



FAIRTRADE ÖSTERREICH JAHRESBERICHT 2007/08





Dr. Ursula Plassnik
Bundesministerin für
europäische und internationale
Angelegenheiten



Mag. Helmut Schüller
Vorstandsvorsitzender von
FAIRTRADE Österreich

FAIRTRADE ist Entwicklungspolitik und Außenpolitik konkret. Es ist moderner Ausdruck des Grundsatzes jeder nachhaltig erfolgreichen Hilfe: Eigenverantwortung. Es geht sowohl um die Schaffung der notwendigen Strukturen als auch um die bewusste Mitwirkung der Menschen – auf Seiten der Entwicklungsländer wie auch der Geberländer.

FAIRTRADE ist Vorreiter und zeigt uns konkret im Alltag: Gerechter Handel ist möglich! Jeder kann selbst aktiv zur Verbesserung der Lebensbedingungen der Menschen in Afrika, Asien und Lateinamerika beitragen – durch die Entscheidung für FAIRTRADE-Produkte.

FAIRTRADE gibt Sicherheit und Zuversicht. Es ermöglicht Bauern durch garantierte Mindestpreise und soziale Mindeststandards ein gesichertes Einkommen und eröffnet damit den Weg zur wirtschaftlichen Selbständigkeit. Ziel ist die Schaffung konkreter Zukunftsperspektiven. Nur so kann Armut nachhaltig verringert werden. Die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit unterstützt diese Arbeit daher aus gutem Grund bereits seit 1996, und auch im Außenministerium wird seit geraumer Zeit FAIRTRADE-Kaffee verwendet.

FAIRTRADE macht mehrere Aspekte der Entwicklungszusammenarbeit konkret sichtbar, indem es sich auch an Sozialprogrammen, wie im Gesundheits- und Bildungssektor, beteiligt. Mit der Unterstützung von Kleinbauern schützt FAIRTRADE auch die Umwelt vor Ausbeutung und Raubbau. Als Außenministerin ist es mir auch wichtig, Frauen als Partnerinnen der Entwicklungszusammenarbeit zu stärken – auch dafür sorgt FAIRTRADE.

Vor rund zwölf Monaten übernahm ich als „Newcomer“ die Funktion des Vorstandsvorsitzenden von FAIRTRADE Österreich, und ich freue mich sehr, wie sich in dieser Zeit das FAIRTRADE-System kontinuierlich positiv weiterentwickelt hat.

Für mich als politischen Menschen zählt natürlich mehr als steigende Umsätze. Ich wünsche mir auch, dass in der Bevölkerung das Bewusstsein für die Probleme der Weltwirtschaft wächst und die Politik – in Österreich sowie international – aufgerüttelt wird, etwas gegen die weltweite Not und Ungerechtigkeit zu tun. FAIRTRADE ist von Organisationen der Zivilgesellschaft gegründet worden, um Partnerinnen und Partnern im Süden der Erde eine neue Art von Kooperation anbieten und sie als ProduzentInnen bei der Teilnahme am Weltmarkt zu fairen Bedingungen unterstützen zu können. FAIRTRADE vermittelt zwischen den Partnerinnen und Partnern im fairen Handel, vergibt Lizenzen und wirkt bei der Vermarktung fair gehandelter Produkte mit. Dazu stehen die Lizenzgebühren, die Beiträge der Mitgliedsorganisationen und Fördermittel der öffentlichen Hand zur Verfügung. Auch wenn wir mit diesen Ressourcen verantwortungsbewusst „wirtschaften“ und dafür unternehmerisch organisiert sein müssen, sind wir doch eindeutig – und nicht nur „eher“ – eine zivilgesellschaftliche Organisation: Wir tragen permanent den Gedanken des fairen Handels an Unternehmen, KonsumentInnen und politisch Verantwortliche heran und sind damit Teil einer Bewegung, die sich für eine andere, sozial faire und nachhaltige Weltwirtschaftsordnung einsetzt. Deswegen werde ich mich auch weiter für einen offenen politischen Dialog einsetzen und das Meine dazu beitragen, dass das Netzwerk der Entwicklungszusammenarbeit größer wird.

Das FAIRTRADE-System in Österreich ruht auf den folgenden verlässlichen Säulen: den Trägerorganisationen und Sponsoren unseres Vereins, die uns finanziell und mit Öffentlichkeitsarbeit unterstützen, den Handelspartnern, allen voran den Weltläden als Fachgeschäften des fairen Handels, und auf den Lizenzpartnern, wie der größten Importgesellschaft von fair gehandelten Produkten, der EZA Fairer Handel GmbH. Im Namen von FAIRTRADE Österreich bedanke ich mich bei allen in diesen Bereichen Tätigen sehr herzlich für die gute Zusammenarbeit – ich freue mich schon auf die kommenden zwölf Monate!

INHALT

Vorworte	2
Die Macht der KonsumentInnen ist groß	3
Entdeck' die faire Vielfalt!	16
Einkaufsführer	17
Lizenznehmer	19
Finanzbericht	20
Sponsoren und Trägerorganisationen	22
FAIRTRADE intern	23



Hartwig Kirner besuchte auf einer Informationsreise FAIRTRADE-Baumwollbäuerinnen und -bauern in Senegal.

DIE MACHT DER KONSUMENT(INN)EN IST GROSS

Seit 1993 ist die unabhängige Gütesiegel-Initiative FAIRTRADE auch in Österreich tätig. Was vor 15 Jahren als „Experiment“ begann, ist heute fester Bestandteil der heimischen Wirtschaft: Inzwischen gibt es mehr als 350 FAIRTRADE-Produkte, die in fast 5000 Geschäften – Supermärkten, Bioläden, Bäckereien, Tankstellenshops,

Textil- und Einrichtungshäusern, Weltläden und Drogeriemärkten – sowie in vielen Mensen erhältlich sind.

Am 1. September 2007 übernahm Mag. Hartwig Kirner die Geschäftsführung des gemeinnützigen Vereins FAIRTRADE Österreich, mit dem Ziel, den erfolgreichen Weg von FAIRTRADE Österreich konsequent weiterzuführen, FAIRTRADE als starke Marke zu positionieren sowie die entwicklungspolitischen Grundanliegen und die starke Marktorientierung des fairen Handels gut zu verbinden. Der 39-jährige gebürtige Niederösterreicher arbeitete nach mehrjähriger Tätigkeit bei Procter & Gamble und Coca-Cola im Verkauf/Marketing bei der Gillette-Gruppe als Marketingleiter für Österreich, Deutschland und die Schweiz sowie bei Hewlett Packard als Leiter des Produktmanagements. Im folgenden Gespräch gibt er u. a. über seine Beziehung zum fairen Handel und die Zukunftspläne von FAIRTRADE Österreich Auskunft.



AB HEUTE KAUF ICH FAIR.
ENTDECK' DIE FAIRE VIelfALT.

www.fairtrade.at

Herr Mag. Kirner, wann kamen Sie erstmals mit der Idee des fairen Handels in Berührung, und welche Motivation hatten Sie, für FAIRTRADE Österreich arbeiten zu wollen?

Vor fünfzehn Jahren, als ich noch Student war, habe ich in Stockerau einen Weltladen mitgegründet und auch dafür gearbeitet. Schon seit damals bin ich an der ganzen Thematik des fairen Handels sehr interessiert. Und als ich in der Zeitung gelesen habe, dass für FAIRTRADE Österreich ein neuer Geschäftsführer gesucht wird, habe ich mich beworben.

4 DIE MACHT DER KONSUMENT(INN)EN IST GROSS

FAIRTRADE ist weltweit die größte entwicklungspolitische Gütesiegelinitiative, Millionen von Menschen profitieren von diesem System, und es ist ein schönes Gefühl, an einer so guten Sache mitzuarbeiten, noch dazu mit einem hoch professionellen Team und in einem Bereich, in dem man in Österreich noch viel bewegen kann.

Haben Sie heute noch immer das Gefühl, viel bewirken zu können?

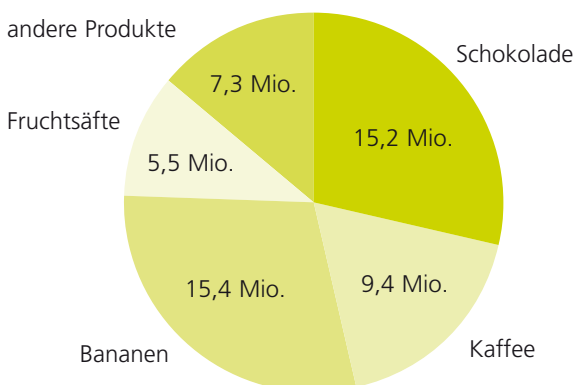
Ja. Ich habe zum Beispiel im Herbst 2007 BaumwollproduzentInnen im Senegal besucht. Da konnte ich mich vor Ort davon überzeugen, dass das FAIRTRADE-System viel bewirkt, dass zum Beispiel von der FAIRTRADE-Sozialprämie für die Kinder Schulmaterialien gekauft werden. Aber dass sich auch die Stellung der Frauen in der noch sehr patriarchalischen Gesellschaft verändert, dass sie sich mehr in die Entscheidungsstruktur des Dorfes einbringen. Ich habe also bei meiner Arbeit immer das gute Gefühl, etwas Positives bewirken zu können – und damit meine ich nicht nur die steigenden Umsatzzahlen, sondern dass sich für die Menschen, die ins FAIRTRADE-System eingebunden sind, wirklich etwas zum Positiven verändert.

Was hat sich in den letzten Monaten für Sie persönlich geändert? Welche Erkenntnisse haben Sie gewonnen?

In meiner Zeit bei FAIRTRADE Österreich habe ich gelernt, noch kompromissloser zu sein. Mit Willensbekundungen allein können wir nichts anfangen, es müssen Taten folgen. Gerade wenn es um eine gute Sache geht, wird oft Unterstützung versprochen. Eine meiner Aufgaben ist es, versprochene Taten einzufordern. Eine weitere wesentliche Erfahrung für mich ist, dass KonsumentInnen wirklich etwas bewegen können. Sie haben die Macht, auch große Konzerne zum Umdenken zu bewegen, und zwar indem sie signalisieren: Wir wollen nicht, dass für die Produkte, die wir kaufen, Menschen ausgebeutet werden. Diese Macht unterschätzen KonsumentInnen oft. 2007 wurden in Österreich immerhin 20 Millionen FAIRTRADE-Produkte verkauft.

Der Bekanntheitsgrad des FAIRTRADE-Gütesiegels ist in den letzten drei Jahren von 37 % auf 84 % (!)

Umsatzverteilung nach Produktgruppen 2007



gestiegen. Wie hat sich dieses enorme Bekanntheitsplus auf die Umsatzentwicklung im österreichischen Handel ausgewirkt?

Die Umsatzentwicklung ist großartig: In den letzten vier Jahren hat sich im österreichischen Handel der FAIRTRADE-Umsatz vervierfacht. Und von 2006 auf 2007 konnte er um rund 27 % gesteigert werden. 2007 wurde der größte Umsatzzuwachs bei Fruchtsäften (+135 %) und bei Schokolade (31 %) erzielt, die umsatzstärksten Produkte waren Biobananen, Schokolade, Kaffee und Fruchtsäfte.

Mit seinem Pro-Kopf-Umsatz liegt Österreich im internationalen Vergleich nach der Schweiz und Großbritannien an dritter Stelle. Österreich ist also ein sehr gutes „FAIRTRADE-Land“.

Welche Umsatzziele haben Sie sich gesteckt?

2008 wollen wir um 20 % wachsen, 2009 wollen wir die 1-Milliarden-Schilling-Grenze überschreiten.

Auf welche Produktgruppen werden Sie sich konzentrieren?

Derzeit sind die Fruchtsäfte die Umsatztreiber; dieser Bereich entwickelt sich hervorragend. Wir werden uns auch auf die Bereiche frische Früchte – neben Bananen haben wir neu Ananas, Avocados und Mangos im Programm – sowie Schokolade, Rosen und Baumwolle konzentrieren. Seit April 2008 werden ja in Österreich erstmals auch Heimtextilien aus FAIRTRADE-Baumwolle wie Handtücher und Geschirrtücher angeboten. Damit sind wir bereits in großen Textil- und Einrichtungsketten vertreten. Wir werden sehen, wie die KonsumentInnen darauf reagieren werden.

Was haben Sie im „Out-of-Home“-Bereich, also in der Gastronomie, in Institutionen/Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen, vor?

In diesem Bereich steht der Absatz von FAIRTRADE-Kaffee im Mittelpunkt. Bereits 30 % des in Österreich konsumierten Kaffees mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel werden in vielen Gastronomiebetrieben, darunter absoluten Spitzenlokalen wie dem Restaurant Steirereck, In-

Umsatzentwicklung von FAIRTRADE-Produkten in Österreich 2007		
Summe	52,8 Mio. €	+27 %
Schokolade	15,2 Mio. €	+31 %
Kaffee	9,4 Mio. €	+12 %
Bananen	15,4 Mio. €	+21 %
Fruchtsäfte	5,5 Mio. €	+135 %
andere Produkte	7,3 Mio. €	6 %

stitutionen und Firmen sowie öffentlichen Einrichtungen getrunken. Doch das ist für uns natürlich noch nicht genug. Einer GfK-Studie zufolge wünschen sich 63 % der ÖsterreicherInnen, im Kaffeehaus FAIRTRADE-Kaffee bekommen zu können; für Restaurants wünschen sich das mehr als die Hälfte der Befragten. Jetzt liegt es also an den GastronomInnen, in diesem Bereich nachzuziehen. Ganz wichtig ist uns auch die betriebliche Versorgung. Wenn ein Unternehmen auf FAIRTRADE-Kaffee umsteigt, kann es damit auch zeigen, dass es sozialen Gedanken zugänglich ist; wie wir aus Erfahrung wissen, honorieren das die MitarbeiterInnen auch.

Der dritte Bereich, der uns sehr am Herzen liegt, ist die öffentliche Beschaffung. Wir werden auch in Zukunft immer wieder die öffentliche Hand daran erinnern, dass sie der Zielsetzung der derzeitigen Bundesregierung entsprechend auch Entwicklungshilfe praktizieren soll. Mit FAIRTRADE-Produkten kann das jede öffentliche Stelle – sei es das Bundesheer, Krankenhäuser oder Ämter – relativ einfach tun. Damit kann Österreich beweisen, wie ernst Entwicklungszusammenarbeit in diesem Land genommen wird. Und der Preisunterschied ist bereits verschwindend gering.

Bereits mehr als 75 % der FAIRTRADE-Produkte sind Bioprodukte. Sind Sie mit diesem Anteil zufrieden?

75 % sind ein guter Wert, natürlich hätte ich gerne 100 %, das ist aber unrealistisch, weil der Umstieg auf Bioproduktion ziemlich langwierig ist. Sobald ein Bauer ins FAIRTRADE-System eingebunden ist, erhält er für seine Ware sofort faire Preise, und FAIRTRADE bietet auch Anreize für einen Umstieg auf Bioproduktion. Steigt ein Bauer auf Bioproduktion um, hat er allerdings zwei Jahre eine geringere Ernte, ohne dass er den höheren Biopreis lukrieren kann. So lange ist die Wartezeit bis zur Biozertifizierung. Langfristig wollen wir natürlich, dass der Bioanteil weiter steigt.

Neben dem FAIRTRADE-Gütesiegel gibt es eine Reihe von anderen „fairen“ Labels. Inwiefern



Frische Früchte mit FAIRTRADE-Gütesiegel im Supermarkt

unterscheidet sich das FAIRTRADE-System von anderen Initiativen?

Wie wichtig vielen Menschen ist, dass die von ihnen gekauften Produkte sozial verträglich hergestellt wurden, zeigt sich auch daran, wie viele Siegel auf den Markt drängen. Es gibt auch einige Siegel, die begrüßenswerte Initiativen setzen. Man muss allerdings auch wissen, wofür ein Siegel steht. Das FAIRTRADE-Gütesiegel ist das *einzig*e Siegel, das den ProduzentInnen Mindestpreise und Sozialprämien und somit Einkommenssicherheit garantiert. Für uns ist das *der* zentrale Punkt. Das Einkommen macht das Elend oder das menschenwürdige Leben der ProduzentInnen aus. Wenn ein Kleinbauer genug verdient, brauchen seine Kinder nicht ausgebeutet werden und den ganzen Tag am Feld mitarbeiten; wenn das nicht der Fall ist, hat er keine andere Wahl. Wir wollen den Menschen eine Wahl geben. Sie sollen selber entscheiden können, wie sie leben und ihre Kinder fördern wollen. Das geht nur über einen Mindestpreis.

Ein wesentlicher Aspekt ist auch, dass Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel zu 100 % von FAIRTRADE-zertifizierten ProduzentInnen stammen müssen. Bei anderen Siegeln kommen zum Teil nur an die 30 % der Produkte aus sozial- und umweltverträglichen Quellen, 70 % der Produkte dürfen normale Waren sein, dennoch werden sie mit dem jeweiligen Siegel versehen verkauft.

Wichtig ist mir auch hervorzuheben, dass das FAIRTRADE-System unabhängig ist und auch die Kontrollen der ProduzentInnenorganisationen unabhängig erfolgen.

Und das FAIRTRADE-System wird kontinuierlich größer.

Ja, vom FAIRTRADE-System profitieren bereits 1,4 Millionen Familien in rd. 60 Ländern in Afrika, Asien und Lateinamerika. Der Gesamtumsatz betrug 2007 mehr als 2 Milliarden Euro. Allein über den österreichischen Markt haben die ProduzentInnenorganisationen 9,7 Millionen US-Dollar Direkteinnahmen (= FAIRTRADE-Mindestpreis und -Sozialprämie) erhalten. FAIRTRADE ist eben wirkungsvolle Entwicklungszusammenarbeit.



Tropical Fruits & Juices – fruchtige Energie und kubanische Rhythmen auf der FAIRTRADE-Fiesta



REGELMÄSSIGE UND UNABHÄNGIGE KONTROLLEN

Um die Glaubwürdigkeit des FAIRTRADE-Gütesiegels zu garantieren, betreibt die FLO-CERT GmbH ein unabhängiges, transparentes und weltweit einheitliches Zertifizierungssystem. Dieses System entspricht den Anforderungen von ISO 65, der internationalen Qualitätsnorm für Zertifizierungsgremien und von den meisten anderen Zertifizierungssystemen verwendeten Akkreditierungssystemen. FLO-CERT ist seit Oktober 2007 ISO-65-akkreditiert. Die FLO-CERT GmbH arbeitet völlig unabhängig und eigenständig und ist für die Kontrolle verantwortlich: Sie inspiziert und zertifiziert die Herstellerorganisationen und Händler gemäß den FAIRTRADE-Standards. FLO-CERT garantiert Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Transparenz, indem sie sicherstellt, dass die ProduzentInnen sowohl die FAIRTRADE-Mindestpreise als auch die FAIRTRADE-Prämien erhalten. Sie prüft die Einhaltung der FAIRTRADE-Kriterien und gewährleistet damit, dass auf allen Ebenen der Produktion und des Handels die entscheidenden sozialen und Umweltstandards eingehalten werden. So kann man sicher sein, dass das internationale FAIRTRADE-Gütesiegel nur für Produkte verwendet wird, die von FAIRTRADE-zertifizierten Herstellern stammen. Die Kontrollen werden von 92 hochqualifizierten FLO-CERT-InspektorInnen durchgeführt, von denen sich 67 speziell auf die Überprüfung von Herstellerorganisationen konzentrieren. Die InspektorInnen nehmen alljährlich an einem einwöchigen Fortbildungskurs teil, der mit einer Prüfung endet. Die InspektorInnen stammen in der Regel

aus dem betreffenden Land oder einem Nachbarland und sind mit der Kultur, den rechtlichen Bestimmungen und der Sprache des jeweiligen Gebiets vertraut. Die Zeit, die eine Inspektorin/ein Inspektor vor Ort verbringt, hängt von der Größe und Komplexität der Herstellerorganisation sowie der Anzahl der zu zertifizierenden Produkte ab, die diese verkaufen will. Eine umfassende FAIRTRADE-Kontrolle kann von 3,5 Tagen bis zu sechs oder sieben Wochen dauern. Keine Herstellerorganisation kann ohne eine anfängliche Kontrolle vor Ort zertifiziert werden. Das Gruppensertifizierungsmodell der FLO-CERT umfasst die Kontrolle der zentralen Organisation und Stichproben bei den einzelnen Bauern. Die Verlängerung der Zertifizierung erfolgt auf Grundlage einer jährlichen Kontrolle vor Ort. Herstellerorganisationen, die den FAIRTRADE-Vorgaben besonders gut entsprechen, können sich für einen „Desktop Review“ als Teil eines dreijährigen Inspektionszyklus qualifizieren. Das kann für die zertifizierten Hersteller mit einer wertvollen Kostensparnis einhergehen. Die Kosten der Zertifizierung berechnen sich nach der Zahl der für die Kontrolle der Herstellergruppe benötigten Arbeitstage, nicht nach dem Volumen der über FAIRTRADE verkauften Produkte. Ist eine Kontrolle abgeschlossen, erhält die FLO-CERT einen Bericht zur Evaluierung. Die endgültige Entscheidung, ob eine Zertifizierung erfolgt, liegt bei einem für Zertifizierungen zuständigen Mitarbeiter.

Für FAIRTRADE bedeutet die ISO-65-Zertifizierung

- Fairness** – Gleichbehandlung
- Verlässlichkeitsgarantie**, Risikomanagement
- Transparenz** – klare, in veröffentlichter Form vorliegende Richtlinien
- Ständige Verbesserung** – den Quality-Management-System-Anforderungen entsprechend
- Unabhängigkeit** – des Stakeholder-Beirats und Zertifizierungsausschusses
- Vertrauen** – externe Aufsicht



Rüdiger Meyer
Geschäftsführer der
FLO-CERT GmbH



STETS AUF DER SEITE DER PRODUZENT(INN)EN

Rob Cameron war CEO und später Vorstandsvorsitzender von Flag Communications in Cambridge, Großbritannien. 1998 begann Flag unter der Führung Rob Camerons sein Tätigkeitsfeld zu erweitern und sich in den Bereichen Corporate Responsibility und Kommunikation nachhaltiger Entwicklung zu engagieren. Innerhalb weniger Jahre wurde das Unternehmen auf diesem Gebiet Marktführer und arbeitet heute für Kunden in der ganzen Welt. Rob Cameron gehörte auch verschiedenen Vorständen von Nonprofitorganisationen an, darunter dem von AccountAbility, einem führenden Thinktank für nachhaltige Entwicklung, wo er als Berater in Fragen des Wachstums, der Unternehmensentwicklung und der internationalen Expansion tätig war.

„Als ich im November 2007 für Fairtrade Labelling Organizations (FLO) International zu arbeiten begann, konnte die Organisation gerade auf die ersten zehn Jahre ihres Bestehens zurückblicken. In nur einem Jahrzehnt haben sich die FLO von einer kleinen Organisation zu einem multinationalen Verband weltweiter Reichweite entwickelt. In dieser Zeit hat sich die Zahl der FAIRTRADE-zertifizierten ProduzentInnenorganisationen vervierfacht, und der Verkauf von FAIRTRADE-Waren hat sich durchschnittlich eines jährlichen Zuwachses von 40 Prozent erfreut. Heute können Konsumenten in über 60 Ländern FAIRTRADE-Produkte kaufen. Trotz seines Erfolges dient das FAIRTRADE-Gütesiegelsystem auch heute noch in erster Linie den ProduzentInnen in den sogenannten Entwicklungsländern.“

Die FLO wurde gegründet, um Produzenten zu helfen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern und ihre Geschäfte und ihr Leben in die Hand zu nehmen. Auch zehn Jahre nach der Gründung ist dies das Rückgrat von FAIRTRADE.

Ein dermaßen beeindruckendes und schnelles Wachstum bringt Herausforderungen mit sich, und die FAIRTRADE-Bewegung sieht sich heute vor die Notwendigkeit gestellt, ihren zukünftigen Weg zu überdenken: Wo wollen wir heute in zehn Jahren stehen? Wie können wir die ProduzentInnen besser in das System einbinden? Wie kann FAIRTRADE noch mehr Einfluss auf ProduzentInnen und ArbeiterInnen ausüben? Diesen und vielen anderen Fragen gilt es sich zu stellen, wenn FAIRTRADE weiter wachsen und eines der wirksamsten Instrumente zur Linderung der Armut und für nachhaltige Entwicklung bleiben soll.

Das Jahr 2008 ist auch das Jahr des nächsten strategischen Fünfjahresplans, weshalb der FLO-Aufsichtsrat den Beschluss gefasst hat, eine Überprüfung der Strategie in die Wege zu leiten, die ein neues Geschäftsmodell für die Organisation zum Ergebnis haben soll. An beidem wird bereits gearbeitet. Wie es den demokratischen und partizipatorischen Werten von FAIRTRADE entspricht, werden alle Stakeholder des FAIRTRADE-Systems befragt und in den Entscheidungsprozess eingebunden. Vor allem die Stimmen der ProduzentInnen stehen über ihre Netzwerke im Mittelpunkt der Beratungen. Wie immer die Überprüfung auch ausfallen wird, eines ist klar: FAIRTRADE wird auch in zehn Jahren auf der Seite der ProduzentInnen stehen und für sie tätig sein.“

2007 wurden im Einzelhandel weltweit FAIRTRADE-Produkte im Wert von rund 2,3 Milliarden Euro gekauft – eine Steigerung um rund 47 Prozent gegenüber 2006.



Rob Cameron
CEO von Fairtrade Labelling
Organizations (FLO) International



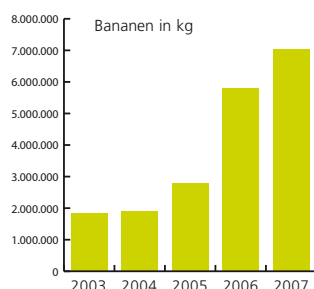
VON FAIRTRADE PROFITIERT DIE GANZE REGION

In Österreich gehören Bananen nach Äpfeln zum am meisten verzehrten Frischobst. Und immer mehr KonsumentInnen greifen zu Biobananen mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel: Bereits 9 von 10 Biobananen sind fair gehandelt. Die hervorragende Qualität und der köstliche Geschmack überzeugen eben. 2007 wurden in Österreich mehr als 7000 Tonnen FAIRTRADE-Bananen, die bereits alle großen Supermarktketten Österreichs im Sortiment haben, verspeist. Die meisten Bananen kommen aus Ecuador, zum Beispiel von der Kleinbauernkooperative „El Guabo“, die 1998 von FAIRTRADE zertifiziert wurde.

Im Februar 2008 besuchte der Agrarökonom Marco Valle, der bei „El Guabo“ u. a. für die Qualitätskontrolle zuständig ist und als technischer Berater fungiert, FAIRTRADE Österreich. Von seiner Kooperative gelangen pro Woche rund 35 Tonnen FAIRTRADE-Biobananen nach Österreich. Marco Valle konnte sich davon ein Bild machen, wie es den Bananen von „El Guabo“ ergeht, sobald sie ihre Reise um die halbe Welt hinter sich haben. In der Bananenreiferei von Bruno Melchart in Aschach an der Donau wurde ihm gezeigt, welche Stadien die Bananen von grün bis sonnengelb durchmachen und wie sie für die EndverbraucherInnen appetitlich verpackt werden. In der Zentrale des wichtigsten österreichischen Vertriebspartners von „El Guabo“, einer großen Supermarktkette, verstärkte er seine persönlichen Kontakte zur Einkaufsleitung, die sich vor allem

für die Kontrollen der Biofrüchte vor Ort interessierte. Dass „seine“ Bananen die KundInnen ohne die geringste Druckstelle erreichen, konnte Marco Valle selbst überprüfen. Marco Valle nützte seinen Österreich-Aufenthalt auch dazu, die Geschäftspartner von „El Guabo“ darüber zu informieren, was dank der FAIRTRADE-Mindestpreise und der FAIRTRADE-Sozial- und Bioprämien in seiner Heimatregion möglich wurde und ist. „Wir haben zwei Gesundheitszentren gebaut, und für die Mitglieder der Kooperative und deren Familien gibt es eine kostenlose Gesundheitsvorsorge sowie eine eigene Apotheke“, berichtete Marco Valle stolz. Mit den FAIRTRADE-Prämien werden natürlich auch Infrastruktur- und Umweltschutzmaßnahmen finanziert, und es konnten Schulen renoviert und Unterrichtsmaterialien angeschafft werden. Die von FAIRTRADE bezahlten Mindestpreise bewirken auch, dass viele Eltern in der Region nicht mehr im Ausland arbeiten müssen, sondern für die FAIRTRADE-Kooperative tätig sein und bei ihren Kindern bleiben können. „Früher wurde ein Großteil der Kinder von den Großeltern erzogen, weil die Löhne vor Ort nicht zum Überleben reichten“, so Marco Valle, den eines besonders freut: Von den FAIRTRADE-Projekten profitieren die Menschen der ganzen Region.

Absatz von FAIRTRADE-Biobananen in Österreich



Marco Valle besuchte österreichische Supermärkte, um sich selbst ein Bild zu machen.



TOPQUALITÄT UND STRENGE KONTROLLEN

So viel wie möglich über die Herkunft und Produktionsbedingungen der Zutaten zu erfahren, die ich beim Kochen verwende, ist mir seit jeher ein Anliegen. Schon von Beginn meiner Berufskarriere an bevorzuge ich Produkte der biologischen Landwirtschaft, und seit dem Start von FAIRTRADE Österreich vor rund 15 Jahren engagiere ich mich für den fairen Handel und setze FAIRTRADE-Produkte ein, u. a. Früchte wie Bananen und Ananas. Unsere Minibars sind mit einem FAIRTRADE-Orangensaft bestückt, und unsere Imperial-Schokolade ist eine FAIRTRADE-Tafelschokolade

MOUSSE VON DER ZARTBITTERSCHOKOLADE UND MARINIERTER VANILLE-ANANAS

Zutaten für 4 Portionen: 150 g FAIRTRADE-Schokolade von Zotter, $\frac{1}{16}$ l Milch, 250 g Obers, 250 g QimiQ, etwas Vanille, 1 TL Grand Marnier, 80 g Staubzucker, $\frac{1}{2}$ Ananas, 3 EL Läuterzucker, 1 Vanilleschote, Saft einer halben Zitrone

Zubereitung:

Schokolade über Wasserdampf schmelzen. QimiQ gut verrühren und mit Milch, Vanille und Staubzucker kurz aufmixen. Nun Schokolade und Grand Marnier begeben und bis zu fester Konsistenz aufmixen. Ananas schälen und in dünne Scheiben schneiden; mit Läuterzucker und frischer Vanille marinieren und mit etwas Zitronensaft beträufeln. Die Ananas ca. 1 Stunde marinieren und danach anrichten: Ananasscheiben auf kleine Teller legen und mit einem oder zwei Schokoladenockerln vollenden.

von Zotter. Von Josef Zotter, mit dem ich schon lange zusammenarbeite, beziehen wir auch FAIRTRADE-Kuvertüre. Ich informiere mich laufend darüber, welche FAIRTRADE-Produkte erhältlich und zu implementieren sind – schon allein im Hinblick auf die Umwelt und die Zukunft unserer Kinder. Ich stehe für ein positives Denken: dass Veränderungen möglich sind und man jungen Menschen möglichst früh Wissen für langfristige Strategien weitergibt, sie mit Umweltproblemen konfrontiert und ihnen die Sinnhaftigkeit von Systemen wie dem des fairen Handels vermittelt. Wichtig sind mir natürlich auch die Topqualität der FAIRTRADE-Produkte und die strengen Kontrollen der FAIRTRADE-Kriterien. Bei FAIRTRADE kann ich sicher sein, dass es keine Kinderarbeit gibt. Mich beeindruckt auch, dass FAIRTRADE Hilfe zur Selbsthilfe bietet – dass man den Bauernfamilien vor Ort menschenwürdige Arbeitsbedingungen ermöglicht und die bestehenden Ressourcen nutzt. Und nicht zum Beispiel ganze Wälder roden lässt, nur damit in der westlichen Welt gewisse Bedürfnisse befriedigt werden können. Im Hotel Imperial wollen wir in Zukunft unser FAIRTRADE-Engagement verstärkt nach außen kommunizieren und etwa auf der Menükarte darauf hinweisen. Denn auch unseren Gästen wird es immer wichtiger zu erfahren, wo und wie die von uns verarbeiteten Lebensmittel entstanden sind.



Siegfried Kröpfl
Küchenchef des Hotels Imperial



LUXUSGASTRONOMIE: JA ZU FAIRTRADE

Seit November 2007 wird in den Betrieben der Familie Reitbauer FAIRTRADE-Kaffee angeboten: In der Meierei im Stadtpark gibt es ausschließlich FAIRTRADE-Kaffee, hier bevorzugen die Gäste Milchkaffeesorten wie Melange, Einspänner und kleinen/großen Braunen. Dies gilt auch für das Wirtshaus Steirereck am Pogusch in der Obersteiermark, in dem bis zu 95 Prozent FAIRTRADE-Kaffee ausgeschenkt wird. „Halbe-halbe“ heißt es im Restaurant Steirereck, in dem sich neben den klassischen Milchkaffees der Espresso großer Beliebtheit nach dem Essen erfreut. Dafür wird derzeit noch keine FAIRTRADE-Bohne verwendet.

Der eingesetzte FAIRTRADE-Kaffee „Steirereck Selection“ ist ein Java-Kaffee (100 Prozent Arabica-Anteil) aus den besten Anbaugebieten der Welt. Empfohlen wurde dieser von Thomas Nussbaumer (Eurogast Nussbaumer Graz), in dessen Gourmetrösterei die selektierten Bohnen speziell auf die Bedürfnisse des Hauses abgestimmt geröstet werden. Wir sind mit der hohen Qualität des FAIRTRADE-Kaffees sehr zufrieden, von unseren Gästen gibt es durchwegs positives Feedback.

FAIRTRADE ist inzwischen zu einer Marke herangewachsen, die neben dem Ökogedanken auch ein hohes Qualitätsimage transportiert. Das äußerst professionelle Auftreten, das in der Gastronomie wesentlich ist, ist besonders hervorzuheben. Gerade in der Spitzengastronomie darf es nicht zu Lieferengpässen oder Qualitätsschwankungen kommen. Bei einem Jahresverbrauch von rund einer Tonne Kaffee pro Jahr ist dies unumgänglich.

Damit die Gäste richtig informiert sind, wird zu jedem Kaffee eine Infokarte beigelegt, auf der die Herkunft erklärt und die Marke FAIRTRADE vorgestellt wird. Denn neben dem geschäftlichen Gedanken hat jeder für sich auch soziale Kompetenz zu zeigen.

In der Küche werden Bananen und Orangen mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel verwendet. Nach und nach sollen, je nach Produkt und Verfügbarkeit, weitere FAIRTRADE-Produkte integriert werden.

Oberstes Gebot ist auch die maximale Nutzung von regionalen Produkten nach saisonaler Verfügbarkeit, zum Beispiel wird im Winter auf Glashaushausgemüse verzichtet und stattdessen selbst Einkochtes oder Eingemachtes verwendet. Auch bei Fisch und Fleisch wird auf einen besonders kurzen Transportweg sowie eine naturnahe und tierwürdige Zucht und Schlachtung Wert gelegt. Dies sind wir unseren Gästen und unserem Namen schuldig. Daher passt die Philosophie von FAIRTRADE so gut zum Steirereck.



Birgit Reitbauer
Gastronomin



KAKAOGENUSS OHNE BITTEREN BEIGESCHMACK

Zwei Holzhütten, offenes Feuer, ein paar Hühner – das ist der Hof jener Bäuerin irgendwo im tiefen Nirgendwo des nicaraguanischen Regenwaldes, die einige Journalisten aus Österreich im Frühsommer 2007 mit FAIRTRADE besuchten. Zur nächsten Siedlung Waslala sind es eine Stunde zu Fuß durch den Wald und dann weitere drei Stunden mit dem Jeep über kaum existente Straßen. Für Mercedes und ihre drei Maultiere wäre es eine Reise von mehreren Tagen, um Mais, Gewürze, Süßkartoffeln und vor allem Kakao zum Markt zu bringen. Sonst könnte sie ihre Waren nur direkt an der Straße an windige Kleinzwischenhändler zu verkaufen – die nennt man Kojoten, und das sagt auch schon alles darüber, wie viel diese zu zahlen bereit sind. Aber was bleibt jemandem, der ohne Kommunikationsmittel fernab jeglicher Zivilisation an einer im Urwald endenden Sackgasse lebt, als sich an den erstbesten Strohhalm zu klammern, der Besserung verspricht?

Nun, Mercedes, die charmante alte Dame mit der Machete und der mit Klebeband reparierten Brille, ist eine resolute Frau, von der man annehmen kann, dass sie sich zur Wehr zu setzen weiß. Sie hat auf ihrem Hof den Bürgerkrieg überstanden, der in der Region um Waslala besonders heftig tobte. Aufgeben scheint nie ihre Sache gewesen zu sein – auch nicht wenn jetzt oft in der Umgebung dicke Rauchschwaden aufsteigen. Aber was soll sie gegen Großfarmer machen, die nach und nach Land kaufen, brandrodern und so ganze Regionen verwüsten? Sie will ihren Hof nicht aufgeben und hat sich 1996 mit anderen Bäuerinnen und Bauern zur Kooperative ACAWAS zusammengeschlossen. Und das erspart ihr nun die Reise in die Stadt und die Kojoten.

2007 wurde die Kooperative ACAWAS, die in erster Linie Biokakaobohnen exportiert, von FAIRTRADE zertifiziert. Wer aber denkt, das bedeute eine milde Gabe an arme Kleinbauern, der irrt. Das Zertifikat bedeutet vor allem einmal Auflagen: Qualitätsstandards müssen beachtet und Produktionsrichtlinien eingehalten werden. So muss etwa auf Monokulturen verzichtet werden. Einem Kleinfarmer, dem ein brennender Horizont Nacht für Nacht vor Augen führt, dass mit Monokulturen und Brandrodung viel Geld zu machen ist, zu vermitteln, dass so etwas auf kleinen Flächen nicht möglich ist und ganz generell wenn schon nicht in den finanziellen, dann aber sicher in den ökologischen Ruin führt, ist kein Leichtes. Aber es funktioniert. Denn das FAIRTRADE-System hat für die Bäuerinnen und Bauern einen riesigen Bonus: Es bietet sichere Abnahmemengen zu Mindestpreisen, was ein kalkulierbares Einkommen und verhältnismäßige Unabhängigkeit von den Weltmarktpreisen gewährleistet. Und schließlich hat es auch ein Gutes für Schokoladelihaber hierzulande: süßen Genuss ohne bitteren Beigeschmack.



Stefan Schocher

Freier Journalist, für den Kurier/
Außenpolitik tätig



FAIR HANDELN IN NIEDERÖSTERREICH

In den Ländern des Südens müssen viele Menschen – leider auch Kinder – unter unwürdigen Bedingungen arbeiten. Sie leben aufgrund der Rahmenbedingungen in diesen Ländern und niedriger Weltmarktpreise für die von ihnen angebauten Rohstoffe in bitterer Armut.

Der Niederösterreichische Landtag hat daher im Juni 2002 die „Förderung des fairen Handels mit Entwicklungsländern als Bestandteil der niederösterreichischen Entwicklungspolitik“ beschlossen. Damit soll die Entwicklung zu einem wirtschaftlich ausgewogenen System mit sozialer und ökologischer Gerechtigkeit unterstützt werden.

Das FAIRTRADE-System bietet die konkrete Möglichkeit, sich aktiv für eine gerechtere Welt einzusetzen und vor allem Kleinbauern in den Ländern des Südens bessere Lebensbedingungen zu sichern sowie deren Selbständigkeit und Gleichberechtigung im Handelsgeschehen zu fördern. Damit die Umsetzungsmaßnahmen erfolgreich sind, bedarf es eines besonderen Engagements der öffentlichen Hand, der Unternehmen und schließlich vieler bewusst handelnder BürgerInnen. Das Land Niederösterreich hat sich daher in den letzten Jahren um eine Steigerung des Anteils fair gehandelter Produkte in landeseigenen Institutionen bemüht (z. B. Umstellung aller Kaffeeautomaten im Landhaus auf FAIRTRADE-Kaffee, Verwendung von FAIRTRADE-Produkten in der Landhausküche).

Im Jahr 2006 startete das Projekt „Fair handeln in der Gemeinde“. Ziel dieser Initiative ist es, niederösterreichische Gemeinden zum Umsteigen auf fair gehandelte Produkte im eigenen Wirkungsbereich zu motivieren. Eine Gemeinde wird dann als „fair“ ausgezeichnet, wenn ein Gemeinderatsbeschluss zur Beschaffung fair gehandelter Produkte verabschiedet wird, tatsächlich fair gehandelte Produkte in lokalen Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen beschafft so-

wie über den fairen Handel medial Informationen verbreitet und diesbezügliche Aktivitäten gesetzt werden. 2007 wurden Wiener Neustadt, Mönichkirchen, Warth, Ulrichskirchen-Schleinbach und Breitenfurt als faire Gemeinden ausgezeichnet. Rund 15 weitere niederösterreichische Gemeinden sind auf dem Weg, faire Gemeinden zu werden.

Durch vorbildhafte Unterstützung des fairen Handels seitens des Landes und der Gemeinden wollen wir auch das Bewusstsein der Bevölkerung für fair gehandelte Produkte stärken. Gerade beim Kauf von FAIRTRADE-Produkten kann ein persönlicher Beitrag gegen Kinderarbeit, unwürdige Arbeitsverhältnisse und Umweltzerstörung geleistet werden. Niederösterreich gilt in Österreich als ein Vorreiter in Sachen fairer Handel. Wir bemühen uns, auch Vorbild und Förderer dieser Idee im gesamten zentraleuropäischen Raum zu sein, weil wir der Meinung sind, dass das FAIRTRADE-System eine direkte und damit sehr wirkungsvolle Form der Entwicklungszusammenarbeit darstellt und eine positive soziale und ökologische Entwicklung in den Ländern des Südens garantiert. Auf diese Weise können wir alle zur Bekämpfung der Armut und Verbesserung der Lebensbedingungen in den Ländern des Südens beitragen. Ich wünsche der Initiative weiterhin viel Erfolg.



Dipl.-Ing. Josef Plank
NÖ Landesrat für Umwelt, Landwirtschaft und Naturschutz

BAUMWOLLFELDER IN FRAUENHAND



Seit Stunden quält sich der Kleinbus in der flimmernden Hitze über die mit Schlaglöchern gepflasterte Straße. Je weiter wir uns von Dakar entfernen, desto seltener werden die klapprigen Pferdefuhrwerke. Rinder drängen sich in den Schatten der Baobabs, an den Feldrändern rosten LKW-Wracks vor sich hin. Kaum eines der Dörfer entlang des staubigen Wegs ins Hinterland Senegals lädt zum Verweilen ein. Wenige Quadratmeter Wellblech stellen hier das Heim ganzer Familien dar, der Boden davor verwandelt sich bei jedem Regenguss in ein Schlammloch. Ich weiß um die Armut des Landes, wer nicht. Aber das Ausmaß zu sehen erschüttert.

Die von FAIRTRADE Österreich organisierte Pressereise führt zu den Baumwollbauern von Kédougou. Die Region liegt 700 Kilometer östlich von Dakar und ist auch wirtschaftlich im Abseits. Arbeit gibt es hier für die meisten nur in der Landwirtschaft, erzählt Marek Myslinski, ein polnischer Priester, der im Bassari-Land eine Schule führt. Die Jugend ziehe es an die Küste, und viele seiner Schüler verleite der Traum von einem besseren Leben zu riskanten Fluchtversuchen nach Europa. Einer unserer Wege führt zur Landwirtin Coumbai Diallo ins kleine Dörfchen Ndébou. Sie lebt mit ihrer Familie in strohgedeckten Lehmhütten, umgeben von blühenden Feldern, Ziegen und gackernden Hühnern. Eine Schar Kinder stürmt herbei, für die Gäste wird ein Topf Reis bereitgestellt. Früher wurden hier in Monokulturen Erdnüsse angebaut. Mithilfe von FAIRTRADE haben viele Bauern auf Baumwolle umgesattelt. Die FAIRTRADE-Mindestpreise erlaubten die Einführung eines Fruchtwechsels, der Bedarf an kostspieligem Dünger und Pestiziden sinkt. Coumbai imponiert mir. Die junge Frau legt ihre Schüchternheit schnell ab, sie erzählt von ihrem Leben als eine von drei Frauen ihres Ehemannes, von der täglichen Feldarbeit, von den Plänen für ihre Kinder. Die Idylle des Dorfes täuscht

über die Armut nicht hinweg: Baumwolle ist ein hartes Geschäft. Oft bleiben einer Familie von der Ernte nicht mehr als umgerechnet 140 Euro im Jahr, deutlich weniger als das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen Senegals.

Coumbai hat sich mit den Mehrerlösen aus dem fairen Handel dennoch mehr Unabhängigkeit aufgebaut. Sie ist seit vier Jahren Miteigentümerin der Felder. Sie wisse genau, was sie verdiene, und bestimme über die Verwendung des Einkommens mit, erklärt sie. Vor Kurzem wurden ein neuer Brunnen und eine Getreidemühle gebaut. „Derzeit sparen wir Frauen auf einen Pflug.“ Sie selbst könne nicht lesen und schreiben, sie wurde im Alter von 14 Jahren verheiratet. Ihre Kinder jedoch gehen zur Schule, und ihre Ehepartner sollen sie sich einmal selbst wählen dürfen, sagt sie und lächelt.

Im Nachbardorf zupft Mamoudou Diallo rote Käfer aus den Baumwollblüten. Schädlinge setzen der sensiblen Pflanze hart zu, seufzt der hagere alte Mann. Aber die Kinder brächten aus der Stadt Wissen mit, wie sich die Erträge auch ohne teure Chemikalien verbessern ließen. Und sein Dorf habe Geld zusammengelegt, um den einen oder anderen Spross an die Universität nach Dakar zu schicken. Es brauche Zeit, aber das Leben hier verbessere sich.



Mag. Verena Kainrath
Wirtschaftsredakteurin bei der
Tageszeitung Der Standard



FAIRTRADE-PRODUKTE IM SOFITEL VIENNA: WIN-WIN-SITUATION FÜR ALLE BETEILIGTEN

Der faire Handel ist mir schon seit Jahren ein großes Anliegen, und deshalb freue ich mich besonders, dass das FAIRTRADE-System auch ein Teil meines beruflichen Umfelds geworden ist: Seit Anfang 2007 servieren wir im Viersternehotel Sofitel Vienna zum Frühstück ausschließlich FAIRTRADE-Kaffee und weisen auch auf der Frühstückskarte darauf hin. Der Kaffee aus 100 Prozent Arabica-Bohnen, den wir über Tchibo beziehen, hat uns im Rahmen einer Blindverkostung am besten geschmeckt, und so haben wir uns für ihn entschieden. Das Sofitel Vienna war damit das erste Hotel einer internationalen Gruppe in Österreich, das seine Gäste mit fair gehandeltem Kaffee verwöhnt – pro Tag werden mehr als 250 Tassen konsumiert. Jedem Kaffee und Tee legen wir FAIRTRADE-Zuckersticks der EZA bei, die mit Rohrzucker aus Malawi gefüllt sind.

FAIRTRADE-Kaffee ist übrigens in der gesamten Hotelgruppe Accor ein Thema. So hat die europäische Zweisternehotelkette Etap mit mehr als 420 Hotels (drei in Österreich) bereits komplett auf FAIRTRADE-Kaffee umgestellt. Die Gruppe Ibis (mit sieben Hotels allein in Österreich) wird diesen Schritt voraussichtlich im Dezember 2008 machen. Doch wir sind auch an anderen FAIRTRADE-Produkten sehr interessiert. Auf unsere Anregung hin hat das Teehaus Demmer eine FAIRTRADE-Sorte ins Programm aufgenommen: Demmer Bio Green Manjoi. Auf diesen FAIRTRADE-Grüntee von Demmer werden wir im Sofitel Vienna in Kürze umsteigen. Als Aufmerksamkeit des Hauses bekom-

men unsere Stammgäste schon jetzt FAIRTRADE-Tee oder FAIRTRADE-Schokolade aufs Zimmer.

In der Hotellerie und Gastronomie fair gehandelte Produkte zu verwenden wird mit Sicherheit immer mehr an Bedeutung gewinnen. Man kann sich schon allein aus ethischen Gründen nicht mehr erlauben, Produkte anzubieten, die nicht nachhaltig erzeugt wurden. Der Kostenfaktor wird da zweitrangig. Das Sofitel Vienna bietet hohe Qualität, die der Gast auch zu bezahlen bereit ist. Wenn also die Gäste bei uns das FAIRTRADE-Logo sehen, wissen sie, dass in unserem Haus ganzheitlich und nachhaltig gedacht wird und sie für ihr Geld mehr bekommen. Im Zuge der Umstellung auf FAIRTRADE-Kaffee haben wir den Frühstückspreis nicht angehoben; das ist unser Beitrag, den die Gäste auch honorieren. Somit haben wir – für unser Hotel, für unsere Gäste und für das FAIRTRADE-System – eine Win-win-Situation erreicht, die wir weiterentwickeln und ausbauen werden.



Mag. Alexander Poindl
General Manager Sofitel Vienna



Glückliche mobilkom-austria-Mitarbeiterinnen, die ein prall gefülltes Osternest voller FAIRTRADE-Leckereien gewonnen haben.

SO EINFACH, SO FAIR – BEI MOBILKOM AUSTRIA

Fairness ist eine Frage der Haltung. Bereits als Kinder entwickeln wir ein Gefühl dafür, was fair oder unfair ist. Wir erfahren oft schmerzlich, was es heißt, unfair behandelt zu werden. Aber auch wie gut es sich anfühlt, wenn sich jemand fair und respektvoll verhält. Fairness ist ein zentraler Wert im Umgang miteinander und ist auch aus dem Wirtschaftsleben nicht mehr wegzudenken. Der Umgang mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, KundInnen sowie Partnerinnen und Partnern muss genauso dieser Grundhaltung entsprechen wie der Umgang mit Ressourcen. „Wir handeln verantwortungsbewusst“ und „Wir sind fair“ sind deshalb auch zwei zentrale Säulen im Leitbild von mobilkom austria. Dieses Leitbild versuchen wir auch, im Arbeitsalltag zu leben. Soziales Engagement, Initiativen im Bildungs- und Sicherheitsbereich sowie Umweltschutz haben bei uns einen hohen Stellenwert. Marktführer zu sein und Erfolg zu haben heißt für uns auch, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen – aus diesem Grund haben wir uns schon 2003 für die Partnerschaft mit FAIRTRADE Österreich entschieden. Diese Partnerschaft soll Ausdruck unserer Grundhaltung sein, die wir innerhalb und außerhalb des Unternehmens vermitteln möchten. Das FAIRTRADE-System sorgt dafür, dass ProduzentInnen in den sogenannten Entwicklungsländern für die Bereitstellung der Rohstoffe faire Mindestpreise erhalten, unabhängig von den Weltmarktpreisen. Auch für mobilkom austria stehen nachhaltiges Wirtschaften und nachhaltiges Wachstum an erster Stelle. Daher investieren wir in langfristige Expansionsprojekte. Gemäß unserem Motto „Think global, act local“ nehmen wir auf regionale und marktspezifische Gegebenheiten Rücksicht.

Im gesamten Unternehmen werden FAIRTRADE-Kaffee und FAIRTRADE-Orangensaft verwendet. Die Produktpalette wird jedes Jahr erweitert. Besonders wichtig ist uns die Sensibilisierung unserer MitarbeiterInnen: Mit saisonalen Schwerpunkten wie „Das faire Osternest“ gelingt es uns, auf FAIRTRADE aufmerksam zu machen. So wird deutlich, wie wichtig faire Produktionsbedingungen in den sogenannten Entwicklungsländern sind, und wir gewinnen vielleicht den einen oder anderen auch dafür, beim nächsten Einkauf ein fair gehandeltes Produkt zu kaufen. Wenn das passiert, haben wir schon viel erreicht – für unser Unternehmen und FAIRTRADE. Unser Ziel ist es, FAIRTRADE nicht nur zu unterstützen, indem wir intern Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel verwenden. Wir wollen auch etwas dazu beitragen, dass FAIRTRADE noch bekannter wird. Deshalb setzen wir auch bei diversen externen Veranstaltungen unseres Unternehmens auf fair gehandelte Produkte, die zum Beispiel ins Catering aufgenommen werden. Und wir unterstützen die jährliche FAIRTRADE-Fiesta und verstärken die FAIRTRADE-Themenschwerpunkte mit Medienkooperationen und öffentlichen Gewinnspielen.



Dipl.-Ing. Dr. Boris Nemsic
CEO mobilkom austria
und CEO Telekom Austria Group

ENTDECK' DIE FAIRE VIELFALT!

Auch 2007 boomte der faire Handel zum Wohle der ProduzentInnenorganisationen in Afrika, Asien und Lateinamerika. Das wirkte sich nicht nur auf den FAIRTRADE-Umsatz mehr als positiv aus, sondern auch auf das Sortiment, das 2007 von rund 260 auf über 350 (!) zertifizierte Produkte erweitert werden konnte. Anfang 2008 kamen noch frische Biofrüchte und im Non-Food-Bereich neue Baumwollprodukte hinzu. Die enorme Vergrößerung der Produktpalette war dank der hervorragenden Zusammenarbeit mit den bereits bestehenden sowie den neu gewonnenen Lizenznehmern und Handelspartnern möglich. Im Folgenden ein kurzer Überblick über die wesentlichen Neueinführungen.

Der große Erfolg der Biobananen führte zum Ausbau des Biofrüchtesortiments bei MPREIS mit Ananas, Avocados und Mangos. Weiters sind seit dem Frühjahr 2008 bei Billa, MERKUR, ADEG sowie bei CC Pfeiffer und METRO Bioananas erhältlich.

Die EZA Fairer Handel GmbH, einer der wichtigsten Kooperationspartner von FAIRTRADE Österreich, hat ihr FAIRTRADE-Sortiment um eine ganze Reihe von Bioprodukten erweitert, die u. a. in den Weltläden und im Naturkostfachhandel erhältlich sind. Zu nennen sind zum Beispiel der feine Kakao El Ceibo, das knusprige Keks-Quartett, zweierlei Waffelblättchen mit Schokolade, praktische Orgánico Espresso Pads, der exquisite Kaffee Abessa sowie drei neue Tees.

Die BioArt-Produktlinie, die von der Bauernkörperl GmbH & Co KG vertrieben wird, wurde ebenfalls umfangreich ausgebaut: Hinzugekommen sind die FAIRTRADE-Produkte Kaffee, Trinkschokolade, Basmatireis, Rohrzucker und verschiedene Schokoladeprodukte, die durch ihre geschmackvollen Verpackungen u. a. bei dm auf sich aufmerksam machen.

Im Getränkebereich gab es 2007 ebenfalls erfreuliche Entwicklungen: RAUCH bietet seit Mitte 2007 den neuen Happy-Day-100%-Orangensaft aus brasilianischen FAIRTRADE-Orangen an, der u. a. bei SPAR erhältlich ist.

Die Supermarktkette Hofer erweiterte ihr Fruchtsortiment um den neuen Sweet-Valley-Multivitaminensaft. Darüber hinaus gibt es bei Hofer die neuen Milchmixgetränke „Zurück zum Ursprung“ aus Tiroler Bergbauernmilch und FAIRTRADE-Zutaten in den Geschmacksrichtungen Cappuccino, Kakao und Banane.



Neu ist auch der Biokakao-Eisdrink der Firma Schweitzer, den man bei dm, INTERSPAR und in den Weltläden erhält. Von Agrana gibt es seit August 2007 den braunen Rohrzucker von Wiener Zucker auch in einzeln abgepackten Sticks: Der „Braune Zuckerillo“ ist u. a. bei MERKUR erhältlich. Als führende Kaffeemarke nahm Eduscho Ende 2007 erstmals einen FAIRTRADE-Kaffee ins Programm. „Eduscho Fairer Genuss“ aus röstfrischen erlesenen FAIRTRADE-Kaffeebohnen aus Südamerika gibt es in allen Tchibo/Eduscho-Filialen, im ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel (z. B. INTERSPAR, MERKUR, MPREIS) und in Bäckereien. Seit Anfang 2008 sind in allen ADEG-Filialen zwei eigene FAIRTRADE-Biokaffeesorten erhältlich: der gemahlene „Golden Bio“ und der Bohnenkaffee „Bio Crema“. Als neuer Lizenznehmer hat der Süßwarenhersteller Egger zwei Sorten FAIRTRADE-Biofruchtgummis kreiert: BioBon Joghurt & Frucht sowie fruchtige Bi-Ba-Bärchen mit FAIRTRADE-Rohrzucker aus Paraguay sind u. a. bei dm und BIPA erhältlich.

In den letzten Monaten wurde die Palette von Produkten aus FAIRTRADE-Baumwolle stark ausgebaut, und FAIRTRADE Österreich konnte sehr potente Partner gewinnen: REITER Betten & Vorhänge führt u. a. FAIRTRADE-Frotteehandtücher und Geschirrtücher und ist Österreichs erster



EINKAUFSFÜHRER

WO GIBT'S FAIRTRADE-PRODUKTE?

FOOD, ROSEN	Einkaufsstellen																							
	ADEG/Edeka	Billa	Biolaäden	C & C (AGM, METRO, Pfeiffer)	C & C (Medl, Eurogast, Nussbaumer)	KIENINAST, BIOGAST	dm	Eduscho/Tchibo	EUROSPAR	Hofer	INTERSPAR	Magnet	Maximarkt	MERKUR	Merkur-Direkt-Zustellservice	MPREIS	Nah & Frisch	SPAR	SPAR Gourmet	Unimärkte	VIVA-Tankstellen-Shops	Weltläden	Winkler Märkte	Zielpunkt
Kaffee	x	x	✓	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	✓	x	x	x	✓	x	x	x
Tee	✓		✓	✓	✓			x		x	x				x	x	✓		✓	✓		x	x	
Bananen	x	x	✓	✓	✓			x	x	x	x	x	x		x	✓	x	x					x	
Ananas	✓	x		✓	✓						✓		x		x								x	
Mangos, Avocados, Trauben																x								
Rosen	✓	x						x		x	✓		x		x		x	✓						
Fruchtsäfte	x	x	✓	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	✓	x	x	x	✓	x	x	x
Schokolade	✓		✓	✓	✓	x		x		x		x	x	x	x	✓		x	✓	✓	✓	x	x	
Kakao	✓		✓	✓	✓	x		x		x	x	x		x	x			✓	✓			x	x	
Rohrzucker	x	x	✓	x	x	x		x		x	x		x	x	x	✓	x	x	x	✓	x	x	x	x
Honig	✓	x		✓	✓	x		x		x		x	x					x	x			x	x	
Reis	✓	x	✓	✓	✓	x		x		x		x	x		x				✓	✓		x	x	
Wein																						✓	x	
Eiskaffee/-tee			✓			✓		x		x		x							x		✓	✓	x	
Milchmixgetränke									x															
Marmelade				✓	✓																	✓	x	
Fruchtgummi						x		x		x									✓			x	x	
Kekse	✓							x		x		x		x					x			x		

FAIRTRADE-Steppwarenhersteller. Die Leiner-kika-Gruppe bietet seit April 2008 Badematten, Handtücher, Duschtücher und Geschirrtücher des FAIRTRADE-Partners Jules Clarysse an. INTERSPAR, langjähriger FAIRTRADE-Partner im Lebensmittelbereich, hat ebenfalls seit April 2008 Steppdecken und Frotteehandtücher aus fair gehandelter Baumwolle im Sortiment. Der neue Lizenznehmer Ainoah bietet über das Internet T-Shirts und Frottierwaren aus FAIRTRADE-Biobaumwolle an.

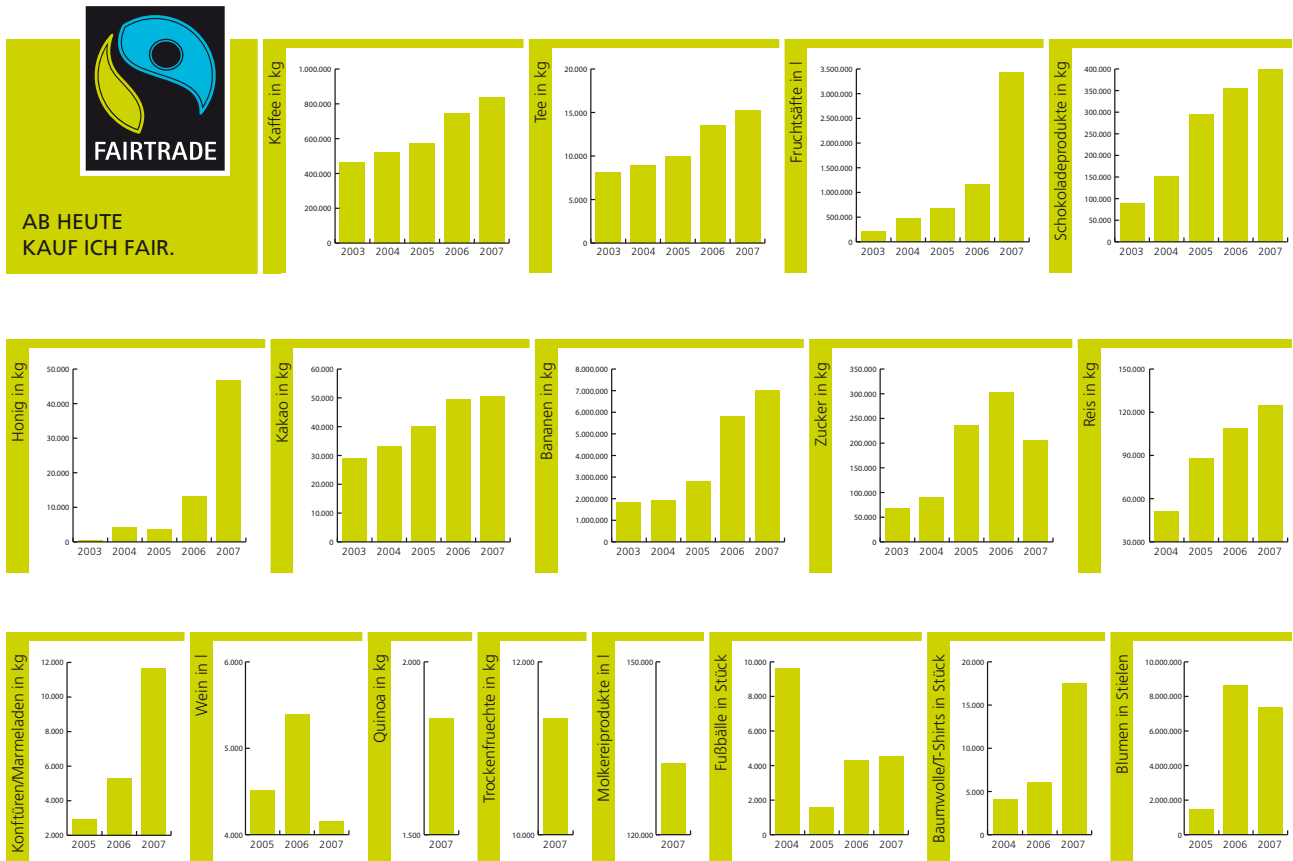


NON-FOOD	Einkaufsstellen										
	Ausgewählter Modefachhandel	INTERSPAR	La-Redoute-Versand	Leiner/kika	MPREIS	Neckermann-Versand	REITER Betten & Vorhänge	Weltläden			
T-Shirts	✓		x								✓
Jeans	✓										
Kleider	✓		x								✓
Bettwaren		x	x							x	
Badtextilien		x		x		x	x			x	
Wattepads							x				
Fußbälle											✓

Stand: Mai 2008; x erhältlich, ✓ erhältlich, aber nicht in allen Filialen



FAIRTRADE-PRODUKTE: ENTWICKLUNG IN DEN LETZTEN JAHREN



DIE LIZENZNEHMER VON FAIRTRADE ÖSTERREICH

Agrana Marketing- und Vertriebsservice GmbH	Rohrzucker
Ahorner Josef GmbH	Frische Früchte
Ainoah	T-Shirts, Frottierwaren
Alt Wien Kaffee KEG	Kaffee
Amido Produktions- und Vertriebsges. m. b. H.	Bettwaren
Bauernkörperl GmbH & Co KG	Schokoladeprodukte, Konfitüre/Marmelade, Reis, Kaffee, Rohrzucker
café+co Automatencatering & Service GmbH	Instantkaffee
Demmer HandelsgmbH	Tee
EDEKA / ADEG Österreich Handels AG	Kaffee
Eduscho Austria GmbH	Kaffee
A. EGGER'S SOHN Süßwaren und Naturmittel GmbH	Süßwaren
EZA Fairer Handel GmbH	Kaffee, Schokoladeprodukte, Kakao, Tee, Reis, Fruchtsäfte, Erfrischungsgetränke, Rohrzucker, Süßwaren, Honig, Quinoa, Sportbälle, T-Shirts, Kleider
Get it GmbH	Instantkaffee
Heimtex Produktions & Service GmbH (REITER)	Bettwaren
Honigmayr Handelsgesellschaft m. b. H.	Honig
J. Hornig GmbH	Kaffee, Tee
Darboven/Idee Kaffee VertriebsgmbH	Kaffee
Ja! Natürlich Naturprodukte GmbH	Bananen, Ananas
Julius Meinl Austria Industrie GmbH	Kaffee
Nestlé Österreich GmbH	Instantkaffee
Nussbaumer GmbH & Co KG	Kaffee
Hermann Pfanner Getränke GmbH	Fruchtsäfte
Prugger & Mock GmbH	Kaffee
Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co	Orangensaft
REGIO Kaffeerösterei/SPAR	Kaffee
Reinhard Schweitzer GmbH	Instantkaffee, Instantkakao, Eiskaffee, Eiskakao
SPAR Österreichische Warenhandels AG	Bananen, Fruchtsäfte
Starbucks Coffee Austria GmbH	Kaffee
Ströck Brot GmbH	Kaffee
Tchibo Coffee Service Austria GmbH	Kaffee
Tirol Milch reg. Gen. m. b. H.	Molkereiprodukte
Trausners Genuss Werkstatt	Konfitüre/Marmelade
Zeilberger Fruit Service AG	Frische Früchte
Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH	Schokoladeprodukte

INTERNATIONALE LIZENZNEHMER, DIE IN ÖSTERREICH AKTIV SIND

AgroFair B. V. (frische Früchte) | Davert GmbH (Reis) | Diskoflora B. V. (Rosen) | Eosta B. V. (frische Früchte) | FairDeal Trading Partnership Llp. (Sportbälle) | Fürsten-Reform Dr. med. Hans Plümer Nachf. GmbH & Co. KG (Honig) | Fyffes plc (frische Früchte) | Gardeur AG (Jeans) | GEPA – The Fair Trade Company (Schokoladeprodukte) | Jack & Jones (T-Shirts, Jeans) | Jørck & Larsen (Bettwaren) | Jules Clarysse (Frottierwaren) | Omniflora Blumen Center GmbH (Rosen) | La Redoute S. A. (T-Shirts, Bettwaren) | Neuteboom B. V. (Kaffee) | Peter Riegel Weinimport GmbH (Wein) | Kaffeerösterei Hubert Tempelmann e. K. (Kaffee) | Springflower Holding B. V. (Rosen) | Vita Verde GmbH (Fruchtsäfte)



FINANZBERICHT 2007: LIZENZEINNAHMEN WEITER GESTEIGERT

ZU DEN ERLÖSEN

Lizenzeinnahmen

Die Lizenzeneinnahmen stiegen 2007 gegenüber dem Vorjahr um 24 %. Die Tabelle zeigt, wie sie sich auf die FAIRTRADE-Produkte verteilen.

Lizenzeinnahmen 2007 in EUR		
Gesamt	661.238	+24%
Bananen	206.018	+18%
Kaffee	160.306	+14%
Fruchtsäfte	101.294	+183%
Schokolade	81.794	+17%
Rosen	50.585	-15%
Andere Produkte	61.241	+19%

Die gewachsenen Lizenzeneinnahmen spiegeln den gesteigerten FAIRTRADE-Absatz und damit den gesteigerten Benefit für die Produzentenländer wider. Der Benefit ist die Summe aus FAIRTRADE-Preis und FAIRTRADE-Prämie und erreichte 2007 9,7 Mio. USD.

Förderungen für Projekte

Die Förderungen sind folgenden Projekten gewidmet: dem Marketingprojekt, dem Info- und Unternehmensservice-Projekt, den Informationsprojekten Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und Vorarlberg sowie dem Gemeindeprojekt Niederösterreich. Die Fördergeber sind die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im Außenministerium – Austrian Development Agency GmbH, Caritas Österreich, Dreikönigsaktion, Katholische Männerbewegung, Diözese Eisenstadt, Welt-

haus der Diözese Linz, die Bundesländer Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Vorarlberg und Wien sowie die Unternehmen Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG, mobilkom austria AG, Verkehrsbüro-Ruefa Reisen GmbH und Böhler-Uddeholm AG.

ZU DEN AUFWENDUNGEN

Grundaufwand

Der Grundaufwand inkludiert die Beiträge an die Dachorganisation FLO International für die Standardsetzung für Produkte, die Zertifizierung der ProduzentInnen sowie die Waren- und Geldflusskontrolle zwischen den Produzenten- und Konsumentenländern.

Personal- und Projektaufwand

Der Gesamtprojektaufwand umfasst den Posten Personalaufwand zu 70 % und den Projektaufwand als Sachaufwand zur Gänze. Rund zwei Drittel der FAIRTRADE-Aufwendungen kommen somit direkt den Projekten zugute.

ZUM JAHRESÜBERSCHUSS

Der Jahresüberschuss ist in voller Höhe den satzungsmäßigen Rücklagen in der Gewinn- und Verlustrechnung zugewiesen und wird daher zweckgebunden für die Ziele von FAIRTRADE verwendet.

ZUR FINANZPRÜFUNG

Die FAIRTRADE-Finanzgebarung 2007 wurde von Wirtschaftsprüfer Mag. Wilhelm Zmatlo geprüft und testiert.



GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

ERLÖSE	2007	2006
	EUR	EUR
Lizenzentnahmen	661.238	531.760
Förderungen Projekte (Marketingprojekt etc.)	422.509	419.200
BMAA	260.000	240.000
Bundesländer	44.634	30.000
Träger	89.875	109.400
Kirche	3.000	20.300
Sponsoren	25.000	19.500
Sonstige Erlöse	86.002	75.589
Mitgliedsbeiträge	16.066	15.063
Akte, Förderer, Spenden	18.183	28.173
Sonstige betriebliche Erlöse	51.752	32.353
SUMME ERLÖSE	1.169.748	1.026.549

BILANZ

AKTIVA	2007	2006
	EUR	EUR
Anlagevermögen	33.867	24.361
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Software	3.090	2.768
Sachanlagen		
Betriebs- und Geschäftsausstattung	25.131	15.729
Finanzanlagen		
Wertpapiere u. Anteile	5.646	5.865
Umlaufvermögen	474.426	386.729
Vorräte		
Informationsmaterialien	19.328	10.656
Forderungen		
Forderungen Lieferungen und Leistungen	31.809	39.627
Forderungen Lizenzgebühren	200.186	161.804
Sonstige Forderungen	58.979	81.950
Kassabestand, Bankguthaben	164.124	92.692
Rechnungsabgrenzungen	29.249	–
SUMME AKTIVA	537.542	411.090

AUFWENDUNGEN	2007	2006
	EUR	EUR
Grundaufwand	288.004	199.948
Miet- u. Betriebsaufwand,		
Instandhaltung	52.749	44.039
Mitgliedsbeiträge (Dachverband etc.)	77.897	61.086
Sonstiger betrieblicher Aufwand	157.358	94.823
Personalaufwand	429.802	365.659
Projektaufwand (Marketingprojekt etc.)	418.460	360.315
SUMME AUFWENDUNGEN	1.136.266	925.921
JAHRESÜBERSCHUSS	33.482	100.628
Satzungsmäßige Rücklagen		
Dotierung	60.921	100.628
Auflösung	27.439	–
GEBARUNGSÜBERSCHUSS	–	–

PASSIVA	2007	2006
	EUR	EUR
Eigenkapital	276.572	243.090
Grundkapital	142.462	142.462
Satzungsmäßige Rücklagen	134.110	100.628
Rückstellungen	32.708	32.979
Abfertigungsrückstellungen	5.637	5.345
Rückstellungen Projekte	–	–
Sonstige Rückstellungen	27.071	27.634
Verbindlichkeiten	166.263	135.021
Bankverbindlichkeiten	–	–
Verbindlichkeiten		
Lieferungen und Leistungen	73.702	30.747
Kleindarlehen	42.706	53.246
Sonstige Verbindlichkeiten	49.855	51.028
Rechnungsabgrenzungen	62.000	–
SUMME PASSIVA	537.542	411.090

SPONSOREN UND TRÄGERORGANISATIONEN

SPONSOREN

Ohne das Engagement der vielen Menschen, die ehrenamtlich für FAIRTRADE Österreich arbeiten, der Trägerorganisationen, 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!

Wir bedanken uns auch bei den zahlreichen prominenten Persönlichkeiten aus Politik, Sport und Kultur, vor allem bei Natalie Alison, Louie Austen, Nina Blum, Christoph Fälbl, Alexander Goebel, Eva Maria Gradwohl, Stephan Hierzer, Reinhard Jesonek, Tini Kainrath, Andreas Knoll, Univ.-Prof. Dr. Bernd Lötsch, Botschafter Mag. Byron Morejón-Almeida, Helmut Österreicher, Toni Polster, Willi Resetarits, Gerda Rogers, Franz Zodl.

Insbesondere bedanken wir uns für die finanzielle Unterstützung bei

Bund:

Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im BMeiA – Austrian Development Agency GmbH

Träger:

**Caritas Österreich
Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs
Katholische Männerbewegung Österreich**

Kirche:

**Diözese Eisenstadt
Welthaus der Diözese Linz**

Bundesländer:

**Land Niederösterreich
Land Oberösterreich
Land Salzburg
Land Vorarlberg
Stadt Wien**

Unternehmen und Institutionen:

**Böhler-Uddeholm AG
mobilkom austria AG
Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG
Verkehrsbüro-Ruefa Reisen GmbH**

und bei allen „FAIRTRADE-AktionärInnen“ sowie FAIRTRADE-Förderinnen und -Förderern.

TRÄGERORGANISATIONEN

FAIRTRADE Österreich wird von einer breiten überparteilichen Öffentlichkeit getragen. Folgende 29 Organisationen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Kirche, Ökologie, Bildung und Soziales sind daran beteiligt:

**A3W – Aktion Dritte Welt
ARGE Weltläden
Bundesjugendvertretung
CARE Österreich
Caritas Österreich
CONA
Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs
Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission
Evangelische Jugend Österreich
Gewerkschaft Metall – Textil – Nahrung
Grüne Bildungswerkstatt Österreich
Horizont3000 – Österreichische Organisation für Entwicklungszusammenarbeit
Institut für Englische Wirtschaftskommunikation an der Wirtschaftsuniversität Wien
JUGEND EINE WELT – Don Bosco Aktion Österreich
Katholische Frauenbewegung Österreichs
Katholische Jugend Österreich
Katholische Männerbewegung Österreich
Katholischer Familienverband der Erzdiözese Wien
Klimabündnis Österreich
LICHT FÜR DIE WELT – Christoffel
Entwicklungszusammenarbeit
ÖBV – Via Campesina Austria
Österreichische HochschülerInnenschaft
Österreichisches Ökologie-Institut
Oikocredit
Renner-Institut
Südwind-Entwicklungspolitik
„die umweltberatung“ – Verband Österreichischer Umweltberatungsstellen
Volkshilfe Österreich
WWF (World Wide Fund for Nature) Österreich**

Wegen Beendigung der Tätigkeit ausgeschieden:

Österreichisches Nord-Süd-Institut für Entwicklungszusammenarbeit



FAIRTRADE INTERN

FAIRTRADE-VORSTAND (STAND JUNI 2008)



Mag. Helmut Schüller
Vorstandsvorsitzender
Universitätsseelsorger und
Pfarrer



Mag. Gabriela Sonnleitner
Stv. Vorstandsvorsitzende
Caritas Österreich



Mag. Helmut Adam
Südwind Agentur,
FAIRTRADE-Ehrenmitglied



Ernst Gassner
ARGE Weltläden



ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Luise Gubitzer
WU Wien



Christian Herret
Dreikönigsaktion



Edeltraud Novy
Katholische Frauenbewegung
Österreichs, FAIRTRADE-
Ehrenmitglied



Hans Toth
BA-CA Private Equity GmbH



Herbert Wasserbauer
Katholische Jugend Österreich



Andreas Wurzer
WWF



Dr. Heinz Gabler
MR i. R. OEZA



Dr. Helmuth Hartmeyer
Austrian Development Agency

EHRENMITGLIEDER

FAIRTRADE-BÜRO, ANGESTELLTE



Mag. Hartwig Kirner
Geschäftsführer
(seit 1. 9. 2007)



Mag. Gertraud Akgün-Krenn
Leiterin Key Account Out of
Home/Lobbying



Regina Dicken
Leiterin Marketing &
Key Accounts Handel
(seit 17. 9. 2007)



Mag. Angelika Glatzl
Junior-Key-Account-Managerin
Handel (seit 1.10.2007)



Beate Irani
Leiterin Marketing &
Key Accounts Handel
(zurzeit in Karenz)



Mag. Ellen Liebl
Förderwesen und Recht



Gisella Linschinger
Assistentin Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
(seit 1. 4. 2008)



Anna Neulinger Bakk.
Officemanagement



Mag. Veronika Polster
Leiterin Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit



Monika Vessel
Officemanagement, VIP-Service



Mag. Barbara Weinmann
Junior-Managerin Out of Home,
Gemeindeservice
(seit 1. 8. 2007)



Mag. Robert Wolfsberger
Leiter Controlling
(Finanzen und Trade Audit)

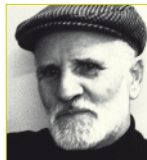
FAIRTRADE-BÜRO, FREIE MITARBEITER(IN)



Annemarie Kollmann
Betreuung von FAIRTRADE-
Pool, ReferentInnen, Events und
Verkostungen, Kaffee-Expertin



Thomas Wackerlig
Gemeindeservice



Univ.-Prof. Dr. Josef Weidacher
Universitäts- und Schulreferent

FAIRTRADE-BÜRO AUSGESCHIEDEN

Sebastian Claire, Office bis 31. 7. 2007 | **Mag. Georg Gruber**, Geschäftsführer bis 31. 7. 2007

PRAKTIKANT(INN)EN UND TRAINEES

Kathrin Egger | Elvira Gatschlhofer | Morgane Le Floch | Bernhard Obojes | Pereque Vieira Pinto | Thomas Rachbauer | Eleonora Rau | Sabine Steindl | Moritz Voges

REFERENT(INN)EN

Marion Cezik | Anna Gaidziza | Susanne Grasser | Nicole Kajtna | Alexandra Lehmwald | Christian Leu | Martin Michalitsch | Brigitte Noisternig | Sabine Plodek-Freimann | Hanna Schwarz | Erik Stettler | Judith Wallisch

RECHNUNGSPRÜFER(IN)

Gabriele Fittl | Rupert Helm-Wakolbinger



Die Organisation FAIRTRADE ist ein besonders wirkungsvolles Beispiel für den gelungenen Versuch, die Solidarisierung von der Ebene des Wortes auf die Ebene der Taten zu heben. Denn wenn wir wirklich helfen wollen, müssen sich unsere Überzeugungen auch in wirtschaftlichen Möglichkeiten und täglichen Kaufentscheidungen niederschlagen.

BUNDESPRÄSIDENT DR. HEINZ FISCHER

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 | Für den Inhalt verantwortlich: Veronika Polster | Redaktion/Leitung: Karin Astelbauer-Unger, Veronika Polster | GastautorInnen: Verena Kainrath, Stefan Schocher | Lektorat: Karin Astelbauer-Unger und Wolfgang Astelbauer | Layout und Satz: typothese/m.zinner grafik, Sanja Jelic | Druck: Druckerei Resch KEG, 1150 Wien | Foto- und Bildmaterial: Agrofair, FAIRTRADE Österreich, FLO, FLO Cert, Gentilhomme, HBF, Kainrath, Kröpfl, Lechner, Lethonen, mobilkom, Nemsic, Plassnik, Reitbauer, Schnabl, Scheele, Schocher, Schueller, Tuma, Villegas Sanchez, Wien Nord Pilz Werbeagentur | Stand Juni 2008

FAIRTRADE ist wirkungsvolle Entwicklungszusammenarbeit.

INFO-HOTLINE: 0810 500 770