



INSIDE **FAIRTRADE ÖSTERREICH 2015**

INHALT

KENNEN SIE FAIRTRADE?	2
Ein System, das funktioniert	3
FAIRTRADE WELT	4
FAIRTRADE VERBINDET	6
Transparente Spielregeln	7
FAIRTRADE-Siegel: Auf einen Blick	8
Strenge Kontrolle der FAIRTRADE-Vorgaben	9
Wirkung von FAIRTRADE	9
FAIRTRADE ÖSTERREICH	
Entwicklung in Österreich	10
Engagement von Partnerfirmen	12
Unterstützung für Partnerfirmen	14
FAIRTRADE ist eine Bewegung	15
Lizenzpartner in Österreich	18
FAIRTRADE Österreich in aller Kürze	19



KENNEN SIE FAIRTRADE?

DIESE FRAGE BEANTWORTEN HEUTE 92 PROZENT DER ÖSTERREICHISCHEN KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN MIT JA. ÜBER 5.000 GESCHÄFTE, 1.800 CAFÉS UND RESTAURANTS HABEN IN IHREN REGALEN ODER IM AUSSCHANK PRODUKTE, DIE MIT DEM FAIRTRADE-SIEGEL GEKENNZEICHNET SIND.

Die Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeiter in sogenannten Entwicklungsländern leisten harte Arbeit, damit hierzulande Kaffee, Tee, Bananen oder Kakao auf den Tisch kommen. Doch sie leben oftmals an der Schwelle zur Armut oder darunter – sie haben weder eine attraktive Perspektive noch eine wirkliche Alternative. Auf den Plantagen und großen Blumenfarmen werden nicht selten Hungerlöhne bezahlt, die medizinische Versorgung ist unzureichend, und es gibt keine Mitsprachemöglichkeiten. Auch steigende Lebenshaltungskosten und der Klimawandel, verbunden mit Ernteverlusten sowie strukturellen Problemen, sind zu zentralen Herausforderungen geworden. In diesem komplexen und oft von Armut geprägten Kontext operiert FAIRTRADE mit dem Ziel, die Produzentinnen und Produzenten über Organisation und Handel langfristig zu stärken.

IN EINEM BREITEN FUNDAMENT VERANKERT

Debatten und Initiativen für fairen Handel und für nachhaltige Produktion brauchen sowohl wirtschaftliches Umdenken in Unternehmen als auch umfassendes zivilgesellschaftliches Engagement, um möglichst viel Kraft zu entfalten. Eine wesentliche Stärke von FAIRTRADE Österreich liegt in der breiten gesellschaftlichen Verankerung in 22 Mitgliedsorganisationen und zeigt sich in über 142 FAIRTRADE-Gemeinden und mehr als 25 FAIRTRADE-Schools sowie im Einsatz von 120 als Lizenzpartner tätigen Unternehmen und eines großen Freiwilligennetzwerks.

Ein großes Dankeschön an alle!

**1,65 MILLIONEN
BAUERN UND
ARBEITER
IN 74 LÄNDERN
GEHÖREN ZU
FAIRTRADE.**



**87 PROZENT DER
ÖSTERREICHER
HABEN VERTRAUEN
IN DAS
FAIRTRADE-
SIEGEL.**



**MEHR ALS 1.300
VERSCHIEDENE
FAIRTRADE-
PRODUKTE
SIND IN ÖSTERREICH
ERHÄLTlich.**



EIN SYSTEM, DAS FUNKTIONIERT

FAIRTRADE VERBINDET KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN, UNTERNEHMEN UND PRODUZENTENORGANISATIONEN, ERMÖGLICHT FAIRE HANDELSBEDINGUNGEN UND STÄRKT DAMIT KLEINBAUERNFAMILIEN SOWIE ARBEITERINNEN UND ARBEITER IN SOGENANTEN ENTWICKLUNGSLÄNDERN.

Durch die aktive Rolle der Produzentinnen und Produzenten im FAIRTRADE-Netzwerk entsteht eine Partnerschaft auf Augenhöhe. Das Ziel von FAIRTRADE ist seit mehr als 20 Jahren, die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika mithilfe des fairen Handels zu verbessern. Der faire Handel ist ein langfristiger Prozess auf verschiedenen Ebenen:



SELBSTBESTIMMUNG UND VERANTWORTUNG

FAIRTRADE-Produzentenorganisationen sind demokratisch organisiert und treten selbstbewusst am Markt auf, sie stellen hohe Ansprüche an die Qualität ihrer Produkte und investieren in die Weiterentwicklung ihrer Gemeinschaft.



UMWELT- UND SOZIALSTANDARDS

Schutz der natürlichen Ressourcen und der Gesundheit sowie faire Arbeitsbedingungen sind bei FAIRTRADE klar und umfassend geregelt. Dazu gehören etwa der nachhaltige Umgang mit Wasser, das Verbot von gefährlichen Pestiziden, die Gleichstellung von Mann und Frau und das Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit.



FAIRTRADE-MINDESTPREIS

Der FAIRTRADE-Mindestpreis sichert gegen Marktschwankungen ab und deckt die Kosten einer nachhaltigen sozialen und ökologischen Produktion.



FAIRTRADE-PRÄMIE

Zusätzlich zum Verkaufspreis erhalten die Produzentenorganisationen eine FAIRTRADE-Prämie. Diese ermöglicht Investitionen, die der ganzen Gemeinschaft zugutekommen. So zum Beispiel die Verbesserung der Anbaumethoden und der Qualität oder Projekte in den Bereichen Bildung und Gesundheit.

„DIE FAIRTRADE-ZERTIFIZIERUNG ERMÖGLICHT INVESTITIONEN, DIE FÜR DIE DRINGEND NÖTIGE STEIGERUNG DER PRODUKTIVITÄT ERFORDERLICH SIND.“

MAMADOU SAVANE, Nachhaltigkeitsmanager bei der Kooperative ECOOKIM in der Republik Côte d'Ivoire



FAIRTRADE WELT

FAIRTRADE INTERNATIONAL

1997 schlossen sich verschiedene Gütesiegelinitiativen, darunter auch **FAIRTRADE Österreich**, zusammen, um alle ihre auf die Produzentenorganisationen ausgerichteten Aktivitäten zu koordinieren. Aus diesem Zusammenschluss entstand Fairtrade International, ein eingetragener Verein, mit Sitz in Bonn. FAIRTRADE International entwickelt die FAIRTRADE-Standards und unterstützt die Produzentenorganisationen dabei, die FAIRTRADE-Zertifizierung zu erwerben und aufrechtzuerhalten.

NATIONALE FAIRTRADE-ORGANISATIONEN

In den **Konsumentenländern** sind die Nationalen FAIRTRADE-Organisationen für die Vergabe des FAIRTRADE-Siegels verantwortlich. Außerdem setzen sie sich zusammen mit der Zivilgesellschaft für fairen Handel ein.



Die Vertreterinnen und Vertreter der Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeiter sind mit

50% STIMMTEIL

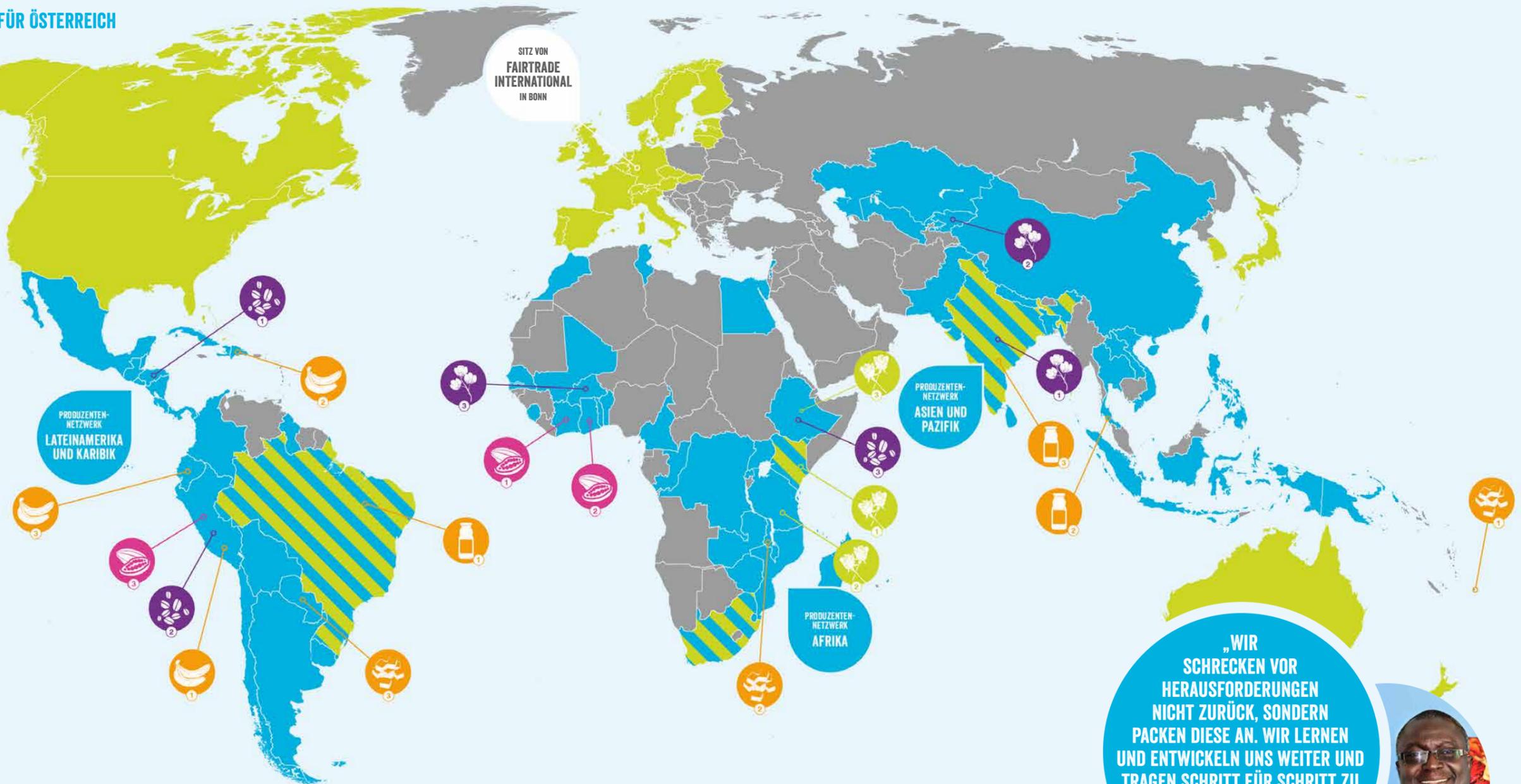
gleichberechtigt in allen wichtigen Entscheidungsgremien und internationalen Komitees vertreten.

FAIRTRADE-PRODUZENTINNEN

Weltweit sind über **1.226 Produzentenorganisationen** in mehr als 74 Ländern tätig. Die Produzentennetzwerke vertreten die Stimme der 1,65 Millionen Kleinbäuerinnen und -bauern sowie Arbeiterinnen und Arbeiter, um sicherzustellen, dass die FAIRTRADE-Standards für sie praktikabel sind und ihre Bedürfnisse widerspiegeln.

DIE WICHTIGSTEN PRODUKTE & DIE TOP DREI DER ANBAULÄNDER FÜR ÖSTERREICH

- Kaffee**
 - ① Honduras
 - ② Peru
 - ③ Äthiopien
- Bananen**
 - ① Peru
 - ② Dom. Republik
 - ③ Ecuador
- Kakao**
 - ① Côte d'Ivoire
 - ② Ghana
 - ③ Peru
- Rohrzucker**
 - ① Fidji
 - ② Malawi
 - ③ Paraguay
- Fruchtsaftkonzentrat**
 - ① Brasilien (Orangen)
 - ② Thailand (Ananas)
 - ③ Indien (Mangos)
- Blumen/Rosen**
 - ① Kenia
 - ② Tansania
 - ③ Äthiopien
- Baumwolle**
 - ① Indien
 - ② Kirgisistan
 - ③ Burkina Faso



PRODUZENTEN-
NETZWERK
LATEINAMERIKA
UND KARIBIK

PRODUZENTEN-
NETZWERK
ASIEN UND
PAZIFIK

PRODUZENTEN-
NETZWERK
AFRIKA

SITZ VON
FAIRTRADE
INTERNATIONAL
IN BONN

„WIR SCHRECKEN VOR HERAUSFORDERUNGEN NICHT ZURÜCK, SONDERN PACKEN DIESE AN. WIR LERNEN UND ENTWICKELN UNS WEITER UND TRAGEN SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GLOBALER GERECHTIGKEIT BEI.“

LARRY ATTIPOE, Development Director bei Fairtrade International



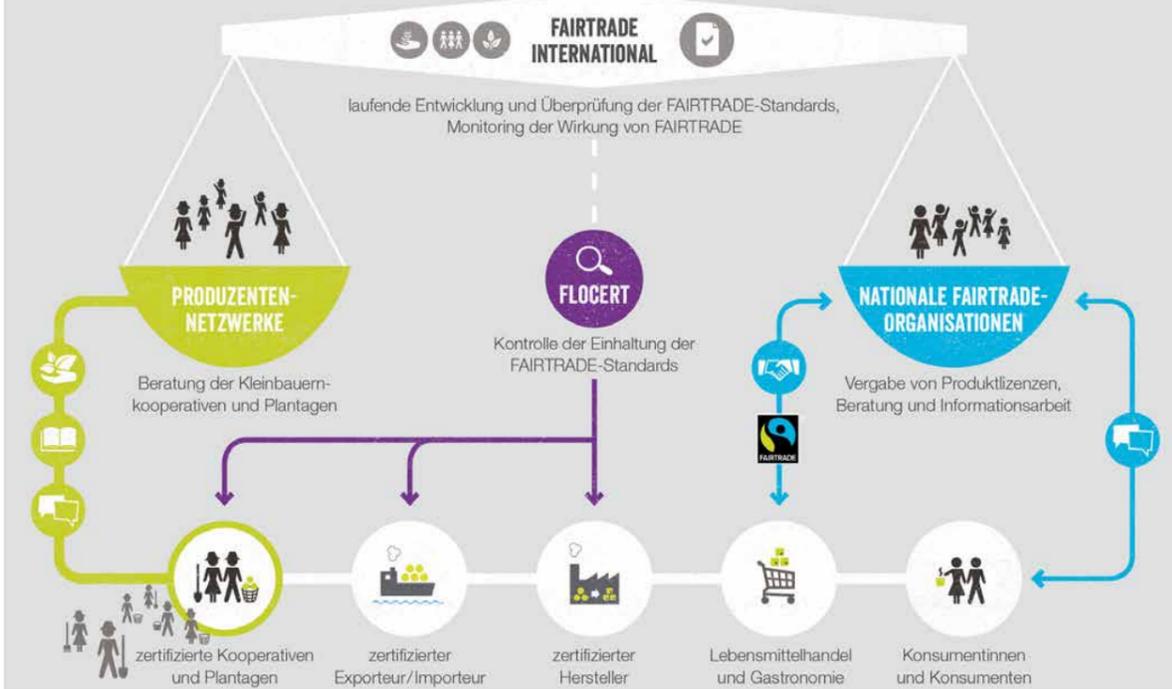
- Nationale FAIRTRADE-Organisation
- FAIRTRADE-Produzentenland



FAIRTRADE VERBINDET

VOR ÜBER 20 JAHREN ENTSTAND DIE IDEE, DEN FAIREN HANDEL ZU VERGRÖßERN, INDEM FAIR GEHANDELTE PRODUKTE MIT EINEM SIEGEL AUSGEZEICHNET WERDEN. DAMIT SOLLTEN SICH DIESE PRODUKTE IM SUPERMARKT VON HERKÖMMLICHER WARE UNTERSCHIEDEN.

DAS FAIRTRADE-SYSTEM



Seit nun über zehn Jahren gibt es ein **weltweit einheitliches Siegel**, das den Konsumentinnen und Konsumenten auf der ganzen Welt zeigt: dieses Produkt wurde nach FAIRTRADE-Standards gehandelt und hergestellt. Heute zählt Fairtrade International' 31 Mitgliedsorganisationen (drei Produzentennetzwerke, 20 Nationale FAIRTRADE-Organisationen und acht FAIRTRADE-Marketing-Organisationen). Rund 1,65 Millionen Produzentinnen und Produzenten aus 74 Ländern in Afrika, Asien und Lateinamerika sind heute Teil des FAIRTRADE-Netzwerks.

TRANSPARENTE SPIELREGELN

Als Spielregeln für fairen Handel dienen **strenge Sozial- und Umweltstandards** sowie ökonomische Richtlinien. Sie schreiben für die meisten Rohstoffe einen stabilen Mindestpreis vor, der bei Preisschwankungen nach unten ein Sicherheitsnetz bildet. Diese Regelung hilft Kooperativen, zu berechnen, welche Einkünfte sie haben – gerade dann, wenn die Preise am Weltmarkt sinken. Steigt der Marktpreis, erhalten die Produzentenorganisationen den höheren Preis.

Zusätzlich zu den Verkaufseinnahmen bekommen die Produzentenorganisationen eine **FAIRTRADE-Prämie**. Die Mitglieder der Produzentenorganisation oder des Prämienkomitees auf Plantagen entscheiden gemeinsam, wofür das Geld eingesetzt werden soll. In manchen Gemeinden werden damit Moskitonetze, Trinkwasserfilter oder Fahrräder angeschafft. In anderen Gebieten finanziert die Prämie den Bau von Kindergärten und von Bildungsprojekten oder auch Informationskampagnen über Umwelt- oder Arbeitsschutz. Wieder andere investieren in den Bau von Verarbeitungsanlagen sowie in die Errichtung von Qualitätslabors oder in die Organisationsstruktur – denn gut organisierte Kooperativen mit klaren Zielen verbessern die Verhandlungsposition der Kleinbauern und -bäuerinnen auf dem Weltmarkt wesentlich.

Weiters verpflichten sich die Produzentenorganisationen, ausbeuterische Kinderarbeit gemäß den ILO-Konventionen zu bekämpfen. Plantagen fördern gewerkschaftliche Organisationen; Arbeitsbedingungen wie die schrittweise Erreichung von existenzsichernden Löhnen müssen geregelt und der Gesundheitsschutz muss nach ILO-Konventionen verbessert werden. Zudem müssen deutlich weniger Pestizide und Chemikalien bei der Produktion eingesetzt und natürliche Ressourcen geschützt werden. Der Einsatz von gentechnischem Saatgut ist verboten – für biologisch angebaute Produkte gibt es einen Aufschlag.

Die spezifischen Anforderungen für einzelne Produkte und Produktgruppen für Händler, Kooperativen und Plantagen werden in einzelnen Standards abgedeckt. Nur Produkte, bei deren Herstellung alle Vorgaben eingehalten wurden, bekommen das FAIRTRADE-Siegel.

1 | Mehr unter www.fairtrade.net.

„FAIRTRADE UNTERSTÜTZT DIE KLEINBAUERN-ORGANISATIONEN DABEI, REGELUNGEN FÜR NEUE HERAUSFORDERUNGEN ZU FINDEN, UND FÖRDERT DEN DIALOG MIT GEWERKSCHAFTEN.“

JULIA MALQUIN, Fairtrade-Beraterin für Arbeiterrechte in Lateinamerika



FAIRTRADE-SIEGEL: AUF EINEN BLICK

Das FAIRTRADE-Siegel kennzeichnet Waren, die aus fairem Handel stammen und bei deren Herstellung bestimmte soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten wurden. Daneben gibt es programm- und produktspezifische Siegel.



Das FAIRTRADE-Siegel steht für fair angebaute und gehandelte Produkte: alle Zutaten eines Produktes, die unter FAIRTRADE-Bedingungen erhältlich sind, müssen FAIRTRADE-zertifiziert sein. Dies gilt auch für Mischprodukte² (z. B. Schokolade oder Eiscreme).



Das FAIRTRADE-Siegel für Baumwolle steht für fair angebaute und gehandelte Rohbaumwolle, die über alle Produktionsschritte direkt rückverfolgbar ist und getrennt von Nicht-FAIRTRADE-Baumwolle weiterverarbeitet wird.



Das FAIRTRADE-Gold-Siegel auf einem Produkt stellt sicher, dass das Gold fair abgebaut und gehandelt wurde.



Die FAIRTRADE-Programme für Zucker und Kakao beziehen sich jeweils auf eine fair angebaute und gehandelte Einzelzutat: Nur der Kakao oder der Zucker im jeweiligen Mischprodukt muss FAIRTRADE-zertifiziert sein.



Das FAIRTRADE-Programmsiegel für Baumwolle bedeutet, dass eine vereinbarte Menge Rohbaumwolle zu FAIRTRADE-Bedingungen eingekauft wurde und ab der Spinnerei indirekt (mittels Dokumentation via Fairtrace[®] bei FLOCERT) rückverfolgbar ist.

Kakao, Fruchtsaft, Tee oder Zucker werden nach FAIRTRADE-Standards mit Mengenausgleich³ gehandelt. Eine physische Rückverfolgbarkeit ist im Aufbau.

tungsprozesses im Norden mit nichtzertifizierten Rohstoffen gemeinsam verarbeitet werden (ähnlich dem Ökostromprinzip). Konsumentinnen und Konsumenten haben dennoch die Gewissheit, dass für das gekaufte Produkt die FAIRTRADE-Vorteile bei den jeweiligen Produzentenorganisationen ankommen. Die eingekauften und verkauften FAIRTRADE-Mengen müssen sich in der gesamten Lieferkette entsprechen. Mehr unter www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/kontrolle-und-zertifizierung/rueckverfolgbarkeit-und-mengenausgleich.

2 | Mehr zur Regelung von Mischprodukten im FAIRTRADE-Händlerstandard unter: www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/regeln-fuer-mischprodukte.

3 | Als developmentpolitisches Instrument der Armutsbekämpfung ist für Zucker, Kakao, Tee und Fruchtsaft die indirekte Rückverfolgbarkeit mit Mengenausgleich erlaubt: Die Rohstoffe werden von FAIRTRADE-Bauernfamilien geerntet und können am Produktionsort im Süden oder während des Verarbeit-

STRENGE KONTROLLE DER FAIRTRADE-VORGABEN

Ob die FAIRTRADE-Standards eingehalten werden, überprüft ein unabhängiges Kontrollsystem, bei dem die Partnerorganisationen vor Ort regelmäßig – im Durchschnitt einmal pro Jahr – audiert werden. Je nach Ergebnis kann das Audit-Intervall in der Folge verkürzt oder auch verlängert werden. Unabhängige Auditorinnen und Auditoren prüfen, ob alle verpflichtenden Kernkriterien (Core), welche die FAIRTRADE-Grundwerte widerspiegeln und eine solide Basis für Entwicklung und Stärkung der Produzentengruppen bilden, eingehalten werden. Weiters gibt es Entwicklungskriterien (Development), die den Fortschritt in der Produzentenorganisation aufzeigen und dabei helfen, Strukturen zu stärken, längerfristig zu planen und zu investieren.

Das Verfahren der zuständigen FLOCERT GmbH⁴ entspricht durch die Akkreditierung nach ISO-Norm 17065 einem weltweit gültigen Standard für Unabhängigkeit, Einheitlichkeit und Transparenz der Kontrollen. FLOCERT ist eine führende, weltweit tätige Zertifizierungsorganisation und nimmt als einzige FAIRTRADE-Zertifizierungen vor.

4 | Darüber hinaus übernimmt FLOCERT die Überprüfung von Sozial-, Arbeits- und Umweltstandards sowie von privaten Verhaltenskodizes. Mit vier internationalen Geschäftsstellen, die in mehr als 115 Ländern tätig sind, spezialisiert sich FLOCERT darauf, internationale Reichweite in Verbindung mit lokaler Kompetenz anzubieten. Mehr unter www.flocert.net.

5 | Raluca Dragusanu, Daniele Giovannucci und Nathan Nunn (2014): *The Economics of Fair Trade*, Department of Economics, Harvard University, <http://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.28.3.217>.

6 | La Corporación para el Desarrollo Empresarial Rural (CODER) (2014): *An Evaluation of Fairtrade Impact on Smallholders and Workers in the Banana Sector in northern Colombia*, www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/140330-Banana-Colombia-Fairtrade-Impact-Study-final.pdf.

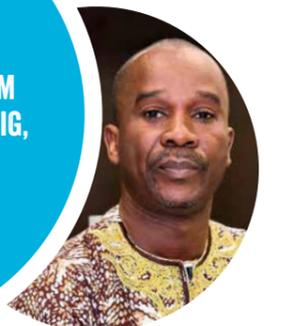
WIRKUNG VON FAIRTRADE

Ob FAIRTRADE tatsächlich zu einem Wandel beiträgt, wird immer wieder untersucht, ausgewertet und überprüft. Wissenschaftler erforschen regelmäßig die Wirkung des fairen Handels. So haben Forscherinnen und Forscher der Universität Harvard unabhängige Studien zu Wirkungsmechanismen von FAIRTRADE durchgeführt. Sie kommen zum Schluss, dass FAIRTRADE-Produzentengruppen höhere Ernteerträge und somit höhere Einkommen erzielen und auch im Hinblick auf finanzielle Stabilität besser abschneiden.⁵

Auch La Corporación para el Desarrollo Empresarial Rural hat eine Untersuchung über Bananen-Kleinbauernfamilien und Arbeiterinnen und Arbeiter in Kolumbien durchgeführt. Die Studie zeigt, dass die Teilnahme am fairen Handel das Haushaltseinkommen erhöht und die Produktionskosten reduziert. Die Arbeitsbedingungen wie auch die Qualität der Unterkünfte haben sich verbessert. Gleichzeitig gefährden niedrige Marktpreise die Situation der Produzentinnen und Produzenten, und FAIRTRADE sollte mehr unternehmen, um ihren Marktzugang zu verbessern.⁶

„MÖGLICHST VIELE PRODUZENTEN EINZUBEZIEHEN UND ZU BESPRECHEN, WIE WIR IM FAIRTRADE-SYSTEM VORANKOMMEN, IST WICHTIG, UM GEMEINSAM VIEL ERREICHEN ZU KÖNNEN.“

FORTIN BLEY, Präsident des Fairtrade-Produzenten-netzwerks Westafrika





ÜBERBLICK – ENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH

SEIT 1993 VERGIBT DER GEMEINNÜTZIGE VEREIN FAIRTRADE ÖSTERREICH DAS FAIRTRADE-SIEGEL IN ÖSTERREICH. DAS WELTWEIT GRÖSSTE UND BEKANNTESTE SOZIALSIEGEL FÜR FAIREN HANDEL⁷ ZEICHNET PRODUKTE AUS, DIE NACH DEN STANDARDS VON FAIRTRADE INTERNATIONAL PRODUZIERT UND GEHANDELT WERDEN.

Getragen wird FAIRTRADE Österreich von Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Ökologie, Bildung, Soziales und Religion.⁸ Die Hauptaufgaben von FAIRTRADE Österreich – als Schnittstelle zwischen Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeitern im globalen Süden und österreichischen Unternehmen sowie der Zivilgesellschaft – sind die Schaffung von Marktzugängen für fair gehandelte Produkte und Rohstoffe, die Informations- und Sensibilisierungsarbeit für fairen Handel und verantwortungsvollen Konsum in Österreich und nicht zuletzt die Unterstützung von Handelsfirmen und Unternehmen, zertifizierte FAIRTRADE-Partner zu werden.

EIN GUTES JAHR

Kaffee, nach wie vor das FAIRTRADE-Produkt schlechthin, hat in Österreich auch im vergangenen Jahr wieder ein zweistelliges Wachstum erzielt. Auch andere Produktgruppen wie **Bananen** und vor allem **Kakao** und **Zucker** legten kräftig zu. Der geschätzte Handelsumsatz der Partnerfirmen mit FAIRTRADE-Produkten in Österreich stieg damit auf rund 185 Mio. EUR. Allein aus Österreich gingen dadurch Direkteinnahmen⁹ in Höhe von 32,6 Mio. USD an die FAIRTRADE-Produzentengruppen in Afrika, Asien und Lateinamerika. Die FAIRTRADE-Prämie fließt u.a. in die Verbesserung der Anbaumethoden, Maßnahmen zur Qualitätssteigerung und zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels sowie in Bildungs- und Gesundheitsprojekte.¹⁰ Davon **profitiert die gesamte Gemeinschaft**. Durch das seit Jahren konstante Wachstum kann die positive Wirkung in Form von verbesserten Lebens- und Arbeitsbedingungen in den Produzentenländern nachweislich gestärkt werden.

Mit zunehmender Bekanntheit und Verfügbarkeit der Produkte wächst auch das Interesse der österreichischen Konsumentinnen und Konsumenten, einfach und klar über den fairen Handel und dessen Mehrwert informiert zu werden. Die starke Präsenz bei Kongressen, Handelsmessen und bei **über 100 Veranstaltungen in ganz Österreich** im Rahmen von Kampagnen trug 2015 maßgeblich dazu bei, das Bewusstsein für und das Bedürfnis nach mehr Fairness im Handel zu fördern.

FAIRTRADE@WORK UND „IN BEWEGUNG“

Großen Anklang fand die neue **FAIRTRADE@work-Kampagne**¹¹: 36 Unternehmen und NGOs beteiligten sich daran und setzten mit gezielten Aktivitäten wichtige Schritte für mehr fairen Handel, z. B. beim FAIRTRADE-Frühstück in der Unileverzentrale oder beim Stakeholder- und Kundentag des Wirtschaftsverlages. Im Rahmen der FAIRTRADE@work **Award Night** Ende Januar wurden die ersten zehn Unternehmen in vier Kategorien für ihr vorbildhaftes Engagement ausgezeichnet. Die Gewinner in ihrer Kategorie waren die Lehner Gerhard e.U., Adamah Bio-Hof, OMV und das Afro-Asiatische Institut Salzburg.

Bei der **FAIRTRADE-Tagung** im Oktober unter dem Motto „FAIRTRADE in Bewegung“ berichteten internationale Gäste wie Joaquín Vásquez, Präsident der Bananen- und Kakao-Kooperative UROCAL in Ecuador, über Strategie, Wirkungsweise und Herausforderungen von FAIRTRADE. Bei Workshops und Fachgesprächen gab es die Möglichkeit zur Vertiefung einzelner Themen und Vernetzung mit verschiedenen Stakeholdern des fairen Handels in Österreich.

NOCH VIEL POTENZIAL

Trotz der erfreulichen Entwicklung von FAIRTRADE in Österreich sind noch viele große und kleine Schritte nötig, um dem Ziel, soziale und ökologische Verantwortung im globalen Handel zur Norm zu machen, näherzukommen. Diese Schritte umfassen die von der Zivilgesellschaft getragenen Kampagnen und Aktivitäten für mehr fairen Handel ebenso wie Produktneueinführungen und den Umstieg neuer Partnerunternehmen auf FAIRTRADE-Zutaten sowie die zunehmende Verwendung von FAIRTRADE-Produkten im öffentlichen Sektor. Dies wird durch die neue Vergaberichtlinie der EU, die auch soziale Kriterien in der **öffentlichen Beschaffung von Städten und Gemeinden** zulassen, erleichtert.¹²

„Produzentenunterstützung, Marktöffnung, Standardsetzung und Zertifizierung sowie weiterführende Projekte und Partnerschaften, Öffentlichkeitsarbeit und Advocacy müssen Hand in Hand gehen“, weiß **Hartwig Kirner, Geschäftsführer von FAIRTRADE Österreich**, aus langjähriger Erfahrung. Denn trotz aller Erfolge gibt es nach wie vor viele Produzentenorganisationen im FAIRTRADE-Netzwerk, die erst einen Teil ihrer Rohstoffe zu FAIRTRADE-Bedingungen verkaufen können. Umgekehrt gibt es noch viel Potenzial und Absatzchancen für FAIRTRADE-Produktgruppen am österreichischen Markt.

7 | Laut einer Befragung von über 11.700 Konsumentinnen und Konsumenten in 15 Ländern, 2015 durchgeführt vom Meinungsforschungsinstitut GlobeScan.
8 | Liste aller Mitgliedsorganisationen siehe Seite 19.
9 | Die geschätzten Direkteinnahmen setzen sich aus dem Mindestpreis (außer für Zucker und Rosen), dem Bioaufschlag und der FAIRTRADE-Prämie zusammen und bezeichnen den Geldfluss in die Produzentenländer.
10 | Mehr unter www.fairtrade.net/resources/impact-and-research.html.
11 | Mehr unter www.fairtrade.at/fairtrade@work.
12 | Mehr zur Richtlinie unter <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0024&from=DE>.



FAIRTRADE-SIEGEL: SO KOMMT ES AUF DAS PRODUKT.

Alle Unternehmen, die mit FAIRTRADE-Rohstoffen handeln oder diese veredeln, müssen die FAIRTRADE-Standards einhalten und sich von FLOCERT zertifizieren lassen. Unternehmen, die Produkte mit FAIRTRADE-Siegel in Österreich vermarkten möchten, benötigen einen Lizenzvertrag mit FAIRTRADE Österreich.

1. FLOCERT-Zertifizierung von Exporteuren, Importeuren, Herstellern
2. Lizenzvertrag des Markeninhabers mit FAIRTRADE Österreich
3. Abstimmung der Produktfreigabe und Kommunikationsmaßnahmen mit FAIRTRADE

„EIN WIRTSCHAFTSSYSTEM KANN SEHR WOHL AUCH EIN WERTESYSTEM SEIN. DIE ENTSCHEIDUNG FÜR FAIRTRADE IST EIN KLARES SIGNAL.“

HELMUT SCHÜLLER,
Vorstandsvorsitzender FAIRTRADE Österreich



ENGAGEMENT VON PARTNERFIRMEN

2015 ZEIGTEN DIE ÖSTERREICHISCHEN PARTNERFIRMEN UNGEBREMST ENGAGEMENT UND INVESTIERTEN ENTSPRECHEND IN NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNGSKETTEN UND IN DIE SORTIMENTSERWEITERUNG VON FAIRTRADE-PRODUKTEN.

Mittlerweile werden mehr als 1.300 Produkte¹³ mit dem FAIRTRADE-Siegel österreichweit von 120 Partnerunternehmen¹⁴ in über 5.000 Verkaufsstellen wie Super- und Verbrauchermärkten, Bioläden, Drogeriemärkten, den Weltläden und im Textil- und Bekleidungsfachhandel sowie in mehr als 1.800 Cafés, Bäckereien, Restaurants, Hotels und Kantinen angeboten.¹⁵ Im Außer-Haus-Bereich konnten u.a. Motel One Hotels, McDonald's, GMS Gourmet GmbH oder Motto Catering als neue Partner begrüßt werden. Bei einem geschätzten Umsatz von 185 Mio. Euro gaben die Österreicherinnen und Österreicher erstmals durchschnittlich 21,50 Euro pro Kopf für FAIRTRADE-Produkte aus.

HEISS GELIEBT: KAFFEE & HEISSGETRÄNKE

Das Engagement der Handelspartner sowie Produktinnovationen bestehender Partnerfirmen waren ausschlaggebend für den herausragenden Erfolg bei **Kaffee und Heißgetränken**. **Kaffee** verzeichnete 2015 wieder ein erfreuliches Wachstum, das v.a. der Umstellung von Handelseigenmarken zuzuschreiben ist. Während Spar Regio mit den neuen Spar-Premium-Kaffeesorten weitere FAIRTRADE-Kaffees einführte, stellte die Rewe International AG ihren Ja!-Natürlich-Kaffee um. Somit tragen seit 2015 alle Bio-Eigenmarken im österreichischen Handel das FAIRTRADE-Siegel. Die EZA Fairer Handel GmbH präsentierte mit „Adelante“ den ersten FAIRTRADE-Kaffee aus Frauenhand. Neuer Lizenzpartner ist die Firma Capsima mit Kaffeekapseln in fünf verschiedenen Sorten. Ebenfalls neu sind die Kaffeekapseln von café+co und Amann Kaffee. Rund ein Drittel des FAIRTRADE-Kaffees in Österreich wird außer Haus konsumiert. FAIRTRADE-Tee von Teekanne wird seit Anfang des Jahres bei

McDonald's serviert. Milford und Hämmerle bieten neuerdings FAIRTRADE-zertifizierte Instanttees für **Automaten** an. Ebenfalls neu ist der mit FAIRTRADE-Kaffee und -Kakao befüllte Afro-Coffee-Heißgetränkeautomat der Selecta Betriebsverpflegungs-GmbH.

SÜSSE REVOLUTION: SCHOKOLADENGENÜSSE UND SÜSSWAREN

Bei Produkten mit **Kakao** konnte 2015 eine kleine Revolution beobachtet werden. Zum einen setzen nun neue Lizenzpartner auf das FAIRTRADE-Siegel, allen voran die Josef Manner & Comp. AG mit den beliebten Casali-Schokobananen, die Tiroler Biospezialisten Bio vom Berg und die Bachhalm Schokoladenmanufaktur. Gleichzeitig begeisterten langjährige Partnerunternehmen mit Sortimentserweiterungen und kreativen Produktinnovationen (z. B. EZA Fairer Handel GmbH, zotter Schokoladenmanufaktur oder Landgarten). Als Gastronomiepartner von FAIRTRADE Österreich verwendet die GMS Gourmet GmbH seit 2015 ausschließlich FAIRTRADE-zertifiziertes Kakaopulver für ihr Angebot an Kuchen und Konditorwaren. Zum anderen trugen mehrere österreichische Partner mit ihrer 100%-igen Umstellung des Kakao im Rahmen des FAIRTRADE-Kakaoprogramm-Siegels entscheidend zum Wachstum bei, wie die Walter Heindl GmbH und die Heidi Chocolat AG mit den Niemetz Schwedenbomben. Nicht zuletzt ist der Erfolg bei Kakao auch auf den Einstieg von Handelseigenmarken in das FAIRTRADE-Kakaoprogramm mit Produkteinführungen bei Billa, Billa Corso, Ja! Natürlich, Spar, Spar Natur*pur und Lidl zurückzuführen.

FAIRE VIELFALT: WEITERE PRODUKTGRUPPEN

FAIRTRADE-**Bananen** erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit und konnten dank guter Qualität bei allen Handelsketten wieder erfreuliche Zuwächse verzeichnen. Frische FAIRTRADE-**Orangen** sind bei Billa und Merkur mittlerweile fester und erfolgreicher Bestandteil des fairen Fruchtsortiments. Köstlich-frische Innovationen gab es bei den FAIRTRADE-**Fruchtsäften**: Der Orangensaft gespritzt und der Green Tea Mango der Hermann Pfanner Getränke GmbH in der handlichen 0,5-Liter-Flasche sind ideal für Schule, Büro oder unterwegs und auch für Getränkeautomaten geeignet. Die EZA Fairer Handel GmbH brachte mit zwei neuen Bio-Eisteesorten „vegane“ Abkühlung in die Sommerhitze.

Bei den **Grundnahrungsmitteln** sorgte Rohrzucker für beachtliche Zuwächse: einerseits als Zutat von zahlreichen neuen Süßwaren, aber insbesondere infolge der 100 %-igen Umstellung der drei **Rohrzucker**-Handelseigenmarken der Rewe International AG von Billa und Merkur („Immer-gut-Zucker“) sowie der Ja!-Natürlich-Zuckersorten.

Die Firmen Lechner & Franc und Life Earth Reisen GmbH starteten mit 24 reinsortigen **Gewürzen** und kreativen Gewürzmischungen aus Sri Lanka im Handel. Die Lemberona HandelsgesmbH mit einem Sortiment von bereits über einhundert FAIRTRADE-zertifizierten Produkten wie Gewürzen, Reismischungen und Trockenfrüchten freute sich über neue Listungen im Cash-und-Carry-Bereich. Damit wurde das Angebot an FAIRTRADE-Zutaten für Großabnehmer und Gastronomie attraktiv erweitert.

In der **Nonfood-Produktgruppe** gab es zur Weihnachtszeit bei Hofer erstmals **Weihnachtssterne** als neue Topfpflanzen mit dem FAIRTRADE-Siegel. Als neuer Lizenzpartner bietet dm drogerie markt nun dm-Baumwolleinkaufstaschen aus FAIRTRADE-zertifizierter Baumwolle an.

VORTEILE FÜR LIZENZPARTNER

1. Glaubwürdigkeit durch unabhängige Zertifizierung und regelmäßige Kontrollen
2. Strategische Partnerschaften durch langfristige Handelsbeziehungen
3. Hohes Vertrauen in das Gütesiegel
4. Erschließung attraktiver Zielgruppen
5. Breite Rohstoffpalette

13 | Eine Übersicht über alle FAIRTRADE-Produkte in Österreich bietet der online-Produkt-Finder: www.fairtrade.at/produkte.

14 | Liste aller Lizenzpartner siehe Seite 18.

15 | Eine Übersicht über alle FAIRTRADE-Gastronomiepartner bietet der online-Gastro-Finder: www.fairtrade.at/produkte/gastrofinder.

„MIT DER KOOPERATION MIT FAIRTRADE FÜR UNSERE CASALI-SCHOKOBANANEN KÖNNEN WIR DEN FAIREN HANDEL UNTERSTÜTZEN UND DEM WUNSCH UNSERER KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN NACHKOMMEN.“

ULF SCHÖTTL, Marketingleiter
Josef Manner & Comp. AG



UNTERSTÜTZUNG FÜR PARTNERFIRMEN

FAIRTRADE ÖSTERREICH UNTERSTÜTZT ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN UND BERÄT UNTERNEHMEN, DIE FAIRTRADE-PRODUKTE UNTER IHRER MARKE VERTREIBEN MÖCHTEN. SO ERFÜLLEN SIE DEN WUNSCH NACH MEHR FAIRTRADE-PRODUKTEN.

Das FAIRTRADE-Siegel ist das weltweit bekannteste Sozialsiegel mit höchsten Glaubwürdigkeitswerten. Auch in Österreich genießt es eine sehr hohe Reputation.¹⁶ Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten wollen wissen, woher ihr Essen und andere Konsumgüter stammen und wo und unter welchen Bedingungen diese hergestellt wurden. Gleichzeitig sind Unternehmen trotz immer undurchschaubarerer Strukturen im globalen Welthandel gefordert, ihrer sozialen und ökologischen Sorgfaltspflicht nachzukommen und Transparenz entlang der Lieferketten einzuhalten.

Nachhaltig und fair – die unabhängige FAIRTRADE-Zertifizierung ermöglicht beides. Durch die Verankerung von FAIRTRADE als Teil ihrer Unternehmenspolitik profitieren Unternehmen – große wie kleine – nachweislich von einer Reihe von Vorteilen.¹⁷

PRÄSENZ BEI FACHVERANSTALTUNGEN UND AKTIONEN

Das FAIRTRADE Österreich-Team unterstützt Unternehmen mit vielfältigen Maßnahmen wie z. B. professioneller Beratung und Schulungen zur Umstellung, Vorträgen, Verkostungen u. v. m. dabei, ihr Engagement für fairen Handel umzusetzen und nach außen zu tragen. Beispiel dafür waren **über 40 Fachveranstaltungen** für Unternehmen und öffentliche Einrichtungen, wie die Green Events Austria Konferenz 2015 in Wien, die FAIRTRADE-Ausstellung im Parlament oder die Fachmesse „Alles für den Gast“ in Salzburg. Auch auf Initiative von Partnerunternehmen wurden **viele Aktivitäten** umgesetzt. So u. a. die Auszeichnung von Lehrlingen der Spar-Akademie zu FAIRTRADE-Botschafterinnen und -Botschaftern oder die FAIRTRADE-Infotage mit Verkostungen und Gewinnspiel von Reiter Betten & Vorhänge.

VIelfältiges ANGEBOt

FAIRTRADE Österreich stellt Partnerunternehmen für verschiedene Zielgruppen fundierte **Fachinformationen** zur Verfügung, die zur Verkaufsförderung und Bewusstseinsbildung für den fairen Handel verwendet werden können und die dabei helfen, Konsumentinnen und Konsumenten, Gästen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Bedeutung des fairen Engagements verständlich näherzubringen. Drucksorten, wie der umfassende **FAIRTRADE-Produktkatalog** „TASTE“, Tischaufsteller, Rezeptfolder, das neue Gastroinfoblatt oder die neuen **Themenzeitungen** zu Kakao, Kaffee und Baumwolle sollen Partner unterstützen, den fairen Handel in ihre CSR-Strategie einzubauen.

Neben regelmäßigen E-Newslettern für Handel und Gastronomie bietet die Website www.fairtrade.at umfassende, tagesaktuelle Informationen für Partnerbetriebe von Entwicklungen auf nationaler und internationaler Ebene zu Serviceangeboten von FAIRTRADE Österreich, aber auch Anregungen, selbst aktiv zu werden, sowie zur Vernetzung mit Partnerunternehmen im FAIRTRADE-Netzwerk.

Um die Glaubwürdigkeit des Engagements zusätzlich zu unterstreichen, führte FAIRTRADE Österreich 2015 in Zusammenarbeit mit Austria Bio Garantie und agroVet erstmals **Kontrollen** bei zehn registrierten FAIRTRADE-Partnern in der **Gastronomie** durch.

¹⁶ | Vgl. GlobeScan-Umfrage 2015.
¹⁷ | Siehe Infobox auf Seite 13.

FAIRTRADE IST EINE BEWEGUNG

DAS GROSSE ZIVILGESELLSCHAFTLICHE ENGAGEMENT UND INTERESSE SIND DIE GRUNDLAGE FÜR DEN ERFOLG DES FAIREN HANDELS IN ÖSTERREICH. FAIRTRADE ÖSTERREICH ARBEITET LAUFEND DARAN, DEN DIALOG MIT DER ÖFFENTLICHKEIT AUSZUBAUEN.

Ethisch und fair gehandelte Produkte zu kaufen ist eine der wirkungsvollsten Möglichkeiten für Konsumentinnen und Konsumenten, Nachhaltigkeit zu unterstützen. Ebenso wichtig ist es, die Zivilbevölkerung und die **breite Öffentlichkeit** über die Bedeutung von fairem Handel im globalen Wirtschaftssystem zu informieren und aktiv auf herrschende Ungerechtigkeiten aufmerksam zu machen. Die Unterstützerinnen und Unterstützer aus der Zivilgesellschaft machen Veränderung in Form von zahlreichen Veranstaltungen, Kampagnen und Aktionen erst möglich. Mehr als 120 ehrenamtlich Engagierte sowie 15 FAIRTRADE-Referentinnen und -Referenten sind dazu regelmäßig in öffentlichen Einrichtungen wie Schulen, Universitäten, Krankenhäusern oder Altersheimen im Rahmen von Informations- und Aufklärungsveranstaltungen im Einsatz.

VERANSTALTUNGEN MIT WIRKUNG

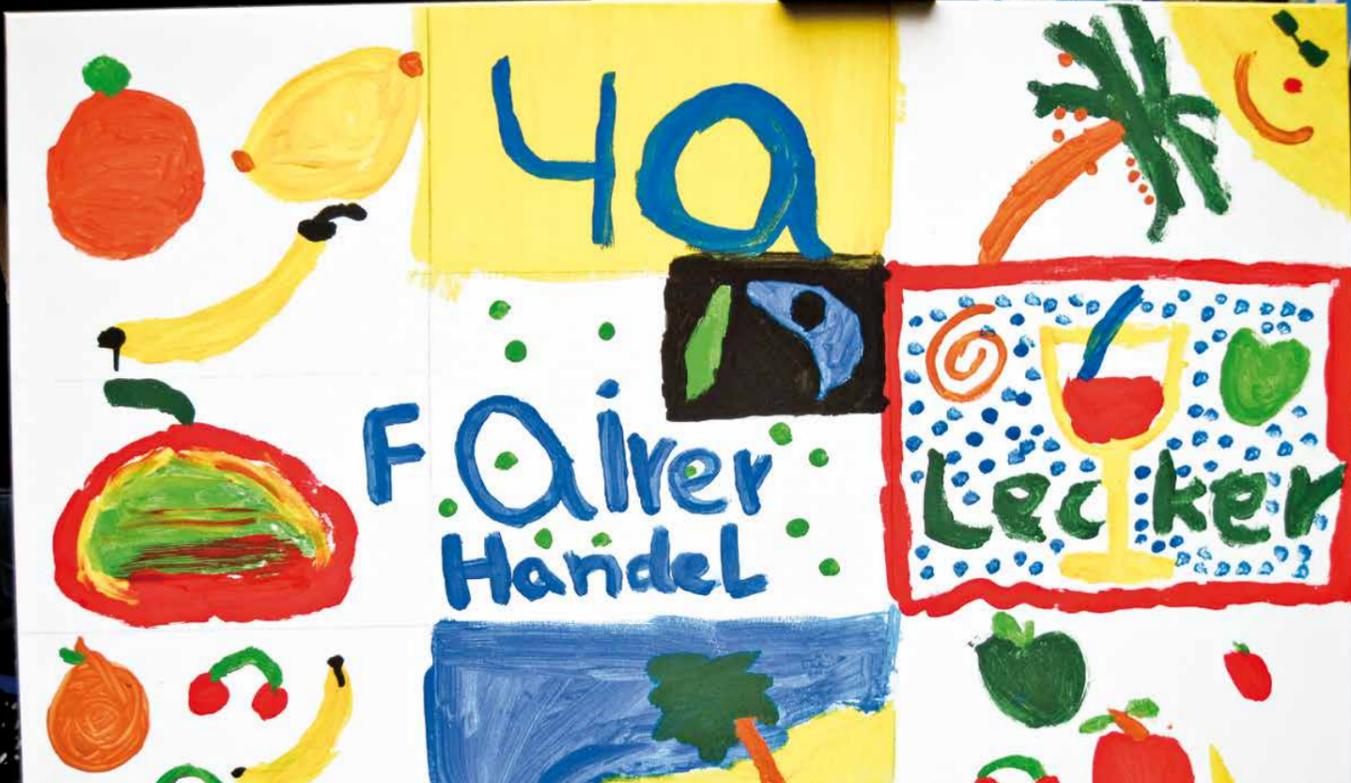
Bereits zum dritten Mal wurde im Wiener Rathaus erfolgreich der **Genussmarkt „fairERleben“** in Zusammenarbeit mit ÖkoKauf Wien der Wiener Umweltschutzabteilung – MA 22 abgehalten. Die Veranstaltung bot mehr als 5.000 Besucherinnen und Besuchern an zwei Tagen Gelegenheit, zahlreiche österreichische FAIRTRADE-Partner und deren Angebot aus nächster Nähe kennenzulernen. Das Rahmenprogramm mit Workshops und Führungen für Schulklassen war lange im Voraus ausgebucht. Auch die Informationsangebote verschiedener zivilgesellschaftlicher Organisationen fanden großen Zuspruch. Beim **Eurovision Song Contest** verteilten freiwillige FAIRTRADE-Mitarbeiterinnen in Bananenkostümen mehr als 500 FAIRTRADE-Schokobananen an die Besucherinnen und Be-

sucher in der Public Viewing Area am Wiener Rathausplatz. Den Vorgaben des österreichischen Umweltzeichens für Green Events entsprechend wurde an den offiziellen Hauptlocations zum Song Contest ausschließlich FAIRTRADE-Kaffee serviert. FAIRTRADE Österreich beteiligte sich wieder als Kooperationspartner bei der Messe **WearFair & mehr** der Organisationen Südwind, GLOBAL 2000 und Klimabündnis OÖ. Mit rund 13.000 Besucherinnen und Besuchern wurden bei der Messe für öko-faire Mode und nachhaltigen Lebensstil in der FAIRTRADE-Stadt Linz so viele Personen wie nie zuvor mit Themen rund um den fairen Handel erreicht. Rund 200 Gäste aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, NGOs, Gemeinden, Weltläden und Schulen folgten der Einladung zur **FAIRTRADE-Tagung** in Wien.

„FAIRNESS IN DER WIRTSCHAFT – EIN GRUNDBAUSTEIN FÜR EHRliche UND NACHHALTIGE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN. DIESES BEWUSSTSEIN MUSS IN DER AUSBILDUNG GESCHAFFEN WERDEN!“

GABRIELE REITHOFER,
VBS Schönborngasse,
1080 Wien





AKTIV SEIN

Über die intensive Kampagnenarbeit von FAIRTRADE Österreich wurde politisches und soziales Engagement durch rund 50 Vorträge und Workshops mit Informationen, Beratung und Vernetzungsmöglichkeiten begleitet und gefördert. Die Maßnahmen von FAIRTRADE Österreich zusammen mit den zahlreichen Aktivitäten der FAIRTRADE-Gemeinden und -Schulen sowie Informationsmaterialien, Newsletter, Medienarbeit und Onlinekommunikation erreichten wieder zahlreiche Menschen.

Die positive Wirkung der zivilgesellschaftlichen Aktivitäten im Rahmen der internationalen **Fair Trade Towns-Kampagne**¹⁸ auf den Einsatz von FAIRTRADE-Produkten in der öffentlichen Beschaffung ist mehrfach belegt. Auch in Österreich tragen die 142 FAIRTRADE-Gemeinden, -Städte und -Bezirke Wiens mit einem FAIRTRADE-Kaffeekonsum von insgesamt ca. zehn Tonnen Kaffee pro Jahr mittlerweile nennenswert zum Wachstum bei FAIRTRADE-Kaffee bei. 2015 wuchs die Kampagne um **16 neue FAIRTRADE-Gemeinden**.¹⁹ Immer mehr aktive Mitglieder engagieren sich in den lokalen FAIRTRADE-Arbeitsgruppen. An die 330 Aktionen und Events mit über 60.000 Besucherinnen und Besuchern wurden österreichweit umgesetzt, darunter der Auftritt des Hope Theatre aus Nairobi in Krumbach, Lembach und Hallein, die faire Filmmacht der FAIRTRADE-Gemeinden Enns, Ennsdorf und St. Valentin oder das gemeinsame Kochen mit Asylwerberinnen und Asylwerbern in Braunau und Ostermiething. Zahlreiche Vertreterinnen und Vertreter der österreichischen FAIRTRADE-Gemeinden kamen zur FAIRTRADE-Tagung. Sechs Vertreterinnen und Vertreter aus Österreich nahmen an der internationalen Fair Trade Towns Conference in Bristol teil.

Im Rahmen der **Kampagne FAIRTRADE-Schools**²⁰ wurden 2015 **weitere 13 Schulen**²¹ für ihr „fares“ Engagement ausgezeichnet. Damit wuchs die Zahl der FAIRTRADE-Schulen in Österreich auf 25. Mehr als 150 Unterrichtsbeispiele, Events und Aktionen sind bislang auf dem FAIRTRADE-Schools-Blog²² dokumentiert, die als Anregung und Motivation für andere Schulen

dienen. So richteten die Schülerinnen und Schüler der HLTW Bergheidengasse Wien mit dem Theaterhotel eine der größten Schulcharity-Veranstaltungen des Landes aus. Die Schule wurde bei dieser Gelegenheit auch als FAIRTRADE-School ausgezeichnet. Im Rahmen des Schulwettbewerbs der NÖ Landesregierung „Jugend gestaltet (ihre) Zukunft“, durchgeführt von Klimabündnis Niederösterreich und FAIRTRADE Österreich im Zuge des European Year for Development, wurden die besten Projekte und Aktivitäten in den Bereichen Klimaschutz und fairer Handel prämiert. FAIRTRADE Österreich war auf zahlreichen Veranstaltungen für Lehrerinnen und Lehrer präsent und informierte auf der größten Bildungsmesse Österreichs, der Interpädagogica, gemeinsam mit Südwind, BAOBAB und „Jugend Eine Welt“ über die neusten Angebote für Schulen.

KOOPERATIONEN – GEMEINSAM STÄRKER

Zusätzlich zu den eigenen Kampagnen unterstützt FAIRTRADE Österreich **Aktivitäten von Partner-NGOs**, um deren Wirkung zu verstärken, darunter Make Chocolate Fair, Make Fruits Fair, Supply Change, die Kampagne „TTIP-stoppen“ sowie die Kampagne „Mitmachen“²³ der Austrian Development Agency (ADA). FAIRTRADE Österreich beteiligte sich an der weltweiten, NGO-übergreifenden Kampagne „Action 2015“ zur Erreichung der nachhaltigen Entwicklungsziele und ist Mitglied beim WIDE-Netzwerk sowie im Netzwerk Soziale Verantwortung und bei der **Initiative SO:FAIR**²⁴ zur Förderung von sozialer und nachhaltiger Beschaffung im öffentlichen Sektor. Unter der Mitarbeit von FAIRTRADE Österreich startete die Erzdiözese Wien die Initiative „**Pfarrte fairwandeln**“.²⁵

POLITISCHES ENGAGEMENT IST GEFRAGT

Für eine positive Veränderung ist neben einer bewussten Kaufentscheidung eine aktive Beteiligung an gesellschaftlichen und politischen Prozessen notwendig.

Infos: www.fairtrade.at/mitmachen/kampagnen

INFORMIERT SEIN

Zusätzlich zu regelmäßigen tagesaktuellen Informationen über die Aktivitäten von FAIRTRADE Österreich veröffentlicht der Verein laufend umfassende Beiträge und **Publikationen** zu Schwerpunktthemen, um die Zusammenhänge und Hintergründe des fairen Handels zu erklären. 2015 erschienen u. a. eigene Zeitungen zu Kaffee und Baumwolle mit insgesamt mehr als 630.000 Exemplaren, zwei Ausgaben von EINBLICKE, dem entwicklungspolitischen Themenmagazin, sowie das neue FAIRTRADE-Rezeptheft mit genussvollen Anregungen zum Kochen mit FAIRTRADE-Zutaten für Zuhause. Mehrere Produktdossiers und Fachartikel mit fundierten Hintergrundinformationen rund um den fairen Handel erklären entwicklungspolitische Zusammenhänge und die Relevanz eines gerechteren Welthandels und stehen unter www.fairtrade.at zum Nachlesen bereit.

Im Zuge der **Medienarbeit** von FAIRTRADE Österreich berichteten österreichische Medien 2015 in insgesamt über 2.700 Printartikeln sowie 75 Hörfunk- und TV-Beiträgen über FAIRTRADE. Eine groß angelegte **Werbekampagne**²⁶ in Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnerunternehmen informierte im Frühjahr 2015 über die FAIRTRADE-Produktvielfalt in Österreich und die Entscheidung, fair zu kaufen: auf über 4.500 Straßenplakatstellen, auf Infoscreens und Digital Screens in Bahn-, U-Bahn- und Straßenbahnstationen. Auf ORF 1 und ORF 2 und in **ausgewählten Kinos** österreichweit erzählte der Spot „Fairtrade Story“, was FAIRTRADE bewirkt.

Der **E-Newsletter** versorgte monatlich jeweils 6.800 Abonnentinnen und Abonnenten mit Berichten über aktuelle Themen und Informationen zu Aktivitäten, Kampagnen, Veranstaltungen und Produktneuheiten. Darüber hinaus bieten die Newsletter für FAIRTRADE-Gemeinden sowie die Insider-Newsletter für Partnerinnen und Partner aus dem Netzwerk vertiefende Informationen für die Kampagnenarbeit. Auch online und im **Social-Media-Netzwerk**²⁷ erfreut sich FAIRTRADE Österreich einer stark wachsenden, großen Anhängerschaft mit durchschnittlich rund 12.000 Zugriffen auf www.fairtrade.at pro Monat, 29.500 Fans auf Facebook und über 1.100 Followern auf Twitter.

INFORMATIONEN SIND GEFRAGT

Verschaffen Sie sich einen Überblick über das vielfältige Angebot an Informationsmaterialien wie Postern, Flyern, Publikationen, Filmen oder Aktionskatalogen.

Infos: www.fairtrade.at/top/materialien

18 | Mehr unter www.fairtradetowns.org.

19 | Eine Übersicht über alle FAIRTRADE-Gemeinden bietet die Website www.fairtrade.at/mitmachen/in-der-gemeinde/fairtrade-gemeinden. Neu seit 2015: NÖ (2): Eichgraben, Schwechat; OÖ (13): Albernorf, Andorf, Großraming, Haslach, Hochburg-Ach, Innerschwand am Mondsee, Mayrhof, Niederkappel, Putzleinsdorf, Schwertberg, Thalheim bei Wels, Traun, Schärding; SBG (1): Mauterndorf.

20 | Mehr unter www.fairtrade-schools.at.

21 | Neu seit 2015: HLUW Yspertal, Medien HAK Graz, VBS Schönborngrasse, BORG Oberndorf, HLW Fohnsdorf, HLTW Bergheidengasse, HBLW Landwiedstraße, HAK Mistelbach, ISZ Wels, HLW Marienberg, die VS Judendorf-Stranengel, HLA Baden, BHAS Wörgl.

22 | Mehr unter <http://blog.fairtrade-schools.at>.

23 | Mehr unter www.entwicklung.at/mitmachen.

24 | Mehr unter www.fairebeschaffung.at.

25 | Mehr unter www.ka-wien.at/site/welthaus/fairwandeln/dasprojekt.

26 | Mehr unter www.fairtrade.at/index.php?id=2401.

27 | Mehr unter Facebook www.facebook.com/fairtrade.oesterreich und Twitter twitter.com/FAIRTRADE_AT.

„WIR MÖCHTEN ALS UNTERNEHMEN EINEN SPÜRBAREN SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BEITRAG LEISTEN. MIT FAIRTRADE-PRODUKTEN KÖNNEN UNSERE GÄSTE UND WIR MIT GUTEM GEWISSEN GENIEßEN.“

HERBERT FUCHS,
Geschäftsführer GOURMET



LIZENZPARTNER IN ÖSTERREICH

Stand April 2016. Alle lizenzierten FAIRTRADE-Produkte finden Sie unter www.fairtrade.at/produkte.

FRISCHE FRÜCHTE

Bananen, Ananas, Avocados, Orangen, Kokosnüsse und Litschis

AgroFair BV | Bruno Melchart GmbH | Fairtrasa Deutschland GmbH | Hofer KG – Natur aktiv | Lidl GmbH | REWE – Ja! Natürlich Naturprodukte Gesellschaft m. b. H. | SPAR Österreichische Warenhandels AG | UNIVIEG Austria GmbH | Zeilberger fruit service GmbH

Molkereiprodukte

Bullit GmbH | Reinhard Schweitzer GmbH

HEISSGETRÄNKE

Kaffee, Trinkkakao und Tee

Alois Dallmayr KG | Alt Wien Kaffee KEG | Amann Kaffee GmbH | BioArt AG | Bullit GmbH | café+co Österreich Automaten-Catering und Betriebsverpflegung GmbH | CAPSIMA COFFEE GmbH | Clipper Teas | CoSo GmbH | DEMMER GmbH | Eduscho Österreich GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Franco Caffè/Origine srl | FrieslandCampina Kievit GmbH | GOFAIR GmbH | Grüne Erde GmbH | H & H Tee und Kaffee Import GesmbH & CoKG | Hämmerle Kaffee GmbH | Helmut Sachers Kaffee GmbH | Hofer KG – Natur aktiv | Holly Kaffeesysteme GmbH | J. EILLES GmbH & Co. KG/Praxmarer Kaffee VertriebsgmbH | J. Hornig GmbH | J. J. Darboven GmbH & Co. KG | Julius Meinel Austria GmbH | Kaffee-Großhandel Hueber e. U. | Kaffeerösterei Alfred Schatteiner | Lidl GmbH | MOCAFE | Naturata AG | Nestlé Österreich GmbH | Puro Fairtrade Coffee/Miko Koffie NV | Reinhard Schweitzer GmbH | REWE International AG | Santora Kaffee-Systeme GmbH | Schirmer Kaffee GmbH | Selecta Betriebsverpflegungs-GmbH | Service Corner GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG – SPAR Natur*pur | Starbucks Coffee Service Österreich GmbH | Superespresso AG/Martello | Tchibo Coffee Service Österreich GmbH | TEEKANNE GmbH | Tiktak/Segafredo Zanetti Nederland B.V. | TOP-TEAM Zentraleinkauf GmbH | Torrefazione Musetti | VIVA/Gimoka | Wagner Rudolf KG | Wertform GmbH | Wilder Kaiser Schokolade | zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

GETRÄNKE

Erfrischungsgetränke, Fruchtsäfte und Wein

all i need beverage GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Hermann Pfanner Getränke GmbH | Hofer KG – FAIR FRUITS | LemonAid Beverages GmbH | Lidl GmbH | Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co OG | Vöslauer Mineralwasser AG

PARTNER WERDEN?

Werden auch Sie Gastro- oder Lizenzpartner von FAIRTRADE Österreich. **Anfragen** unter: gastro@fairtrade.at und marketing@fairtrade.at.

SÜSSWAREN UND SNACKS

Schokoladenprodukte, Eiscreme, Fruchtgummi, dragierte Früchte und Nüsse

BACHHALM Schokoladenmanufaktur GmbH | Barry Callebaut AG | Baum S. R. L. | Ben & Jerry's | Bioalpin eGen (BIO vom BERG) | BioArt AG | Birkengold GmbH | Café-Konditorei Hagmann GmbH | Cavalier NV | EZA Fairer Handel GmbH | F.lli Damiano & C. S. r. l. | Frucht und Sinne Schokoladenmanufaktur GmbH | Hans Riegelein & Sohn GmbH & Co. KG | Heidi Chocolat AG Niemetz Schwedenbomben | Hofer KG | Josef Manner & Comp AG | Kelly GmbH | Heindl's Genussstücke GmbH | Kremezzat Getränkeproduktions GmbH | Landgarten GmbH & Co. KG | Lemberona HandelsgesmbH | Lidl GmbH | Maestrani Schweizer Schokoladen AG | Mayer Schokoladen GmbH | PEZ International GmbH | Pischinger GmbH | REWE International AG | SPAR Österreichische Warenhandels AG | Walter Heindl GmbH | zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

GRUNDNAHRUNG

Getreide, Reis, Zucker und Speiseöle

Agrana Zucker GmbH | Davert GmbH | Everest GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | FÜRSTEN-REFORM GmbH & Co. KG | Lidl GmbH | REWE International AG | Reyhani GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG – SPAR Natur*pur | VOG AG | VollkornBioBäckerei GmbH Waldherr

CONVENIENCE

Honig, Aufstriche und Marmeladen, Gewürze

EZA Fairer Handel GmbH | FÜRSTEN-REFORM GmbH & Co. KG | Lechner & Franc OG | Lemberona HandelsgesmbH | Life Earth Reisen GmbH | Menz&Gasser S. p. A. | REWE International AG | SPAR Österreichische Warenhandels AG

NON-FOOD

Baumwollprodukte – Bekleidung und Heimtextilien

Adler Modemärkte AG | Dibella B. V. | dm drogerie markt GmbH | EP VerpackungsgmbH | Esteam Europe Ltd | EZA Fairer Handel GmbH | Fashion Revolution | Fun Tex Clothing Co./Neutral | Gardeur GmbH | GARY MASH | Göttin des Glücks GmbH | Hefel Textil GmbH | Hofer KG | Meyer-Hosen-Aktiengesellschaft | Horwoka Werbearbeit GmbH | Reiter Betten & Vorhänge GmbH | RELAX – Natürlich Wohnen GmbH | SALESIANER MIETTEX GmbH | Social Fashion Company GmbH | The Cotton Group SA | Vossen GmbH

Grünpflanzen – Rosen

Hofer KG | Klimesch Rosen Handels GmbH | Lidl GmbH | Rosen Waibel Münchendorf GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG

Sportbälle und Trainingsgeräte

BAD BOYZ BALLFABRIK e.K. | EZA Fairer Handel GmbH | Jugend Eine Welt | Rasenreich GmbH | Sportastic HandelsgmbH

FAIRTRADE ÖSTERREICH IN ALLER KÜRZE

ÜBER DEN VEREIN FAIRTRADE ÖSTERREICH

Rechtsform

Gemeinnütziger Verein zur Förderung des fairen Handels mit Entwicklungsländern (seit 1993)

Geschäftsführer

Hartwig Kirner (seit 2007)

Vereinsvorstandsvorsitzender

Helmut Schüller (seit 2007)

Vereinsvorstand (Stand März 2016)

Helmut Schüller – Vorsitzender
Barbara Reiterer – Stv. Vorsitzende
Herwig Adam
Ernst Gassner
Georg Gruber
Luise Gubitzer
Sophie Matkovits
Edeltraud Novy – Ehrenmitglied
Johann Toth
Herbert Wasserbauer

FAIRTRADE Österreich ist u. a. Mitglied bei

- GLOBALE VERANTWORTUNG – Arbeitsgemeinschaft für Entwicklung und Humanitäre Hilfe
- Netzwerk Soziale Verantwortung
- NPO-Institut der Wirtschaftsuniversität Wien
- Oneworld.at-Plattform – Südwind Verein für Entwicklungspolitik und globale Gerechtigkeit
- Österreichischer Kaffee- und Teeverband
- WIDE – Netzwerk Women in Development

FÖRDERUNG UND SPONSORING

- Austrian Development Agency – ADA
- Land Niederösterreich
- Land Oberösterreich
- Land Steiermark
- Land Vorarlberg
- Wiener Umweltschutzabteilung – MA 22
- sowie zahlreiche private Spenderinnen und Spender

MITGLIEDSORGANISATIONEN

Stand: April 2016

* ausgeschieden 2016

MITGLIED WERDEN?

Werden auch Sie Mitgliedsorganisation von FAIRTRADE Österreich! **Anfragen** unter office@fairtrade.at.

„LOKALE KONSUMENTSCHEIDUNGEN HÄNGEN GANZ WESENTLICH MIT GLOBALER SOLIDARITÄT UND EINEM GERECHTEN KLIMA ZUSAMMEN. FAIRTRADE LEISTET HIER EINEN WICHTIGEN BEITRAG.“

MARKUS HAFNER-AUINGER,
Geschäftsführung Klimabündnis
Österreich GmbH





GROSSES TUN MIT EINEM KLEINEN ZEICHEN.

FAIRTRADE Österreich

Neulinggasse 29/17
1030 Wien
Österreich
Tel: +43 1 533 0956-0
Fax: +43 1 533 0956-11
E-Mail: office@fairtrade.at

FAIRTRADE im Web

www.fairtrade.at

FAIRTRADE & Social Media

Facebook: www.facebook.com/fairtrade.oesterreich
Twitter: twitter.com/FAIRTRADE_AT

Impressum: FAIRTRADE Österreich | Neulinggasse 29/17, A-1030 Wien | Tel: +43 1 533 0956-0 | Fax: +43 1 533 0956-11 | E-Mail: office@fairtrade.at | www.fairtrade.at | ZVR 881545394 | Für den Inhalt verantwortlich: Veronika Polster, FAIRTRADE Österreich | Redaktion: Veronika Polster, FAIRTRADE Österreich; Kerstin Rohrer, fair PR e.U. | Fotoredaktion: Kristina Eggers, FAIRTRADE Österreich | Lektorat: Wolfgang Astelbauer | Fotomaterial: Max Havelaar Niederlande, Titel; Éric St-Pierre, S. 3, Allonge; Fairtrade International, S. 5; Fairtrade Schweden/Hallgren, S. 6; Didier Gentilhomme, S. 7, S. 8; Julia Malquin, S. 7; Nathalie Bertrams, S. 9; TransFair e.V., S. 9; iStockphoto LP, S. 10; FAIRTRADE Österreich/Wasserbauer, S. 11, S. 12, S. 14, Rückseite; FAIRTRADE Österreich/Tuma, S. 11; TransFair e.V., S. 13; Manner/Bernhard Noll, S. 13; Rob Kenyon, S. 15; Gabriele Reithofer, S. 15; TransFair e.V./Bonn Adelheids-Grundschule, S. 16; Gewista, S. 17; Stefanie Starz, S. 17; Hannes Höller/Klimabündnis Österreich, S. 19 | Layout: Doris Steinböck, www.beast.at | Hersteller und Herstellungsort: Druckhaus Thalerhof GesmbH, 8073 Feldkirchen/Graz | April 2016.

FAIRTRADE Österreich hat den Code of Conduct zum Umgang mit Bildern und Botschaften unterschrieben (Details unter www.globaleverantwortung.at). Bitte senden Sie Ihr Feedback an office@fairtrade.at.

ClimatePartner^o
klimaneutral
Druck | ID: 53398-1605-1001



gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens · Druckhaus Thalerhof GesmbH · UW-Nr. 930