



FAIRTRADE ÖSTERREICH JAHRESBERICHT 2012/13



FAIRTRADE
ÖSTERREICH



FAIRTRADE – FÜR DIE PRODUZENTINNEN, MIT DEN PRODUZENTINNEN



Mag. Helmut Schüller
Vorstandsvorsitzender
FAIRTRADE Österreich



Mag. Hartwig Kirner
Geschäftsführer
FAIRTRADE Österreich


FAIRTRADE Österreich blickt zum 20. Jubiläum auf ein erfolgreiches Jahr 2012 zurück: Mit einem geschätzten Umsatz von 107 Mio. Euro mit FAIRTRADE-Produkten wurde in Österreich ein erneutes Wachstum von 7% erreicht. Diese Entwicklung hat die Erwartungen aus der Anfangszeit von FAIRTRADE vor 20 Jahren weit übertroffen.

Nicht zuletzt dank des starken zivilgesellschaftlichen Engagements für fairen Handel ist es gelungen, Bewusstsein für die Situation Tausender benachteiligter Kleinbäuerinnen und -bauern im Süden zu schaffen, den FAIRTRADE-Gedanken zu verbreiten und sozialverantwortliches Einkaufsverhalten zu fördern. Davon profitieren heute rund 1,24 Mio. kleinbäuerliche Produzentinnen und Produzenten sowie ArbeiterInnen und deren Familien im FAIRTRADE-Netzwerk. Aktuelle Studien bestätigen, dass FAIRTRADE nachweislich zu stabileren Einkommen, verbesserter Organisation und Mitbestimmung der Produzentinnen und Produzenten beiträgt.

Trotz allem dürfen wir nicht vergessen, dass weltweit noch immer nahezu eine Milliarde Menschen hungert. Viele sind kleinbäuerliche Produzentinnen und Produzenten oder ArbeiterInnen im globalen Süden, die von schwerwiegenden Herausforderungen wie schwankenden Rohstoffpreisen und den

Auswirkungen des Klimawandels besonders hart betroffen sind.

Bei FAIRTRADE stehen seit jeher die Menschen im Zentrum. Genau an diesem Punkt setzt die neue und einzigartige Strategie von Fairtrade International an, in der u.a. festgeschrieben ist, dass die Produzentenorganisationen einen 50-prozentigen Stimmanteil in allen FAIRTRADE-Entscheidungsgremien haben. Damit werden die Interessen der Produzentenorganisationen auf ein gleichberechtigtes Niveau angehoben. Keine Entscheidung kann ohne ihre Zustimmung getroffen werden. Kleinbäuerliche Produzentinnen, Produzenten und ArbeiterInnen sollen so nicht nur von FAIRTRADE profitieren, sondern auch die Ausrichtung ihres Netzwerks aktiv mitbestimmen.

Nur mit vereinten Kräften können wir den globalen Handel für die benachteiligten Produzentinnen, Produzenten und ArbeiterInnen gerechter gestalten und ihr Recht auf Selbst- und Mitbestimmung verwirklichen. 


TIPP: Ein herausnehmbares Plakat im Inneren dieses Jahresberichts veranschaulicht, wie FAIRTRADE funktioniert und wie der faire Handel wirkt.“

SPONSOREN, UNTERSTÜTZER, MITGLIEDSORGANISATIONEN

Besonders bedanken wir uns für die finanzielle Unterstützung bei:

Austrian Development Agency (ADA)/Agentur der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit | Caritas Österreich | Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs | Land Niederösterreich | Land Oberösterreich | Land Steiermark | Land Vorarlberg | Land Tirol | Wiener Umweltschutzabteilung – MA 22 | A1 Telekom Austria AG | Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG

... sowie bei allen Spenderinnen und Spendern, Förderinnen und Förderern, Konsumentinnen und Konsumenten, ehrenamtlich Engagierten und den zahlreichen prominenten UnterstützerInnen aus Politik, Sport und Kultur.

Wir danken allen engagierten Einzelpersonen und Gruppen, die den fairen Handel am Arbeitsplatz, in der Gemeinde, in Krankenhäusern, Altenheimen, Weltläden, Kindergärten oder Schulen verankert und dadurch einen unschätzbaren Beitrag zum Erfolg von FAIRTRADE in Österreich geleistet haben. 



FAIRTRADE WÄCHST AUCH 2012 – UND WIRKT!



2012 besuchte FAIRTRADE Österreich die Baumwollproduzentinnen und -produzenten der FAIRTRADE-Kooperative Chetna Organic in Indien

FAIRTRADE umfasst mittlerweile ein Netz von 1,24 Mio. kleinbäuerlichen Produzentinnen, Produzenten und Beschäftigten in 66 Ländern. Die ungebremste Lust der ÖsterreicherInnen auf FAIRTRADE-Produkte eröffnet den rund 1.000 Produzentenorganisationen direkte und neue Absatzwege. Durch die Verkäufe von FAIRTRADE-Produkten gingen aus Österreich allein im vergangenen Jahr Direkteinnahmen in Höhe von 23,5 Mio. USD an kleinbäuerliche Kooperativen und ArbeiterInnen.

In Österreich sind frische Südfrüchte, Kaffee im Außerhausbereich und im Lebensmittelhandel sowie Süßwaren die wichtigsten Wachstumstreiber unter den FAIRTRADE-Produkten. 2012 ist es erneut gelungen, das Sortiment um Produkte wie z.B. Kaffeegetränke, Dosenananas, Baumwolltaschen, Fertigreis- und Quinoagerichte sowie Holzmöbel zu erweitern. Immer mehr neue Partnerunternehmen, darunter viele österreichische Familien- und mittelständische Betriebe, entscheiden sich für die FAIRTRADE-Partnerschaft und können sich am heimischen Markt wie auf internationalen Märkten mit innovativen Produkten behaupten. Österreichische Konsumentinnen und Konsumenten gaben im vergangenen Jahr insgesamt 107 Mio. Euro (+7%) für FAIRTRADE-Produkte aus. Rund 70% der mehr als 800 FAIRTRADE-Produkte in Österreich tragen auch ein Biosiegel. Dies ist vor allem auf die hohen Bioanteile bei frischen Südfrüchten, Schokoladen, Kaffee und Getreide zurückzuführen.

Bereits 28% der FAIRTRADE-Kaffeeumsätze werden im Außerhausbereich erzielt.

Mehr als 1.500 Cafés, Bäckereien, Hotels, Restaurants und Kantinen schenken fair gehandelte Heißgetränke aus.* Über 30 neue Partnerbetriebe konnten im vergangenen Jahr gewonnen werden, darunter zahlreiche Umweltzeichen-Betriebe wie die Austria Trend Hotels Europa Wien und Rathauspark, Camping Wien West, das InterCityHotel Wien, das Radisson-Restaurant Le Siècle, der Silberwirt oder das Partyservice Tip Top Table.

Erfolg mit dem FAIRTRADE-Gemeindeprojekt

Die Gemeinde als öffentliche Institution kann mit ihrem Bekenntnis für den fairen Handel auf lokaler Ebene sehr viel leisten, da sie ein wichtiges Vorbild für Unternehmen, Organisationen und BürgerInnen ist. Umso erfreulicher, dass das Gemeindeprojekt 2012 in Niederösterreich sein fünfjähriges Bestehen feierte und unter Beteiligung von 14 Gemeinden den ersten Kreativwettbewerb für FAIRTRADE-Gemeinden durchführte, bei dem die Stadt Baden mit dem ersten Platz prämiert wurde. Derzeit gibt es österreichweit 95 FAIRTRADE-Gemeinden in Niederösterreich, Oberösterreich und der Steiermark sowie drei FAIRTRADE-Bezirke in Wien. 2013 wird das FAIRTRADE-Gemeindeprojekt auf Salzburg ausgeweitet. Mit der Region Bucklige Welt – Wechselland konnte nach der Region Ausseerland und der Ökoregion Kaindorf eine dritte FAIRTRADE-Region gewonnen werden. Weltweit gibt es bereits 1.200 Fair Trade Towns in 24 Ländern, darunter auch Gemeinden und Städte in Ghana, Brasilien und Costa Rica. 🍋



Erstmals wurde der Einkaufsführer TASTE mit einer Übersicht aller aktuellen FAIRTRADE-Produkte für GroßverbraucherInnen und Großmärkte publiziert.

www.fairtrade.at/top/materialien/download/materialien-fuer-unternehmen/



Ehrung der Sieger des zum FAIRTRADE-Gemeindegewinnwettbewerbs 2012: Platz 1 für die FAIRTRADE-Gemeinde Baden.

* Der FAIRTRADE-Gastrofinder gibt einen Überblick über österreichische Gastronomiebetriebe, die FAIRTRADE-Produkte verwenden: www.fairtrade.at/produkte/gastrofinder/

DIE NEUESTEN ENTWICKLUNGEN:

FRISCHE SÜDFRÜCHTE

Absatzmenge 2012
13.300 Tonnen
 Veränderung zu 2011 in %
+6%
 Producerbenefit 2012
7,1 Mio. USD
 Bioanteil in %
96%



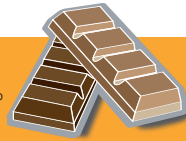
Abgesehen von den seit Jahren etablierten FAIRTRADE-Bio-Bananen (jede fünfte Banane in Österreich trägt bereits das FAIRTRADE-Gütesiegel!) konnte das Angebot an frischen Südfrüchten signifikant ausgebaut werden: Neben Bio-bananen aus Peru oder der Dominikanischen Republik und Ananas, die zum Teil auch in Bioqualität aus Costa Rica kommen, wurden erstmals frische Litschis und Avocados aus Südafrika sowie Orangen und Kokosnüsse mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel angeboten. Für Produzentinnen und Produzenten im FAIRTRADE-Netzwerk wirkte sich die große Nachfrage in Form von Direkteinnahmen in Höhe von 7,1 Mio. USD aus. Durch den

Mehrerlös konnte in dringend notwendige produktivitäts- und qualitätsverbessernde Maßnahmen investiert werden.



SÜSSWAREN

Absatzmenge 2012
923 Tonnen
 Veränderung zu 2011 in %
+32%
 Producerbenefit
1 Mio. USD (davon 0,9 Mio. durch Schokolade)
 Bioanteil von Schokolade in %
93%



Bei Süßwaren wie Schokoladen mit Kakao aus Ghana, Nicaragua und Bolivien, Eiscreme, Trockenfrüchten, Keksen oder pikanten Snacks ist das starke Wachstum vor allem auf die ungebrochene Nachfrage nach FAIRTRADE-Schokoladen zurückzuführen. Zu den Neuheiten zählten saisonale FAIRTRADE-Schokoladenprodukte wie Schokoladeosterhasen und -weihnachtsmänner der EZA Fairer Handel GmbH und von Riegelein oder die Frühlings- und Weihnachtseditionen von Landgarten und Zotter, aber auch Produktinnovationen wie z. B.



die laktosefreien Bio-Art-Schokoladen „Freely“ und Eigenmarken-Schokoladen wie die Zotter-Edition von SPAR PREMIUM oder die RIOBA CHOCO NAPS für die Gastronomie bei Metro. Eiscreme gewinnt zunehmend an Bedeutung, allen voran die neuen FAIRTRADE-Eissorten in der Zotter-Edition von SPAR PREMIUM sowie das vielfältige Sortiment von Ben & Jerry's.

KAFFEE & HEISSGETRÄNKE

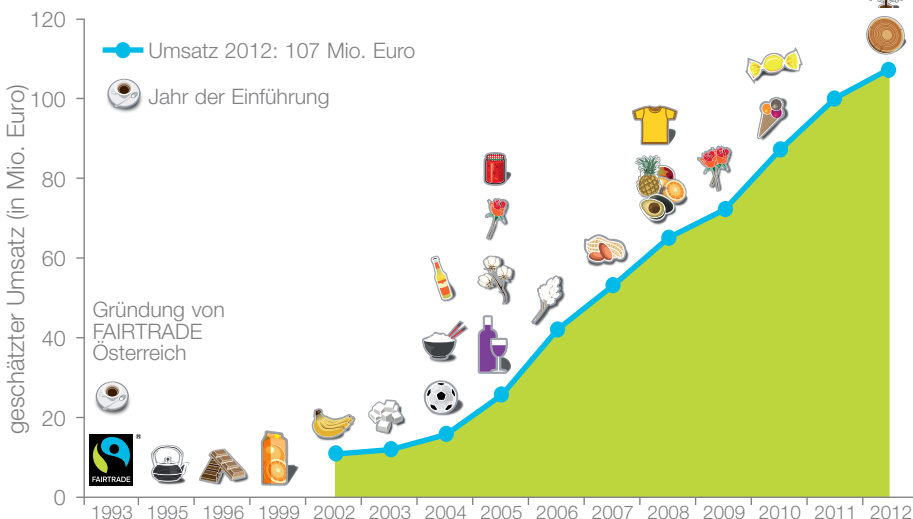
Absatzmenge
1.570 Tonnen
 Veränderung zu 2011 in %
+6%
 Producerbenefit
8,3 Mio. USD
 Bioanteil in %
80%



Sowohl kleinere heimische Röstereien als auch große international agierende Kaffeeanbieter haben 2012 ihr Sortiment bewusst um FAIRTRADE-Kaffee aus Brasilien, Bolivien, Kolumbien, Nicaragua, Mexiko oder Peru ergänzt oder sogar zu 100% darauf umgestellt. Die positive Entwicklung ist vor allem auf das Wachstum im Lebensmitteleinzelhandel sowie im Außerhausbereich zurückzuführen, wo 2012 rund 52,5 Mio. Tassen FAIRTRADE-Kaffee (+12%) ausgeschenkt wurden. Der Trend zu neuen FAIRTRADE-Kaffee-Eigenmarken sowie trinkfertigen Kaffeegetränken (z. B. Starbuck's Discoveries oder ICED AFRO von der Afro Coffee GmbH) setzte sich im Handel fort. Neue FAIRTRADE-Kaffee-Partner sind etwa die Amann Kaffee GesmbH und die Holly Kaffeesysteme GmbH. Der ambitionierte Start von GOFAIR mit seinem einzigartigen Heißgetränke-Automatenkonzept verstärkte bei Automatenaufstellern die Nachfrage nach FAIRTRADE-Produkten. Kakaogetränke mit FAIRTRADE-Gütesiegel wurden vermehrt angeboten, z. B. der Hot Cocoa Drink mit Kakao aus Ghana von Afro Coffee (Ausschank in allen OMV/VIVA-Tankstellen) oder die Trinkschokoladensticks CHOCO-O-LAIT ORGANIC von Trendbrand bei der Gourmet Group.



Umsatzentwicklung 2002–2012 nach Produktgruppen in Mio. EUR



Das FAIRTRADE-Gütesiegel hat in Österreich einen gestützten Bekanntheitsgrad von 85%. Von diesen 85% gaben neun von zehn Befragten an, Vertrauen in das FAIRTRADE-Gütesiegel zu haben. 77% der befragten ÖsterreicherInnen schätzen die FAIRTRADE-Standards als sehr streng oder streng ein.* Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel sind österreichweit in rund 5.000 Verkaufsstellen wie Supermärkten, Weltläden, Bio-, Natur- und Feinkostläden, Bäckereien, im Blumen- und Modefachhandel, bei Heimtextilketten uvm. erhältlich.

*Quelle: GlobeScan-Studie 2011

FAIRTRADE-PRODUKTE IN ÖSTERREICH

FRUCHTSÄFTE

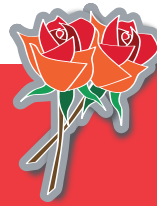
Absatzmenge 2012
6,1 Mio. Liter
 Veränderung zu 2011 in %
-5%
 Producerbenefit
2 Mio. USD
 Bioanteil in %
0,0%



Trotz leichter Rückgänge konnten Fruchtsäfte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel 2012 ihren Platz unter den fünf wichtigsten FAIRTRADE-Produktgruppen behaupten. Insgesamt wurden 6,1 Mio. Liter FAIRTRADE-Fruchtsaft z. B. mit Orangen und Mangos aus Kuba und Brasilien oder Ananas und Bananen aus Costa Rica und Ecuador getrunken. Die leicht negative Entwicklung (-5%) ist darauf zurückzuführen, dass sich der Preisunterschied zwischen konventionellem und FAIRTRADE-Fruchtsaft weiter vergrößert hat. Dies zeichnete sich infolge von Preissteigerungen durch Rohstoffknappheit bereits 2011 ab. Trotzdem setzen die FAIRTRADE-Fruchtsaftanbieter mit neuen und innovativen Produkten selbstbewusste Zeichen für den fairen Handel: So bietet die Pfanner Getränke GmbH ihren Orangensaft in der traditionellen 1-l-Mehrwegflasche nur noch mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel an und hat eine neue 0,2-l-Prismapackung für FAIRTRADE-Orangensaft entwickelt.

ROSEN

Absatzmenge
34,2 Mio. Stiele
 Veränderung zu 2011 in %
+5%
 Producerbenefit
3,5 Mio. USD



ÖsterreicherInnen lieben FAIRTRADE-Rosen – das zeigten die Zuwächse aller Vertriebsketten. FAIRTRADE-Rosen sind mittlerweile ganzjährig bei allen großen Handelsketten sowie seit letztem Jahr auch bei der Holland Blumen GmbH erhältlich und haben bei importierter, geschnittener, frischer Ware in Österreich einen geschätzten Marktanteil von 30%. 2012 kamen erstmals auch Grünpflanzen mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel in den Handel. Die FAIRTRADE-zertifizierten Rosen in Österreich stammen von Blumenfarmen in Kenia, Tansania und Ecuador. Durch den Verkauf von FAIRTRADE-zertifizierten Rosen und Grünpflanzen in Österreich gingen 2012 3,5 Mio. USD Producerbenefit an die Produzentenorganisationen in Afrika.



WEITERE PRODUKTGRUPPEN

Absatzmenge Grundnahrungsmittel (inkl. Reis, Zucker): **605 Tonnen**
 Veränderung zu 2011 in %: **+7%**
 Convenience-Produkte: **192 Tonnen**
 Veränderung zu 2011 in %: **+249%**



FOOD: 2012 wurden in Österreich 605 Tonnen Grundnahrungsmittel wie Reis aus Thailand oder Indien, Quinoa aus Ecuador, Zucker aus Paraguay und Mali sowie Öle mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel und somit um 7% mehr als 2011 konsumiert. Der Bioanteil bei den FAIRTRADE-Getreidesorten in Österreich liegt bei 97%. Das positive Wachstum setzte sich u. a. infolge der Einführung von neuen auf Reis oder Quinoa basierenden Fertigprodukten wie etwa dem Quinoa-Gemüse-Eintopf der Marap Handelsgesellschaft oder dem Vollkorn-Bio-Quinoabrot der Vollkorn-Bio-Bäckerei Waldherr fort. Bei den Convenience-Produkten sorgten Dosenananas aus Thailand als erstes FAIRTRADE-Konservenprodukt im österreichischen Handel für eine Mengensteigerung von 55 Tonnen im Jahr 2011 auf 192 Tonnen.

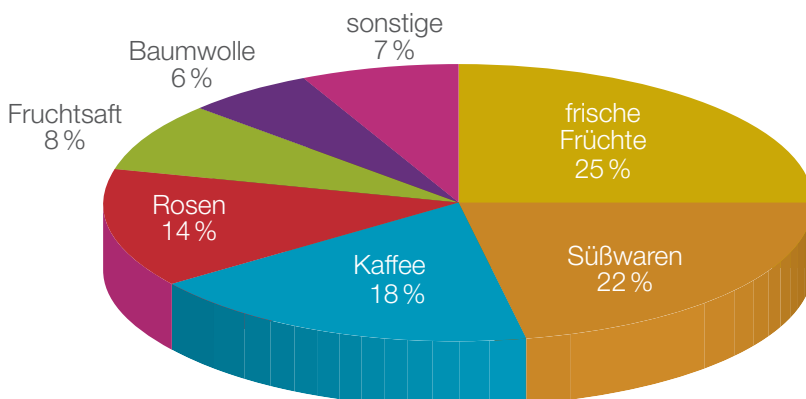


NON-FOOD: Erfreuliche Zuwächse gab es bei Baumwollprodukten mit dem FAIRTRADE-Cotton-Gütesiegel. Neben den etablierten Modelabels trugen Heimtextilien der neuen österreichischen Lizenzpartner Vossen GmbH (Handtücher), Hefel Textil GmbH (Bettwaren) und Franz Howorka GmbH & Co KG (Baumwolltaschen) zum Wachstum dieser Produktgruppe bei. Die Produkteinführung der ersten Möbelserie aus FSC-FAIRTRADE-zertifiziertem Holz aus Bolivien über den deutschen Lizenzpartner Quadrato bei der Rudolf Leiner Ges.m.b.H. unterstreicht den Trend zu „fairem Wohnen“.



Beispiel Plakatkampagne 2012

Umsatzverteilung nach Produkten in Prozent des Gesamtumsatzes 2012



FINANZBERICHT 2012: LIZENZEINNAHMEN WEITER GESTEIGERT



» **SCAE World of Coffee
Messe in Wien:
FAIRTRADE-Kaffee
Produzenten aus Honduras
trafen im Juni 2012
österreichische Lizenz-
partnerInnen zum gegen-
seitigen Austausch.**

ERLÖSE

Lizenzeinnahmen

Im Vergleichszeitraum 2011–2012 stiegen die Lizenzeneinnahmen um 10% auf insgesamt 1.440.306 Euro.

Förderungen/Sponsoring

Die Erlöse Förderungen/Sponsoring blieben im Jahr 2012 weitgehend konstant.

Sonstige Erlöse

Die Erhöhung im Bereich der sonstigen Erlöse ist vor allem auf die Einbindung von Lizenzpartnerinnen und -partnern in die Werbekampagne 2012 zurückzuführen.

AUFWENDUNGEN

Die gestiegenen Lizenzenerlöse wurden vor allem im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und LizenzpartnerInnen/Marktbearbeitung sowie in höhere Beiträge an den Dachverband investiert.

Öffentlichkeitsarbeit

Im Jahr 2012 wurde die Medienwerbung als Plakatkampagne unter Beteiligung der

LizenzpartnerInnen durchgeführt. Das Gemeindeprojekt wurde vor allem in Niederösterreich ausgeweitet.

Sonstige Aufwendungen

In den sonstigen Aufwendungen sind vor allem Wertberichtigungen zu Forderungen enthalten.

AKTIVA

Liquide Mittel wurden in Anlehnung an die Veranlagungsrichtlinien angelegt.

PASSIVA

Der Jahresüberschuss wurde in voller Höhe den satzungsmäßigen Rücklagen zugewiesen und wird daher zukünftig zweckgebunden im Sinne der Ziele von FAIRTRADE Verwendung finden. Die verbleibenden Kleindarlehen wurden in voller Höhe zurückgezahlt.

FINANZPRÜFUNG

Die FAIRTRADE-Finanzgebarung 2012 wurde durch die Wirtschaftsprüfer A&P Altenberger & Partner geprüft und testiert. »

FAIRTRADE ÖSTERREICH



» **Das FAIRTRADE
Österreich-Team
im Jubiläumsjahr 2013:
20 Jahre FAIRTRADE in
Österreich – 20 Jahre
Großes tun mit einem
kleinen Zeichen!**

Die Gütesiegelinitiative wurde 1993 in Österreich als gemeinnütziger Verein von den wichtigsten Akteuren im fairen Handel wie u. a. der A3W – Aktion Dritte Welt, der ARGE Weltläden und Gewerkschaftsvertreterinnen und -vertretern gegründet. Heute wird FAIRTRADE Österreich von 26 überparteilichen und überkonfessionellen Organisationen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Ökologie, Bildung, Soziales und Religion getragen.

FAIRTRADE betreibt selbst keinen Handel, sondern vergibt das Gütesiegel für zertifizierte Produkte, bei denen die Einhaltung der internationalen FAIRTRADE-Standards von der unabhängigen Zertifizierungsorganisation FLO-CERT GmbH kontrolliert worden ist. Als Schnittstelle bringt FAIRTRADE das hochwertige Produktangebot aus Entwicklungsländern und die Nachfrage von österreichischen Herstellerfirmen zusammen. Durch Informationsarbeit über fairen Handel, die Beratung von Unternehmen, die aktiv werden möchten, und schließlich die Vergabe von Lizenzen an österreichische Unternehmen werden laufend neue UnterstützerInnen gewonnen. »

Geschäftsleitung des Vereins FAIRTRADE Österreich

Mag. Hartwig Kirner, Geschäftsführer
Mag. Helmut Schüller, Vereins-
vorstandsvorsitzender

MitarbeiterInnen

14 (entspricht 11 Vollzeitstellen)

Weltweit sind über 1,24 Mio. Kleinbauernfamilien und ArbeiterInnen in 66 Ländern im internationalen FAIRTRADE-Netzwerk tätig. FAIRTRADE trägt nachweislich zu stabileren Einkommen, besserer Organisation und Partizipation der ProduzentInnen bei. Mit 50 Prozent Stimmanteil in allen Entscheidungsgremien gestalten die Produzentenorganisationen den Weg von FAIRTRADE in ihrem Sinne aktiv mit. Mehr als 100 geschulte AuditorInnen der Kontrollorganisation FLO-CERT sind vor Ort und führen weltweit die Audits nach einheitlichen Verfahren bei den Vertragspartnern durch.

FINANZGEBARUNG

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

ERLÖSE	2012	2011	AUFWENDUNGEN	2012	2011
Lizeneinnahmen	1.440.306	1.314.080	Öffentlichkeitsarbeit	688.730	638.860
			Werbekampagne	232.019	169.566
			Pressearbeit	118.891	162.421
			Verkaufsförderung	337.820	306.874
Förderungen/Sponsoring	203.030	188.995	Lizenzpartner/Marktbearbeitung	283.539	229.569
Marketingprojekt ADA	50.000	60.000	Mitgliedsbeitrag Fairtrade International	258.654	228.816
Bundesländer	65.134	44.348	Zertifizierung und Trade-Audit	60.378	58.036
Projekte Träger	30.000	35.000	Governance/Administration	297.370	261.720
Mitgliedsbeiträge	24.600	28.600	Sonstige Aufwendungen	20.313	
Sponsoren	15.833	5.834	SUMME AUFWENDUNGEN	1.608.983	1.417.226
Private Förderer	17.463	15.213			
			JAHRESÜBERSCHUSS	110.268	109.583
Sonstige Erlöse	75.914	23.734	Satzungsmäßige Rücklagen		
			Dotierung	110.268	109.583
SUMME ERLÖSE	1.719.251	1.526.809	GEBARUNGSÜBERSCHUSS	--	--

BILANZ

AKTIVA	2012	2011	PASSIVA	2012	2011
Anlagevermögen	72.129	69.889	Eigenkapital	819.965	709.697
Sachanlagen	14.746	14.493	Grundkapital	142.462	142.462
Finanzanlagen	57.384	55.396	Satzungsmäßige Rücklagen	677.503	567.235
Umlaufvermögen	1.084.411	955.260	Rückstellungen	202.869	190.528
Vorräte			Abfertigungsrückstellungen	19.833	17.077
Informationsmaterialien	28.288	31.207	Sonstige Rückstellungen	183.036	173.451
Forderungen					
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	531.160	474.381	Verbindlichkeiten	132.155	126.826
Sonstige Forderungen	39.458	16.205	Verbindlichkeiten Lieferungen und Leistungen	35.379	79.105
Kassabestand, Bankguthaben	485.504	433.468	Kleindarlehen	0	26.171
			Sonstige Verbindlichkeiten	96.776	21.549
Rechnungsabgrenzungen	5.449	8.901	Rechnungsabgrenzungen	7.000	7.000
SUMME AKTIVA	1.161.989	1.034.050	SUMME PASSIVA	1.161.989	1.034.050

ZERTIFIZIERTE LIZENZPARTNERFIRMEN IN ÖSTERREICH (STAND FEBRUAR 2013)

FRISCHE FRÜCHTE Agrofair Benelux BV | Bruno Melchart GmbH | Dole Germany OHG | Eosta BV | Frutura GmbH | Hofer KG | Port International GmbH | REWE – Ja! Natürlich Naturprodukte GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG | UNIVEG Austria GmbH

HEISSEGETRÄNKE – KAFFEE, TRINKKAKAO UND TEE Alt Wien Kaffee KEG | Amann Kaffee GmbH | AFRO Coffee GmbH | BioArt AG | café+co Automaten-catering & Service GmbH | CoSo GmbH | Alois Dallmayr KG | Darboven/Praxmarer Kaffee VertriebsgmbH | DEMMER GmbH | Eduscho Österreich GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Franco Caffè | GOFAIR GmbH | Hämmerle Kaffee GmbH | Helmut Sachers Kaffee GmbH | Hofer KG | Holly Kaffeeseysteme GmbH | J. EILLES GmbH & Co. KG/ Praxmarer | Kaffee VertriebsgmbH | J. Hornig GmbH | Julius Meinl Austria GmbH | Kaffeegroßhandel Hueber | Kaffeeösterreich Hubert Tempelmann | GmbH & Co KG | MCH Trading GmbH | Nestlé Österreich GmbH | Neuteboom Koffiebranders | C + C Pfeiffer GmbH | Puro Fairtrade Coffee/ Miko Koffie NV | Prugger & Mock GmbH | Reinhard Schweitzer GmbH | Santora Kaffeeseysteme GmbH | Satro | Schirmer Kaffee GmbH | Superespresso AG/Martello | SPAR Österreichische Warenhandels AG: | Spar Natur Pur | Starbucks Coffee Österreich GmbH | Tchibo Coffee Service Österreich GmbH | Teekanne | Wagner Rudolf KG | Wieser Getränke GmbH | Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

GETRÄNKE – ERFRISCHUNGSGETRÄNKE, FRUCHTSÄFTE, WEIN EZA Fairer Handel GmbH | GEPA – The Fair Trade Company | Hermann Pfanner Getränke GmbH | HOFER KG / Sweet Valley | Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co | Thandi Wines Ltd

SÜSSWAREN UND SNACKS – SCHOKOLADE, EISCREME, FRUCHTGUMMI, DRAGIERTE FRÜCHTE, TROCKENFRÜCHTE UND NÜSSE Barry Callebaut | Ben & Jerry's | BioArt AG | Birkengold GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Frucht und Sinne Schokoladenmanufaktur GmbH | Landgarten Herbert Stava KEG | Maestrani Schweizer Schokoladen AG | MARAP HandelsgesmbH | Naturata | PEZ International GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG: Natur Pur, Free From, Premium | Sweet Products Chocolate NV | Taste & Beauty Manufaktur GmbH | Trausners Genuss Werkstatt | Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

GRUNDNAHRUNG – GETREIDE, ZUCKER, SPEISEÖLE Agrana Zucker GmbH | BioArt AG | Davert GmbH | Everest GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | MARAP HandelsgesmbH | Partners in Bio GmbH | Riseria Taverne SA | Reismühle Brunnen | Reyhani GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG: Spar Natur Pur | Waldherr – VollkornBioBäckerei GmbH

CONVENIENCE – HONIG, AUFSTRICHE UND MARMELADE BioArt AG | EZA Fairer Handel GmbH | Fürsten-Reform GmbH & Co KG | Honigmayr Handelsgesellschaft m. b. H. | Trausners Genuss Werkstatt

NON FOOD – BAUMWOLLPRODUKTE – BEKLEIDUNG UND HEIMTEXTILIEN Adler Modemarkt | BC | Bestseller – Jack & Jones | Esteam Europe | EP Verpackungs GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Franz Howorka Ges. m. b. H. & Co. KG | Gardeur | Göttin des Glücks OG | GARY MASH | Hefel Textil GmbH | Jules Clarysse NV | Meyer Hosen | Monsoon Accessorize Ltd. | REITER Betten & Vorhänge GmbH | RELAX Natürlich Wohnen GmbH | Schiesser | Sieber/Fabrizio | Schwob AG | Switcher | Vossen GmbH

BLUMEN Gedi BV | Holland Blumen Mark GmbH | Klimesch Rosen Handels GmbH | REWE | Rosen Waibel Munchendorf GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG | Top Flora International | Green Partners | Hofer KG

SPORTBÄLLE UND TRAININGSGERÄTE EZA Fairer Handel GmbH | Jugend Eine Welt | Mario Sinnhofer, Rasenreich e.U.

MOLKEREIPRODUKTE Pinzgau Milch ProduktionsgmbH

20 JAHRE GROSSES TUN MIT EINEM KLEINEN ZEICHEN



Das internationale FAIRTRADE-Gütesiegel für
lizenzierte Produkte, 800-mal in Österreich.



www.fairtrade.at | www.myspace.com/fairtradeaustria | www.facebook.com/fairtrade.oesterreich | twitter.com/FAIRTRADE_AT



Impressum: FAIRTRADE Österreich | Neulinggasse 29/17, A-1030 Wien | Tel.: +43/1/533 09 56-0 | Fax: +43/1/533 09 56-11 |
E-Mail: office@fairtrade.at | www.fairtrade.at | ZVR 881545394 | Für den Inhalt verantwortlich: FAIRTRADE Österreich | Redaktion: Kerstin Rohrer,
fair PR e.U. | Lektorat: Wolfgang Astelbauer | Foto- und Bildmaterial: AFRO Coffee, FAIRTRADE, FAIRTRADE/Rawles, FAIRTRADE/Schüller,
FAIRTRADE/Tuma, Fairtrade Finland / Hallgren, Fotolia, Goffin/Nauts, Anette C. Kay, Julius Meinh Austria, Pfanner, Rewe, SPAR, Studio Andorfer,
Tretter | Layout und Satz: typothese | Gedruckt auf FSC-Mix Papier | Druck: Druckerei Resch KEG, 1150 Wien | April 2013

