität von Bio-Importen erhöhen.



*Das Schneiden der Mangos
ist Handarbeit, wird aber durch
Maschinen wie dieses Förder-
band unterstützt.*

Strengere Anforderungen und Kontrollen sollen dies gewährleisten und so das Vertrauen der Konsument:innen fördern. Aber ist das der richtige Weg? Wir zweifeln daran. Mehr Bürokratie schützt keine Bauernfamilie und keine Ackerfläche. Die massiven Mehrkosten werden am Ende die Konsument:innen tragen müssen.

Trotz guter Ausgangslage ist unser Aufwand gross

Parallel dazu beschäftigte uns die neue EU-Verordnung gegen Entwaldung, EUDR. Diese verlangt eine vollständige Rückverfolgbarkeit bestimmter landwirtschaftlicher Produkte aus dem Süden bis zur Anbaufläche. Mittels Satellitenbildern müssen wir nachweisen, dass die Produkte nicht von entwaldeten Flächen stammen.

Da wir bereits seit Jahren die Anbauflächen unserer Produzent:innen vermessen und aufzeichnen, hatten wir eine gute Ausgangslage, um der neuen Verordnung gerecht zu werden. Dennoch kostete uns die Vorbereitung auf die neue Regulierung viel Arbeit. Kurz vor Inkrafttreten wurde die Einführung jedoch um ein Jahr verschoben.

Bisher haben die neuen Regeln für mehr Nachhaltigkeit vor allem zwei Sachen gebracht: viel Unsicherheit und hohe Kosten.

Geschnittene Mangos vor dem Trocknen



gebana Prämien wachsen überproportional

2025 haben wir 22.8 Prozent mehr gebana Prämien an Bauernfamilien ausgezahlt als im Vorjahr. Mit der gebana Prämie beteiligen wir die Familien mit 10 Prozent am Verkaufspreis ihrer Produkte in unserem Onlineshop. Sie erhalten diesen Anteil zusätzlich zu den Einkaufspreisen und Bio-Prämien. Dieses Modell funktioniert im Direktversand sehr gut. 2025 konnten wir mit Latbio, unserem Lieferanten verschiedener Bananensorten aus Ecuador, die achte Lieferkette ins gebana Modell aufnehmen.

Im Grosshandel hingegen ist es schwierig, ähnliche Mechanismen umzusetzen. Der Handel ist besonders preissensibel, höhere Preise oder zusätzliche Prämien an Bauernfamilien will kaum ein Grosskunde zahlen. Deshalb haben wir nach neuen Ansätzen gesucht. Gemeinsam mit einem Handelskunden konnten wir 2025 erstmals ein Modell umsetzen, das auf dem sogenannten *Living Income Reference Price* basiert.

Dieser Preis zeigt, welches Einkommen Bauernfamilien eigentlich erzielen müssten, um langfristig von ihrer Arbeit leben zu können. Liegt der Marktpreis darunter, wird die Differenz als zusätzliche Prämie ausbezahlt. Für uns ist dieses Projekt ein wichtiger Versuch. Es zeigt, dass auch im Grosshandel neue Wege möglich sind, wenn Partner bereit sind, sie gemeinsam zu gehen.

Wir planen die Zukunft

Unser letzter Businessplan stammt aus dem Jahr 2019. Er begleitete uns viele Jahre und prägte unsere Entwicklung. Mit dem Verkauf von gebana Brasilien, der Marktentwicklung nach Corona und der Grossinvestition in Burkina Faso haben sich zentrale Elemente der Strategie verändert. Es wurde deshalb Zeit für einen neuen Businessplan. In diversen Workshops mit dem Verwaltungsrat und den verschiedenen Abteilungen innerhalb der gebana AG haben wir unsere strategischen Schwerpunkte bis 2030 entwickelt.

Die Grundidee bleibt einfach: Wir müssen wachsen, um mehr Wirkung für Bauernfamilien, die lokale Wirtschaft und die Umwelt erzielen zu können. Deshalb wollen wir bis 2030 unseren Umsatz auf 115 Millionen Euro steigern, die Profitabilität verbessern und so gleichzeitig mehr bewirken. Dazu gehört unter anderem, die Prämien an Bauernfamilien mehr als zu verdoppeln und die Zahl der



Rohcashews vor dem Knacken

Mitarbeitenden in unseren Produktionsgesellschaften im Süden stark zu erhöhen.

gebana bleibt gebana

Im Zentrum der Strategie steht weiterhin unser integriertes Geschäftsmodell: Wir verbinden Bauernfamilien, eigene Produktionsfirmen, unsere Handelsgesellschaft und Konsument:innen zu einer gemeinsamen Wertschöpfungskette. Der Onlineshop bleibt dabei der wichtigste Wachstumsmotor und finanziert viele unserer Investitionen im Süden. Gleichzeitig bauen wir unsere Produktionsstandorte weiter aus, investieren in Digitalisierung und stärken unsere Marke, damit noch mehr Menschen Teil der gebana Bewegung werden.

gebana bleibt gebana. Wir bleiben unseren Grundprinzipien treu: Transparente Kommunikation, langfristige Partnerschaften mit Bauernfamilien und die Bereitschaft, auch in schwierigen Regionen zu investieren.

A close-up photograph of several blue plastic trays filled with raw cashews. The trays are arranged in a row, and the cashews are piled in each. The background shows a metal structure, likely part of a processing machine. The text is centered over the middle tray.

*Rohcashews auf ihrem
Weg zur Knackmaschine*

GESCHÄFTSZAHLEN

WIEDER SCHWARZE ZAHLEN DANK MEHR UMSATZ UND BESSERER MARGE.

Onlinehandel und Togo treiben unser Wachstum

In der gesamten gebana Gruppe erzielten wir im Jahr 2025 einen konsolidierten Nettoumsatz von 62.6 Millionen Euro. Gegenüber dem Vorjahr entspricht das einem Plus von 8.9 Prozent. Besonders hervorzuheben ist, dass drei von vier Firmen deutlich gewachsen sind. Das macht uns stabiler und weniger abhängig von einzelnen Gesellschaften oder Märkten.

Haupttreiber des Wachstums waren der Onlinehandel in der Schweiz sowie die positive Entwicklung in Togo. Der Umsatz im Direktversand in der Schweiz stieg von 26.7 auf 30.1 Millionen Euro. gebana Togo steigerte den Umsatz von 4.3 auf 6.8 Millionen Euro, getrieben durch den Wechsel weg vom Soja- hin zum Kakaohandel. Dem Team von gebana B.V. in den Niederlanden gelang es, den Umsatz auf 24.1 Millionen Euro zu steigern. Gebremst wurde die Gruppe von Burkina Faso. Dort blieb der Umsatz mit 15.3 Millionen Euro leicht unter dem Vorjahr. Hauptgrund dafür war, dass sich der Produktionsstart und die Auslieferungen aus der neuen Fabrik verzögerten.

Konsolidiert nach Swiss GAAP FER

Die gebana AG berichtet konsolidiert nach dem Rechnungslegungsstandard von Swiss GAAP FER. Das heisst, dass wir Resultate aller Tochtergesellschaften zusammenziehen und als Ganzes

darstellen. Die gewählte Währung für die Konsolidierung ist Euro, weil die meisten gebana Gesellschaften im an den Euro gekoppelten Westafrikanischen Franc oder in Euro abschliessen.

GEBANA GRUPPE ERFOLGSRECHNUNG KONSOLIDIERT SWISS GAAP FER IN €	JANUAR – DEZEMBER 2025	JANUAR – DEZEMBER 2024	VERÄN- DERUNG ABSOLUT	VERÄN- DERUNG IN %
Bruttoumsatz	66'499'943	61'128'932	5'371'011	8.8 %
Erlösminderungen	-3'877'086	-3'611'559	-265'527	7.4 %
Nettoumsatz	62'622'857	57'517'374	5'105'484	8.9 %
Produktkosten	-37'912'171	-36'683'571	-1'228'600	3.3 %
Übrige Kosten verkaufter Produkte	-6'642'161	-6'568'857	-73'304	1.1 %
Bruttomarge	18'068'525	14'264'946	3'803'580	26.7 %
In Prozent Nettoumsatz	28.9 %	24.8 %		
Übriger betrieblicher Ertrag	912'514	709'970	202'544	28.5 %
Übriger betrieblicher Aufwand	-215'584	-96'817	-118'767	122.7 %
Bruttoeinkommen	18'765'456	14'878'099	3'887'357	26.1 %
Verkauf- und Marketingkosten	-2'033'270	-1'601'788	-431'481	26.9 %
Personalkosten	-10'568'801	-9'484'156	-1'084'645	11.4 %
Administrative Kosten	-2'827'574	-2'252'746	-574'827	25.5 %
EBITDA	3'335'811	1'539'408	1'796'403	116.7 %
Abschreibungen	-856'925	-697'881	-159'044	22.8 %
EBIT	2'478'886	841'527	1'637'359	194.6 %
Finanzierungserfolg	-428'243	-715'738	287'496	-40.2 %
Nettoergebnis operativ	2'050'643	125'789	1'924'855	1530.2 %
Währungserträge / -verluste	46'322	61'839	-15'517	-25.1 %
Nicht operative Erträge / Aufwände	-545'915	121'158	-667'073	-550.6 %
Steueraufwand	-546'956	-677'184	130'228	-19.2 %
Nettoergebnis	1'004'094	-368'399	1'372'493	n/a

GEBANA SÜDEN ERFOLGSRECHNUNG IN €	BURKINA FASO 2025	BURKINA FASO 2024	TOGO 2025	TOGO 2024
Nettoumsatz (inkl. Intercompany Umsatz)	15'252'511	15'372'143	6'794'840	4'264'313
Total Produktkosten	-11'785'804	-11'743'415	-5'746'293	-4'411'426
Bruttomarge	3'466'707	3'628'729	1'048'547	-147'113
Übriger betrieblicher Aufwand und Ertrag	279'458	201'335	117'085	273'271
Bruttoeinkommen	3'746'165	3'830'064	1'165'631	126'159
Personalkosten	-1'778'202	-1'568'960	-399'945	-473'158
Administrative Kosten	-689'384	-466'831	-336'511	-303'429
Abschreibungen	-167'826	-108'667	-60'834	-8'346
EBIT	1'110'753	1'685'606	368'341	-658'775
Finanzerträge, -kosten, nicht betrieblicher Ertrag & Kosten, Steuern	-1'012'199	-820'693	-286'289	-293'229
Nettoergebnis	98'554	864'912	82'051	-952'003

GEBANA GRUPPE BILANZ KONSOLIDIERT SWISS GAAP FER IN €	DEZEMBER 2025	DEZEMBER 2024
AKTIVEN		
Umlaufvermögen	25'646'870	23'877'982
<i>Flüssige Mittel</i>	2'222'165	2'672'007
<i>Forderungen aus Lieferungen und Leistungen</i>	6'677'735	7'653'361
<i>Übrige Forderungen</i>	663'323	1'125'763
<i>Vorfinanzierung und Darlehen</i>	1'750'012	1'879'818
<i>Warenlager</i>	14'333'635	10'547'032
Anlagevermögen	15'280'833	11'916'623
<i>Minderheitsbeteiligungen und Finanzanlagen</i>	843'672	852'762
<i>Sachanlagen</i>	13'276'625	8'688'597
<i>Immaterielle Anlagen</i>	1'160'536	2'375'264
Total Aktiven	40'927'704	35'794'605
PASSIVEN		
Kurzfristiges Fremdkapital	20'032'333	15,839,744
<i>Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen</i>	6'318'533	9'955'727
<i>Übrige Verbindlichkeiten</i>	5'244'980	2'681'225
<i>Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten</i>	8'468'820	3'202'792
Langfristiges Fremdkapital	17'740'376	17'772'840
<i>Langfristige Rückstellungen</i>	151'294	0
<i>Langfristige Darlehen</i>	7'319'740	5'512'845
<i>Nachrangige Darlehen</i>	10'269'343	12'259'995
Eigenkapital	3'154'994	2'182'021
<i>Aktienkapital, inkl. Partizipationsscheine</i>	490'000	490'000
<i>Eigene Aktien</i>	-726'352	-869'360
<i>Reserven und Gewinnvortrag</i>	2'731'078	1'902'530
<i>Minderheitenanteile</i>	660'268	658'851
Total Passiven	40'927'704	35'794'605



*Hier wird eine Knackmaschine
mit Rohcashews befüllt.*

Bruttomarge steigt weiter

Die Bruttomarge kletterte im Geschäftsjahr 2025 deutlich von 24.8 auf 28.9 Prozent. Der Bruttogewinn erhöhte sich damit von 14.3 auf 18.1 Millionen Euro. Getrieben wurde diese Verbesserung von den guten Margen im Grosshandel, den Preiserhöhungen im Onlineshop und dem Ausstieg aus dem margenschwachen Sojageschäft in Togo per Ende 2024.

Dazu kam ein besserer Mix: Das überproportionale Wachstum des Direktversands verlieh diesem margenstarken Geschäft zusätzlich an Gewicht, während margenschwächere Aktivitäten zurückgingen. Gleichzeitig führten höhere Volumina zu Skaleneffekten. Diese Margenverbesserung ist für uns zentral. Nur so können wir weiter in unser Geschäftsmodell investieren und unsere Kosten decken.

Wichtig ist für uns, dass sich diese Verbesserung nicht nur in unseren eigenen Zahlen zeigt. Die Summe der gebana Prämie, direkt ausbezahlt an Produzent:innen im Süden, stieg von 1.29 auf 1.51 Millionen Euro. Das entspricht einem Plus von 22.8 Prozent und liegt damit deutlich über dem Umsatzwachstum der Gruppe. Genau darum geht es uns: Wenn unser Geschäft besser läuft, soll der Beitrag an Bauernfamilien und die lokale Wirtschaft im Süden überproportional wachsen.

Höherer Umsatz und gezielte Investitionen führen zu höheren Kosten

Mehr Umsatz heisst auch höhere Kosten. 2025 investierten wir bewusst mehr ins Marketing. Wir wollen wachsen und haben dafür bewusst Geld in die Hand genommen. Wir investierten gezielt mehr in die Erweiterung unserer Kundenbasis sowie in die Bewirtschaftung bestehender Kund:innen und die Crowdfunding-Kampagne für die Schokoladenproduktion in Togo, um unser Onlinegeschäft weiter zu stärken. Entsprechend stiegen die Marketingkosten von 1.6 auf 2.0 Millionen Euro.

Auch die Personalkosten nahmen zu und stiegen von 9.5 auf 10.6 Millionen Euro. Sie entwickelten sich damit überproportional zum Umsatzwachstum. Haupttreiber der Personalkosten waren der Aufbau und die Inbetriebnahme der neuen Fabrik in Burkina Faso sowie der damit verbundene organisatorische und personelle Ausbau. Hinzu



*Das Nachschälen ist
reine Handarbeit.*

kommt unser Gewinnverteilungsmechanismus: Alle Mitarbeitenden weltweit erhalten gemeinsam ein Drittel des konsolidierten Gewinns. Es ist für uns ein gutes Zeichen, dass sich dieser Mechanismus 2025 wieder in den Zahlen zeigt.

Zusätzliche Anforderungen rund um den Fabrikaufbau in Burkina Faso, höhere Lizenzkosten für unsere neuen IT-Systeme sowie mehr Rechts- und Steuerberatungsleistungen liessen die Administrationskosten steigen.

Sonderaufwand und Steuern belasten den Abschluss

Der Finanzaufwand fiel 2025 tiefer aus als im Vorjahr. Das hat vor allem zwei Gründe: Einerseits belasteten uns die Zinsen für den Bau der neuen Fabrik in Burkina Faso noch nicht direkt in der Erfolgsrechnung, da diese bis zum Start der Produktion kapitalisiert werden. Andererseits brauchten wir in der ersten Jahreshälfte weniger Bankkredite.

Belastet wurde der Jahresabschluss hingegen durch ausserordentliche Aufwände. Diese entstanden vor allem durch Nachzahlungen im Zusammenhang mit Steuerprüfungen in Togo und Burkina Faso in Höhe von 0.4 Millionen Euro sowie durch die Rückforderung einer Transportversicherungszahlung in Höhe von 0.2 Millionen Euro aus dem Jahr 2019.

Steuern auf den Umsatz führen zu einer hohen Steuerlast bei den Südfirmen

Hoch bleibt auch die Steuerbelastung. Zwar ist die Konzernsteuerquote gegenüber dem Vorjahr deutlich gesunken, im Vergleich zu anderen Unternehmen bleibt sie aber weiterhin auf einem hohen Niveau. Ein Grund dafür liegt in den Steuersystemen von Togo und Burkina Faso: Dort wird die Gewinnsteuer teilweise nicht nur auf dem Gewinn, sondern auch auf dem Umsatz berechnet. Das heisst: Selbst, wenn das Ergebnis tief ist, bleibt die Steuerlast hoch.

Anlieferung von frischen Mangos



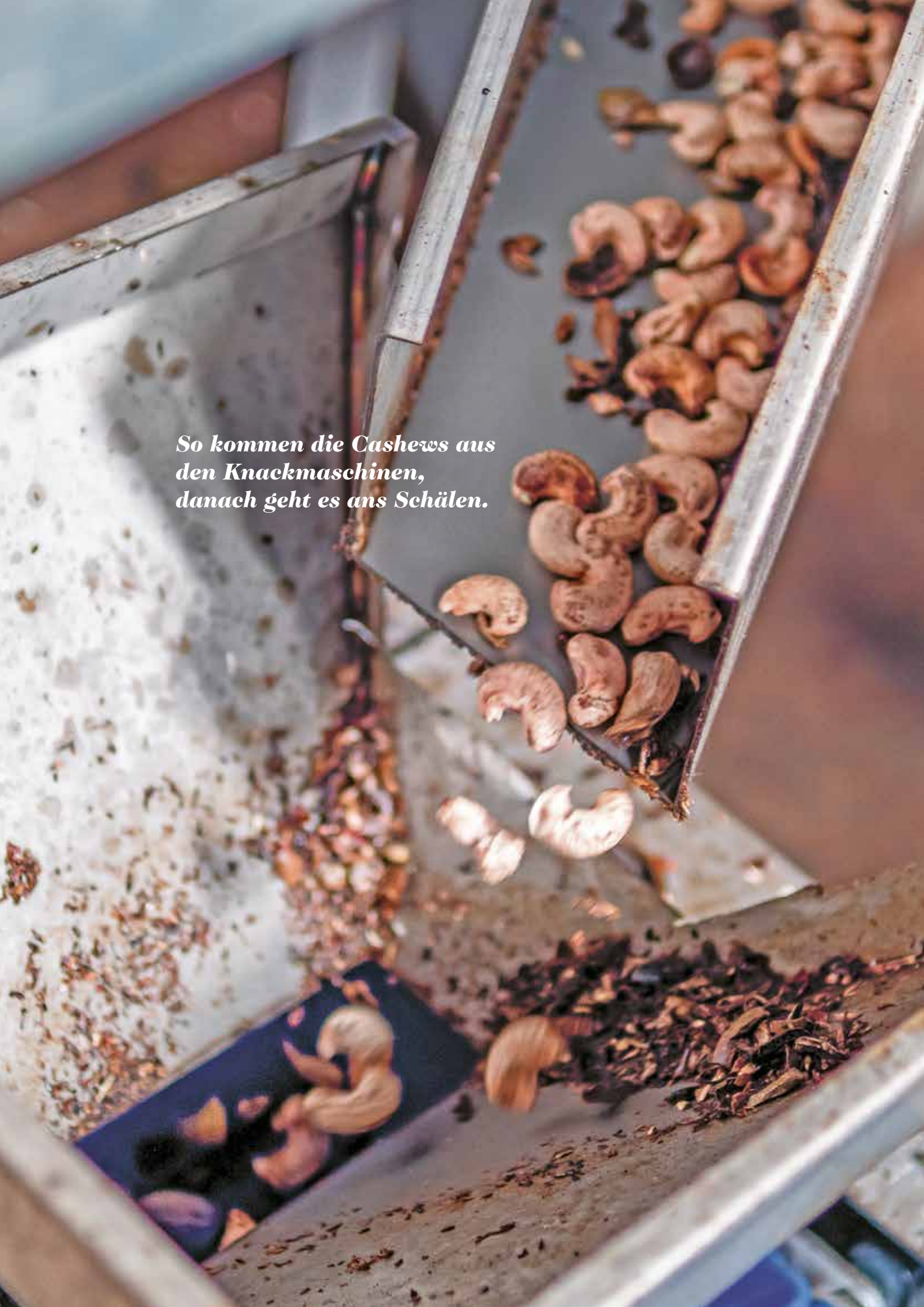
Auch 2025 stieg die Bilanzsumme

Unsere Bilanzsumme wuchs 2025 von 35.8 auf 40.9 Millionen Euro an. Einer der Hauptgründe auf der Aktivseite war das deutlich höhere Warenlager, das in allen Gesellschaften zum Anstieg beitrug. In Burkina Faso führte der verzögerte Start der Produktion in der neuen Fabrik zu erhöhten Beständen von Cashews. In Togo wirkte sich die strategische Neuausrichtung weg vom Sojageschäft hin zu Kakao auf den Ernte- und Lagerzyklus aus. In der Schweiz blieben die Umsätze mit Nüssen und Trockenfrüchten im letzten Quartal hinter den Erwartungen zurück, während gebana B.V. gezielt Sicherheitsbestände aufbaute, um Lieferverzögerungen aus Burkina Faso besser abzufedern. Insgesamt stieg der Wert der Warenlager von 10.5 auf 14.3 Millionen Euro.

Der Fabrikbau in Burkina Faso lässt die Sachanlagen deutlich steigen

Ein zweiter wesentlicher Treiber auf der Aktivseite waren die Investitionen. Dazu zählen insbesondere der Bau der neuen Fabrik in Burkina Faso sowie Einbauten im Zusammenhang mit dem Umzug unseres Lagers nach Embrach. Entsprechend stiegen die Sachanlagen innerhalb eines Jahres deutlich an.

Finanziert wurde diese Entwicklung vor allem über höhere Finanzverbindlichkeiten. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten nahmen deutlich zu, vor allem zur Finanzierung des höheren Warenlagers. Zusätzlich wurden Darlehen, die im Jahr 2026 fällig werden, aus dem langfristigen in den kurzfristigen Bereich umgegliedert. Das führt auch zu einer Verringerung der langfristigen Darlehen mit Rangrücktritt. Gleichzeitig erhielten wir die letzte Tranche der Darlehen für den Bau der neuen Fabrik in Burkina Faso in Höhe von 2 Millionen Euro, was die langfristigen Darlehen erhöhte.

A close-up photograph of industrial machinery used for processing cashews. A metal conveyor belt is shown, with a stream of cashew nuts moving from the top right towards the bottom left. The nuts are light brown and appear to be in various stages of processing. Below the conveyor, there is a collection tray filled with a large amount of dark brown, fibrous material, likely the shells and husks removed during the process. The machinery is made of stainless steel and shows signs of use, with some residue on the surfaces.

*So kommen die Cashews aus
den Knackmaschinen,
danach geht es ans Schälen.*

Stärkung des Eigenkapitals bleibt Priorität

Das konsolidierte Eigenkapital der gebana Gruppe stieg dank des positiven Jahresergebnisses im Jahr 2025 inklusive Minderheiten von 2.2 auf 3.2 Millionen Euro. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich damit von 6.1 auf 7.7 Prozent. Das ist eine erfreuliche Entwicklung, auch wenn das Niveau im Branchenvergleich weiterhin tief bleibt.

Ein differenzierteres Bild ergibt sich, wenn wir zusätzlich die Darlehen mit Rangrücktritt berücksichtigen. Diese Mittel stärken unsere wirtschaftliche Substanz, auch wenn sie bilanziell nicht als Eigenkapital ausgewiesen werden. Unter Einbezug dieser nachrangigen Darlehen lag die wirtschaftlich relevante Eigenkapitalquote per Ende 2025 bei 32.8 Prozent, nach 40.3 Prozent im Vorjahr. Diese Veränderung ist allerdings nur teilweise wirtschaftlich zu interpretieren: Ein Teil der nachrangigen Darlehen wurde aufgrund der Fälligkeit im Jahr 2026 in die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten umgegliedert und muss deshalb in der Beurteilung gesondert betrachtet werden. Gleichzeitig stieg die Bilanzsumme weiter an.

Stärkeres Eigenkapital ist die Grundlage für mehr Wirkung

Trotz der positiven Entwicklung beim bilanziellen Eigenkapital bleibt dessen weitere Stärkung für uns eine Priorität. Sie erhöht unsere Resilienz, schafft Handlungsspielraum für künftige Investitionen und macht uns unabhängiger von externer Finanzierung. Gleichzeitig ist ein stärkeres Eigenkapital auch eine wichtige Grundlage für weiteres Wachstum. Denn Wachstum ist für gebana der wichtigste Hebel, um unseren Beitrag für Bauernfamilien und die lokale Wirtschaft im Süden überproportional zu steigern.



*Während die Knackmaschinen laufen,
muss der Prozess regelmässig kontrolliert werden.*

Hohe Investitionen und Lageraufbau prägen den Cashflow

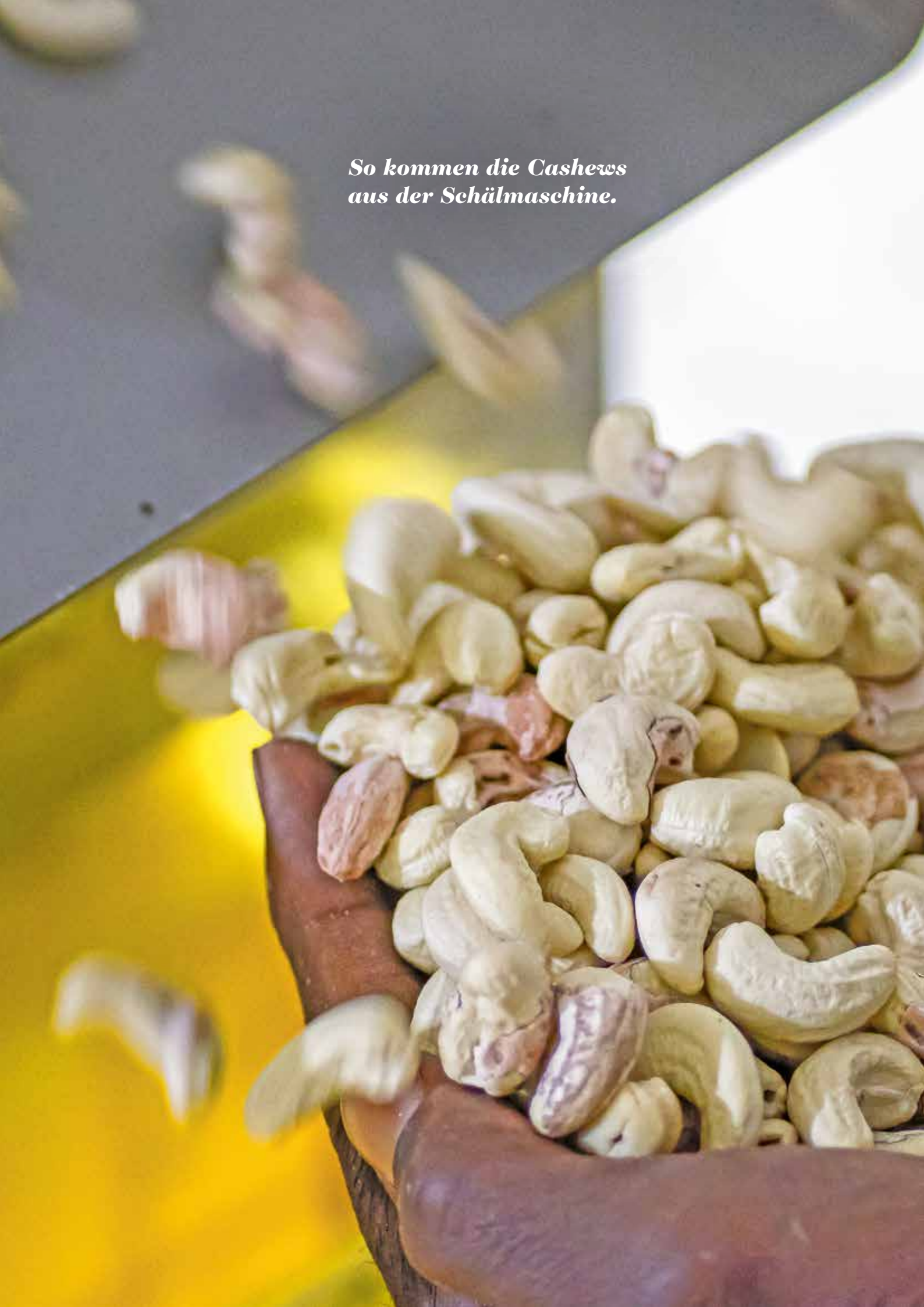
Beim operativen Cashflow kamen wir 2025 noch nicht dorthin, wo wir hinwollen. Während er im Vorjahr noch deutlich positiv war, resultierte 2025 trotz Gewinn und höherer Abschreibungen ein negativer operativer Cashflow von rund 0.6 Millionen Euro. Hauptgrund dafür war die Entwicklung des Nettoumlaufvermögens: Die im Vorjahr hohen Lieferantenverbindlichkeiten gingen per Ende 2025 wieder zurück, gleichzeitig stieg das Warenlager deutlich an. Diese beiden Effekte zogen uns Liquidität aus dem operativen Geschäft.

Stärkung des operativen Cashflows muss ein Fokus bleiben

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit blieb insgesamt in einer ähnlichen Größenordnung wie im Vorjahr, auch wenn sich die Zusammensetzung veränderte. Einerseits gingen die Guthaben aus Vorfinanzierungen von Lieferanten und Bauernfamilien 2025 weniger stark zurück als im Vorjahr, was den Mittelzufluss im Vergleich zu 2024 verringerte. Andererseits lagen die Neuinvestitionen mit 3.7 Millionen Euro weiterhin auf hohem Niveau, aber klar unter dem Vorjahreswert. Dadurch fiel der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit leicht tiefer aus als 2024.

Im Cashflow aus Finanzierungstätigkeit zeigt sich, wie wir diese Entwicklung aufgefangen haben. Neben der letzten Tranche von 2 Millionen Euro an Darlehen für die neue Fabrik in Burkina Faso nutzten wir vor allem zusätzliche kurzfristige Finanzierungen, um den höheren Bedarf im Warenlager zu decken. Auch in einem Jahr mit hohem Lageraufbau und weiterhin bedeutenden Investitionen blieb die Finanzierung unserer Zukunftsprojekte gesichert. Klar ist aber: Das Ziel, den operativen Cashflow zu stärken, haben wir noch nicht erreicht.

*So kommen die Cashews
aus der Schälmaschine.*



AUSBLICK

JETZT BEGINNT DIE BEWÄHRUNGSPROBE.

2026 wird für uns ein spannendes, aufregendes und zugleich anstrengendes Jahr. Der neue Businessplan sagt klar, worauf es jetzt ankommt: Wachsen, als Organisation effizienter werden, Risiken senken und operativ besser wirtschaften. Nur so können wir unsere Wirkung ausbauen. 2026 wird zum Prüfstein für den neuen Plan.

In diesem kritischen Jahr muss sich auch unsere *Belle usine* in Burkina Faso behaupten: 1300 Tonnen Cashew sowie 200 Tonnen getrocknete Mangos sind für 2026 geplant. Diese Mengen zu den budgetierten Kosten herzustellen, ist eine Herausforderung. Doch das Team in Burkina Faso brennt für seine Aufgabe.

In Togo müssen wir beweisen, dass das neue Geschäftsmodell finanziell nachhaltig ist. Wir bringen das Schokoladenprojekt mit einer ersten Investitionstranche ins Rollen. Wir erweitern die bestehende Produktionskapazität, bilden unsere Chocolatiers aus und lancieren neue Schokoladenkreationen.

Wir stärken uns mit neuen Ansätzen gegen aufziehende Wolken

Im Handelsgeschäft ziehen indessen dunkle Wolken auf. Steigende Energiekosten, Inflationsängste, schwierige Logistik und Zölle trüben die Aussichten. Im Grosshandel können wir dem entgegenzutreten, indem wir transparent und professionell unsere Kundenbeziehungen weiterentwickeln. Nur dann kann das Team von gebana B.V. sämtliche Mengen aus dem Süden absetzen. Im Onlinegeschäft richten wir das Marketing neu aus, damit wir unsere hochgesteckten Ziele erreichen können: 30'000 Neukund:innen und ein Umsatzplus von 15 Prozent.

Finanziell müssen wir die Liquidität stärken und unsere Kosten konsequent steuern. Ebenso wichtig ist, dass wir die Bilanzrisiken in der



*Die Hallen stehen, auf dem Gelände
gibt es aber noch einiges zu tun.*

gebana AG mit Blick auf den Süden verbessern. Wir freuen uns, Sie hier bald mit einem konkreten Angebot zu informieren und zu involvieren.

Es verbleibt mir, Ihnen ganz herzlich für Ihre Unterstützung zu danken. Denn allein schaffen wir es nicht. Es ist ein Privileg, Sie an unserer Seite zu haben!

Christophe Schmidt

Geschäftsführer



Weltweit ab Hof

**YOU ARE
CHANGING
THE RULES**

GEBANA.COM



Weltweit ab Hof

ANHANG ZUM GEBANA NACHHALTIGKEITSBERICHT *2025*

<u>GESCHÄFTSMODELL</u>	3
<u>AUSWIRKUNGEN, MASSNAHMEN UND CHANCEN</u>	5
<i>Umweltbelange</i>	5
<i>Arbeitnehmer- und Sozialbelange</i>	6
<i>Menschenrechte</i>	6
<i>Rechte an Land und Ressourcen</i>	7
<i>Living Income</i>	8
<i>Bekämpfung von Korruption</i>	8
<u>RISIKEN</u>	9

GESCHÄFTSMODELL

gebana ist seit über 25 Jahren Pionierin des fairen Handels in der Schweiz. Was mit den Bananenfrauen und gerechten Bananen in den 1970er Jahren begann, ist heute ein Unternehmen mit Beteiligungen unter anderem in Burkina Faso, Togo und Griechenland. gebana kauft in diesen Ländern bei Bauernfamilien ein, verarbeitet die Produkte vor Ort und liefert sie einerseits direkt an Konsument:innen in Europa, andererseits in grossen Mengen an Handelskunden weltweit. Unsere Vision lautet: Gemeinsam verändern wir den globalen Handel zu Gunsten von Bauernfamilien, der lokalen Wirtschaft und der Umwelt.

Wir kennen unsere Lieferanten und wissen, woher unsere Produkte kommen. Es handelt sich um Familienbetriebe, die fast ausnahmslos bio-zertifiziert sind oder sich in Umstellung auf Bio-Anbau befinden.

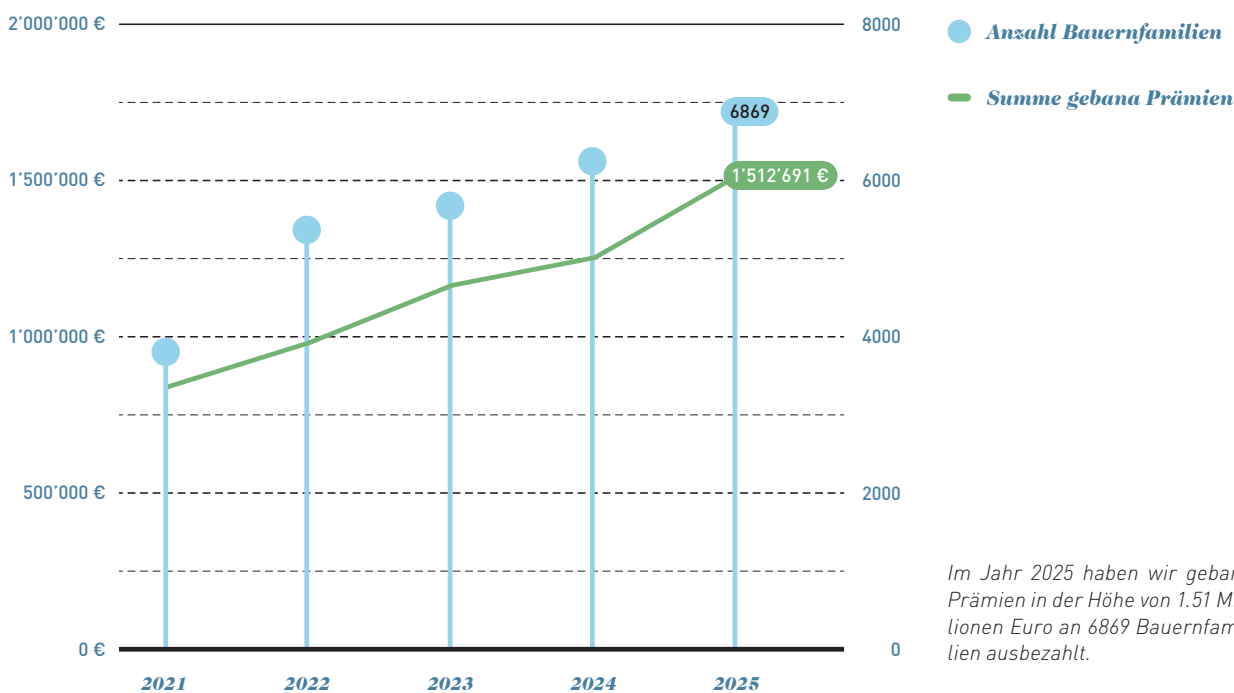
2019 haben wir das gebana Modell eingeführt, um gemeinsam mit den Bauernfamilien an konkreten Zielen bezüglich Nachhaltigkeit zu arbeiten. Wir nennen diese Ziele Fokuspunkte und sie decken ein breites Spektrum an Themen ab, vom Ausbau der dynamischen Agroforstwirtschaft über Unterstützung bei Zertifizierungen und Verbesserung der Erträge bis hin zur Sensibilisierung für Kinderarbeit.

Wir nutzen das gebana Modell ausserdem, um die Bauernfamilien direkt an unserem Umsatz zu beteiligen und so ihre Einkommen zu erhöhen: Sie erhalten 10 Prozent des Verkaufspreises ihrer Produkte in unserem Onlineshop – zusätzlich zu den Einstandspreisen und Bio-Prämien. Die Produzent:innen erhalten die Prämie immer direkt ausbezahlt, entweder auf ein Bankkonto, über Mobile Payment oder, wenn nicht anders möglich, in bar. Diese gebana Prämien zahlen wir auch dann, wenn wir als Unternehmen einen Verlust machen. Sie ist zudem bedingungslos und nicht an das Erreichen der Fokuspunkte gekoppelt. Momentan teilen wir 53.5 Prozent des Umsatzes aus dem Onlineshop auf diese Art und Weise.

Das Teilen ist generell unser Werkzeug, um den globalen Handel gerechter zu gestalten und den Bauernfamilien bessere Preise für ihre Produkte zu zahlen. Deshalb teilen wir auch unseren Unternehmensgewinn; je ein Drittel geht an Mitarbeitende, Kund:innen und Aktionär:innen.

Höhe und Entwicklung der gebana Prämien

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Burkina Faso Cashews & Mango	203'454 €	300'000 €	315'000 €	346'500 €	376'200 €	380'000 €
Togo Schokolade	20'868 €	48'245 €	63'490 €	126'392 €	121'489 €	166'167 €
Griechenland Frische Früchte	81'593 €	487'102 €	573'467 €	615'704 €	632'174 €	810'231 €
Brasilien Paranüsse	0 €	0 €	15'536 €	17'579 €	20'798 €	23'901 €
Georgien Haselnüsse	0 €	0 €	10'307 €	24'946 €	36'535 €	39'833 €
Türkei Bergfeigen	0 €	0 €	0 €	30'398 €	28'960 €	23'875 €
Mexiko Kaffee	0 €	0 €	0 €	0 €	34'217 €	50'400 €
Ecuador Bananen	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	18'283 €
Summe	305'915 €	835'347 €	977'828 €	1'161'520 €	1'250'373 €	1'512'691 €



Im Jahr 2025 haben wir gebana Prämien in der Höhe von 1.51 Millionen Euro an 6869 Bauernfamilien ausbezahlt.

AUSWIRKUNGEN, MASS- NAHMEN UND CHANCEN

Umweltbelange

Unsere letzte CO₂-Analyse hat ergeben, dass den gesamthaft 3910 Tonnen CO₂ aus Produktion, Transport und Verkauf unserer Produkte nur 92 Tonnen aus unserem Bürobetrieb gegenüberstehen. Trotzdem unterstützt gebana ihre Mitarbeitenden, den öffentlichen Verkehr zu nutzen und finanziert das Schweizer Halbtax-Abo. Flüge innerhalb Europas ersetzen wir, sofern möglich, durch Zugfahrten.

Bei den Produkten stützen wir uns auf *Life Cycle Assessments*, die zum Teil extra für gebana gemacht wurden. Denn für den CO₂-Abdruck sind die spezifischen Umstände der Produktion, der Verarbeitung, des Transports und der Lagerung ausschlaggebend. Wo keine spezifischen Daten zu unseren Lieferketten vorliegen, orientieren wir uns an wissenschaftlicher Literatur. Bei den Produkten selbst entsteht der Grossteil der Emissionen im Anbau, der Transport fällt sehr viel weniger ins Gewicht. Nur geflogene Produkte verursachen einen vielfach höheren CO₂-Fussabdruck. Obwohl wir Flugtransport zu vermeiden versuchen, stieg der Anteil von Flugfracht in unserem Onlineshop-Sortiment 2025 auf einen neuen Höchststand, siehe Jahresbericht, Seite 9.

Die Mehrheit unserer Produkte wird bereits im Herkunftsland in Grosspackungen abgepackt und kommt in ebendieser Originalverpackung zu unseren Kund:innen, siehe Diagramm im Jahresbericht, Seite 8. Dies spart Ressourcen und Verpackungsmaterial und somit auch CO₂-Emissionen. Wir verschicken unsere Früchte sofort nach der Ernte und ohne Umwege. Das erspart lange und energieintensive Lagerung und Kühlung, die im regulären Detailhandel beachtliche CO₂-Emissionen verursachen können.

Bei Bananen und Avocados verzichten wir auf industrielle Nachreifung, die zusätzliche – wenn auch vergleichsweise geringe – CO₂-Emissionen verursacht. Wir verschicken die Früchte noch grün bzw. hart an die Konsument:innen, die diese individuell zu Hause nachreifen.

Arbeitnehmer- und Sozialbelange

gebana bezahlt ihren Mitarbeitenden im globalen Süden immer mindestens 15 Prozent mehr als den lokal geltenden Mindestlohn, siehe Diagramm im Jahresbericht, Seite 12. Wir legen grossen Wert auf Arbeitssicherheit in den Tochterunternehmen und arbeiten kontinuierlich daran, das Arbeitsumfeld zu verbessern. Alle gebana Mitarbeitenden sind legal angestellt.

In unseren Niederlassungen in Europa strukturiert ein allen Mitarbeitenden zugängliches Lohnreglement die unterschiedlichen Lohnstufen. Gemäss diesem darf das höchste Gehalt innerhalb eines Unternehmens maximal das Dreifache des niedrigsten Gehalts von Festangestellten betragen.

Erwirtschaftet gebana als Gruppe einen Gewinn, profitieren davon direkt alle Mitarbeitenden. Ein Drittel des Konzerngewinnes wird als Bonus an alle Mitarbeitenden ausgeschüttet, und zwar jeweils zur Hälfte an jene im Norden und jene im Süden.

Menschenrechte

gebana hat ihre ethischen Grundsätze und Regeln bezüglich des Verhaltens ihrer Mitarbeitenden in einer verpflichtenden Integritätsrichtlinie festgehalten. Seit August 2024 ist diese für alle bestehenden und neuen Mitarbeitenden in Kraft und integraler Bestandteil des Arbeitsvertrages mit gebana. Ein zusätzlicher Anhang zum Thema Korruption in Produktionsländern zeigt auf, wie mit Geschenken, Interessenskonflikten und Bestechungsversuchen umzugehen ist.

Gender

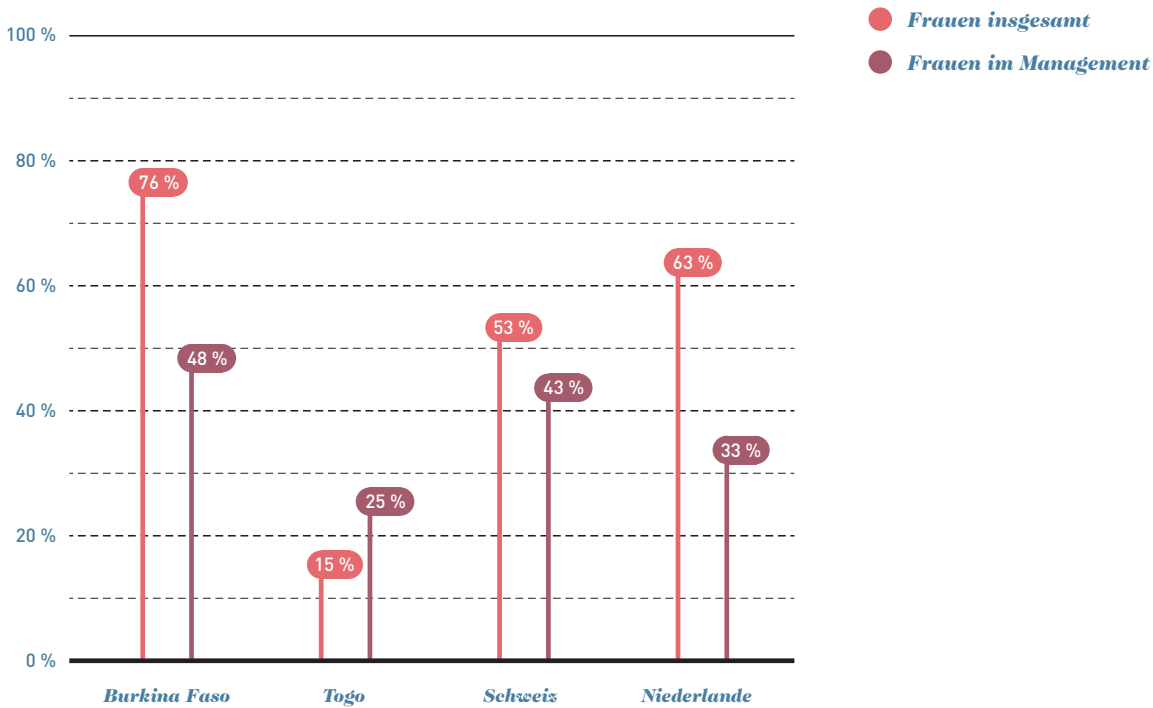
Die Mehrheit der Mitarbeitenden der gebana Gruppe sind Frauen. Insbesondere gebana Burkina Faso ist hier Vorreiterin. Von 690 Mitarbeitenden sind 524 Frauen, das entspricht 76 Prozent. Die Arbeit bei gebana Burkina Faso ermöglicht auch jenen Frauen eine reguläre Erwerbstätigkeit, die ansonsten aufgrund mangelnder Ausbildung oft nur einer informellen Arbeit nachgehen könnten. Im Management sind Frauen mit 48 Prozent praktisch gleich stark vertreten wie Männer.

Migrant:innen

Das Thema migrantische Arbeiter:innen ist vor allem in Europa, insbesondere in Griechenland, relevant. Im Jahr 2020 definierten wir die Verbesserung der Situation der Erntehelfer:innen in Griechenland gemeinsam mit unserem Partner Anyfion als einen Fokuspunkt. Seither nähern wir uns jedes Jahr unserem Wunschzustand weiter an: bessere Verträge, möglichst viele Festanstellungen statt Tagelöhner sowie mehr Übersicht über die Wohnsituation, Verpflegung, allfällige Ausnutzung und Illegalität.

Seit 2024 läuft hierzu ein Pilotprojekt, in dessen Rahmen Anyfion inzwischen zwölf Migrant:innen fest als Erntehelfer:innen angestellt hat und ihnen neben einem festen Arbeitsvertrag mit Monatslohn auch kostenlos Arbeitskleidung, eine Unterkunft inklusive Internetzugang, ein Fahrrad sowie Griechischunterricht bietet.

Arbeitsplätze nach Geschlechtern



Zum Thema Kinderarbeit siehe Jahresbericht, Seite 17.

Rechte an Land und Ressourcen

Wir arbeiten überwiegend mit Kleinbetrieben zusammen. Dadurch ist das Risiko von Landraub im Vergleich zu grossflächigen Plantagenstrukturen deutlich reduziert. Eine kürzliche Befragung von Produzent:innen in den Partnerkooperativen in Togo zeigte, dass die Landnutzung weitgehend auf anerkannten, lokal legitimierten Nutzungsrechten basiert und nur sehr wenige aktive Landkonflikte bestehen.

Die Flächen werden in der Regel seit vielen Jahren von denselben Familien bewirtschaftet, was ein zusätzliches Indiz für stabile Besitzverhältnisse ist. Gleichzeitig zeigte die Analyse auch, dass in vielen Fällen keine formellen schriftlichen Besitznachweise vorliegen. Die Rechte sind nach lokalem Recht anerkannt, können jedoch nicht immer ausreichend dokumentiert werden.

Zur besseren Nachvollziehbarkeit werden die landwirtschaftlichen Parzellen digital erfasst und kartografisch dokumentiert. Dies trägt dazu bei, die Transparenz über die Flächennutzung zu erhöhen und die Grundlage für weitere Verbesserungen in der Dokumentation zu stärken.

Living income

gebana setzt sich für faire Entlohnung der produzierenden Bauernfamilien ein. Mit dem Teilen unseres Umsatzes – wir geben 10 Prozent des Verkaufspreises zurück an die Produzent:innen – erhöhen wir deren Einkommen.

Für unsere wichtigsten Produkte Cashews, Mangos und Kakao haben wir zudem von *Fair-trade International* einen *Living Income Reference Price* (LIRP) berechnen lassen. Wir arbeiten nun daran, die noch bestehende Lücke zwischen den tatsächlich bezahlten Preisen und einem LIRP zu schliessen.

Konkret versuchen wir unsere Grosshandelskunden davon zu überzeugen, den LIRP zu zahlen beziehungsweise mit zusätzlichen Prämien ein Living Income zu ermöglichen. Im Grosshandel ist dies besonders schwierig, weil um jeden Rappen gefeilscht wird. Dennoch ist es uns gelungen, einen unserer wichtigsten Grosshandelskunden in der Schweiz zur von Living-Income-Preisen zu verpflichten. Mehr dazu siehe im Jahresbericht, Seite 13.

Ein weiterer Ansatz die Einkommen der Produzent:innen zu erhöhen, ist die Abnahme zusätzlicher Produkte, die sie auf ihrem Land pflanzen.

Bekämpfung von Korruption

Viele der Länder, in denen wir arbeiten und aus denen wir unsere Waren beziehen, weisen hohe Korruptionsraten auf.

Um diesem und anderen Risiken Rechnung zu tragen, überarbeiteten wir das interne Kontrollsystem ICS, das in sämtlichen gebana Gesellschaften implementiert ist. Diese Form des Risikomanagements soll mittels Vier-Augen-Prinzip und Kompetenzregelungen Betrug und Korruption verhindern. Sämtliche Waren- und Geldtransaktionen fallen unter das ICS. Gut definierte Prozessabläufe, regelmässige Berichterstattung, Budgetkontrollen und interne Audits, ebenso wie Stichproben vor Ort, stellen sicher, dass alle beteiligten Akteure die Regelungen einhalten.

Ein bekanntes Risiko sind Bargeldzahlungen. Deshalb zahlen wir so viel wie möglich unserer gebana Prämien per Banküberweisung oder direkt auf die Mobiltelefonnummer der Bauernfamilien aus. Nur wo dies nicht möglich ist, etwa wenn eine Familie weder Mobiltelefon noch Bankkonto hat, zahlen wir Prämien nach wie vor in bar aus.

Alle Bauernfamilien, mit denen wir direkt zusammenarbeiten, sind in einer Datenbank erfasst, die jährlich mit aktuellen Daten gespeist wird. Dies ermöglicht die hundertprozentige Rückverfolgbarkeit der Waren.

RISIKEN

Die Basis für die Identifikation unserer wesentlichen Wirkungsbereiche bilden die gebana Vision und interne Richtlinien zu Wirkung und Nachhaltigkeit. Was wir erreichen möchten, haben wir grafisch in unserem Wirkungsbaum dargestellt, der auf den drei Wirkungsbereichen Bauernfamilien, Umwelt und lokale Wirtschaft aufbaut.¹

Wir haben für die drei Wirkungsbereiche jeweils heruntergebrochen, wie wir dort die Nachhaltigkeit verbessern möchten. Wir messen, wo wir Wirkung erzielen möchten, und erheben jährlich 180 Kennzahlen von unserer Tätigkeit. So sehen wir Fortschritte und können unsere Massnahmen zielgerichtet planen. Sowohl mit unseren Tochtergesellschaften als auch mit unseren weiteren gebana Modell-Partnern diskutieren wir Nachhaltigkeit mehrmals pro Jahr, identifizieren Verbesserungspotenziale und definieren Massnahmen, deren Umsetzung wir laufend prüfen.

gebana bezieht ihre Stakeholder immer eng in Diskussionen ein. Über unsere Tochtergesellschaften und Beteiligungen stehen wir in direktem Kontakt mit 7491 Bauernfamilien in Burkina Faso, Togo und Griechenland. Der direkte Austausch mit den Produzenten vor Ort und unseren Lieferanten garantiert, dass wir die Herausforderungen vor Ort kennen und berücksichtigen können.

Unsere Kund:innen im Direktversand geben uns direktes Feedback zu unserem Sortiment und zur Qualität unserer Produkte. Auch unsere Grosshandelskunden sind enge Partner, mit denen wir in regelmässigem Austausch zu Risiken in der Lieferkette stehen. Mit unseren wichtigsten Grosshandelskunden setzen wir gemeinsam Projekte in Burkina Faso und Togo um, die auf verbesserte Lebensbedingungen der Bauernfamilien abzielen. gebana ist ausserdem Mitglied bei *Swiss Fair Trade* und der Schweizer Kakao-plattform *Swiss Sustainable Cocoa*, über die wir uns regelmässig mit Branchenmitgliedern austauschen.

gebana hat – angelehnt an die Richtlinien der *Global Reporting Initiative* (GRI) – alle potenziellen Risiken analysiert und bewertet. Dafür bezogen wir externe Bewertungen wie die Fairtrade Risk Map und den Transparency International Index heran. Für die wichtigsten Risiken in unseren Lieferketten definierten wir Massnahmen, die wir in den kommenden Jahren Schritt für Schritt umsetzen. Die Risikoanalyse aktualisieren wir regelmässig, die Massnahmenumsetzung überwachen wir und definieren fortlaufend neue Massnahmen. Priorisiert arbeiten wir daran:

- die Arbeitsbedingungen von Produzent:innen und Mitarbeitenden zu verbessern
- den Schulbesuch aller Kinder der Bauernfamilien, mit denen wir zusammenarbeiten, sicherzustellen
- schwere Kinderarbeit zu verhindern
- die Bodenfruchtbarkeit sowie den Ressourcenschutz und die Klimaresilienz der Bauern zu verbessern – beispielsweise durch dynamische Agroforstwirtschaft.

¹ www.gebana.com/wirkung

Die nachfolgenden Tabelle zeigen eine Übersicht möglicher Risiken von Unternehmen, die in der Landwirtschaft tätig sind, und unserer Einschätzung, ob diese wesentliche Risiken für gebana darstellen:

Faire Geschäftspraktiken

Thema	GRI-Themenliste	Wesentlich für gebana?	Begründung und Massnahmen
Korruption und Bestechung	13.12 Lokale Gemeinschaften 13.15 Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit 13.26 Antikorruption	ja	gebana hat strenge interne Kontrollen (ICS) eingeführt und verfügt über eine Rückverfolgbarkeit aller Bauernfamilien. Unsere gebana-Modell-Prämien werden grösstenteils elektronisch bezahlt.
Marktverzerrung und Wettbewerb	13.25 Wettbewerbswidriges Verhalten	nein	gebana ist eine kleine Marktteilnehmerin, die den Markt nicht beherrscht und keine Absprachen mit potenziellen Wettbewerbern trifft.
Engagement des Managements. Offenlegung und Transparenz	13.23 Rückverfolgbarkeit der Lieferkette 13.26 Antikorruption	ja	gebana setzt auf transparente Kommunikation und Nachvollziehbarkeit. Wir machen unsere Finanzergebnisse öffentlich und scheuen uns nicht, die Wahrheit zu sagen, auch wenn es mal nicht so gut läuft.
Engagement der Interessengruppen	3.3d Einbeziehung von Interessengruppen	nein	Wir pflegen enge Beziehungen zu den Produzenten (d.h. Bauernfamilien, Aggregatoren/Exporteure) sowie zu unseren Kund:innen. gebana ist Mitglied in verschiedenen Organisationen sowohl im Norden (z.B. Swiss Fair Trade, Schweizer Plattform für nachhaltigen Kakao (SWISSCO)) als auch in den Ländern unserer Tochtergesellschaften (z.B. in Branchenverbänden).
Rückverfolgbarkeit der Lieferkette	13.23 Supply chain traceability	nein	Wir haben eine vollständige Rückverfolgbarkeit aller unserer Lieferanten, da wir hauptsächlich biologisch zertifizierte Produkte beziehen. Zudem verfolgen wir die Produkte von jeder Bauernfamilie in Burkina Faso und Togo über eine mobile App. In Togo erheben wir zudem für alle Parzellen die genauen Geodaten, um für die EUDR gerüstet zu sein.

Menschenrechte und Ethik

Thema	GRI-Themenliste	Wesentlich für gebana?	Begründung und Massnahmen
Existenzsichernde Löhne und Einkommen	13.16 Zwangs-/Pflichtarbeit 13.17 Kinderarbeit 13.20 Beschäftigungspraktiken 13.21 Lebensunterhalt und existenzsichernde Löhne 13.9 Ernährungssicherung	ja	<ul style="list-style-type: none"> - Bauernfamilien erhalten in der Regel durch Prämien für fairen Handel oder das gebana Modell mehr als den üblichen Marktpreis. - Wir zahlen mindestens 15 % über dem Mindestlohn für unsere Arbeiter in Burkina Faso und Togo. - Wir berechnen existenzsichernde Löhne für die wichtigsten Lieferketten und arbeiten daran, die Einkommenslücke zu schliessen. - Wir unterstützen Bauernfamilien dabei, höhere Erträge zu erzielen.
Wirtschaftliche Inklusion	13.12 Lokale Gemeinschaften 13.15 Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit 13.22 Wirtschaftliche Integration	nein	gebana investiert in schwierigen und armen Regionen und schafft Arbeitsplätze und Einkommen. Wir arbeiten mit Bauernfamilien in abgelegenen Gebieten in Westafrika und bieten ihnen Zugang zu Exportmärkten. Wir unterstützen die Gründung und Zertifizierung neuer Kooperativen.
Indigene Völker	13.12 Lokale Gemeinschaften 13.14 Rechte indigener Völker 13.15 Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit	nein	Wir haben keinen Kontakt zu indigenen Völkern in den Ländern, in denen gebana Niederlassungen hat. Einige unserer Lieferanten arbeiten mit indigenen Völkern und unterstützen diese. Es wird keine Diskriminierung indigener Völker bei unseren Partnern vermutet.
Boden- und Ressourcenrechte	13.13 Boden- und Ressourcenrechte	nein	gebana kauft nur von Kleinbauern und wir besitzen weder selbst landwirtschaftliche Flächen noch kaufen wir von grossen Plantagen.
Politische Einflussnahme	13.24 Politische Einflussnahme	nein	Wir beteiligen uns nur an politischen Kampagnen zur Stärkung der Nachhaltigkeitsanforderungen von Unternehmen (z. B. Gorilla-Kampagne für eine strenge EU-Gesetzgebung zur Nachhaltigkeit von Unternehmen) und zur Ausweitung des fairen Handels.
Verbraucherinteressen und Produktsicherheit	13.10 Nahrungsmittelsicherheit	nein	gebana befolgt strenge Qualitätsprotokolle (z.B. HACCP) und hält sich an alle gesetzlichen Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit. 92 % unseres Umsatzes erzielen wir mit biologisch zertifizierten Produkten.
Gleichstellung der Geschlechter	13.12 Lokale Gemeinschaften 13.15 Zwangs-/Pflichtarbeit 13.16 Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit 13.22 Wirtschaftliche Integration	ja	Die Lohnskala von gebana ist transparent und funktionsbezogen, um jegliche Diskriminierung zu vermeiden. Wir messen den Frauenanteil unter den Mitarbeitenden und unter den weiblichen Führungskräften. Ziel ist es, mindestens 50 % weibliche Führungskräfte zu erreichen.

Arbeitsrechte

Thema	GRI-Themenliste	Wesentlich für gebana?	Begründung und Massnahmen
Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen	13.18 Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 13.19 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz 13.20 Beschäftigungspraktiken	nein	gebana Unternehmen schränken dies nicht ein und wir überprüfen diesen Punkt auch regelmässig bei unseren Lieferanten. Wir zahlen in unseren Tochterunternehmen Löhne über dem lokalen Mindestlohn. Alle gebana Mitarbeiter:innen sind legal beschäftigt.
Zwangsarbeit und Menschenhandel	13.12 Lokale Gemeinschaften 13.15 Zwangs-/Pflichtarbeit	nein	gebana bezieht Produkte aus sehr armen Ländern, in denen es Berichten zufolge zu Zwangs- oder Pflichtarbeit kommt. Wir halten das spezifische Risiko der gebana Lieferanten jedoch für gering, da wir über unsere Tochterunternehmen enge Beziehungen zu den produzierenden Bauernfamilien haben und die Arbeitsbedingungen unserer anderen Lieferanten überprüfen. Zwangsarbeit können wir bei unseren Tochterunternehmen ausschliessen.
Kinderarbeit	13.16 Zwangs-/Pflichtarbeit 13.17 Kinderarbeit	ja	Wir können Kinderarbeit in unseren Tochterunternehmen ausschliessen. Kinderarbeit kann ein Thema auf der Ebene der Bauernfamilien sein. In Ländern wie Togo und Burkina Faso ist es üblich, dass Kinder ihren Eltern auf den Feldern helfen, doch darf dies für ihre Entwicklung nicht schädlich sein und/oder den Schulbesuch behindern. Wir überwachen dies, indem wir die Bauernfamilien nach dem Schulbesuch ihrer Kinder fragen und sie über die Bedeutung der Schule und die schädlichen Auswirkungen von Kinderarbeit aufklären. Es sind alles kleine Familienbetriebe. Uns liegt dieses Thema sehr am Herzen und wir setzen uns für die Abschaffung der Kinderarbeit ein.
Arbeitsmigranten	13.15 Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit 13.16 Zwangs-/Pflichtarbeit	ja	In der kleinbäuerlichen Landwirtschaft in Togo und Burkina Faso, wo Landarbeiter:innen in geringerem Umfang und in der Regel vor Ort eingestellt werden, sehen wir keine nennenswerte Anzahl von Wanderarbeitern. Wir arbeiten eng mit unseren Lieferanten zusammen, um das Risiko zu bewerten und Massnahmen zum Schutz von Wanderarbeitern zu ergreifen.
Diskriminierung	13.12 Lokale Gemeinschaften 13.15 Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit	nein	gebana engagiert sich stark für Nichtdiskriminierung und Chancengleichheit in allem, was wir tun. Dieses Thema ist in unseren verschiedenen Lieferantenchecks für externe Lieferanten enthalten.
Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	13.19 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	ja	Wir verbessern kontinuierlich unsere Gesundheits- und Sicherheitsmassnahmen in unseren Verarbeitungsbetrieben in Togo und Burkina Faso. Dieses Thema ist Teil unserer verschiedenen Lieferantenkontrollen für externe Lieferanten.

Umwelt

Thema	GRI-Themenliste	Wesentlich für gebana?	Begründung und Massnahmen
Klimawandel, Wassernutzung und Wasserverfügbarkeit	13.1 Emissionen 13.2 Klimabezogene Anpassung und Resilienz 13.4 Umwandlung natürlicher Ökosysteme 13.5 Bodengesundheit 13.6 Verwendung von Pestiziden 13.7 Wasser und Abwasser 13.8 Abfall	ja	Der Schutz der Umwelt steht im Mittelpunkt unserer Mission. Wir setzen auf ökologischen Landbau und Kleinbauern, investieren in eine dynamische Agroforstwirtschaft, reduzieren Emissionen, wo immer es möglich ist, und überwachen genau, wo und unter welchen Umweltbedingungen unsere Produkte angebaut werden. Dennoch gibt es für uns alle noch viel zu tun.
Energie	13.1 Emissionen 13.2 Klimabezogene Anpassung und Resilienz	ja	gebana geht sehr bewusst mit den Energieressourcen um (z.B. Vermeidung von Flugtransporten, Substitution von fossiler Energie bei der Verarbeitung, möglichst direkter Handel, saisonale Beschaffung, usw.).
Biodiversität	13.3 Biodiversität 13.4 Umwandlung natürlicher Ökosysteme 13.5 Bodengesundheit 13.6 Verwendung von Pestiziden 13.11 Tiergesundheit und Tierschutz	ja	Die Bauernfamilien verwenden keine chemischen Düngemittel oder Pestizide. Die Parzellen sind in der Regel klein und teilweise mit Zwischenfrüchten bepflanzt. In Togo und Burkina Faso fördern wir dynamische Agroforstwirtschaft, die die Artenvielfalt auf einer Parzelle enorm erhöht.
Abholzung	13.2 Klimabezogene Anpassung und Resilienz 13.3 Biodiversität 13.4 Umwandlung natürlicher Ökosysteme	ja	In Ländern wie Togo und Burkina Faso ist die Abholzung ein Problem, aber gebana unterhält langfristige und direkte Beziehungen zu den Bauernfamilien. Jede Familie und jede Parzelle ist elektronisch registriert und wird von uns genau überwacht.
Verschmutzung von Boden und (Grund-)Wasser	13.3 Biodiversität 13.4 Umwandlung natürlicher Ökosysteme 13.5 Bodengesundheit 13.6 Verwendung von Pestiziden 13.7 Wasser und Abwasser 13.8 Abfall 13.10 Nahrungsmittelsicherheit	nein	gebana ist nur in geringem Masse an der Verarbeitung oder dem Umgang mit gefährlichen Stoffen beteiligt. Die Bauernfamilien wenden biologische und nachhaltige Anbaumethoden an und verwenden keine chemischen Düngemittel oder Pestizide.

Sustainable Development Goals

Die Agenda 2030 der Vereinten Nationen umfasst 17 Ziele, die so genannten *Sustainable Development Goals*, auf welche die unterzeichnenden Länder hinarbeiten. Bei gebana tragen wir mit unserer Arbeit zu folgenden 9 Zielen bei.



Wir schaffen Arbeitsplätze vor Ort und verbessern das Einkommen von Bauernfamilien, indem wir sie zusätzlich zum Einkaufspreis mit 10 Prozent an unserem Verkaufspreis beteiligen.² Wir unterstützen sie ausserdem dabei, ihre Erträge zu steigern, was wiederum ihr Einkommen verbessert.



Wir unterstützen Bauernfamilien dabei, Mischkulturen anzubauen und vermitteln Fachwissen rund um dynamische Agroforstwirtschaft. Auf diese Weise können sie ihre Produktion diversifizieren, was wiederum für höhere Einkommen sorgt, die Ernährung der lokalen Bevölkerung sichert und ihre Resilienz verbessert.



Die Mehrheit der Mitarbeitenden bei gebana sind Frauen. Im Management sind Frauen allerdings immer noch untervertreten. Unser langfristiges Ziel ist es, dass im Management 50 Prozent Frauen arbeiten. Wir führen hierzu gezielt Projekte zur Stärkung von Frauen durch. gebana zahlt gleiche Löhne für gleichwertige Arbeit.



Wir tragen dazu bei, dass Menschen von ihrer Arbeit Leben können, auch in ländlichen Regionen. Mit Investitionen fördern wir wirtschaftliche Tätigkeit, schaffen Arbeitsplätze und Wachstum. Die tiefsten Löhne in der gebana Gruppe liegen mindestens 15 Prozent über dem nationalen Mindestlohn. Sämtliche Mitarbeitenden weltweit profitieren von einer Gewinnbeteiligung, wenn die gebana Gruppe Gewinn schreibt.

² Trifft auf 53.5 Prozent des Umsatzes aus dem Onlineshop zu



Wir investieren gezielt in den ärmsten Regionen der Welt und fokussieren auf die schwächsten Glieder der Wertschöpfungskette, nämlich Bauernfamilien und primäre Verarbeitung.

Die tiefsten Löhne in der gebana Gruppe liegen mindestens 15 Prozent über dem nationalen Mindestlohn. Sämtliche Mitarbeitenden profitieren von einer Gewinnbeteiligung. Bauernfamilien sind über das gebana Modell am Verkaufspreis beteiligt.³



Wir verfolgen bezüglich Nachhaltigkeit einen ganzheitlichen Ansatz, der die gesamte Lieferkette umfasst. Wir fördern den Bio-Anbau und vermeiden wo immer möglich das Umpacken von Produkten und Flugfracht. Mit unseren Konzepten der Vorbestellung und Grosspackungen sowie unserer Kommunikation zu diesen Themen fördern wir die Bewusstseinsbildung bei unseren Kund:innen.



Wir fördern die dynamische Agroforstwirtschaft und den Bio-Anbau. Die bei der Verarbeitung von Cashews anfallenden Schalen verbrennen wir mittels Pyrolyse, um CO₂ in Form von Kohle zu binden und über Kompost in der Erde zu speichern. Wir packen so wenige Produkte wie möglich um, was Verpackungsmaterial einspart und wir vermeiden wo immer möglich Flugfracht.



Wir fördern den Bio-Anbau und die dynamische Agroforstwirtschaft für mehr Biodiversität und bessere Bodenfruchtbarkeit. Wir überprüfen die Flächen der Bauernfamilien, die unsere Tochtergesellschaften beliefern hinsichtlich Entwaldungsrisiken regelmässig.



Wir arbeiten mit Branchenverbänden, NGO, Unternehmen und öffentlichen Geldgebern zusammen, um Projekte vor Ort umzusetzen. Gemeinsam schaffen wir Synergien und erreiche Ziele, die wir allein nicht erreichen könnten.

³ Trifft auf 53.5 Prozent des Umsatzes aus dem Onlineshop zu