



# FAIRTRADE ÖSTERREICH JAHRESBERICHT 2008/09



# HILFE ZUR SELBSTHILFE

Hilfe zur Selbsthilfe, ein leitendes Prinzip der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit, wird durch FAIRTRADE beispielhaft umgesetzt. Nur durch Eigenverantwortung kann Hilfe nachhaltig erfolgreich sein. Durch den Kauf von FAIRTRADE-Produkten geben Sie den Menschen in Afrika, Asien und Lateinamerika Sicherheit und Zuversicht und tragen aktiv dazu bei, ihre Lebensbedingungen nachhaltig zu verbessern. FAIRTRADE unterstützt mehrere Aspekte der Entwicklungszusammenarbeit und setzt sich auch im Gesundheits-, Bildungs- und Sozialbereich ein. Dieses Bündel an Maßnahmen schafft konkrete Zukunftsperspektiven für die Bevölkerung in den Partnerländern. FAIRTRADE zeigt klar, dass die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit auf vielen Ebenen wirkt – wir unterstützen diese Initiative seit vielen Jahren. Mittlerweile engagieren sich in Österreich auch Gemeinden und Bezirke für den FAIRTRADE-Gedanken. Sie schaffen Bewusstsein, indem sie fair gehandelte Produkte ins lokale Angebot aufnehmen und diese in Betrieben und Institutionen anbieten. Durch den Einsatz im Gemeindealltag wird aus der FAIRTRADE-Idee gelebte Solidarität von Mensch zu Mensch. Die rund 30 FAIRTRADE-Gemeinden haben Vorbildwirkung, und ich hoffe, dass noch viele weitere dieses Konzept aufgreifen und umsetzen werden.



**Dr. Michael Spindelegger**  
Bundesminister für europäische und internationale Angelegenheiten

## INHALT

Vorworte	2
FAIRTRADE als Entwicklungsmotor in Zeiten der Finanzkrise	3
FAIRTRADE im internationalen Netzwerk	6
Großes tun mit einem kleinen Zeichen: Auswirkungen im fairen Handel	9
Noch mehr Auswahl – Fairness fängt beim Kauf an	13
Fairer Handel bittet zu Tisch: Neues für die Gastronomie	17
Noch viel zu tun bei öffentlichen Institutionen in Österreich	18
Finanzbericht 2008	20
Sponsoren und UnterstützerInnen	22
FAIRTRADE Österreich im Überblick	23



**Helmut Schüller** zu Besuch im Altenheim „Hogar de Dios“

Mit dem Kauf eines FAIRTRADE-Produkts kann viel bewegt werden. Dank der fairen Bezahlung der Bäuerinnen und Bauern im FAIRTRADE-System und dank der FAIRTRADE-Prämie für soziale Projekte sind in verschiedenen Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas viele positive Entwicklungen möglich: Eltern können ihre Kinder die Schule besuchen lassen, für Familien wird die Zukunft plan- und gestaltbar; die Kooperativen setzen verschiedenste Maßnahmen für das allgemeine Wohl im Bildungs- und Gesundheitsbereich. Daher lautet das heurige Motto „Großes tun mit einem kleinen Zeichen“.

Ich selbst war im vergangenen November in Costa Rica und besuchte mit FAIRTRADE gemeinsam Kleinbauern, die Kaffee anbauen, sowie Arbeiterinnen und Arbeiter auf einer FAIRTRADE-Ananasplantage. Nicht nur auf den Plantagen, sondern auch in den umliegenden Gemeinden wurde viel verändert, weil sich durch den fairen Handel auch die Rahmenbedingungen für die Region geändert haben. So wurde unter anderem mittels FAIRTRADE-Prämie ein Altenheim eingerichtet, in dem behinderte ältere Menschen aus Pital in einer freundlichen Umgebung wohnen und in Würde älter werden können. Sie müssten sonst auf der Straße leben, weil sie niemanden haben, der sich um sie kümmert. Leider gibt es derzeit noch zu wenige Plätze: Wir haben bei unserem Besuch erfahren, dass mehr als 100 Personen auf der Warteliste stehen. Es waren sehr bewegende Momente, als wir mit den Bewohnerinnen und Bewohnern zusammentrafen; wir wurden herzlichst empfangen, mit Musik und viel Lebensfreude. Es geht also nicht nur darum, der Landwirtschaft „auf die Beine zu helfen“ und den Mitgliedern der FAIRTRADE-Kooperativen ein besseres Leben zu ermöglichen, sondern auch um eine gesamtgesellschaftliche Entwicklung. Der partnerschaftliche Umgang im FAIRTRADE-System fördert auch das Qualitätsbewusstsein der Produzentenorganisationen, und auch die ökologische Verantwortung ist in den FAIRTRADE-Kooperativen schon sehr stark ausgeprägt. Die Idee des fairen Handels zieht immer weitere Kreise und wird von der Basis her sukzessive auch die Politik erfassen.

Ich konnte mich in Costa Rica davon überzeugen, dass der Aufbau der FAIRTRADE-Kooperativen solide und kontinuierlich erfolgt, und bin sehr motiviert zurückgekehrt, um mich am anderen Ende der Kette des fairen Handels dafür einzusetzen, dass sich noch mehr Konsumentinnen und Konsumenten für Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel entscheiden. Gerade angesichts der Weltwirtschaftskrise sollte man mit den Menschen in Afrika, Asien und Lateinamerika weiter solidarisch sein und Initiativen wie die des fairen Handels tatkräftig unterstützen.

**Mag. Helmut Schüller**  
Vorstandsvorsitzender von FAIRTRADE Österreich

In Brasilien sind es fünf Kooperativen, die den europäischen und österreichischen Markt mit fair produziertem Orangensaftkonzentrat beliefern.



## FAIRTRADE ALS ENTWICKLUNGSMOTOR IN ZEITEN DER FINANZKRISE

Auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten setzen die ÖsterreicherInnen auf Fairness und Nachhaltigkeit. Teuerung und Krise tragen die Gefahr in sich, den FAIRTRADE-Boom ein wenig zu bremsen. Umgekehrt bringt jedoch die aktuelle wirtschaftspolitische Diskussion mehr Dynamik in die Diskussion um Fairness in der Wirtschaft und im internationalen Handel. Das bestätigt auch Univ.-Prof. Dr. Peter Schnedlitz, Vorstand des Instituts für Handel und Marketing an der Wirtschaftsuniversität Wien: „FAIRTRADE ist in den Herzen und Köpfen der Österreicherinnen und Österreicher schon angekommen. In den Einkaufswagen noch nicht ganz. Da ist noch etwas drin.“ Der Handelsexperte rechnet damit, dass der Marktanteil von FAIRTRADE-Produkten in Österreich weiter zunehmen wird: „Der Marktanteil für fair gehandelten Kaffee in Österreich etwa wird sich in den nächsten Jahren in Richtung vier Prozent entwickeln; dies ist der aktuelle Marktanteil im ‚Musterland‘ Schweiz. Bei Bananen sind dagegen nach oben keine Grenzen gesetzt. In der Schweiz stammt bereits jede zweite

Banane aus FAIRTRADE-Quellen.“ Der verantwortungsvolle Umgang mit Menschen und Ressourcen wird immer stärker aufgegriffen. „Entscheidend für den Erfolg ist aber, dass diese Aktivitäten authentisch und nachhaltig sind“, so Schnedlitz. „Denn Marketing-Gags werden rasch durchschaut und sind kontraproduktiv.“

Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz von FAIRTRADE-Produkten im österreichischen Handel um 24,3 Prozent auf über 65 Mio. Euro und liegt damit im weltweiten Trend. Wachstumsimpulse in Österreich waren vor allem die FAIRTRADE-Biobananen (+37 Prozent), die seit Frühjahr 2008 auch offen erhältlich sind, sowie FAIRTRADE-Kaffee (+36 Prozent), dessen Absatz vor allem im Gastronomie- und Hotelleriebereich gesteigert werden konnte. Vielerorts wurden die Produktsortimente ausgebaut und den neuen Konsumtrends angepasst. So verkauft der Handelsriese SPAR mittlerweile eine breite Palette von Artikeln, die das FAIRTRADE-Gütesiegel tragen. Dr. Gerhard Drexel, Vorstandsvorsitzen-

der SPAR Österreich erklärt: „SPAR und INTERSPAR engagieren sich seit Jahren für einen fairen Handel und führen bis zu 100 FAIRTRADE-Produkte im Sortiment. Absoluter Topseller sind nach wie vor die fair gehandelten SPAR Natur\*pur Bio-Bananen, die SPAR als erstes Lebensmittelhandelsunternehmen nach Österreich gebracht hat.“

Billa und MERKUR setzen verstärkt auf den fairen Trend und platzieren FAIRTRADE-Produkte prominent im Regal. „Neben dem klassischen Sortiment von Kaffee und Orangensaft, Biofrischobst, wie Ja! Natürlich Bananen und Ananas, führt die REWE International AG als Erster im Lebensmittelhandel während der kalten Jahreszeit Rosen ausschließlich aus FAIRTRADE-Anbau und unterstützt damit den FAIRTRADE-Gedanken und in weiterer Folge die soziale Komponente dieser Organisation“, so Mag. Werner Wutscher, Vorstand REWE International AG. Das heimische Handelshaus MPREIS zählte von Anfang an zu den Partnern von FAIRTRADE und hat für den fairen Handel wichtige Pionierarbeit geleistet. „Vor



Großes tun mit einem kleinen Zeichen

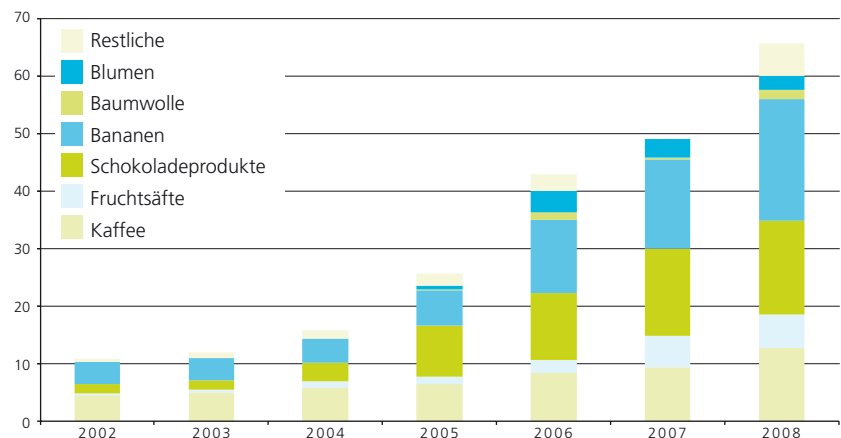
16 Jahren startete das Tiroler Familienunternehmen MPREIS mit EZA-Kaffee als Erster in Österreich, fair gehandelte Waren im Lebensmittelhandel anzubieten, und ist bis heute wichtiger Vorreiter bei Produktneueinführungen. Unser Angebot an fair gehandelten Lebensmitteln wird laufend erweitert: zum Beispiel Biobananen im Jahr 2002 und Bioananas, Bio-trauben, Biomangos sowie Bioavocados im letzten Jahr“, freut sich Mag. Anton Mölk, Geschäftsführer MPREIS. „Trotz Wirtschaftskrise rechnen wir mit einem zweistelligen Wachstum im kommenden Jahr und wollen die 70-Millionen-Euro-Grenze überschreiten“, macht FAIRTRADE-Geschäftsführer Mag. Hartwig Kirner seinen Plan deutlich. Um dieses Ziel zum Wohle der Produzentengruppen in den Entwicklungsländern zu erreichen, finden sich auch immer mehr Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel im Biofachhandel, in Drogeriemärkten und in den Weltläden, den Fachgeschäften für fairen Handel. Auch Diskontmärkte wie Hofer haben im vergangenen Jahr vor allem das Fruchtsaft- und Kaffeesegment sowie den FAIRTRADE-Frischobstbereich ausgeweitet.

Aber nicht nur Handelsketten engagieren sich. Auch die Vorarlberger Hermann Pfanner Getränke GmbH ist bereits seit vielen Jahren mit an Bord. Pfanner hat als erster Fruchtsafthersteller auf das FAIRTRADE-Siegel gesetzt und den ersten zertifizierten Orangensaft in Österreich auf den Markt gebracht. „Seit beinahe

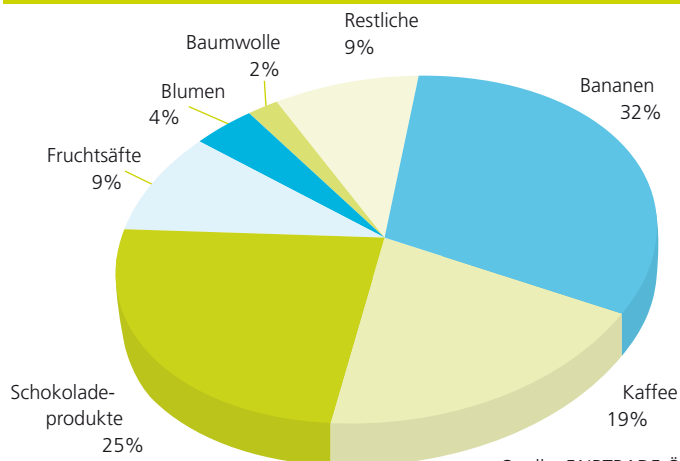
acht Jahren kooperieren wir sehr erfolgreich mit FAIRTRADE in Österreich, Deutschland, Luxemburg und Italien“, bestätigt Mag. Peter Pfanner. „Als ex-

portorientiertes österreichisches Familienunternehmen war uns auch beim fair gehandelten Orangensaft die länderübergreifende Botschaft wichtig. Um fruchtige

Umsatzentwicklung von 2002 bis 2008 nach Produktgruppen in Mio. EUR



Umsatzverteilung nach Produkten 2008



Quelle: FAIRTRADE Österreich, Mai 2009



Der faire Handel setzt auf gezielte und nachhaltige Förderung kleinbäuerlicher Landwirtschaft und sozial geführte Plantagen in Lateinamerika, Afrika und Asien.

Abwechslung im FAIRTRADE-Sortiment zu bieten, wurde die Palette in den letzten Jahren um die Produkte Multivitamin- und Mangonektar erweitert. Und was sehr erfreulich für alle Beteiligten ist: Der Umsatz konnte um das Zehnfache gesteigert werden.“ Andere Saffhersteller wie die Firma Rauch setzen mittlerweile ebenfalls auf FAIRTRADE in ihrem Sortiment.

Auch im Schokoladebereich ist Österreich ein wichtiges Beispiel dafür, wie Schokolade in höchster Bio- und FAIRTRADE-Qualität von der Bohne weg erfolgreich produziert werden kann. Die Zotter Schokoladenmanufaktur GmbH, seit 2004 beim fairen Handel, macht es vor. „Schokolade besteht primär aus Kakao und Zucker. Für unsere Schokoladenkreationen verwenden wir ausschließlich FAIRTRADE-Biokakao“, erklärt der Kreativ-Chocolatier Josef Zotter. „Dieser Kakao zeichnet sich durch sehr hohe Qualität aus. Kleinbauernorganisationen arbeiten einfach anders als anonyme Konsumkakao-Hersteller. Sie investieren viel Liebe und Erfahrung, um einen individuellen Kakao herzustellen. Da schmecken Sie die Region, das Terroir und die Kakao-Prozente. Ein Kakao mit Charakter, der neben dem FAIRTRADE-Zucker und FAIRTRADE-Kaffee den Geschmack unserer Edelschokoladen prägt.“

1 Von FAIRTRADE Labelling Organizations (FLO) International in Auftrag gegebene Online-konsumentenumfrage: Vom 15. Oktober bis 17. Dezember 2008 wurden 14.500 KonsumentInnen befragt.  
 2 Schätzungen von FLO, Stand Mai 2009.

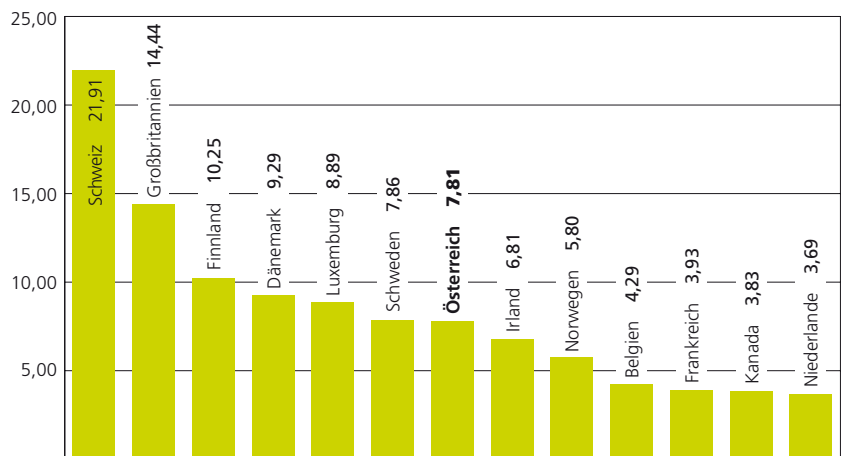
Die positive Entwicklung des fairen Handels ist jedoch kein österreichisches Phänomen, denn das FAIRTRADE-Gütesiegel genießt mittlerweile einen hohen Bekanntheitsgrad. Österreich liegt mit 84 Prozent, nach Großbritannien mit 90 Prozent, im europäischen Spitzenfeld – vor der Schweiz und Deutschland. Das ergab eine im April 2009 veröffentlichte, erstmals international durchgeführte Konsumenten-umfrage von GlobeScan in 15 Ländern.<sup>1</sup>

Weltweit stieg der Umsatz von FAIRTRADE-Produkten im Handel im vergangenen Jahr durchschnittlich um mehr als 22 Prozent von über 2,3 Mrd. Euro auf geschätzte 2,9 Mrd. Euro. Die größten Umsatzsteigerungen wurden in in Australien/Neuseeland (+72 Prozent), Schweden und Norwegen (+71 Prozent) gefolgt von

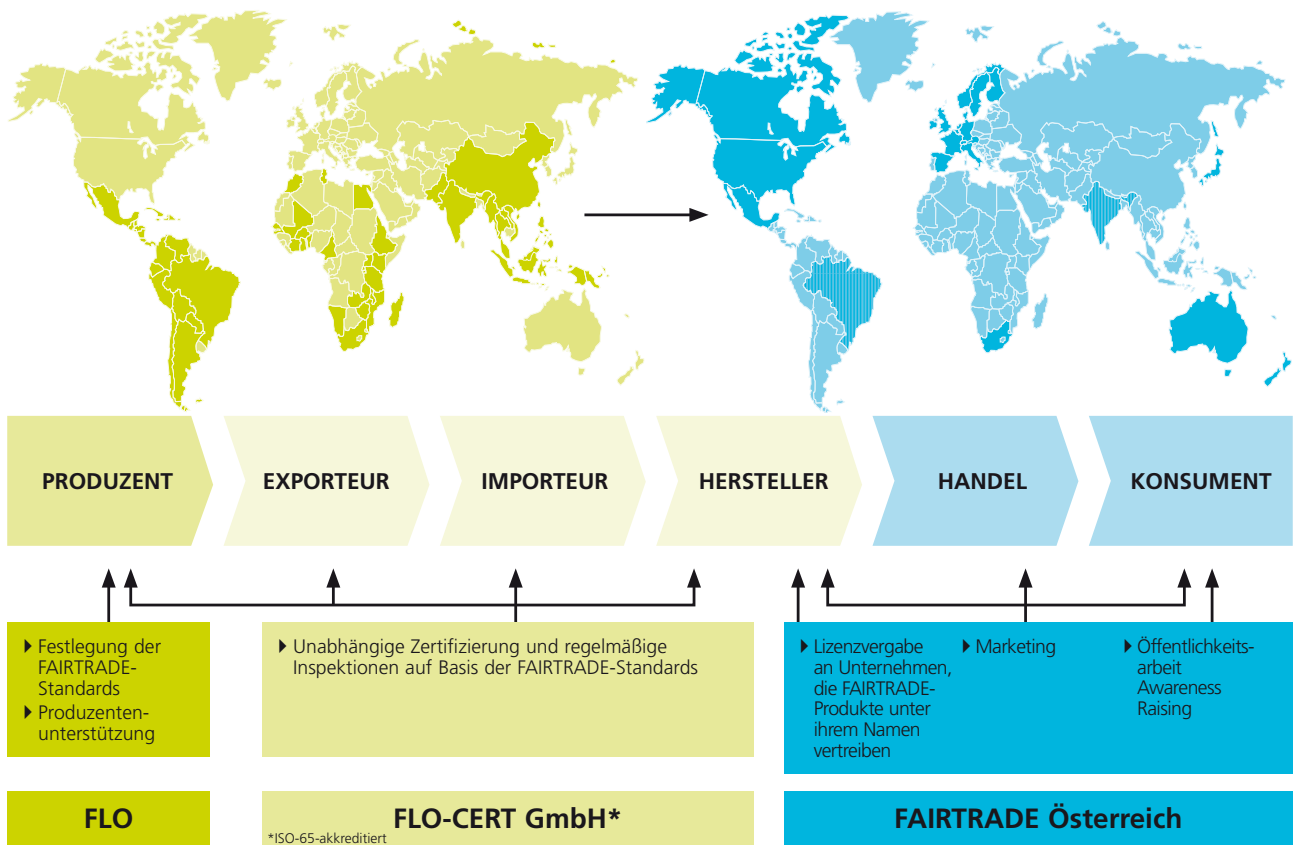
Kanada (+ 61 Prozent) und Finnland (+57 Prozent) verzeichnet.<sup>2</sup>

In diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten stellen die große Auswahl und die Verfügbarkeit von FAIRTRADE-Produkten sicher, dass die KonsumentInnen dem fairen Handel treu bleiben können. „Viele weltweit bekannte Marken sehen FAIRTRADE als wichtigen Teil ihrer künftigen Entwicklung. Wir arbeiten mit diesen Unternehmen, um den Absatzmarkt auszubauen, damit in Zukunft noch mehr ProduzentInnen von den Vorteilen von FAIRTRADE profitieren können“, so Kirner. „Die Tatsache, dass die KonsumentInnen FAIRTRADE auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten treu bleiben, macht Mut. Die ProduzentInnen brauchen FAIRTRADE heute mehr denn je!“

Pro-Kopf-Konsum FAIRTRADE-Produkte 2008 in Euro (geschätzt)



Quelle: Max Havelaar Schweiz, April 2009



## FAIRTRADE IM INTERNATIONALEN NETZWERK

Die Organisation Fairtrade Labelling Organizations (FLO) International mit Sitz in Bonn wurde 1997 gegründet, um die Arbeit der verschiedenen nationalen FAIRTRADE-Siegelinitiativen zu koordinieren und Synergien zu nutzen. Im Jahr 2004 wurden die Aufgabenbereiche Standarderstellung und Zertifizierung getrennt.

So entwickelt heute der **Verein FLO** die Standards des fairen Handels und begleitet Produzentenkooperativen, Kleinbauern- und Hired-Labour-Organisationen in Entwicklungsländern darin, die Anforderungen des fairen Handels zu erfüllen. Mitglieder von FLO sind 19 Gütesiegelorganisationen, wie FAIRTRADE Österreich, zwei sogenannte assoziierte Mitglieder in Südafrika und Mexiko sowie die Organisationen CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo), AFN (African Fairtrade Network) und NAP (Network of Asian Producers), welche die FAIRTRADE-Produzentengruppen in Lateinamerika, Afrika und Asien repräsentieren.

Die Zertifizierungsorganisation **FLO-CERT GmbH** (FLO-CERT), die für die Durchführung der Zertifizierung bei allen Vertragspartnern zuständig ist, ist nach der internationalen Qualitätsnorm für Zertifizierungsorganisationen ISO-65-akkreditiert. Damit werden größtmögliche Transparenz und ein hohes Maß an internationaler Wettbewerbsfähigkeit gewährleistet.

Mehr als 120 geschulte Auditoren führen weltweit die Kontrollen bei den Vertragspartnern durch. Denn alle an der FAIRTRADE-Handelskette beteiligten Kleinbauern- und Hired-Labour-Organisationen sowie kommerziellen Unternehmen unterliegen dem strengen Kontrollsystem von FLO-CERT. Wichtiges Kontrollinstrument ist die Durchführung und Auswertung der Audits nach einheitlichen Verfahren. So wird sichergestellt, dass alle zertifizierten Produkte tatsächlich fair gehandelt werden und die Mindestpreise und Sozialprämien an die Produzentenorganisationen in den Entwicklungsländern geflossen sind.

In Kontrollen vor Ort prüfen die Auditoren u. a. die Rückverfolgbarkeit der Produkte, die Zahlung von FAIRTRADE-Preis und -Prämie, die Korrektheit von Verträgen, Beschaffungspläne und die Bereitstellung der Vorfinanzierung. Bei Abweichungen werden Korrekturmaßnahmen gefordert. Werden diese nicht innerhalb einer vorgegebenen Frist umgesetzt, kann ein Vertragspartner zunächst suspendiert und gegebenenfalls auch dezertifiziert werden.

**FAIRTRADE Österreich** ist für die Lizenzvergabe an Unternehmen zuständig und schreibt die ordnungsgemäße Verwendung des FAIRTRADE-Gütesiegels in Österreich vor. Seit 2009 zertifiziert FLO-CERT im Auftrag von FAIRTRADE Österreich auch die österreichischen Lizenzpartner, kontrolliert diese also auf Einhaltung der FAIRTRADE-Handelsstandards.



Mehr als 1,5 Millionen Bäuerinnen und Bauern sowie ArbeiterInnen profitieren vom fairen Handel. Zählt man die Angehörigen dazu, ziehen mehr als 7,5 Millionen Menschen direkt Nutzen aus dem FAIRTRADE-System.

## DAS FAIRTRADE-SYSTEM GREIFT

Alex Assanvo, 34, von der Elfenbeinküste arbeitet seit drei Jahren bei FLO im Bereich Producer Services and Relations. An der École des Hautes Études Internationales in Paris erwarb er ein Postgraduate Degree für „International Affairs“ und an der Universität in Marburg für „Geographie mit Nebenfach Wirtschafts- und Politikwissenschaft“. Im Februar 2009 war er zu Besuch bei FAIRTRADE Österreich.

### *Welche Aufgaben haben Sie als Producer Services and Relations Manager mit Ihrem Team?*

Eine meiner Aufgaben ist es, Produzentenorganisationen zu unterstützen: bei der ersten Heranführung an den FAIRTRADE-Markt, bei Fragen zur Erst- und Folgezertifizierung und bei technischen sowie administrativen Schwierigkeiten. Außerdem berate ich sie regelmäßig bezüglich Preisstrategien und Qualitätsmanagement. Zusätzlich bin ich für Baumwolle und Kakao verantwortlich, koordiniere die Informationen über Angebot und Nachfra-

ge und stelle die entsprechenden Kontakte zwischen weiterverarbeitenden Unternehmen und Produzentenorganisationen her.

### *Wie viele Bauernorganisationen betreuen Sie, und gibt es Probleme bei den ProduzentInnen?*

Wir betreuen derzeit in 15 Ländern Nord-, Ost-, West- und Zentralafrikas rund 150 FAIRTRADE-Bauernorganisationen und über 165 weitere Produzentengruppen, die zertifiziert werden wollen. Natürlich gibt es bei den Produzentenorganisationen auch Probleme. Zu Beginn der Zusammenarbeit ist oft fehlendes Marktwissen ein großes Thema und somit der Informationsbedarf groß. Es gilt zu klären, wie Vorfinanzierung oder die Einhaltung von Standards im Einzelnen zu erfolgen hat. Der Anspruch, den die FAIRTRADE-Standards voraussetzen, ist oft höher als bei vielen anderen Zertifikaten. Gerade deshalb ist der regelmäßige Austausch mit den Produzentenorganisationen so entscheidend.

Alex Assanvo koordiniert Informationen über Angebot und Nachfrage von FAIRTRADE-zertifizierter Baumwolle aus Afrika.

### *Gibt es ein Erlebnis, das Sie besonders berührt hat?*

Was mich glücklich macht, ist der Erfolg der FAIRTRADE-Projekte in ganzen Gemeinden. Hierzu ein kleines Beispiel: Im letzten Jahr bei einem Besuch einer FAIRTRADE-Bauernorganisation kommt ein Kind zu mir und seinem Vater, der in der Kooperative arbeitet, und bedankt sich für alles. Das klingt vielleicht eigenartig, aber es ist einfach unglaublich zu sehen, was der faire Handel für die Menschen vor Ort bewirkt. Die Kinder bemerken, wie das FAIRTRADE-System greift, wie ihre Eltern sich dank des fairen Handels auch ums Dorf kümmern können und Brunnen bauen oder Schulklassen einrichten. Das macht mich stolz auf das, was ich tue!





FAIRTRADE-Arbeits- und Umweltstandards bewirken in den Gemeinden positive Entwicklungen: Schulungen werden organisiert, und die Nachbarschaft wird informiert.

## DAS NETZWERK WÄCHST WEITER

Immer mehr ProduzentInnen wollen die Chance wahrnehmen, ihre Produkte zu FAIRTRADE-Bedingungen zu produzieren und zu verkaufen. Im vergangenen Jahr ist die Anzahl der FAIRTRADE-Kooperativen von 632 auf 746 in insgesamt 58 Ländern gestiegen. Einen besonders großen Zuwachs gab es bei den Kaffeekooperativen.

## DIE INTERNATIONALEN FLO-STANDARDS

Damit ein Produkt zertifiziert werden kann und das FAIRTRADE-Gütesiegel führen darf, müssen die von FLO festgelegten Standards des fairen Handels, die Sozial-, Handels- und Umweltkriterien enthalten, erfüllt werden.

Die Standards für Kleinbauernorganisationen und Plantagen (für „small holders“ resp. „hired labour“) definieren einerseits die Voraussetzungen, welche die Produzentenorganisationen in Bezug auf Arbeits- und Lebensbedingungen sowie auf die wirtschaftlichen Möglichkeiten und die gegebenen Umweltfaktoren erfüllen müssen, um die Zertifizierung zu bekommen (Mindestkriterien). Andererseits formulieren sie weiterführende Ziele, die zertifizierte ProduzentInnen erreichen sollen (Progresskriterien). Da die Rahmenbedingungen für jedes Produkt unterschiedlich sind, gibt es für jedes Produkt spezifische Standards.

Weiters hat FLO internationale Handelsstandards für Produzentenorganisationen und Händler/Unternehmen definiert, die vor allem die Vertragsgestaltung zwischen den jeweiligen Vertragsparteien festlegen.

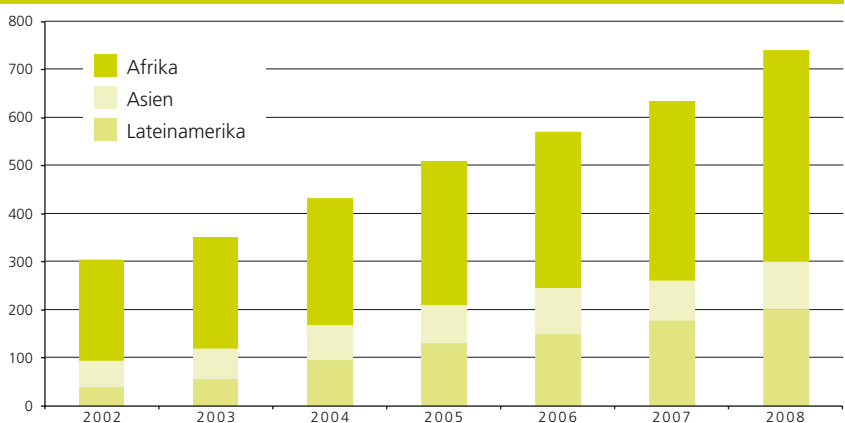
Alle Standards inklusive der darin festgelegten Mindestpreise werden regelmäßig von FLO-CERT-Auditoren überprüft; weitere Informationen unter [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net) und [www.flo-CERT.net](http://www.flo-CERT.net).

Die internationalen Standards für den fairen Handel umfassen die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit: Soziales, Handel und Umwelt.

### FAIRTRADE-Standards

SOZIALES	HANDEL	UMWELT
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Arbeitsbedingungen (ILO)</li> <li>▶ Organisation</li> <li>▶ Transparenz</li> <li>▶ Gemeinschaftsprojekte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Garantierte Mindestpreise</li> <li>▶ FAIRTRADE-Prämie</li> <li>▶ Langfristige Handelsbeziehung</li> <li>▶ Vorfinanzierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gentechnikfreiheit</li> <li>▶ Liste verbotener Substanzen</li> <li>▶ Umweltschonender Anbau</li> <li>▶ Förderung Bioanbau</li> </ul>

### Anzahl der FAIRTRADE-zertifizierten Produzentenorganisationen weltweit



Quelle: Max Havelaar Schweiz, Mai 2009





Da die Kirschen des Kaffeestrauches nicht gleichzeitig reif werden, müssen die Kaffeesträucher immer wieder nach reifen Beeren durchgekämmt werden. Für eine gute Kaffeequalität dürfen die Früchte weder zu früh noch zu spät geerntet werden.

## GROSSES TUN MIT EINEM KLEINEN ZEICHEN: AUSWIRKUNGEN IM FAIREN HANDEL

In den FAIRTRADE-Standards werden neben der Sozialprämie auch Mindestpreise festgelegt, welche die Kosten einer nachhaltigen Produktion decken. Obwohl die Agrarrohstoffpreise in den vergangenen Monaten auf einem hohen Stand waren, lagen sie in den letzten 20 Jahren überwiegend auf einem Niveau unter der Deckung der Produktionskosten. Die FAIRTRADE-Preise lagen die meiste Zeit weit über den Marktpreisen und haben den Produzentenorganisationen wichtige Sicherheit geboten.

Die ProduzentInnen entscheiden selbst, wie die zusätzlichen Gelder eingesetzt werden sollen. In den Kleinbauernorganisationen stimmen die Mitglieder in den Vollversammlungen über die Verwendung der **FAIRTRADE-Prämie** ab. Auf Plantagen muss laut FAIRTRADE-Kriterien ein demokratisch gewählter sogenannter Joint Body eingerichtet werden, der vorwiegend aus ArbeitervertreterInnen besteht und für die Verwaltung des FAIRTRADE-Aufschlages zuständig ist. Die Gelder werden hauptsächlich dazu genutzt, die medizinische Versorgung, die Bildung und andere

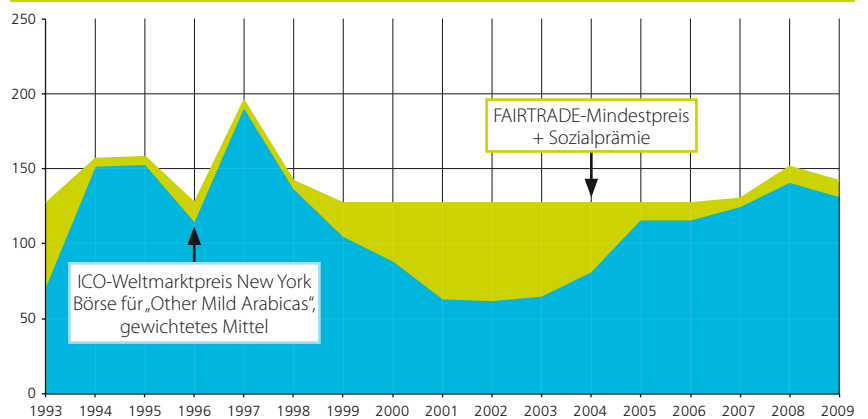
grundsätzliche soziale Einrichtungen zu verbessern. Die Gelder können auch in Entwicklungsprojekte investiert werden, die darauf abzielen, die Abhängigkeit von einzelnen Produkten zu verringern.

In der Kaffee-Kooperative COOCAFE in Costa Rica, bestehend aus neun kleineren Genossenschaften, konnte mittels FAIRTRADE-Prämie eine ganze Reihe von Projekten finanziert werden: Man baute zum Beispiel eine Wasseraufbereitungsanlage im Beneficio<sup>3</sup>, die den Wasserverbrauch von 2000 bis 3000 l Wasser pro 225 g Kaffee auf

200 l reduziert hat, man kaufte Transportfahrzeuge und bemühte sich um eine gute Schulbildung der Kinder durch die Vergabe von Stipendien.

„Einmal im Jahr wird mit allen Mitgliedern besprochen, was mit der FAIRTRADE-Prämie passieren soll“, so Victor Ramirez, Kaffeebauer und Mitglied der Kooperative im Nordosten von Costa Rica. In Monteverde entschied man sich für das Projekt „Hijos del Campo“<sup>4</sup>. 240 örtliche Schulen konnten dadurch besser ausgestattet werden, und bereits 2600 SchülerInnen erhielten Stipendien für den Besuch

Entwicklung des Kaffeepreises in USD pro Quintal (= 45,5 kg)



3 Verarbeitungsanlage.  
4 „Kinder vom Land“.

Quelle: FAIRTRADE Österreich, Mai 2009



FAIRTRADE-Baumwollernte schafft bessere Einkommensmöglichkeiten für Frauen.

von weiterführenden Schulen. „Auch meine Tochter bekommt pro Jahr ein Stipendium in der Höhe von 300 USD“, freut sich Ramirez. Sein Wunsch ist es, dass sie einen guten Abschluss macht, denn eines ist klar: Ohne Bildung gibt es keine Entwicklung.

Weil FAIRTRADE-zertifizierte Organisationen oft einen **besseren Zugang zu Marktinformationen** haben, kann dies die Preise auf regionaler Ebene beeinflussen. Einige zertifizierte Kooperativen berichten beispielsweise, dass ihr erweitertes Wissen über Marktpreise es privaten Händlern erschwert, Bauern der Gegend zu übervorteilen, und dass sich deswegen die Preise für alle in der Region besser gestalten. Weltweit profitieren über 470 Kaffee-kooperativen vom FAIRTRADE-System.

In Österreich bieten mittlerweile zahlreiche Firmen (u. a. EZA Fairer Handel GmbH, Eduscho [Austria] GmbH, J. Hornig GmbH, Santora Kaffeesysteme GmbH, Tchibo Coffee Service Austria GmbH, Julius Meinl Austria GmbH) über 30 verschiedene FAIRTRADE-Kaffeesorten an.

## PROFITIEREN AUCH FRAUEN VOM FAIREN HANDEL?

Die Auswirkungen des fairen Handels auf Frauen fallen unterschiedlich aus – direkt und indirekt. Frauen profitieren vor allem von der FAIRTRADE-Politik der Nichtdiskriminierung. Diese grundlegende Komponente der allgemeinen FAIRTRADE-Standards verbietet es den Produzentenorganisationen, jemanden aufgrund seiner ethnischen Zugehörigkeit, seiner Hautfarbe, seines Geschlechts, seiner Religion, seiner politischen Gesinnung sowie seiner nationalen oder sozialen Abstammung zu diskriminieren. Dies erlaubt es einer großen Anzahl von Frauen, zu **gleichberechtigten Bedingungen** zu arbeiten, ohne ungerechte Behandlung oder geringere Verdienste als ihre Kollegen befürchten zu müssen.

Viele Frauen in Kedougou im Hinterland Senegals sind seit kurzem sogar **Miteigentümerinnen** der Baumwollfelder, auch die junge Frau Coumba Diallo. Sie lebt in Ndebou, einem Dorf an der Grenze zu Mali, und ist Mutter

von fünf Kindern. Coumba hilft ihrem Mann beim Ernten und weiß als Miteigentümerin des gemeinsamen Baumwollfeldes genau, was mit der Ernte verdient wird. Ein paar Frauen des Dorfes haben sich bereits zusammengetan und legen das Geld auf ein gemeinsames Konto, um einen Pflug zu kaufen. Die Frage, ob es die Männer stört, dass die Frauen nun auch über die Einnahmen mitbestimmen, beantwortet sie mit einem Lächeln und meint: „Das gegenseitige Vertrauen steigt. Davon profitieren auch die Männer.“

Kedougou zählt zu den ärmsten Provinzen des Landes, die Jugend wandert nach Dakar ab, viele versuchen ihr Glück in Europa. Seit nun fünf Jahren greift in Kedougou die Idee des fairen Handels. 2004 erhielten die ersten drei Baumwoll-Kooperativen von FLO-CERT die FAIRTRADE-Zertifizierung. Mittlerweile nehmen mehr als 2500 Baumwollbäuerinnen und -bauern am fairen Handel teil, und weltweit sind 35 Produzentenorganisationen zertifiziert.

In Österreich bieten mittlerweile zahlreiche Firmen (u. a. EZA Fairer Handel



Zu den Aufgaben von Rosa Cacunga in Cayambe, Ecuador, gehört das Sortieren der Rosen nach Länge, Farbe und Größe der Blütenköpfe – eine Arbeit, die Erfahrung und Fingerspitzengefühl verlangt.

GmbH, REITER Betten & Vorhänge, Göttin des Glücks, Ainoah) über 100 verschiedene Baumwollprodukte mit dem FAIRTRADE-Siegel im Kleidermode- und Heimtextilienbereich an.

## FAIRTRADE IM ÖKOLOGISCHEN KONTEXT?

70 Prozent der Pestizide, die in den Entwicklungsländern zum Einsatz kommen, werden für den Anbau von Kaffee, Tee, Zucker, exotischen Früchten und Baumwolle verwendet – Produkte, die fast ausschließlich für den Export bestimmt sind. Diese Substanzen sind für Mensch und Umwelt schädlich.

FAIRTRADE erachtet den Umweltschutz als wichtig, weil er das Wohlergehen, die Gesundheit und den Lebensunterhalt der Menschen beeinflusst, die auf dem Land arbeiten und leben. Darum wurden in die Kriterien zur FAIRTRADE-Zertifizierung **Umweltstandards** eingebunden. Die Bauern und Arbeiter werden finanziell darin unterstützt, ihre Produktion auf biologische Anbaumethoden umzustellen, Wiederaufforstung zu

betreiben, Wasser zu sparen und sich ökologisch fortzubilden.

Nachfolgend einige FAIRTRADE-Umweltkriterien:

- Die ProduzentInnen dürfen keine genetisch veränderten Organismen anbauen. Ebenso verwenden sie in ihrer Primärproduktion oder Verarbeitung keine Produkte, die von genetisch veränderten Organismen abgeleitet wurden.
- Neuanpflanzungen in Urwaldgebieten sind untersagt. Bereits kultivierte Gebiete auf Farmland sollen mit natürlicher Flora und Fauna angereichert werden, um zur landwirtschaftlichen Diversifizierung beizutragen.
- Agrochemikalien, die auf der FLO-Liste der verbotenen Materialien stehen, werden von den Produzentenorganisationen nicht verwendet, verkauft, verarbeitet oder vertrieben.
- Die ProduzentInnen werden in der verantwortungsvollen Handhabung von Müll unterrichtet, um die Wasser- und Bodenqualität zu schützen sowie die Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten.

- Die ProduzentInnen verwenden ein Bewässerungssystem, das den Wasserbedarf minimiert. Feuer wird nur dann zur Landrodung und Ackervorbereitung eingesetzt, wenn dies ökologisch gesehen die beste Methode ist.

FAIRTRADE-zertifizierte Blumenplantagen sind ein gutes Beispiel dafür, wie umweltschützende Arbeitsweisen in eine Industrie eingeführt werden können, die für ihre umweltschädlichen Anbaumethoden bekannt ist. Die Blumenfarm Nevado in Ecuador etwa hat gleich mehrere innovative nachhaltige Anbaumethoden eingeführt. Hier wird zum Beispiel zusätzlich Kamille angebaut, um bestimmte Schädlinge zu vertreiben, man setzt Spinnen ein, die Schädlinge fressen, und man verwendet statt chemischer Pestizide Chilli- und Knoblauchsprays. Die Plantage recycelt auch alle Abwässer und stellt aus den Blumenabfällen Kompost her.

### Wie sieht es bei FAIRTRADE-Produkten mit dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck aus?

Die meisten FAIRTRADE-Produkte werden in der Regel per Schiff und nicht per Flugzeug importiert, Ausnahme sind die Rosen, die als Luftfracht transportiert



Über 36 Kakaokooperativen profitieren vom FAIRTRADE-System. In Österreich bieten zahlreiche Firmen (u. a. Zotter, BioArt, EZA Fairer Handel GmbH) mehr als 150 verschiedene Schokoladesorten mit FAIRTRADE-Siegel an.

werden. Ostafrika und Ecuador bieten für den Blumenanbau ideale Bedingungen: gleichmäßiges warmes Klima, viele Sonnenstunden und ausreichende Niederschläge verteilt über das ganze Jahr hinweg. Eine Rose, die beispielsweise in Kenia gezüchtet und per Flugzeug nach Europa gebracht wird, hat weniger Energie (inkl. Flugbenzin) als eine Rose aus einem europäischen Gewächshaus verbraucht.<sup>5</sup>

Weltweit profitieren über 48 Blumenfarmen vom FAIRTRADE-System. In Österreich bieten mittlerweile zahlreiche Firmen (u. a. Billa, MERKUR, ADEG, SPAR/SPAR Gourmet/INTERSPAR/EURO-SPAR, MPREIS, Zielpunkt, Rosen Waibel Münchendorf, Klimesch Rosen) verschiedene Rosensorten mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel an.

### WARUM IST DIE VORFINANZIERUNG WICHTIG?

Der direkte Verkauf an Importeure der Konsumentenländer kann für FAIRTRADE-zertifizierte Produzentenorganisationen oftmals mit finanziellen Schwierigkeiten verbunden sein. Die Produzentenkooperativen sind beispielsweise mit der harten Konkurrenz von Zwischenhändlern konfrontiert, welche die ProduzentInnen mit der sofortigen – allerdings geringeren – Bezahlung ihrer Ernte zu locken versuchen. Um diesem Problem zu begegnen, wurden eigene FAIRTRADE-Kriterien zur Vorfinanzierung entwickelt.

„Kleinbauernkooperativen haben zur Erntezeit einen hohen Finanzbedarf, da sie ihre Mitglieder für deren Ernte bezah-

len müssen – und zwar bevor sie selbst deren Produkt weiterverkauft und Geld eingenommen haben“, erklärt Andrea Schlehuber, Geschäftsführerin der EZA Fairer Handel GmbH. „Die Vorauszahlungen von Organisationen des fairen Handels stellen deshalb eine wichtige finanzielle Überbrückung dar, die zu günstigeren Konditionen als über die lokalen Banken angeboten wird und die Kooperativen gegenüber den Zwischenhändlern konkurrenzfähiger macht.“

Die **Vorfinanzierung von Seiten des Käufers**, die oft schon bei der Auftragserteilung erfolgt, gewährt den Produzentenorganisationen die nötige Flexibilität, um den Zeitraum zwischen dem Ankauf der Produkte von ihren Mitgliedern bis zum Zahlungseingang von Seiten des Käufers finanziell zu überstehen.

<sup>5</sup> Vgl. Studie Universität Utrecht (2005): Eine niederländische Rose aus einem Gewächshaus benötigt 9 Megajoule Energie, eine Rose aus Afrika 2 bis 3 Megajoule (Angaben für Anbau und Transport). Oder vgl. Studie Universität Cranfield (2007): Der Vergleich von Produktion und Transport von 12.000 Rosen aus Kenia und Holland ergab, dass die Emissionswerte bei holländischen Rosen 5,8-mal höher als bei kenianischen Rosen waren (Hauptgrund: tropisches Klima).



## NOCH MEHR AUSWAHL – FAIRNESS FÄNGT BEIM KAUF AN

Ob bei Bananen oder bei Kaffee, österreichische KonsumentInnen greifen immer mehr zu FAIRTRADE-Produkten. Das Umsatzwachstum von mehr als 24 Prozent geht Hand in Hand mit einem gestiegenen Vertrauen in das FAIRTRADE-Gütesiegel. Eine erstmals durchgeführte internationale Umfrage zeigt, dass 77 Prozent der österreichischen KonsumentInnen dem FAIRTRADE-Gütesiegel ihr Vertrauen schenken.<sup>6</sup> Auch der Bekanntheitsgrad des Zeichens ist sehr groß: Acht von zehn Verbrauchern kennen es bereits. International liegt Österreich damit hinter Großbritannien an zweiter Stelle. Die wichtigsten Wachstumstreiber waren auch im vergangenen Jahr die Bananen. Ein deutliches Umsatzplus gab es auch bei Kaffee, Schokolade und Fruchtsaft. Das Sortiment konnte auf insgesamt mehr als 400 Produkte erweitert werden. Vor allem in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten stellen eine große Auswahl und die Verfügbarkeit von FAIRTRADE-Produkten sicher, dass sowohl die

KonsumentInnen als auch die Unternehmen dem fairen Handel treu bleiben. Ein Unternehmen, das dem fairen Handel schon seit Jahrzehnten treu ist, ist die EZA Fairer Handel GmbH, einer der wichtigsten Lizenznehmer für fair gehandelte Produkte in Österreich. 2008 hat sie ihr seit jeher vielfältiges FAIRTRADE-Sortiment, das in den Weltläden, im Naturkostfachhandel und im Lebensmitteleinzelhandel erhältlich ist, noch weiter ausgebaut: Verschiedene feine Bioteesorten, Bioöle (z. B. Biosesamöl) und Biotrockenfrüchte bereichern nun das Angebot.

### NEU IM REGAL<sup>7</sup>

#### **Bananen und weitere frische Früchte.**

Die Beliebtheit der FAIRTRADE-Biofrüchte nimmt weiter zu. Jede Woche werden in Österreich mehr als 11.200 Kisten Bananen mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel verkauft. Der Umsatz stieg um 37 Prozent auf 21 Mio. Euro. Vor allem der Verkauf offener SPAR Natur\*pur FAIRTRADE-

Bananen wird von den KonsumentInnen sehr gut angenommen. Weiters sind die begehrten Früchte in den Penny-Märkten unter der Eigenmarke „Echt BIO!“ und bei Zielpunkt unter der Eigenmarke „BioBio“ erhältlich. „Ja! Natürlich“ bietet bei Billa und MERKUR die vor allem bei Kindern so beliebten FAIRTRADE-Mini-Bananen aus Ecuador an.

Exotisch, frisch und fair gehandelt – auch die FAIRTRADE-Bioananas aus Costa Rica haben in die Regale von Zielpunkt, INTERSPAR und SPAR Gourmet aktionsbedingt Einzug gehalten.

**Schokolade.** Der Umsatz im Bereich Schokolade konnte erneut auf hohem Niveau zulegen und stieg um 8 Prozent auf 16,4 Mio. Euro.

Die Bioschokoladen-Serie „Mitzi Blue“ mit 24 köstlichen Sorten kommt aus dem Hause Zotter und bringt immer mehr Naschkatzen zum Schnurren.

Auch der Schweizer Schokoladenhersteller Maestrani setzt auf köstliche FAIRTRADE-

<sup>6</sup> Von FAIRTRADE Labelling Organizations (FLO) International in Auftrag gegebene Onlinekonsumentenumfrage: Vom 15. Oktober bis 17. Dezember 2008 wurden 14.500 KonsumentInnen befragt.

<sup>7</sup> Stand Mai 2009.



KAFFEE



BAUMWOLLE



ROSEN



BANANEN

Bioschokoladen in Österreich und bietet bei MPREIS, dm, INTERSPAR, Zielpunkt und METRO unterschiedlichste Sorten an. Neu sind auch in allen SPAR-Filialen verschiedene wunderbar schmeckende FAIRTRADE-Natur\*pur-Knabbereien von Landgarten mit Schokoladeüberzug.

**Kaffee.** FAIRTRADE-Kaffee verzeichnet mit einem Wachstum von 20 Prozent auf insgesamt 1000 Tonnen im vergangenen Jahr eine sehr erfreuliche Entwicklung. Seit Winter 2008 gibt es bei SPAR den SPAR Natur\*pur Instant-Bio-Löskaffee. Auch Hofer bietet FAIRTRADE-Kaffee unter seiner Eigenmarke „Natur Aktiv Bio Café Latino“ in zwei Sorten (ganze Bohne und Mahlkaffee) an, ebenso Zielpunkt ab Sommer 2009. Erfreulich ist auch, dass KaffeegenießerInnen seit Jahresanfang in allen Tchibo-/Eduscho-Filialen einen offenen FAIRTRADE-Kaffee kaufen können.

**Fruchtsäfte.** Der Fruchtsaftabsatz ist gegenüber dem Vorjahr um 18 Prozent weiter gestiegen. KonsumentInnen können seit letztem Jahr den fruchtigen Happy-Day-FAIRTRADE-Orangensaft von Rauch bei dm und Billa oder den exotischen Sweet-Valley-Orangen-Mango-Saft bei Hofer sowie den Mangosaft von Pfanner bei Zielpunkt kaufen.

**Baumwolle.** Im Baumwollbereich ist noch sehr viel zu tun, und KonsumentInnen fordern die Ausdehnung des FAIRTRADE-Labels auf die Zertifizierung von Textilien, wie die GlobeScan-Studie aufgezeigt hat.<sup>8</sup> Sortimentserweiterungen gab es daher von REITER Betten & Vorhänge um Vorhangstoffe und Kinderdecken aus fair gehandelter Baumwolle. Dipl.-Ing. Peter Hildebrand, Geschäftsführer von REITER Betten & Vorhänge: „Unsere Schwesterfirma HEIMTEX ist Österreichs erster und

– exklusiv für Reiter – einziger Erzeuger von Steppwaren aus FAIRTRADE-Baumwolle. Als führender Heimtextilbetrieb sind wir uns der Notwendigkeit nachhaltigen Handelns bewusst und freuen uns, dass wir durch die erfolgreiche Lizenzierung als FAIRTRADE-Produzent dazu einen aktiven Beitrag leisten können. Unsere Kunden reagieren auf die FAIRTRADE-Produkte sehr positiv, vor allem das Steppwarenprogramm für Kinder findet großen Anklang!“

Aber auch im Bekleidungssegment hat sich einiges getan: Teile der Frühlingssammlung 2009 von Vero Moda Organic Cotton sind FAIRTRADE-zertifiziert und in ausgewählten Filialen erhältlich. Auch das Designerkollektiv „Göttin des Glücks“ erweitert laufend das Sortiment an trendigen Kleidern, Hosen, T-Shirts und Unterwäsche.

Die Textilhandelskette La Redoute bietet neben den FAIRTRADE-T-Shirts nun auch Jeans, Kleider, Schalttücher und Heimtextilien an.

**Rosen.** Das „Sorgenkind“ im Vorjahr waren die FAIRTRADE-Rosen, die Umsätze gingen um 24 Prozent auf 2,4 Mio. Euro zurück. Um hier entgegenzuwirken und den Absatz zu steigern, werden FAIRTRADE-Rosen seit kurzer Zeit auch bei Floristen und nicht nur im Lebensmittelhandel angeboten. Marco Waibel von Rosen Waibel Münchendorf anlässlich der im Frühjahr gestarteten Offensive im Blumenfachhandel mit einem großen Angebot an FAIRTRADE-Rosen aus Ecuador und Kolumbien: „Zentraler Punkt ist der direkte Import aus den Anbaugebieten mit langfristigen Verträgen, damit die Preisgarantien funktionieren und die Produzenten Planungssicherheit haben.“ Die FAIRTRADE-Rosen werden natürlich ständig

auf ihre Frische, Temperatur und Haltbarkeit hin kontrolliert.

Im Floristenfinder auf der FAIRTRADE-Website finden KonsumentInnen per Mausclick ihre nächste Blumenhandlung, die FAIRTRADE-Rosen im Sortiment hat. Aber auch Billa und MERKUR haben seit Jahresanfang ihr Rosensortiment in der kalten Jahreszeit exklusiv auf FAIRTRADE-Rosen aus Afrika umgestellt und werden von Klimesch Rosen beliefert.

**Süßwaren.** Diese sehr junge und dynamische Kategorie hat sowohl für Eigenmarken als auch für Markenartikel viel Potenzial. Die neuen schmackhaften Fruchtgummis „BioBon Soft Fruits“ von Egger in fünf Geschmacksrichtungen führen dm, Müller und SPAR. „Seit der Übernahme des Vertriebs von A. Egger durch Ed. Haas Austria Ende 2007 haben wir mittlerweile drei Sorten FAIRTRADE-Biofruchtgummis in unserem umfangreichen Süßwaren-sortiment. Für die Herstellung dieser Produkte wird FAIRTRADE-Rohrzucker von hervorragender Qualität und aus kontrolliert biologischem Anbau verwendet“, so Marketing Manager Mag. Petra Franzmeier, Ed. Haas Austria.

Neue FAIRTRADE-Bio-Fruchtsaft-Gummibärchen unter der Eigenmarke „Natur aktiv“ gibt es seit Frühjahr 2009 in allen Hofer-Filialen.

Neu in Österreich seit Frühling 2009 ist das beliebte Ben & Jerry's FAIRTRADE-Eis „Chunky Monkey“ mit Schokolade und Bananenstückchen, das in ausgewählten Coffee und Bagel Stores erhältlich ist.

**Sportbälle.** Unterstützung gibt es von zahlreichen Trägerorganisationen, so hat beispielsweise der Verein Jugend Eine Welt die Vermarktung von FAIRTRADE-Sportbällen in Österreich übernommen.

<sup>8</sup> Von FAIRTRADE Labelling Organizations (FLO) International in Auftrag gegebene Onlinekonsumentenumfrage: Vom 15. Oktober bis 17. Dezember 2008 wurden 14.500 KonsumentInnen befragt.

EINKAUFSFÜHRER

FAIRTRADE AM MARKT

In den vergangenen Monaten konnte die Produktpalette auf über 400 verschiedene Artikel erweitert werden. Immer mehr Unternehmen sind von der FAIRTRADE-Idee überzeugt und bieten Produkte mit dem Gütesiegel an. In mehr als 5000 Geschäften sind FAIRTRADE-zertifizierte Produkte erhältlich.

FOOD	ADEG/Edeka	Billa	Bio- und Naturkostfachläden	C & C (METRO, Pfeiffer, Kastner, BIOGAST)	C & C (Wedl, Eurogast Nussbaumer, AGM)	dm	EUROSPAR	Hofer	INTERSPAR	Magnet	Maximarkt	MERKUR	Merkur-Direkt-Zustellservice	MPREIS	Nah & Frisch	SPAR	SPAR Gourmet	Tchibo/Eduscho	Unimärkte	VIVA-Tankstellen-Shops	Weitläden	Winkler Märkte	Zielpunkt	
Kekse	●		●				●		●				●					●				●		
Fruchtgummi				●	●	●	●		●										●			●	●	
Marmelade				●					●													●	●	
Eiskaffee/-tee			●			●	●		●		●							●			●	●	●	
Wein																						●	●	●
Reis	●	●	●	●	●	●	●		●		●	●		●				●		●		●	●	
Honig	●	●	●	●	●	●	●		●		●	●				●	●		●			●	●	●
Rohrzucker	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Kakao	●		●	●	●	●	●		●	●	●		●	●			●		●			●	●	
Schokolade	●	●	●	●	●	●	●		●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Fruchtsäfte	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Mangos, Avocados														●										
Ananas		●		●					●	●			●				●						●	●
Bananen	●	●	●	●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●					●	●
Tee	●		●	●	●	●	●		●	●			●	●	●		●		●			●	●	
Kaffee	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●



NON-FOOD	ADEG/Edeka	Ausgewählter Modelfachhandel	Billa	dm	EUROSPAR	INTERSPAR	La-Redoute-Versand	Magnet	MERKUR	MPREIS	REITER Betten & Vorhänge	SPAR	SPAR Gourmet	Weitläden	Zielpunkt
Fußbälle															●
Wattepads				●							●				
Badtextilien						●					●				
Bettwaren						●					●				
Kleider		●													●
Jeans		●				●									
T-Shirts		●				●									●
Rosen	●		●		●	●		●	●	●		●	●	●	●

Stand: Mai 2009; ● erhältlich; ● erhältlich, aber nicht in allen Filialen



## FOLGENDE FIRMEN BIETEN FAIRTRADE-PRODUKTE FÜR KONSUMENT(INN)EN AN

### KAFFEE

Alt Wien Kaffee KEG  
 BioArt AG  
 café+co Automaten catering & Service GmbH  
 Darboven/Idee Kaffee VertriebsgmbH  
 Eduscho Austria GmbH  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 Get it GmbH  
 Helmut Sachers Kaffee GmbH  
 J. Hornig GmbH  
 Julius Meinl Austria Industrie GmbH  
 Kaffeerösterei Hubert Tempelmann GmbH & Co KG  
 Nestlé Österreich GmbH  
 Neuteboom Koffiebranders  
 Nussbaumer GmbH & Co KG  
 Prugger & Mock GmbH  
 REGIO Kaffeerösterei/SPAR  
 Reinhard Schweitzer GmbH  
 Santora Kaffeesysteme GmbH  
 Schirmer Kaffee GmbH  
 Starbucks Coffee Austria GmbH  
 Ströck Brot GmbH  
 Tchibo Coffee Service Austria GmbH  
 Wertform GmbH

### TEE

Demmer Handelsgesellschaft m. b. H.  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 J. Hornig GmbH  
 Teekanne GmbH

### FRISCHE FRÜCHTE, BANANEN

Agrofair Benelux B. V.  
 Ahorner Josef GmbH  
 Bruno Melchart GmbH

Dole Germany OHG  
 Eosta B. V.  
 Fyffes PLC  
 Ja! Natürlich Naturprodukte GmbH  
 Port International GmbH  
 SPAR Österreichische Warenhandels AG

### FRUCHTSÄFTE

GEPA – The Fair Trade Company  
 Hermann Pfanner Getränke GmbH  
 Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co

### KAKAO und SCHOKOLADE

BioArt AG  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 Maestrani Schweizer Schokoladen AG  
 Reinhard Schweitzer GmbH  
 Tchibo Coffee Service Austria GmbH  
 Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

### ZUCKER

Agrana Zucker GmbH  
 BioArt AG  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 Partners in Bio GmbH

### HONIG und AUFSTRICHE

BioArt AG  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 Fürsten-Reform Dr. med. Hans Plümer Nachf. GmbH & Co KG  
 GEPA – The Fair Trade Company  
 Honigmayr Handelsgesellschaft m. b. H.  
 Trausners Genuss Werkstatt

### GETREIDE – REIS und QUINOA

EZA Fairer Handel GmbH  
 BioArt AG  
 Davert GmbH

### SÜSSWAREN und KNABBEREIEN

A. EGGER'S SOHN Süßwaren und Naturmittel GmbH  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 Landgarten Herbert Stava KEG

### NÜSSE und ÖLE

EZA Fairer Handel GmbH

### WEIN

Peter Riegel Weinimport GmbH

### BAUMWOLLPRODUKTE

Ainoah  
 Armed Angels  
 Bestseller – Jack & Jones, Vero Moda Organic Cotton  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 Gardeur AG  
 Gossypium  
 Göttin des Glücks  
 Heimtex Produktions & Service GmbH  
 Jules Clarysse  
 La Redoute S. A.  
 Monsoon Accessorize Ltd.  
 People Tree  
 REITER Betten & Vorhänge GmbH & Co KG  
 Switcher Textil Vertriebs GmbH

### ROSEN

Klimesch Rosen Handels GmbH  
 Omniflora Blumen Center GmbH  
 Rosen Waibel Münchendorf GmbH

### SPORTBÄLLE

DERBYSTAR Sportartikelfabrik GmbH  
 EZA Fairer Handel GmbH  
 FairDeal Trading Partnership Llp.  
 Jugend Eine Welt





## FAIRER HANDEL BITTET ZU TISCH: NEUES FÜR DIE GASTRONOMIE

Etwa 60 Prozent der Umsätze von FAIRTRADE-Produkten werden derzeit im Lebensmittelhandel erzielt. Der Rest entfällt auf Gastronomie und Großabnehmer. Seit zwei Jahren werden die österreichische Gastronomie, Hotels und Unternehmen systematisch bearbeitet: mit professioneller Beratung, Schulungen des Personals, einer Fülle von Materialien über den fairen Handel und jetzt auch mit dem neuen **Gastrofinder auf der FAIRTRADE-Website**, wo Interessierte per Mausclick Restaurants, Bäckereien oder Hotels, die FAIRTRADE-Produkte verwenden, schnell und einfach finden. Spitzenköche wissen längst, welche Zutaten für eine faire Bewirtung nötig sind. Heinz Reitbauer (Steirereck) und Helmut Österreicher (Österreicher im MAK) kreieren schon seit Längerem köstliche Menüs mit FAIRTRADE-Zutaten. „Selbst der beste Koch kann aus mittelmäßigen Zutaten kein Spitzenmenü zaubern. Deshalb verwende ich FAIRTRADE-Produkte. Da weiß ich, dass ich mit Topqualität das beste Ergebnis erreiche“, bestätigt auch Wini Brugger vom exquisiten Restaurant „Indochine 21“ in Wien. Erfreulich ist auch der Einstieg der Schick-Hotels, die seit Frühjahr ihre Gäste mit FAIRTRADE-Kaffee des Tchibo Coffee Service verwöhnen. „Genuss mit gutem Gewissen – das ist schon seit Jahren das Motto der Schick-Hotels. Als Familienbetrieb ist es für uns essenziell, unsere soziale und wirtschaftliche Verantwortung

gegenüber unseren Gästen, Mitarbeitern und der Umwelt bewusst vor Augen zu haben und mit jedem Schritt zu leben. Die Angebotserweiterung in unseren Restaurants mit FAIRTRADE-Produkten war der logische nächste Schritt“, so Walter Jahn, Direktor der Schick-Hotels. Jede fünfte Tasse FAIRTRADE-Kaffee und jede vierte Tasse FAIRTRADE-Tee werden in Österreich außer Haus getrunken. Immer mehr Gastronomiebetriebe, Institutionen und öffentliche Einrichtungen setzen dabei auf die faire Alternative.

**Kaffee.** Im vergangenen Jahr konnte vor allem das FAIRTRADE-Kaffee-Angebot für den Außerhauskonsum ausgebaut werden: Firmen wie die traditionelle Kaffeerösterei Santora oder Helmut Sachers Kaffee GmbH konnten gewonnen werden. Wieder andere Kaffeeröstereien haben ihr Sortiment meist um eine FAIRTRADE-Biovariante erweitert. So hat Tchibo Coffee Service eine neue Biokaffeesorte, die jetzt auch in den Filialen der Bäckereikette Ströck und in den Etap-Hotels erhältlich ist, sowie FAIRTRADE-Kakao im Programm. Die Rösterei Alt Wien und die steirische Rösterei Nussbaumer bieten je eine neue Biokaffeevariante an.

**Tee.** Auch die FAIRTRADE-Teeanbieter erweitern laufend ihr Sortiment. Neben der Vielfalt von köstlichen Schwarz-, Grün-, Weiß- und Früchtetees der EZA Fairer Handel GmbH gibt es nun auch von

der Teekanne GmbH eine neue indische Schwarzteemischung im Beutel. Den Gästen ausgewählter Hotels der Accor-Gruppe sowie in den bekannten Wiener Cafés Drechsler, Sperl und Weimar wird der beliebte FAIRTRADE-Grüntee der Demmer HandelsgmbH serviert, die nun auch eine exzellente Bioschwarzteevariante im Programm hat.

**Fruchtsäfte.** Im Fruchtsaftbereich wurde der Fokus im vergangenen Jahr vor allem auf die Listungen in den Cash-and-Carry-Märkten wie METRO Österreich GmbH oder Pfeiffer HandelsgmbH gelegt. „Fairness im Handel ist ein großes Anliegen von METRO, weshalb wir im letzten Jahr das FAIRTRADE-Sortiment um drei verschiedene Kaffeesorten (Vista, Hornig, Darboven), mehrere Süßigkeiten (z. B. Fruchtgummi der Fa. Egger, Schokoladen von Maestrani) sowie Fruchtsäfte von Pfanner und Rauch erweitert haben. Daneben bieten wir unseren gewerblichen Kunden seit mehreren Jahren bereits FAIRTRADE-Bananen und andere Früchte an“, bestätigt Hans-Gerhard Degen, Generaldirektor METRO Cash & Carry Österreich.

**Andere Produkte.** Andere Produkte wie Reis, den es seit Kurzem auch in der 5-kg-Packung gibt, oder Bananen, Schokolade und Zucker etablieren sich bei Catering-Unternehmen, Restaurants oder Großküchen nur langsam. Das Potenzial ist im Außerhausbereich noch lange nicht ausgeschöpft.



## NOCH VIEL ZU TUN BEI ÖFFENTLICHEN INSTITUTIONEN IN ÖSTERREICH

In Österreich gibt die öffentliche Hand jährlich geschätzte 35 Mrd. Euro für Güter und Dienstleistungen aus. In den Beschaffungsrichtlinien finden nachhaltige und soziale Kriterien leider noch kaum Berücksichtigung.

Obwohl es in fast allen Bundesländern Resolutionen zur Unterstützung des fairen Handels gibt, tragen Bund, Länder und Gemeinden in Österreich noch nicht in ausreichendem Ausmaß Sorge dafür, dass bei der Produktion der eingekauften Waren die Standards der ILO-Kernarbeitsnormen eingehalten und der grundlegende Schutz der Umwelt garantiert werden. „Es gibt zwar bereits eine Reihe positiver Beispiele, wie die Vorarlberger Landeskrankenanstalten, die auf FAIRTRADE-Kaffee umgestellt haben, aber auch in anderen Bereichen müssen konkrete Maßnahmen gesetzt werden“, fordert daher Mag. Hartwig Kirner, Geschäftsführer von FAIRTRADE Österreich.

Zu den Erfolgen im vergangenen Jahr zählen in diesem Zusammenhang die Auszeichnungen von mehr als 23 **FAIRTRADE-Gemeinden in Österreich**. Die Idee dahinter: Der faire Handel wird auf Gemeindeebene verankert, und FAIRTRADE-Produkte werden einge-

reich eine Vorreiterrolle ein und ist auch Vorbild für einige deutsche Bundesländer. Wir sind ein erfolgreicher Förderer der FAIRTRADE-Idee“, so NÖ-Landesrat für Umwelt, Landwirtschaft und Energie Dr. Stephan Pernkopf. Weltweit engagieren sich für den fairen Handel mittlerweile mehr als 630 Gemeinden und Städte in mehr als 19 Ländern. Zuletzt wurden neben Brüssel, Kopenhagen, Dublin und Rom auch London und San Francisco als FAIRTRADE-Towns ausgezeichnet.



kauft. Derzeit gibt es in Österreich 29 Gemeinden und zwei Wiener Bezirke, wo nicht nur FAIRTRADE-Produkte in den lokalen Geschäften und Gastronomiebetrieben angeboten werden, sondern auch eine aktive Bewusstseinsbildung zum fairen Handel hin stattfindet. „Niederösterreich nimmt hier in Öster-

Erfreulich ist auch die neu gestartete Initiative SO:FAIR, ein Zusammenschluss verschiedener Organisationen, darunter auch FAIRTRADE Österreich. Ziel ist es, die Beschaffungspraxis in Österreich im Sinn von Nachhaltigkeit und fairem Handel zu verändern. Die Bestrebungen von SO:FAIR und FAIRTRADE Österreich finden sogar im aktuellen Programm der österreichischen Bundesregierung Unterstützung.

## FOLGENDE FIRMAN BIETEN FAIRTRADE-PRODUKTE FÜR GASTRONOMIE/UNTERNEHMEN/INSTITUTIONEN AN



**Agrana Zucker GmbH** | [www.agrana.at](http://www.agrana.at)  
Zucker: Kristall, Würfel, Zuckersticks



**Alt Wien Kaffee** | [www.altwien.at](http://www.altwien.at)  
Kaffee: ganze Bohne



**BioArt AG** | [www.bioart.at](http://www.bioart.at)  
Kaffee: gemahlen | Reis | Zucker | Marmelade | Schokolade



**café+co International Holding GmbH** | [www.cafeplusco.com](http://www.cafeplusco.com)  
Kaffee: Löskafee für Automaten



**Darboven/Idee Kaffee Vertriebsges. m. b. H.** | [www.darboven.com](http://www.darboven.com)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen, Pads



**Demmer Handelsgesellschaft m. b. H.** | [www.demmer.at](http://www.demmer.at)  
Tee: lose, T-Bag



**EZA Fairer Handel GmbH** | [www.eza.cc](http://www.eza.cc)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen, Pads | Tee: lose, Beutel | Zucker: Kristall, Würfel, Zuckersticks | Reis | Kakao | Honig | Aufstriche | Nüsse | Öle | Quinoa



**J. Hornig GmbH** | [www.hornig.at](http://www.hornig.at)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen, Pads | Tee: lose



**Julius Meinl Austria GmbH** | [www.meinklkafee.at](http://www.meinklkafee.at)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen



**Nestlé Österreich GmbH** | [www.nestle.at](http://www.nestle.at)  
Kaffee: Löskafee für Automaten



**Nussbaumer GmbH & Co KG** | [www.javacafe.at](http://www.javacafe.at)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen



**Hermann Pfanner Getränke GmbH** | [www.pfanner.at](http://www.pfanner.at)  
Verschiedene Fruchtsäfte: 1 l | Orangensaft: in 0,2-l-Gastroflasche



**Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co** | [www.rauch.cc](http://www.rauch.cc)  
Orangensaft: in 1-l- und 0,2-l-Gastroflasche



**Peter Riegel Weinimport GmbH** | [www.riegel.de](http://www.riegel.de)  
Wein



**Prugger & Mock GmbH** | [www.gustogiusto.at](http://www.gustogiusto.at)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen



**Helmut Sachers Kaffee GmbH** | [www.sachershelmut.at](http://www.sachershelmut.at)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen



**Santora Kaffeesysteme GmbH** | [www.santora.at](http://www.santora.at)  
Kaffee: ganze Bohne



**Reinhard Schweitzer GmbH** | [www.cappuccino.at](http://www.cappuccino.at)  
Kaffee: Löskafee für Automaten, Instant, Eiskaffee | Zucker: Briefchen | Eiskakao | Trinkschokolade



**Tchibo Coffee Service Austria GmbH** | [www.tchibo-coffeeservice.at](http://www.tchibo-coffeeservice.at)  
Kaffee: ganze Bohne, gemahlen | Kakao: speziell für Automaten



**Teekanne GmbH** | [www.teekanne.at](http://www.teekanne.at)  
Tee: lose, Beutel



**Trausners Genuss Werkstatt** | [www.genusswerkstatt.com](http://www.genusswerkstatt.com)  
Marmeladen und Fruchtaufstriche



**Zotter Schokoladen Manufaktur GmbH** | [www.zotter.at](http://www.zotter.at)  
Trinkschokolade | Kuvertüre | verschiedene Schokoladenköstlichkeiten

## FAIRTRADE-PRODUKTE GIBT ES AUCH BEI

**METRO** ([www.metro.at](http://www.metro.at)) | **Kastner** ([www.kastner.at](http://www.kastner.at)) | **C+C Pfeiffer** ([www.ccpfeiffer.at](http://www.ccpfeiffer.at)) | **C+C WEDL** ([www.wedl.com/cc](http://www.wedl.com/cc)) | **Kiennast** ([www.kiennast.at](http://www.kiennast.at)) | **Lekkerland** ([www.lekkerland.at](http://www.lekkerland.at)) | **BIOGAST** ([www.biogast.at](http://www.biogast.at)) und **Eurogast Nussbaumer** ([www.nussbaumer.co.at](http://www.nussbaumer.co.at))

Die meisten FAIRTRADE-Lizenznehmer sowie **Hausfreund Einkaufszustellservice** ([www.hausfreund.at](http://www.hausfreund.at)), **MERKUR direkt** ([www.merkurdirekt.at](http://www.merkurdirekt.at)) und die **Büro Handel GmbH** ([www.buerohandel.at](http://www.buerohandel.at)) liefern die Produkte auch direkt ins Haus.

## FIRMEN, DIE AUTOMATEN MIT FAIRTRADE-KAFFEE ANBIETEN

Alfredo's Kaffee Glehr VertriebsgmbH  
A. Dallmayr Automatenvertrieb GmbH & Co KG  
F. Berghofer Automatenbetriebs GmbH  
Automatenprofi Josef Fössl  
café+co International Holding GmbH  
Delikommat Betriebsverpflegung GmbH  
Eduard Schardl GmbH  
friho Automaten + Service GmbH  
Gerhold Ges. m. b. H.  
Get it GmbH  
Hinterberger GmbH – Getränkeautomaten

Holly Kaffeesysteme GmbH  
Lanker Gerhard, Automatenverpflegung und Getränkeautomaten  
Pendl Getränke Automaten GmbH  
Pickhard Kaffeegroßhandel  
Nuovo Caffè – R. Peter GmbH  
Johann Plazek Heißgetränkerverpflegung  
Rudolf Wagner KG  
Selecta GmbH  
Vendare Warenhandelsges. m. b. H.  
Wildberger Getränkeautomaten & Gastrogeräte  
Automatenverleih Herbert Zeilinger



## FINANZBERICHT 2008: LIZENZEINNAHMEN WEITER GESTIEGEN

### ZU DEN ERLÖSEN

#### Lizenzeeinnahmen

Die Lizenzeeinnahmen stiegen 2008 im Vergleich zum Vorjahr um 34 %. Die Tabelle zeigt, wie sich die Lizenzeeinnahmen auf die FAIRTRADE-Produkte verteilen.

#### Lizenzeeinnahmen 2008 in EUR

Gesamt	<b>882.770</b>	<b>+34 %</b>
Frische Früchte	331.380	+57 %
Kaffee	198.397	+24 %
Fruchtsäfte	123.500	+22 %
Schokolade	86.275	+5 %
Rosen	39.505	-24 %
Andere Produkte	103.704	+ 69%

Die gewachsenen Lizenzeeinnahmen spiegeln den gesteigerten FAIRTRADE-Absatz und damit den gesteigerten Benefit für die Produzenteländer wider. Der Benefit ist die Summe aus FAIRTRADE-Preis und FAIRTRADE-Prämie und erreichte 2008 12,2 Mio. USD.

#### Förderungen für Projekte

Die Förderungen sind folgenden Projekten gewidmet: Marketingprojekt, dem Info- und Unternehmensservice-Projekt, den Informationsprojekten Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und Vorarlberg sowie dem Gemeindeprojekt Niederösterreich.

### ZU DEN AUFWENDUNGEN

#### Grundaufwand

Der Grundaufwand umfasst alle laufenden Kosten, die nicht direkt einem Projekt zugeordnet werden können, und 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 Konsumenteländern.

#### Personal- und Projektaufwand

Zusätzliche personelle Ressourcen wurden in die Bereiche Produktmanage-

ment, Lizenzpartnerbetreuung sowie Öffentlichkeitsarbeit investiert, um den gestiegenen Aufwand im Zuge der Expansion in neue Produktgruppen abzudecken.

### ZUM JAHRESÜBERSCHUSS

In Vorbereitung auf die zu erwartende Wirtschaftskrise wurde in der zweiten Jahreshälfte ein Kosteneinsparungsprogramm umgesetzt. Der Jahresüberschuss wurde in voller Höhe den satzungsmäßigen Rücklagen zugewiesen und wird daher zukünftig zweckgebunden für die Ziele von FAIRTRADE verwendet werden.

### ZUR FINANZPRÜFUNG

Die FAIRTRADE-Finanzgebarung 2008 wurde von Wirtschaftsprüfer Mag. Wilhelm Zmatlo geprüft und testiert.



## FINANZGEBARUNG 2008

### GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG<sup>9</sup>

ERLÖSE	2008	2007
	EUR	EUR
<b>Lizenzeeinnahmen</b>	<b>882.770</b>	<b>661.238</b>
<b>Förderungen Projekte (Marketingprojekt etc.)</b>	<b>404.385</b>	<b>421.316</b>
BMaA	260.000	260.000
Bundesländer	51.660	44.634
Träger	76.725	89.875
Kirche	13.000	3.000
Sonstige	3.000	23.807
<b>Sonstige Erlöse</b>	<b>97.610</b>	<b>87.195</b>
Mitgliedsbeiträge	20.727	16.066
Aktie, Förderer, Spenden	15.786	18.183
Sponsoren	36.000	25.000
Sonstige betriebliche Erlöse	25.097	27.945
<b>SUMME ERLÖSE</b>	<b>1.384.765</b>	<b>1.169.748</b>

BILANZ	2008	2007
AKTIVA	EUR	EUR
<b>Anlagevermögen</b>	<b>34.965</b>	<b>33.867</b>
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.610	3.090
Sachanlagen	27.709	25.131
Finanzanlagen	5.646	5.646
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>591.844</b>	<b>474.969</b>
Vorräte		
Informationsmaterialien	16.991	19.328
Forderungen		
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	246.646	231.995
Sonstige Forderungen	52.345	58.979
Kassabestand, Bankguthaben	275.862	164.667
<b>Rechnungsabgrenzungen</b>	<b>2.515</b>	<b>29.249</b>
<b>SUMME AKTIVA</b>	<b>629.325</b>	<b>538.086</b>

AUFWENDUNGEN	2008	2007
	EUR	EUR
<b>Grundaufwand</b>	<b>309.294</b>	<b>285.733</b>
Beiträge Dachverband	134.446	75.257
Abschreibungen	12.175	10.839
Sonstiger betrieblicher Aufwand	162.673	199.638
<b>Personalaufwand</b>	<b>531.791</b>	<b>432.073</b>
<b>Projektaufwand (Marketingprojekt etc.)</b>	<b>439.015</b>	<b>418.460</b>
<b>SUMME AUFWENDUNGEN</b>	<b>1.280.100</b>	<b>1.136.266</b>
<b>JAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>104.665</b>	<b>33.482</b>
<b>Satzungsmäßige Rücklagen</b>		
Dotierung	104.665	33.482
<b>GEBARUNGSÜBERSCHUSS</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

PASSIVA	2008	2007
	EUR	EUR
<b>Eigenkapital</b>	<b>381.237</b>	<b>276.572</b>
Grundkapital	142.462	142.462
Satzungsmäßige Rücklagen	238.775	134.110
<b>Rückstellungen</b>	<b>119.324</b>	<b>67.130</b>
Abfertigungsrückstellungen	12.077	5.637
Sonstige Rückstellungen	107.247	61.493
<b>Verbindlichkeiten</b>	<b>92.764</b>	<b>132.384</b>
Bankverbindlichkeiten	-	-
Verbindlichkeiten Lieferungen und Leistungen	45.487	73.702
Kleindarlehen	28.171	42.706
Sonstige Verbindlichkeiten	19.106	15.976
<b>Rechnungsabgrenzungen</b>	<b>36.000</b>	<b>62.000</b>
<b>SUMME PASSIVA</b>	<b>629.325</b>	<b>538.086</b>

<sup>9</sup> Die Zuordnung einiger Bilanzpositionen wurde überarbeitet, sodass in der diesmaligen Gewinn- und Verlustrechnung einzelne Positionen des Jahres 2007 geringfügig von denen im Jahresbericht 2007/08 abweichen.

# SPONSOREN UND UNTERSTÜTZER(INNEN)



Ohne das Engagement der vielen Menschen, die ehrenamtlich für FAIRTRADE Österreich arbeiten, der Trägerorganisationen, der VertreterInnen öffentlicher Stellen sowie der Wirtschaftspartner, 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!

Insbesondere bedanken wir uns für die finanzielle Unterstützung, die uns

**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 Steiermark, Land Vorarlberg, Stadt Wien

**Unternehmen und Institutionen:** mobilkom austria AG, Österreichische Kontrollbank AG, Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG, Verkehrsbüro-Ruefa Reisen GmbH

gewährt haben, und bei allen FAIRTRADE-„AktionärInnen“ sowie FAIRTRADE-FörderInnen.

Wir bedanken uns auch bei den **zahlreichen prominenten Persönlichkeiten aus Politik, Sport und Kultur**, vor allem bei Erich Altenkopf, Nina Blum, Bundespräsident Dr. Heinz Fischer, Alexander Goebel, Andrea Händler, Hans Hurch, Reinhard Jesionek, Gery Keszler, Lilian Klebov, Siegfried Kröpfl, Klaus Werner-Lobo, Karl Markovics, Sebastian Martinez, Barbara van Melle, Dr. Alex Nicholls, Helmut Österreicher, Mag.<sup>a</sup> Susanne Reichard, Mag.<sup>a</sup> Birgit Reitbauer, DI Friedrich Stickler, Prof. Franz Zodl.



**Botschafterin Mag.<sup>a</sup> Brigitte Öppinger-Walchshofer**, Geschäftsführerin der Austrian Development Agency (ADA)

„Die Austrian Development Agency unterstützt FAIRTRADE, weil diese Initiative ganz konkret zur Verbesserung des Lebens vieler Familien in Entwicklungsländern beiträgt. Faire Arbeitsbedingungen und ein faires Einkommen schaffen die Basis für wirtschaftliche Unabhängigkeit.“



**Dr. Hannes Ametsreiter**, CEO mobilkom austria

„Unser Unternehmen unterstützt FAIRTRADE, weil Fairness eine zentrale Rolle bei mobilkom austria hat und sogar im Leitbild verankert ist. Marktführer zu sein bedeutet auch gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Deshalb haben wir uns bewusst vor sechs Jahren für diese Partnerschaft entschieden.“



**Mag. Harald Nogrsek**, Generaldirektor Verkehrsbüro Group

„Die Verkehrsbüro Group, Österreichs größtes Tourismusunternehmen, führt als einziger Veranstalter in Österreich Begegnungsreisen zu FAIRTRADE-Kooperativen in aller Welt durch. Mit FAIRTRADE Österreich haben wir für dieses einzigartige Reiseprogramm einen idealen Partner gefunden.“



**Mag. Erwin Eder**, Geschäftsführer der Dreikönigsaktion, Hilfswerk der Katholischen Jungschar Österreichs

„Ungerechte Wirtschaftsstrukturen treiben Millionen Menschen im Süden unserer Welt in Armut und Elend. Diese Menschen brauchen keine Almosen – sie brauchen Gerechtigkeit. Der Erfolg von FAIRTRADE zeigt, dass ein faires Miteinander möglich ist.“



**Franz Küberl**, Präsident Caritas Österreich

„Die Caritas unterstützt FAIRTRADE, damit Menschen in aller Welt eine Chance auf Zukunft haben. Armutsbekämpfung in ihrer internationalen Dimension hat sehr viel mit dem Verhalten der KonsumentInnen zu tun. Es muss eine Balance geschaffen werden zwischen dem, was man hat, und dem, was andere brauchen.“



**Mag. Erwin Hameseder**, Generaldirektor, Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien

„Die Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien unterstützt FAIRTRADE aus Überzeugung – Hilfe zur Selbsthilfe ist ein wichtiger Raiffeisen-Grundsatz. Gerade in turbulenten Marktsituationen ist es darüber hinaus wichtig, Initiativen, die neben fairen ökonomischen Bedingungen für die Produzenten auch ökologische Aspekte nicht vergessen, zu fördern.“

# FAIRTRADE ÖSTERREICH IM ÜBERBLICK<sup>10</sup>

## TRÄGERORGANISATIONEN

A3W – Aktion Dritte Welt | ARGE Weltläden | BIO AUSTRIA | Bundesjugendvertretung | CARE Österreich | Caritas Österreich | CONA | Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs | Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission | 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 | Oikocredit | Renner-Institut | Südwind-Entwicklungspolitik | „die umweltberatung“ – Verband österreichischer Umweltberatungsstellen | Volkshilfe Österreich | WWF (World Wide Fund for Nature) Österreich

## VORSTAND



Mag. Helmut Schüller  
Vorstandsvorsitzender  
WU Wien



Mag.<sup>a</sup> Gabriela Sonnleitner  
Stv. Vorstandsvorsitzende  
Caritas Österreich



Mag. Helmut Adam  
Südwind Agentur  
FAIRTRADE-Ehrenmitglied



Ernst Gassner  
ARGE Weltläden



Mag. Georg Gruber (seit 11. 5. 2009)  
Jugend Eine Welt



ao. Univ.-Prof. Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Luise Gubitzer  
WU Wien



Edeltraud Novy  
Horizont3000 (seit 11. 5. 2009)  
FAIRTRADE-Ehrenmitglied



Mag.<sup>a</sup> Susanne Schiefer  
(seit 11. 5. 2009)  
Katholische Jugend Österreich



Hans Toth  
Mezzanin Finanzierungs AG



Mag. Herbert Wasserbauer  
(seit 11. 5. 2009)  
Dreikönigsaktion

## WEITERE EHRENMITGLIEDER



Dr. Heinz Gabler  
MR i. R. OEZA



Mag. Dr. Helmuth Hartmeyer  
Austrian Development Agency

## AUS DEM VORSTAND AUSGESCHIEDEN

Christian Herret (11. 5. 2009)  
Andreas Wurzer (7. 10. 2008)

## BÜRO



Mag. Hartwig Kirner  
Geschäftsführer

## ADMINISTRATION



Dipl. Soz. Judith Atzinger  
(seit 16. 2. 2009)  
Berichtswesen, FAIRTRADE-Gemeinden



Anna Neulinger Bakk.  
Officemanagement,  
Lizenzmeldungen



Monika Vessel  
Officemanagement, VIP-Service

## MARKETING UND KEY ACCOUNTS, EVENTS UND VERKOSTUNGEN



Mag.<sup>a</sup> Gertraud Akgün-Krenn  
Leiterin Key Accounts Out of Home/  
Lobbying



Regina Dicken  
Leiterin Marketing & Key Accounts  
Handel



Mag.<sup>a</sup> Angelika Glatzl  
Marketing Handel



Annemarie Kollmann (seit 1. 11. 2008)  
Betreuung von FAIRTRADE-Pool, Events  
& Verkostungen, Kaffee-Expertin



Mag.<sup>a</sup> Barbara Weinmann  
Marketing Großverbraucher



Beate Irani (in Karenz)

## PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Mag.<sup>a</sup> Veronika Polster  
Leiterin Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit



Mag.<sup>a</sup> Gisella Linschinger  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

## FLO-CERT AUSTRIA



Jutta Goss (seit 1. 1. 2009)  
Zertifizierung der Lizenzpartner

## FREIE MITARBEITER



Erich Tausch  
Gemeindeservice Steiermark



Thomas Wackerlig  
FAIRTRADE-Gemeinden



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

## AUS DEM BÜRO AUSGESCHIEDEN

Mag.<sup>a</sup> Ellen Liebl (28. 2. 2009)  
Mag. Robert Wolfsberger (31. 12. 2008)

## VOLONTÄR(INN)E(N), REFERENT(INN)EN, EHRENAMTLICHE MITARBEITER(INNEN)

Anna Achleitner | Marion Cezik | Anna Gaidziza | Susanne Grasser | Stefanie Grosz | Michael Hajek | Sabrina Haupt | Martin Kaltenbacher | Sabine Klapf | Martin Michalitsch | Susanne Reupichler | Markus Rothensteiner | Nicole Rudy | Elke Schupp | Susanne Schramm | Hanna Schwarz | Erik Stettler | Silvia Ungersböck | Judith Wallisch

## RECHNUNGSPRÜFER(IN)

Gabriele Fittl | Rupert Helm-Wakolbinger

10 Stand Mai 2009.



## YORLENNY SOLANO-PORRAS, FAIRTRADE-ANANAS-KOOPERATIVE IN COSTA RICA

„Wir sind sehr bemüht, Qualitätsprodukte im Einklang mit der Umwelt zu produzieren, biologische Alternativen zu suchen und unter guten sozialen Bedingungen zu arbeiten. Unser Motto lautet daher: ‚Agricultura de clase mundial con justicia social‘ – was so viel heißt wie: Landwirtschaft der Weltklasse mit sozialer Gerechtigkeit!“

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) | Für den Inhalt verantwortlich: Veronika Polster | Redaktion: Veronika Polster (Leitung), Karin Astelbauer-Unger | Lektorat: Karin Astelbauer-Unger und Wolfgang Astelbauer | Fotos: Assanvo, Caritas Österreich, Transfair Deutschland/Darsch, Dreikönigsaktion, FAIRTRADE Österreich/Correa, FAIRTRADE Österreich/Lechner (Bild H. Schueller, S. 10, Rückseite), FAIRTRADE Österreich/Lethonen, FAIRTRADE Österreich/Linschinger, FAIRTRADE Österreich/Ötting, FLO/Gentilhomme, Hallgren, HopiMedia, Max Havelaar Schweiz, mobilkom austria, OEZA/Helmirch, Transfair Deutschland/Böthling, Transfair Deutschland/Brück, Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien, Verkehrsbüro Group, WNP | Layout: [typothese.at](http://typothese.at) – m.zinner grafik, Sanja Jelic | Druck: Resch KEG, 1150 Wien | Mai 2009

**FAIRTRADE IST WIRKUNGSVOLLE ENTWICKLUNGSZUSAMMENARBEIT.**