



# FAIRTRADE ÖSTERREICH JAHRESBERICHT 2011/12



FAIRTRADE  
ÖSTERREICH

# FAIRTRADE IST ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT



Mag. Helmut Schüller  
Vorstandsvorsitzender  
FAIRTRADE Österreich

**Trotz oder vielleicht sogar aufgrund** der größer werdenden Verunsicherung von KonsumentInnen über die Herstellungs- und Handelsbedingungen entscheiden sich immer mehr ÖsterreicherInnen für Produkte aus fairem Handel. Aktuelle Marktforschungsergebnisse bestätigen, dass die Menschen gerne nachhaltiger konsumieren, wenn es um gerechtere Handelsstrukturen, Umwelt und Soziales geht. Bei einem gestützten Bekanntheitsgrad von 85% vertrauen mittlerweile neun von zehn Befragten in Österreich auf das FAIRTRADE-Gütesiegel, das weltweit am meisten verbreitete Sozialsiegel. Alle Produkte, die FAIRTRADE-zertifiziert sind, entsprechen den international gültigen FAIRTRADE-Standards, deren Einhaltung dafür sorgt, dass das Ungleichgewicht in den Handelsbeziehungen, die Risiken instabiler Märkte sowie die Ungerechtigkeiten des konventionellen Handels für benachteiligte ProduzentInnen und lohnabhängige ArbeiterInnen aus den Ländern des Südens verringert werden.

Darüber hinaus ermöglicht die jüngste Anhebung des Stimmenanteils der Produzentenorganisationen auf 50% in allen FAIRTRADE-Entscheidungsgremien, die Zukunft von FAIRTRADE nach eigenen Bedürfnissen zu gestalten.

All diese Fakten zeigen, dass fairer Handel nachhaltige Erfolge erzielen kann, und geben Mut, dass ein alternatives Wirtschaftsmodell realisierbar ist. Voraussetzung dafür ist eine begünstigende internationale Politik, in der Partnerschaften zwischen allen Akteuren gefördert werden.

Hier sind vor allem politische und wirtschaftliche EntscheidungsträgerInnen gefordert, den Druck von den Produzentenorganisationen am Ende der Lieferkette zu nehmen, ihre Waren und Dienstleistungen zu immer niedrigeren Preisen anzubieten. Stattdessen muss das politische Ziel sein, die Stärkung von Produzentenorganisationen zu fördern, ihnen den Zugang zu einem Handel unter Fairhandelsbedingungen zu ermöglichen und u.a. durch Finanzhilfen für Kleinbauern und -bäuerinnen mitzuhelfen, dass diese den immer strengeren Marktanforderungen einer ökologischen Wirtschaft gerecht werden können.

Jede/r einzelne KonsumentIn kann dazu beitragen, diese Zielsetzungen zu formulieren und einzufordern. Auch wir von FAIRTRADE Österreich werden in Zukunft weiter hinter diesen Forderungen stehen.



Mag. Hartwig Kirner  
Geschäftsführer  
FAIRTRADE Österreich

**2011 war ein sehr bewegtes Jahr** für den fairen Handel. Trotz schwieriger Marktentwicklungen in Folge volatiler Rohstoffpreise und unvorhergesehener Ernteausfälle ist es den österreichischen PartnerInnen im fairen Handel gelungen, die Nachfrage nach FAIRTRADE-Produkten erneut zu steigern. Mit einem geschätzten Umsatz von 100 Mio. Euro gingen 2011 so viele Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel über den Ladentisch wie nie zuvor. Dadurch erhielten die zertifizierten Produzentenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika allein über den österreichischen Markt einen Producer-Benefit von mehr als 22 Mio. USD.

Dennoch machten die schwankenden Rohstoffpreise, die Kreditklemme und die damit verbundenen Folgewirkungen sowie der Einfluss des Klimawandels auf Produktion und Ernährungssicherheit den Produzentenorganisationen stark zu schaffen. Auch das FAIRTRADE-System muss sich diesen Herausforderungen stellen und kann ihnen nur durch seine ständige Weiterentwicklung gerecht werden. In einer Situation, in der selbst Kleinbauernkooperativen immer mehr gefordert sind, den Anforderungen internationaler Handelsunternehmen zu genü-

gen, ist das vehemente Eintreten für faire Produktions- und Handelsbedingungen gerade in den ärmsten Ländern der Welt von größter Bedeutung. FAIRTRADE geht dabei weit über den garantierten Mindestpreis, die FAIRTRADE-Prämie und den Bio-Aufschlag für ökologische Produktionsmethoden hinaus.

FAIRTRADE bedeutet Hilfestellung zur Selbstorganisation und zur Reduzierung von Abhängigkeiten durch Fortbildungsprogramme oder Know-how-Transfer für produktivitäts- und qualitätssteigernde Maßnahmen. Weiters unterstützt FAIRTRADE Partnerschaften auf Augenhöhe und schafft dadurch verbesserte Marktzugänge. Von größter Bedeutung ist der Zugang zu fairen Kreditfinanzierungen über Genossenschaften, der ab 2012 durch den Fairtrade Access Fund noch weiter ausgebaut wird.

Durch diese Entwicklungen gestärkt können wir zuversichtlich den gemeinsamen Weg in eine faire Zukunft gehen.

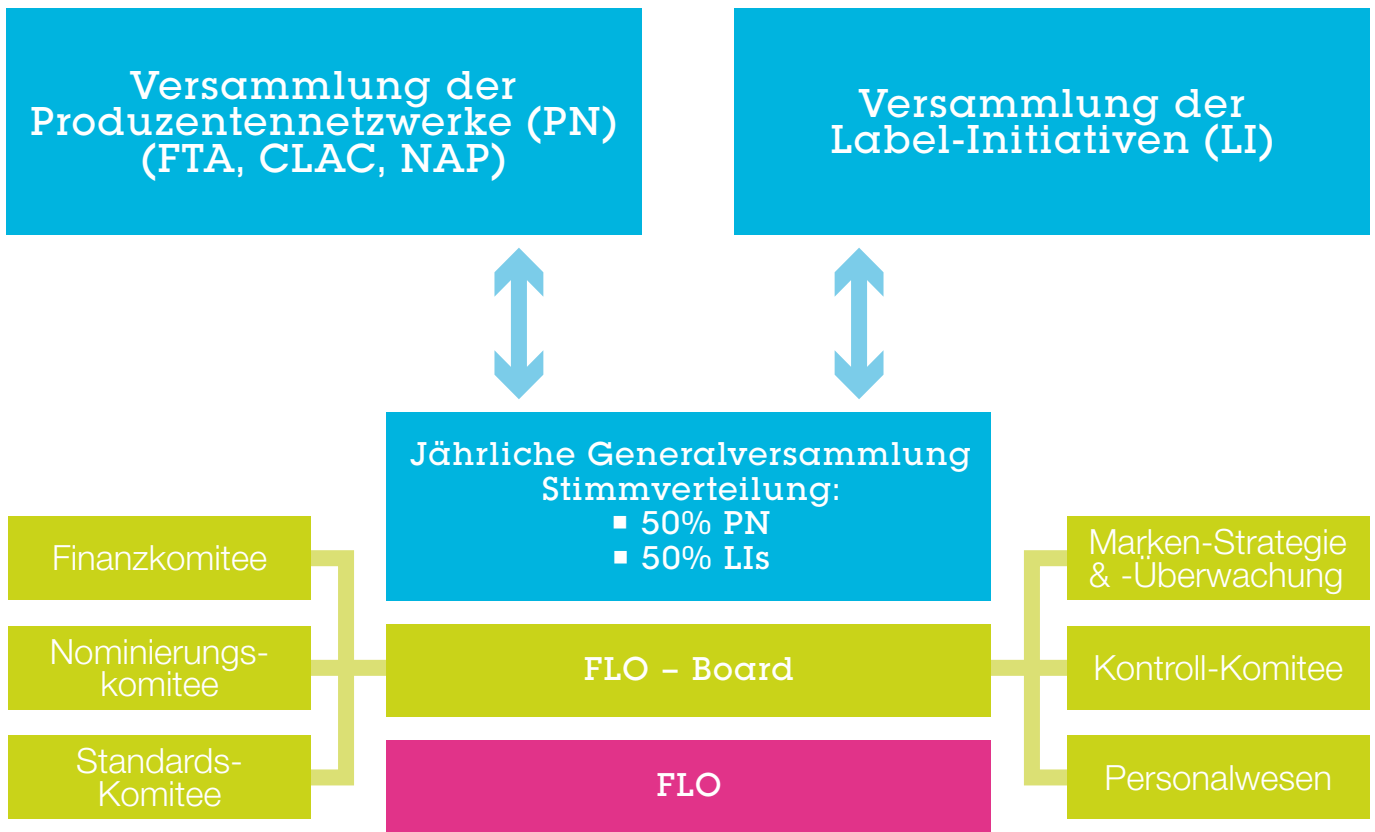
Herzlichen Dank daher an alle AktivistInnen und UnterstützerInnen, die sich für den fairen Handel in Österreich einsetzen.

## INHALT

VORWORTE **2** | PEOPLE FIRST – DIE NEUE GOVERNANCE-STRUKTUR **3–4** | FAIRTRADE INTERNATIONAL **5** | DIE FAIRTRADE-WELT **6–7** | FAIRTRADE IN ÖSTERREICH **8–9** | RÜCKBLICK UND HÖHEPUNKTE **10–11** | FAIRTRADE IMPACT – NICARAGUA **12** | GUT FAIRNETZT **13** | FAKTEN UND ZAHLEN **14–15**



## PEOPLE FIRST: NEUE GOVERNANCE-STRUKTUR VON FAIRTRADE INTERNATIONAL



Governance-Struktur – Fairtrade International

Ein grundlegender Teil der globalen Strategie von Fairtrade International ist es, den Kleinbäuerinnen, -bauern und ArbeiterInnen eine stärkere Stimme innerhalb des Systems zu geben. Als weiterer Schritt in diese Richtung wurde der Anteil der RepräsentantInnen von Produzentenorganisationen im höchsten Entscheidungsgremium von Fairtrade International auf 50% angehoben. Das bedeutet, dass das FAIRTRADE-System ab sofort zur Hälfte den Produzentenorganisationen gehört und keine Entscheidung mehr ohne deren Einverständnis getroffen werden kann.

Die neue Versammlung setzt sich zukünftig aus zwölf VertreterInnen der FAIRTRADE-Gütesiegelinitiativen und zwölf VertreterInnen der drei FAIRTRADE-Produzentennetzwerke zusammen. Jede/r Delegierte erhält eine Stimme. **Die Interessen von Gütesiegelinitiativen und Produzentenorganisationen werden somit auf ein gleichberechtigtes Niveau gestellt.**

Welche Bedeutung diese strukturelle und richtungsweisende Änderung für die weitere Entwicklung des internationalen FAIRTRADE-Netzwerks hat, wird im Gespräch mit Francisco Reynaga, dem langjährigen Präsidenten von El Ceibo deutlich. Die Kakaokooperative in Bolivien besteht seit 35 Jahren und ist eine der ältesten Kooperativen im internationalen

FAIRTRADE-System. Heute zählt El Ceibo 50 Basiskooperativen mit rund 1.200 Mitgliedern.

**Herr Reynaga, El Ceibo ist aufgrund seiner Erfolgsgeschichte Vorbild für viele Kooperativen. Was macht die Stärke von El Ceibo aus?**

Die Vision von El Ceibo war von Anbeginn dieselbe wie vermutlich auch die vieler anderer kleinbäuerlicher Vereinigungen, nämlich gemeinsam stark zu werden, um für die Kinder eine bessere Zukunft zu schaffen. Ich selbst bin durch die Arbeit in der Kooperative selbstbewusst geworden. Diese Vision wurde von Generation zu Generation weitergegeben, und auf dieser Basis werden auch immer wieder neue Initiativen in Angriff genommen.

**Wie gelingt es, als Kooperative erfolgreich zu sein?**

Das Wichtigste ist, die Leute zusammenzuhalten, damit sie organisiert bleiben. Wenn sie ihre Organisation aufgeben, sind sie verloren. Der faire Handel stärkt die Organisationen und ist eine alternative Form der Wirtschaftsbeziehung, die Verbindungen zwischen Produzentenorganisationen und KonsumentInnen herstellt. Dabei sind die guten Kontakte zum internationalen Markt und das gegenseitige Verständnis zwischen den Partnern des fairen Handels für uns von großer Bedeutung.



Francisco Reynaga, El Ceibo



**Was heißt das für die Entwicklung einer Kooperative?**

Für mich war es immer besonders wichtig, dass ich Menschen getroffen habe, denen es genauso viel bedeutet, gemeinsam etwas zu erreichen, wie mir. Unsere Art zu arbeiten ist eine ständige Herausforderung. Dennoch haben wir es geschafft, als Kleinbauernkooperative eine eigene Schokoladenfabrik von internationalem Format aufzubauen, und das war nur möglich, weil wir zusammenstehen.

**DER FAIRE HANDEL IST FÜR MICH EIN LEBENSKONZEPT. DIE ENTSCHEIDUNG ZUM BIOANBAU WAR NICHT VON GELD GESTEUERT, SONDERN VON UNSERER EINSTELLUNG ZUM LEBEN. ES GEHT DARUM, KOMMENDEN GENERATIONEN EINE GESUNDE UMWELT ZU HINTERLASSEN.**

**Francisco Reynaga**

**Welche Vorteile haben die Mitglieder bei El Ceibo?**

El Ceibo bietet seinen Mitgliedern einen sicheren Markt. Da sie gemeinsam wettbewerbsfähiger sind, sichert das Zukunftsperspektiven. Darüber hinaus bekommen Mitglieder Zugang zu Informationen und können verschiedene Leistungen der Kooperative nutzen, zum Beispiel technische Unterstützung, aber auch Bildungsangebote, die neben landwirtschaftlichem Wissen auch Bereiche wie Administration und das Genossenschaftswesen umfassen. Zudem gibt es einen Gesundheitsvorsorgefonds, auf den die Mitglieder im Krankheitsfall zurückgreifen können, sowie

einen Rentenfonds, der u.a. aus den FAIRTRADE-Prämien finanziert wird.

**Welche Rolle spielt dabei der faire Handel?**

Für KonsumentInnen ist das FAIRTRADE-Gütesiegel ein Garantiesiegel. Für mich als Produzent bringt der faire Handel aber viel mehr als mögliche finanzielle Vorteile: er beinhaltet organisiertes Arbeiten genauso wie nachhaltige Produktionsweisen und Umweltschutz.

**Warum ist es so wichtig, dass die Interessen der Produzentenorganisationen bei Fairtrade International vorgebracht werden?**

Die neue Governance-Struktur bietet Produzentenorganisationen Platz, ihre Meinung kundzutun. Das ist für mich eine gute und richtige Entscheidung, weil es besonders aufseiten der Produzentenorganisationen viele Notwendigkeiten und Probleme gibt. Die neue Struktur kann Raum schaffen, damit die Meinungen und Anliegen ebendieser größere Aufmerksamkeit bekommen, weil sie auf internationaler Ebene eingebracht werden können.

**Was wäre ein solches Anliegen?**

Der Austausch zwischen Kooperativen. Wir von El Ceibo würden unsere Erfahrungen gerne mit Kooperativen in anderen Ländern teilen. Umgekehrt möchten wir in engerem Austausch mit Kakaoproduzenten aus afrikanischen Ländern stehen und deren Probleme und Lösungsansätze z.B. im Umgang mit Pflanzenkrankheiten oder Schädlingsbefall kennenlernen. Der Multiplikatoreffekt eines solchen Programmes wäre enorm, auch im Hinblick auf die gegenseitige Bestärkung der Produzentenorganisationen. Wir sind bereits im Austausch mit Ecuador und Peru, nur leider fehlen die zeitlichen und vor allem finanziellen Ressourcen, selbst herumzureisen und diese Erfahrungen zu sammeln.

**In welche Richtung wird sich El Ceibo in den nächsten Jahren entwickeln?**

Natürlich werden der Kakaoanbau und die Schokoladenproduktion auch weiterhin die wichtigste Säule von El Ceibo bleiben. Begleitend dazu haben wir Projekte zur Absicherung dieser Säule gestartet. Etwa durch die Schaffung eines Projektes für nachhaltige Waldbewirtschaftung inklusive Saatgutbank, sowie der Stiftung für Weiterbildung im landwirtschaftlichen Bereich. Es gibt aber auch Aktivitäten, die nichts mit der Produktion zu tun haben. Etwa die Gründung einer eigenen Mikrofinanzbank für die Mitglieder oder das Ökotourismusprojekt „La ruta del cacao“. Aber auch im Bereich Bildung gibt es Ideen wie die, eine eigene Universität zu gründen, bei der fairer Handel, Genossenschaftswesen und ökologischer Landbau im Zentrum der Ausbildung stehen.

Wir wachsen langsam, aber dafür gehen unsere Träume früher oder später immer in Erfüllung. 🍫

## DAS FAIRTRADE-SYSTEM AM PULS DER ZEIT

Die Globalisierung hat weltweit für viele Menschen Veränderungen mit sich gebracht. Auch das FAIRTRADE-System muss sich diesen Herausforderungen stellen und sich zielgerichtet weiterentwickeln. Mit dem New Standard Framework, das im Juli 2011 in Kraft getreten ist, wurde ein wichtiger Schritt hin zu mehr selbstbestimmter Entwicklung für Produzentenorganisationen im fairen Handel gesetzt.

Entwicklung durch fairen Handel kann trotz alledem nicht von heute auf morgen passieren. Wesentliche Einflussfaktoren sind externe oder unerwartet auftretende Probleme. Um das FAIRTRADE-System weiter zu stärken und zielgerichtet auf die aktuellen Bedürfnisse von Produzentenorganisationen im fairen Handel eingehen zu können, werden laufend neue Maßnahmen umgesetzt oder eingeleitet. ☺



### 1. Der Fairtrade Access Fund für einen verbesserten Zugang zu Krediten

Mehr als die Hälfte der Kleinbauernfamilien im FAIRTRADE-System benötigen Finanzmittel, um die Infrastruktur vor Ort ausbauen zu können und so den Kreislauf zur Verbesserung von Produktqualität und Produktivität in Gang zu setzen. Diese Familien gelten für die Banken als Hochrisikokunden und werden oft abgewiesen. Zudem besteht seit der Wirtschaftskrise 2008 im ländlichen Raum eine Überschussnachfrage nach Mikrokrediten. Auch die Kreditzinsen sind seither stark angestiegen.

Vor diesem Hintergrund haben Fairtrade International, die Grameen Foundation und Incofin Investment Management ein soziales Investmentunternehmen, den Fairtrade Access Fund, gegründet. Diese einzigartige Partnerschaft bietet kleinbäuerlichen Kooperativen

- erleichterten Zugang zu Langzeitkrediten,
- innovative Serviceleistungen,
- mobilen Zugang zu Informationen über Erntemanagement, regionale Marktdaten und FAIRTRADE-Standards,
- technische Unterstützung zur Stärkung und Absicherung des Basisgeschäfts.

Der Fonds wird mit einem Startkapital von 8 bis 12 Mio. USD dotiert, das bis zum Ende des zweiten Jahres auf 25 Mio. USD aufgestockt werden soll. Auch Unternehmen können sich durch finanzielle Einlagen am Fairtrade Access Fund beteiligen.

### 2. Kaffee: Produktivitäts- und Qualitätsoffensive zur Stärkung der Produzentenorganisationen

Der Wettbewerb um qualitativ hochwertigen Kaffee hat sich im Jahr 2011 aufgrund von Rohstoffspekulationen und unerwartet niedrigen Ernteerträgen enorm verschärft. Produzentenorganisationen stehen vor Finanzierungsproblemen und Schwierigkeiten bei der Einhaltung ihrer Lieferverträge. FAIRTRADE antwortete auf die Herausforderungen im Herbst 2011 mit dem sogenannten Coffee Action Plan, der folgende Maßnahmen umfasst:

- Forcierung qualitätsfördernder Methoden zur Weiterverarbeitung von Kaffeebohnen,
- Einrichtung eines Fonds zur Vorfinanzierung größerer Investitionen,
- Coffee Help Desk zur Unterstützung bei Lieferproblemen,
- Trainings für Preisverhandlungen und Risikomanagement,
- Know-how-Transfer für verbesserte und umweltschonende Anbaumethoden,
- Anhebung von FAIRTRADE-Mindestpreis, -Prämie und Bio-Aufschlag für Kaffee, wobei ein Teil der Prämie ab sofort verpflichtend in qualitätsfördernde und produktivitätssteigernde Projekte investiert werden muss.

### 3. Neue FAIRTRADE-Strategie zur Verbesserung der Arbeitsrechte

Die Missachtung der Rechte von ArbeiterInnen auf Plantagen ist weltweit nach wie vor an der Tagesordnung. Darum hat Fairtrade International ein weitreichendes Programm ins Leben gerufen, das die Auswirkungen des fairen Handels auf ArbeiterInnen und Leiharbeitskräfte positiv verstärken soll. Es beinhaltet u. a.

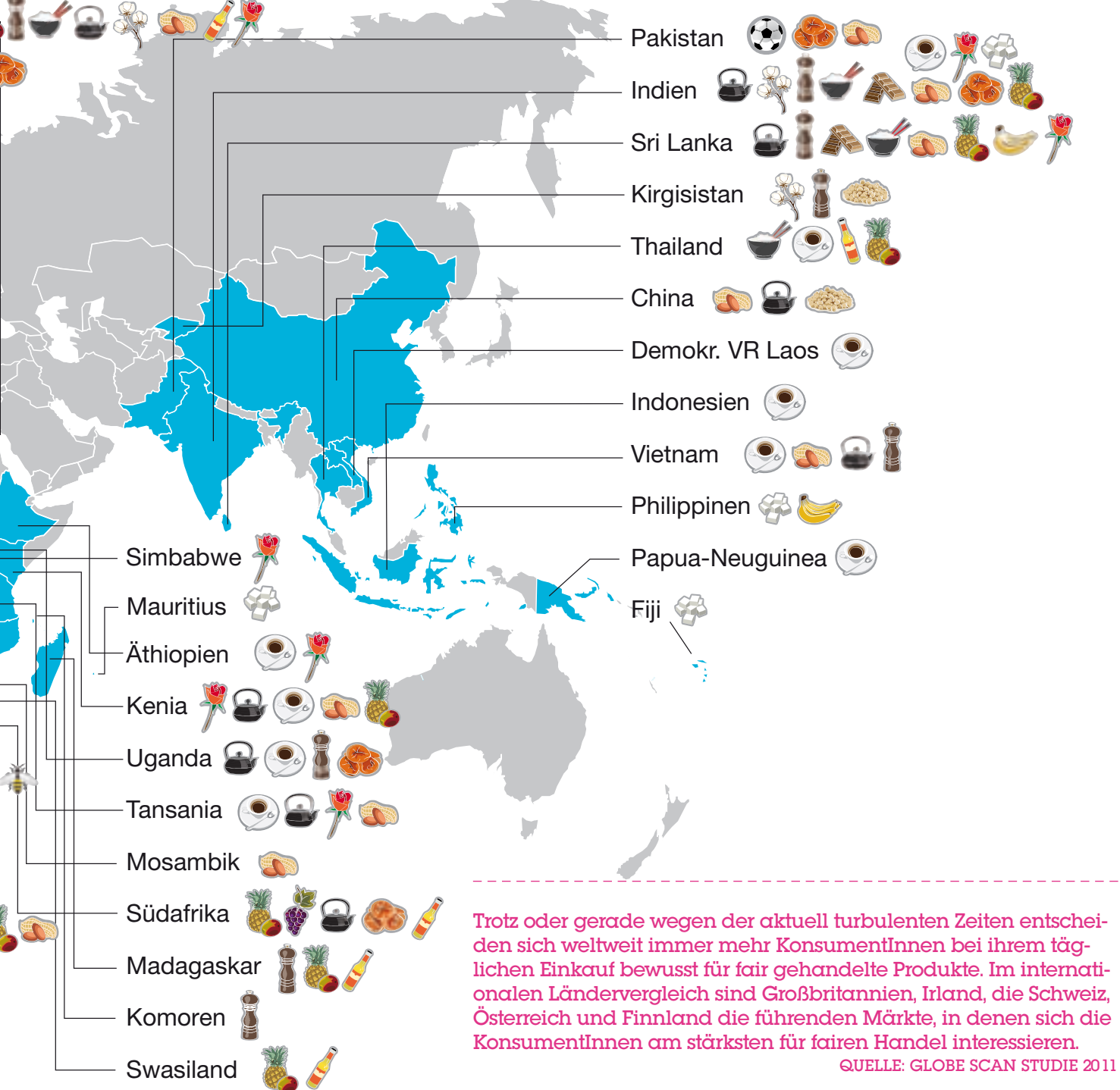
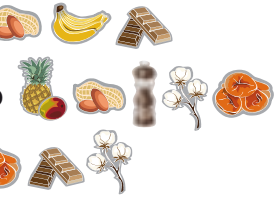
- die Stärkung von ArbeiterInnen, die Gewerkschaften beitreten oder sich organisieren wollen,
- den Aufbau von Systemen zum brancheninternen Austausch für verbesserten Dialog und Konfliktmanagement,
- die Förderung sozialer Unternehmensverantwortung bei Plantagenbesitzern,
- die Verwendung der FAIRTRADE-Prämie für individuelle Grundbedürfnisse von ArbeiterInnen, damit auch Saison- oder WanderarbeiterInnen vom FAIRTRADE-System profitieren,
- die unabhängige alleinige Entscheidung über die Prämienverwendung durch ArbeitnehmervertreterInnen im Joint Body,
- Workshops über Arbeitsrechte in ganz Lateinamerika,
- eine laufende Überprüfung der Strategie im Umgang mit Leiharbeit, die Unterstützung des Aufbaus von Beziehungen zu lokalen und globalen Gewerkschaftsorganisationen sowie die Entwicklung und Implementierung von FAIRTRADE-Arbeitsrechtsrichtlinien durch das Fairtrade Advisory Committee on Workers' Rights and Empowerment (WRAC).





## 7,5 MILLIONEN MENSCHEN PROFITIEREN

Derzeit arbeiten weltweit über 900 Kleinbauernorganisationen und -plantagen mit den FAIRTRADE-Standards. Für bestimmte Produkte wie beispielsweise Kaffee, Kakao, Baumwolle oder Reis, die hauptsächlich in kleinbäuerlicher Landwirtschaft angebaut werden, zertifiziert FAIRTRADE ausschließlich Kleinbauernorganisationen. Plantagen und Unternehmen können über FAIRTRADE verkaufen, wenn die ArbeiterInnen demokratisch organisiert sind und vom fairen Handel profitieren. Rund 70 % der Produkte stammen von Kleinbauernorganisationen, 30 % von Plantagen. Weit über eine Million Kleinbauern und Kleinbäuerinnen sowie ArbeiterInnen in 63 Ländern profitieren direkt von den Vorteilen des fairen Handels. So werden die Lebens- und Arbeitsbedingungen von rund 7,5 Mio. Menschen weltweit verbessert, indem der faire Handel langfristig zur Stabilität und Entwicklung von wirtschaftlich benachteiligten Regionen im Süden beiträgt.



Trotz oder gerade wegen der aktuell turbulenten Zeiten entscheiden sich weltweit immer mehr KonsumentInnen bei ihrem täglichen Einkauf bewusst für fair gehandelte Produkte. Im internationalen Ländervergleich sind Großbritannien, Irland, die Schweiz, Österreich und Finnland die führenden Märkte, in denen sich die KonsumentInnen am stärksten für fairen Handel interessieren.

QUELLE: GLOBE SCAN STUDIE 2011



## FAIRER HANDEL WEITERHIN EIN GROSSES ANLIEGEN ÖSTERREICHISCHER KONSUMENTEN UND KONSUMENTINNEN



**ÖSTERREICH-ERINNEN UND ÖSTERREICHER HABEN VERTRAUEN IN DAS FAIRTRADE-GÜTESIEGEL.**

Die hohe Qualität der FAIRTRADE-Produkte und der anhaltende Trend zu ethischem und ökologischem Konsum haben 2011 dafür gesorgt, dass der geschätzte Gesamtumsatz mit fair gehandelten Produkten im Vergleich zum Vorjahr um 15% auf 100 Mio. EUR angestiegen ist. Das bestehende FAIRTRADE-Sortiment in Österreich umfasst mittlerweile mehr als 750 verschiedene Produkte, rund 70% davon tragen auch ein Biosiegel.

Aktuelle Marktforschungsergebnisse zeigen, dass der (gestützte) Bekanntheitsgrad des FAIRTRADE-Gütesiegels mittlerweile bereits bei 85% liegt. Von diesen 85% gaben 9 von 10 Be-

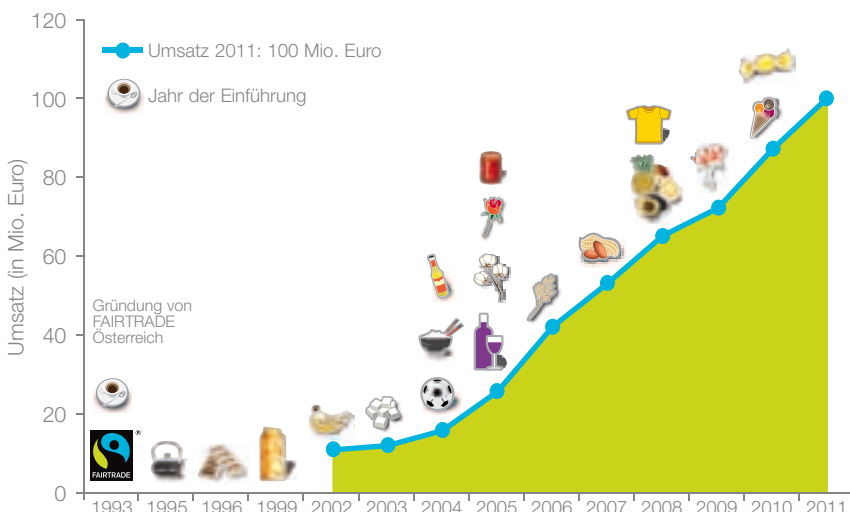
fragten an, Vertrauen in das FAIRTRADE-Gütesiegel zu haben. Gerade in Zeiten zunehmender Verunsicherung der KonsumentInnen ist dieses Resultat als besonders positives Zeichen für die hohe Anerkennung des FAIRTRADE-Systems zu werten. Es bestätigt aber auch, dass das FAIRTRADE-Gütesiegel und der damit einhergehende Impact des fairen Handels in den Entwicklungsländern im Bewusstsein der österreichischen KonsumentInnen verankert sind und einen hohen Stellenwert haben.

### Langfristige Partnerschaften stärken fairen Handel

Das Wachstum des vergangenen Jahres hat seinen Ursprung zum einen in der Vertiefung langjähriger Partnerschaften mit Herstellern und Handel, zum anderen in der Entwicklung innovativer Produkte und dem Bekenntnis neuer FAIRTRADE-Lizenzpartner zum fairen Handel.

**Rosen:** 2011 war dank des verstärkten Engagements der österreichischen Handelsketten für „faire“ Rosen das (mengenmäßig) beste Rosenjahr seit Einführung der Warengruppe im FAIRTRADE-System: Die Hofer KG entschied sich für eine Ganzjahreslistung von FAIRTRADE-Rosen, die Kooperation mit dem REWE-Nachhaltigkeitsprogramm wurde im Jahr 2011 intensiviert, und die SPAR Österreichische Warenhandels AG setzte verstärkt auf den FAIRTRADE-Code als Tool zur Rückverfolgbarkeit des Rosensortiments für bewusste KonsumentInnen.

### Umsatzentwicklung 2002–2011 nach Produktgruppen in Mio. EUR





**Fruchtsäfte** mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel werden von bewussten KonsumentInnen in Österreich immer mehr nachgefragt. Die Hermann Pfanner Getränke GmbH ist mittlerweile weltweit der volumenstärkste Partner von FAIRTRADE im Fruchtsaftbereich und bietet in Österreich das mit Abstand umfangreichste Sortiment (Orangensaft, Multivitamin-, Mango- und Bananennektar) an. Trotz der herausfordernden Situation am Weltmarkt (Preissteigerungen, Rohstoffknappheit aufgrund überalterter oder von Krankheiten befallener Orangenanlagen) konnte das Wachstum in diesem Segment fortgesetzt werden.

**Kaffee:** Einer der bedeutendsten Lizenzpartner in diesem Segment war auch im vergangenen Jahr die EZA Fairer Handel GmbH mit insgesamt 11 Kaffeesorten im Sortiment. Eine Produktinnovation im Kapselbereich brachte Martello. Damit auch kleinbäuerliche ProduzentInnen langfristig den immer strengeren Marktanforderungen entsprechen und im internationalen Wettbewerb bestehen können, reagierte Fairtrade International mit einem umfassenden Coffee Action Plan (siehe Seite 5).

**Schokolade:** Auch in diesem Bereich stieg die Nachfrage, und bestehende Lizenzpartner (u.a. EZA Fairer Handel GmbH, Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH, Landgarten Herbert Stava KEG, BioArt AG) erweiterten ihr Angebot. Aber auch neue Lizenzpartner wie die Styx Schokoladenmanufaktur stellten auf FAIRTRADE-zertifizierte Schokoladeprodukte um. Bei den großen Handelsketten gab es erstmals FAIRTRADE-zertifizierte Nikoläuse und Osterhasen zu kaufen; die Handelsketten wurden damit auch bei saisonalen Süßwaren dem Konsumentenwunsch nach mehr FAIRTRADE-Produkten gerecht. Dem Trend zu Eigenmarken folgend erweiterte die SPAR Österreichische Warenhandels AG das Sortiment mit einer eigenen Zotter-Edition.

**Bio-Bananen** sind (gemessen am Umsatz) weiterhin das wichtigste FAIRTRADE-Produkt in Österreich. Der Handel mit fair produzierten Bananen konnte sich im Jahr 2011 auf hohem

Niveau etablieren. Bereits jede fünfte Banane in Österreich war 2011 mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel ausgezeichnet.

**Baumwolle:** Im letzten Jahr war auch bei FAIRTRADE-Baumwolle eine positive Entwicklung zu beobachten. Innovative Produktneheiten und Sortimentserweiterungen werden von den ÖsterreicherInnen sehr geschätzt. Göttin des Glücks vergrößerte das Sortiment für Kissen und Bettwäsche. Mit der Einführung des neuen Fashion-Labels Anukoo setzt die EZA Fairer Handel GmbH verstärkt auf faire Modetextilien. Anbieter von Baumwolltaschen wie die EP Verpackungs GmbH konnten als neue Lizenzpartner gewonnen und somit ein neuer Marktbereich erschlossen werden. Die größte Nachfrage nach FAIRTRADE-Baumwolle kommt derzeit aus der Heimtextilbranche. Diese positive Entwicklung wurde durch bestehende Partnerschaften (REITER Betten & Vorhänge GmbH) und neue Lizenzpartner (Vossen GmbH, Hefel Textil GmbH) weiter angekurbelt.

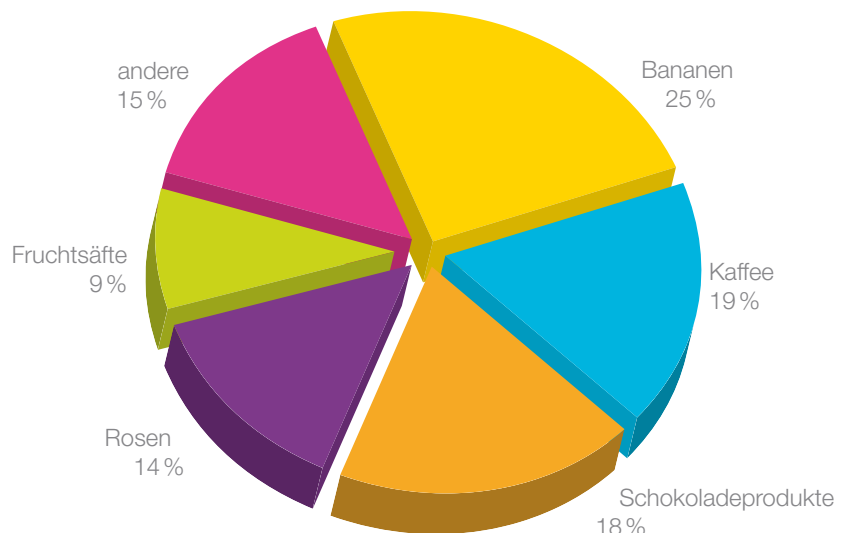
**Eis:** Fair gehandelte Eissorten und -zutaten werden immer beliebter. So kamen neue Sorten von Ben&Jerry's (Unilever Austria GmbH) mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel auf den Markt; alle bestehenden Sorten wurden komplett auf FAIRTRADE-Zutaten umgestellt. Erhältlich sind diese in ausgewählten Coffee- und Bagelstores und immer häufiger auch im Supermarktbereich. Ebenfalls neu ist SPAR-PREMIUM-Eis in der Zotter-Edition mit FAIRTRADE-Gütesiegel.

**Reis** ist ein FAIRTRADE-Produkt mit enormem Zukunftspotenzial. Durch die Aufnahme von weiteren FAIRTRADE-Reissorten in das Sortiment verschiedener Supermarktketten (Billa, Merkur, Zielpunkt, MPPreis) sowie ein neues Eigenmarkenprodukt (SPAR Natur\*pur) der SPAR Österreichische Warenhandels AG ist es gelungen, Reis mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel nun österreichweit für EndkonsumentInnen verfügbar zu machen. ☺



2011 LAG DER DER UMSATZ MIT FAIRTRADE-PRODUKTEN ERSTMALS ÜBER 100 MIO. EURO.

**Umsatzverteilung nach Produkten in Prozent des Gesamtumsatzes 2011**



Bei FAIRTRADE-Produkten wie Eis oder Schokolade handelt es sich um sog. Mischprodukte. Prinzipiell gilt, dass alle Zutaten, für die es FAIRTRADE-Standards gibt, auch zu 100% FAIRTRADE-zertifiziert sind. Anders ausgedrückt: Alle Rohstoffe, für die es FAIRTRADE-Standards gibt, müssen auch zu 100% von FAIRTRADE-zertifizierten Produzentenorganisationen zu FAIRTRADE-Bedingungen eingekauft werden. Der Anteil dieser Rohstoffe muss zumindest 20% an der Gesamtmasse ausmachen, damit dieses Mischprodukt mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel ausgezeichnet werden darf.

## FAIRER GENUSS OUT OF HOME – DER GASTROBEREICH BOOMT



Fair Cuisine bei „spirit of cooking“



Harriet Lamb,  
Fairtrade Foundation UK



FAIRTRADE-Jahrespressekonferenz 2012: Franziska Humbert (Oxfam), Hartwig Kirner (FAIRTRADE), Werner Kiene (FLO-CERT)

**FAIRTRADE gewinnt im** Gastronomiebereich zunehmend an Bedeutung. Das Wachstum beträgt hier 26% im Vergleich zum Vorjahr, der Anteil am fairen Gesamtkaffeeabsatz in Österreich liegt mittlerweile bei 25%. Über 60 neue GastronomiepartnerInnen konnten 2011 gewonnen werden. Insgesamt schenken mehr als 1.300 Cafés, Bäckereien, Restaurants und Kantinen fair gehandelten Kaffee aus. In Summe wurden im Jahr 2011 mehr als 47 Mio. Tassen Kaffee außer Haus getrunken.

**Besondere Erwähnung** verdient dabei OMV/VIVA, die erste Tankstellenshop-Kette, die mit ihrem neuen Partner AFRO Coffee GmbH auf 100% FAIRTRADE-Kaffee setzt. Während VIVA allen KundInnen mit dem neuen AFRO-Coffee-Sortiment ab sofort besondere Genussmomente bietet, profitieren Kleinbauernfamilien direkt vom fairen Handel: Jedes verkaufte Produkt mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel bedeutet für sie ein Mehr an Entwicklungspotenzial und Empowerment für eine selbstbestimmte Zukunft.

**Neue und innovative Partner** sind zudem die Vollkorn-Bio-Bäckerei Waldherr mit der Neuentwicklung eines FAIRTRADE-Quinoabrotts und die GOFAIR GmbH mit ihrem einzigartig nachhaltigen Automatenkonzept „Go Fair“ im Vendingbereich.

Die Ströck-Brot Ges.m.b.H. stellte im Jahr 2011 sogar das gesamte Heißgetränkessortiment auf FAIRTRADE-zertifizierte Produkte um.

Auch **soziale Einrichtungen** zeigen verstärkt Engagement und beweisen damit, dass die Idee des fairen Handels überall Einzug halten kann. So bietet das Krankenhaus Barmherzige Brüder Wien seit 2011 wöchentliche Menüs mit FAIRTRADE-zertifizierten Zutaten an. Das Snacksortiment in der Krankenhaus-Cafeteria und das Kaffeeangebot im Seminarbereich wurden ebenfalls mit fair gehandelten Produkten erweitert.

Produktneuheiten im Out-of-Home-Bereich sind u.a. Kaffeeportionssysteme von Malongo oder die Gold-Biomischung der Rösterei Alt Wien. Im Gastrobereich bietet die Maestrani Schweizer Schokoladen AG mit der Minipraliné Munzli ein neues FAIRTRADE-Produkt.

### FAIRTRADE und „spirit of cooking“

Im Juni 2011 luden FAIRTRADE und „spirit of cooking“ unter dem Motto „A Fair Story – Zutaten, die Geschichten erzählen“ zum kommentierten FAIRTRADE-Dinner in fünf Gängen. Die Menüfolge bestand aus fair gehandelten und regionalen Zutaten der Saison, begleitet von erlesenen FAIRTRADE-Weinen und regionaltypischen Qualitätsweinen aus Österreich. In entspannter Atmosphäre bot der Abend vor allem aber Gelegenheit zu Gesprächen mit FAIRTRADE-Österreich-Geschäftsführer Hartwig Kirner und zum Austausch von EntscheidungsträgerInnen aus verschiedenen Bereichen der heimischen Wirtschaft wie der Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH, Hermann Pfanner Getränke GmbH, Accor Hotelbetriebsges.m.b.H., Kotányi GmbH, Ströck-Brot Ges.m.b.H. und Slow Food Wien.

### FAIRTRADE für WeinliebhaberInnen

Anlässlich des Wien-Besuchs von Vernon Henn, Geschäftsführer der weltweit ersten FAIRTRADE-zertifizierten Weinkellerei Thandi Wines, wurde im Herbst 2011 FAIRTRADE-Wein aus Südafrika im Rahmen einer Weindegustation im Weinplateau Südafrika (Wien) erstmals offiziell vorgestellt. Zahlreiche Gastronomen und Gastronominnen, Hoteliers, VertreterInnen des heimischen Fachhandels folgten der Einladung. Unter ihnen der Szene-





FAIRTRADE-Gemeinden zeigen Fairness.



Thandi zu Gast in Wien: Gertraud Akgün-Krenn, Vernon Henn, Barbara Weinmann, Volkmar Wohlauf, Hartwig Kirner

gastronom Ivo Brnjic (Justiz-Café). Ehrengast des Abends war Botschafter Xolisa Mabhongo aus Südafrika.

Wein mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel ist bereits seit 1995 im österreichischen Handel erhältlich. Die FAIRTRADE-Weine stammen aus Südafrika, Chile und Argentinien.

### Fighting for a fairer Future

Für das jährlich in Wien stattfindende Lizenzpartnertreffen von FAIRTRADE Österreich konnte mit Harriet Lamb, seit 2001 Executive Director von Fairtrade UK, im November 2011 eine der einflussreichsten Persönlichkeiten des fairen Handels als Gastsprecherin gewonnen werden. Unter dem Motto „Fighting for a fairer Future“ berichtete die „Queen of Fairtrade“ über den Werdegang und die Grundfesten der FAIRTRADE-Bewegung sowie über die Bedeutung und Wirkung des fairen Handels für tausende kleinbäuerliche Familien in Afrika, Asien und Lateinamerika. Darüber hinaus stellte sie die aktuellen Entwicklungen des Fairtrade-Systems auf internationaler Ebene vor.

### FAIRTRADE stärkt Rechte der ArbeiterInnen

Im April 2012 wurde im Rahmen der Jahresbilanz-Presskonferenz von FAIRTRADE-Österreich-Geschäftsführer Hartwig Kirner das erfreuliche Wachstum fair produzierter und gehandelter Produkte in Österreich präsentiert. Weiteres Schwerpunktthema war die Stärkung der Rechte von ArbeiterInnen im FAIRTRADE-System am Beispiel der Bananenindustrie. Die Situation auf Bananenplantagen für ArbeiterInnen ist oft untragbar. Dies bestätigte auch Franziska Humbert, Autorin der Oxfam-Studie „Bittere Bananen“. Sie forderte Unternehmen auf, ihre Einkaufspolitik zu ändern. Werner Kiene, Aufsichtsrat der FLO-CERT GmbH und ehemaliger UN- und Weltbank-Mitarbeiter, erklärte in diesem Zusammenhang, dass sich auch das FAIRTRADE-System diesen Herausforderungen stellen muss, und erklärte, wie aktuell an der Weiterentwicklung der Standards für LohnarbeiterInnen auf Plantagen gearbeitet wird.

### Fair Cuisine – das Gourmet-Highlight des Jahres

Im Wiener Rathaus stand im April 2012 eine kulinarische Entdeckungsreise von Helmut Österreicher auf dem Programm. Die anwesenden Topgastronomen und -gastro-nominnen genossen den „Flying Lunch“, kreiert aus FAIRTRADE-Produkten und begleitet von erlesenen FAIRTRADE-Weinen. Weitere Köstlichkeiten gab es an den zahlreichen Infoständen der FAIRTRADE-Lizenzpartnerfirmen, u.a. eine Bananenschnitte der Gourmet Group, die den Event unterstützte. Die Veranstaltung stand unter dem Ehrenschild von Umweltstadträtin Ulli Sima, durch das Programm führte Alexander Goebel. Als Ehrengast konnte Valentín Ruiz von der FAIRTRADE-Bananenkooperative APPBOSA in Peru begrüßt werden.

### Städte, Gemeinden und Bezirke zeigen Fairness

Auch das Projekt „FAIRTRADE-Gemeinde“ wurde 2011 erfolgreich vorangetrieben. Besonders engagiert zeigte sich erneut Niederösterreich mit 7 neuen FAIRTRADE-Gemeinden, aber auch Oberösterreich mit 5 neuen Mitgliedergemeinden sowie die Steiermark mit 5 neuen Gemeinden und der Ökoregion Kaindorf.

In Niederösterreich feiert das Projekt der FAIRTRADE-Gemeinden bereits sein 5-jähriges Jubiläum – bereits am 12. Mai 2007 wurden Wiener Neustadt und Mönichkirchen als erste Kommunen Österreichs zu FAIRTRADE-Gemeinden ernannt. In Wien war die Ernennung von Neubau zum FAIRTRADE-Bezirk das Highlight des Jahres.

Weltweit gibt es über 1000 FAIRTRADE-Gemeinden in 22 verschiedenen Ländern (am 4. Juni 2011 wurde die weltweit 1000. FAIRTRADE-Gemeinde ernannt). In Österreich setzen bereits 70 Gemeinden und drei Wiener Bezirke in dieser Form ein Zeichen für den fairen Handel. Für das Jahr 2012 wird ein weiteres Anwachsen der FAIRTRADE-Gemeinde-Bewegung erwartet. 🍷



FAIRTRADE zu Gast im Wiener Rathaus



Fair Cuisine 2012: Helmut Österreicher, Alexander Goebel



Presskonferenz im Krankenhaus der Barmherzigen Brüder – auch soziale Einrichtungen setzen auf fairen Handel: Emanuel Eisl, Helmut Schüller, Reinhard Pichler, Max Kuchler



## EIN KLEINES ZEICHEN IN ÖSTERREICH – GROSSE WIRKUNG VOR ORT



„FAIRTRADE IST WICHTIG FÜR UNS, WEIL WIR SO WISSEN, DASS ES WOANDERS AUF DIESER WELT MENSCHEN GIBT, DIE AUF UNSEREN KAFFEE WARTEN UND IHN GERNE TRINKEN!“

José Anselmo  
Valdivia Espinoza

### Vom Erfolg von FAIRTRADE profitieren

besonders die über 900 zertifizierten Produzentenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika, die allein über den österreichischen Markt mehr als 22 Mio. USD (+19 % im Vorjahresvergleich) Producer-Benefit<sup>1</sup> erhalten haben. Die in diesen Geldern enthaltene FAIRTRADE-Prämie wird überwiegend dazu genutzt, die medizinische Versorgung, Bildungs- und soziale Einrichtungen zu verbessern, um dadurch eine nachhaltige Entwicklung für mittlerweile 1,15 Mio. Kleinbauern und -bäuerinnen sowie lohnabhängige ArbeiterInnen und ihre Familien zu fördern.

2011 unternahm FAIRTRADE-Österreich gemeinsam mit MedienvertreterInnen Reisen zu einer Rosenfarm in Tanzania und einer Kaffee-kooperative in Nicaragua, um den tatsächlichen Wert dieser Zahlen begreifbar zu machen.

### Nicaragua – eine der ärmsten Regionen der Welt

Obwohl die Kaffee-Ernte 2010/2011 mit Rekordpreisen zu Ende ging, lebt die Mehrzahl der Kaffeebauern und -bäuerinnen in Nicaragua nach wie vor am Existenzminimum. Viele von ihnen sind hoch verschuldet. Ursachen dafür sind u. a. die niedrigen Weltmarktpreise für Kaffee in der Vergangenheit sowie das oft fehlende Eigenkapital der Kleinbauernfamilien. Kredite sind daher notwendig, um Investitionen (Nahrungsmittel, Dünger, Transport) tätigen zu können. Private Kreditgeber verlangen jedoch hohe Zinssätze von bis zu 10 % im Monat. Dies fördert Abhängigkeiten von Zwischenhändlern. Die Kleinbauernfamilien sind diesen ausgeliefert und müssen unfaire Preise und Handelskonditionen hinnehmen.

<sup>1</sup> Bestehend aus FAIRTRADE-Mindestpreis, FAIRTRADE-Prämie und Bio-Aufschlag.

### FAIRTRADE in Nicaragua

Die FAIRTRADE-Kooperative CECOCAFEN zeigt, dass eine Alternative möglich ist. Als Zusammenschluss von mehr als 2.600 Mitgliedern zu 12 Subkooperativen baut CECOCAFEN auf einer Fläche von 8500 Hektar FAIRTRADE-Kaffee an. Damit alle Mitglieder gleichermaßen davon profitieren, wird über die Verwendung der so generierten FAIRTRADE-Prämie im Rahmen der Generalversammlung gemeinschaftlich entschieden. Ein Beispiel dafür ist die Kaffeeverarbeitungsanlage „Beneficio Solcafe“. Dazu meint Santiago Dolmus, Mitarbeiter von CECOCAFEN: „Beneficio Solcafe ist sehr wichtig für uns. Diese Anlage bedeutet einen Riesenschritt zur Verbesserung des Produktionsvorganges und somit der Qualität unseres Kaffees. CECOCAFEN ist dank FAIRTRADE Besitzer dieser Anlage und selbstständig für die Qualität des Kaffees verantwortlich.“


Auch Bildungseinrichtungen konnten mithilfe der FAIRTRADE-Prämie gebaut werden. Früher war es für die Kinder schwierig, am Unterricht teilzunehmen, da die nächste Schule zu weit entfernt lag. Mit Hilfe der FAIRTRADE-Prämiegelder wurde ein Gebäude im Dorf zur Vorschule umfunktioniert und der Schulweg enorm verkürzt. „FAIRTRADE ist sehr wichtig für uns und die Ausbildung unserer Kinder. Statt am Feld zu arbeiten, erhalten sie jetzt eine Ausbildung“, betont Emelda Rayo, Mitglied der Subkooperative „Danilo González“.

### Weitere Maßnahmen von CECOCAFEN

- Stipendien für 400 bis 500 Jugendliche
- Gesundheit: Vorbeugungsmaßnahmen und Bewusstseinsbildung für Frauen und Männer, Ausbildung von Ärzten, Infrastruktur (Geräte, Medikamente)
- Durchführung von Programmen zur Verbesserung der Ernährungssicherung
- Finanzierung von Mikrokrediten für Frauen der Mitgliederkooperativen

### Fairness durch Gemeinschaft

Der Zusammenschluss zu einer Kooperative ebnet den Weg aus der Abhängigkeit. Die stärkere Verhandlungsposition von Genossenschaften ermöglicht Kleinbauern und -bäuerinnen nationale und internationale Marktzugänge. Kooperativen bieten Unterstützung in Form von Serviceleistungen zur Verbesserung von Produktivität und Produktqualität und erleichtern den Kleinbauernfamilien den Zugang zu Krediten und damit Planungssicherheit für finanzielle Investitionen.

Nur 40% der Gesamtproduktion von CECOCAFEN kann auch als FAIRTRADE-Kaffee verkauft werden. Österreichische KonsumentInnen, öffentliche Einrichtungen, Gastronomiebetriebe und Unternehmen können mit dem Kauf von fair produziertem und fair gehandeltem Kaffee die Kleinbäuerinnen und -bauern vor Ort direkt unterstützen. 

## SPONSOREN, UNTERSTÜTZER, TRÄGERORGANISATIONEN

Ohne das Engagement der vielen Menschen, die ehrenamtlich für die Stärkung des fairen Handels arbeiten, der Trägerorganisationen von FAIRTRADE Österreich, der VertreterInnen öffentlicher Stellen sowie der WirtschaftspartnerInnen, die durch ihre Unterstützung Projekte und Maßnahmen sowie die öffentliche Präsenz der Organisation ermöglicht haben, wäre der Erfolg des FAIRTRADE-Systems in Österreich nicht denkbar. Wir danken daher allen Beteiligten für ihren Einsatz sehr herzlich! 🗨️

### 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

... und bei allen FAIRTRADE-SpenderInnen sowie bei zahlreichen prominenten Persönlichkeiten aus Politik, Sport und Kultur.

### Mitgliederorganisationen von FAIRTRADE Österreich



\* Träger bis Ende Dezember 2011



„Der faire Handel ist ein erfolgreiches Beispiel für nachhaltige Entwicklungszusammenarbeit. Er trägt effektiv zu Armutsminderung, Umweltschutz, ländlicher Entwicklung und gerechten Handelsbeziehungen bei. Die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit unterstützt FAIRTRADE daher seit vielen Jahren.“

Mag.<sup>a</sup> Brigitta Öppinger-Walchshofer,  
Geschäftsführerin der Austrian Development Agency, der  
Agentur der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit



„Der faire Handel ist eine besonders effiziente Form der Entwicklungszusammenarbeit. FAIRTRADE ist daher seit Jahren Schwerpunkt der niederösterreichischen Entwicklungspolitik: Die FAIRTRADE-Idee soll im Land, in den Gemeinden, in den Haushalten Einzug halten und Schritt für Schritt umgesetzt werden. So ist auch das Land Niederösterreich an der unglaublichen Erfolgsstory FAIRTRADE beteiligt.“

HR Dr. Gottfried Krassa,  
Amt der Niederösterreichischen  
Landesregierung/RU 4 – Umweltrecht



„Armutsbekämpfung in ihrer internationalen Dimension hat sehr viel mit dem Verhalten der KonsumentInnen, also von Ihnen und mir, zu tun: Wie schön, wenn ein System wie FAIRTRADE es dem Einzelnen so leicht macht, einen kleinen, aber wichtigen Beitrag dazu zu leisten, dass Menschen in aller Welt eine Chance auf Zukunft haben.“

Franz Küberl,  
Präsident Caritas Österreich



„Südwind und FAIRTRADE arbeiten eng zusammen. Unser gemeinsames Ziel ist es, die menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen derer, die Produkte für uns herstellen, zu verbessern. Südwind prangert an und setzt damit Firmen unter Druck, FAIRTRADE zeigt Alternativen auf.“

Mag. Herwig Adam,  
Geschäftsführer der Südwind-Agentur



## FINANZBERICHT 2011: LIZENZEINNAHMEN WEITER GESTEIGERT

### ERLÖSE

#### Lizenzeinnahmen

Die Lizenzeinnahmen wuchsen von 2010 auf 2011 um 11 %. Die Tabelle zeigt, wie sie sich auf die FAIRTRADE-Produkte verteilen.

<b>Gesamt</b>	<b>1.314.080,-</b>	<b>+11 %</b>
<b>Frische Früchte</b>	381.016,-	+2 %
<b>Kaffee</b>	299.020,-	+4 %
<b>Rosen</b>	224.753,-	+35 %
<b>Fruchtsäfte</b>	191.654,-	+17 %
<b>Schokolade</b>	100.271,-	+5 %
<b>Baumwollprodukte</b>	43.621,-	+9 %
<b>Andere</b>	73.745,-	+22,4 %

Die Lizenzeinnahmen spiegeln den gesteigerten FAIRTRADE-Absatz und damit auch den Benefit für die Produzentenländer wider, der im Jahr 2011 22 Mio. USD erreichte (Summe aus FAIRTRADE-Preis und -Prämie).

#### Förderungen/Sponsoring

Die Erlöse aus Förderungen und Sponsoring verringerten sich im Jahr 2011 um weitere 31 %, was vor allem auf die Reduktion der Projektförderung durch die ADA zurückzuführen ist. Die sinkenden Förderbeiträge konnten zur Gänze durch höhere Lizenzeinnahmen kompensiert werden.

### AUFWENDUNGEN

Trotz der um 15 % gestiegenen Handelsumsätze haben sich die Aufwendungen im Jahr 2011 im Vergleich zu 2010 nur geringfügig, nämlich um 4 %, erhöht.

#### Öffentlichkeitsarbeit

Die Werbekampagne wurde im Jahr 2011 wieder im Medium TV ausgestrahlt. Einige LizenzpartnerInnen beteiligten sich erstmals an der Kampagne.

#### Sonstige Aufwendungen

Höhere Kosten waren auch im Bereich der Beiträge an Fairtrade International (FLO) zu verzeichnen. Alle anderen Kosten blieben konstant bzw. konnten in geringfügigem Ausmaß reduziert werden.

### JAHRESÜBERSCHUSS

Der Jahresüberschuss wurde in voller Höhe den satzungsmäßigen Rücklagen zugewiesen und wird daher zukünftig zweckgebunden im Sinn der Ziele von FAIRTRADE Verwendung finden.

#### Veranlagungen

In Anlehnung an die neu beschlossenen Veranlagungsrichtlinien wurden liquide Mittel angelegt.

#### Zur Finanzprüfung

Die FAIRTRADE-Finanzgebarung 2011 wurde von Wirtschaftsprüfer DDr. Gerhard Altenberger geprüft und testiert.



# FINANZGEBARUNG

## GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG


ERLÖSE	2011	2010	AUFWENDUNGEN	2011	2010
<b>Lizeneinnahmen</b>	1.314.080	1.196.153	<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>	638.860	585.314
			Werbekampagne	169.566	87.970
			Pressearbeit	162.421	161.427
			Verkaufsförderung	306.874	335.917
<b>Förderungen/Sponsoring</b>	188.995	273.834	<b>Lizenzpartner/Marktbearbeitung</b>	229.569	229.394
Marketingprojekt ADA	60.000	122.786	<b>Mitgliedsbeitrag FLO Int.</b>	228.816	216.436
Bundesländer	44.348	48.026	<b>Zertifizierung und Trade Audit</b>	58.036	67.103
Projekte Träger	35.000	35.000	<b>Governance/Administration</b>	261.720	267.395
Mitgliedsbeiträge	28.600	28.900			
Sponsoren	5.834	23.000	<b>SUMME AUFWENDUNGEN</b>	1.417.226	1.365.642
Private Förderer	15.213	16.122			
			<b>JAHRESÜBERSCHUSS</b>	109.583	116.223
<b>Sonstige Erlöse</b>	23.734	11.878	<b>Satzungsmäßige Rücklagen</b>		
			Dotierung	109.583	116.223
<b>SUMME ERLÖSE</b>	<b>1.526.809</b>	<b>1.481.865</b>	<b>GEBARUNGSÜBERSCHUSS</b>	-	-

## BILANZ

AKTIVA	2011	2010	PASSIVA	2011	2010
<b>Anlagevermögen</b>	69.889	172.892	<b>Eigenkapital</b>	709.697	600.114
Sachanlagen	14.493	18.246	Grundkapital	142.462	142.462
Finanzanlagen	55.396	154.646	Satzungsmäßige Rücklagen	567.235	457.652
<b>Umlaufvermögen</b>	955.260	761.060	<b>Rückstellungen</b>	190.528	167.494
Vorräte			Abfertigungsrückstellungen	17.077	15.290
Informationsmaterialien	31.207	22.792	Sonstige Rückstellungen	173.451	152.204
Forderungen					
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	474.381	498.421	<b>Verbindlichkeiten</b>	126.826	171.633
Sonstige Forderungen	16.205	23.140	Verbindlichkeiten Lieferungen und Leistungen	79.105	126.085
Kassabestand, Bankguthaben	433.468	216.707	Kleindarlehen	26.171	26.171
			Sonstige Verbindlichkeiten	21.549	19.376
<b>Rechnungsabgrenzungen</b>	8.901	9.086	<b>Rechnungsabgrenzungen</b>	7.000	3.798
<b>SUMME AKTIVA</b>	<b>1.034.050</b>	<b>943.039</b>	<b>SUMME PASSIVA</b>	<b>1.034.050</b>	<b>943.039</b>

## DER VEREIN FAIRTRADE ÖSTERREICH

Die Gütesiegelinitiative wurde 1993 in Österreich als gemeinnütziger Verein von den wichtigsten Akteuren im fairen Handel wie u.a. der EZA Dritte Welt GmbH, der ARGE Weltläden und GewerkschaftsvertreterInnen gegründet. Heute wird FAIRTRADE Österreich von 27 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 hochwer-

tige 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, Vereinsvorstandsvorsitzender

### MitarbeiterInnen

14 (entspricht 10,5 Vollzeitstellen)

7,5  
MILLIONEN  
MENSCHEN  
PROFITIEREN  
VON FAIRTRADE

KONTROLLE  
SCHAFFT  
VERTRAUEN

ÜBER 900  
KLEINBAUERN-  
KOOPERATIVEN  
UND PLANTAGEN  
SIND FAIRTRADE-  
ZERTIFIZIERT



Das internationale FAIRTRADE-Gütesiegel für  
lizenzierte Produkte, 750 mal in Österreich.



**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](mailto:office@fairtrade.at) | [www.fairtrade.at](http://www.fairtrade.at) | ZVR 881545394 | Redaktion und für den Inhalt verantwortlich: Bernhard Moser, Kerstin Rohrer |  
Lektorat: Wolfgang Astelbauer | Foto- und Bildmaterial: FAIRTRADE, FAIRTRADE/Lethonen, FAIRTRADE/Rawles, FAIRTRADE/Schüller, FAIRTRADE/Tuma,  
FAIRTRADE/Wasserbauer, FLO, ADA, Adam, Bahner-Stidl, Furgler, KH Barmherzige Brüder, Krasa, Studio Andorfer, Transfair Deutschland, Wien Nord |  
Layout und Satz: typothese/m. zinner grafik, Sanja Jelic | Druck: Druckerei Resch KEG, 1150 Wien | Mai 2012