



FAIRTRADE- JAHRESBERICHT 2006





Fairer Handel ist „Außenpolitik konkret“. Jeder von uns kann sich für Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel entscheiden und damit einen konkreten Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen von Bauernfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika leisten. FAIRTRADE ist ein erfolgreiches Beispiel für nachhaltige Entwicklungszusammenarbeit. Faire Einkommen und Arbeitsbedingungen ermöglichen den von Armut betroffenen Bauernfamilien einen Ausweg aus der Chancen- und Perspektivlosigkeit: Kinder können eine Schule besuchen, eine gute Gesundheitsversorgung wird leistbar, der selbstbestimmte Weg aus der Abhängigkeit wird möglich.

Mit FAIRTRADE verbindet uns seit 1999 eine sehr partnerschaftliche und erfolgreiche Zusammenarbeit. Wir haben im Außenministerium das Beschaffungswesen auf fair gehandelten Kaffee umgestellt. Auf EU-Ebene ist es uns gelungen, dass die Förderung des FAIRTRADE-Gedankens in das Cotonou-Abkommen aufgenommen wurde.

Dr. Ursula Plassnik

Bundesministerin für internationale und europäische Angelegenheiten



FAIRTRADE-Produkte stoßen auf deutlich steigendes Interesse – im Handel und bei den KonsumentInnen. Das ist umso bemerkenswerter, als FAIRTRADE-Produkte sowohl zur Auseinandersetzung mit einem höheren Preis als auch zum Mittragen „globaler Fairness“ herausfordern. Letzteres in einer Zeit, in der jedem selbst, jedem Land und jeder Weltregion gerade im Zeichen der Globalisierung immer mehr das Hemd näher ist als der Rock. Der Handel hat erkannt, dass FAIRTRADE ein konkreter Einstieg in die Mitverantwortung für die weitere globale Entwicklung und deren Mitgestaltung sowie eine interessante Erweiterung des „Dialogs mit dem Kunden“ und dessen Interessen über ein günstiges Einkaufen hinaus sein kann.

Zu den erfreulichen Entwicklungen der letzten Zeit gehört auch, dass sich immer mehr Unternehmen und Einrichtungen der öffentlichen Hand beim Einkauf für ihren internen Bedarf für FAIRTRADE-Produkte entscheiden. Damit werden die Anliegen von FAIRTRADE von einer weiteren Seite her in das allgemeine Bewusstsein gerückt. FAIRTRADE ist sowohl ein erster konkreter Beitrag als auch eine Art Bedarfssymbol für einen gerechteren Welthandel in einer menschenwürdigeren Welt.

Im neuen Geschäftsjahr soll daher mit dem Volumen der angebotenen und gekauften FAIRTRADE-Produkte auch weiterhin das politische Bewusstsein für den Bedarf an einer Welthandelsordnung wachsen, die der Würde und der Fairness hinsichtlich der Grundrechte jedes Menschen auf dieser Erde gerecht wird.

Mag. Helmut Schüller

Vorstandsvorsitzender von FAIRTRADE Österreich

| | |
|------------------------------------|----|
| INHALT | |
| Vorworte | 2 |
| FAIRTRADE, der Schattenspendler | 4 |
| Tolle Partner und Produkte | 16 |
| Einkaufsführer | 17 |
| Lizenznehmer | 19 |
| Finanzbericht | 20 |
| Sponsoren und Trägerorganisationen | 22 |
| FAIRTRADE intern | 23 |

Impressum • FAIRTRADE Österreich • Tel.: 01/533 09 56-0 • Fax: 01/533 09 56-11 • E-Mail: office@fairtrade.at • www.fairtrade.at • Für den Inhalt verantwortlich: Georg Gruber, Veronika Polster • Redaktion: Veronika Polster, Karin Astelbauer-Unger • Lektorat: Astelbauer-Unger und Wolfgang Astelbauer • Aus dem Englischen: Josef Weidacher • Layout und Satz: tyopthese.at/m.zinner grafik, sanja jelic • Druck: Druckerei Resch KEG, 1150 Wien • Foto- und Bildmaterial: Beck, Gentilhomme, FAIRTRADE Österreich, Fröschl, MAPO, Mitterlehner, Muhm, Nothegger, Österreicher, Schüller, Ströck, TransFair Deutschland, Tuma, Wien Nord Pilz Werbeagentur • Stand Mai 2007



Später einmal wird man rückblickend auf die ersten Jahre des 21. Jahrhunderts eine gesellschaftliche Zeitenwende erkennen können. Deutlich zeigt sich in unseren Wohlstandsgesellschaften das Bedürfnis nach einem zukunftsfähigen Lebensstil. Mit dem wachsenden Wissen über globale Zusammenhänge, vom Klimawandel bis zu Verteilungskriegen, werden wir sensibler und fragen nach Handlungsspielräumen. Die Zeiten des „Das ist halt so, da kann man nichts machen“ sind vorbei, immer mehr Menschen setzen bewusste Zeichen für einen anderen Umgang miteinander, mit der Umwelt und mit den Schätzen der kommenden Generationen. FAIRTRADE ist in diesem Zusammenhang mehr als eine Möglichkeit, ethisch sensibel zu handeln – es ist auch ein Symbol für Lebensfreude und dafür, dass ethisches Handeln und Genuss durchaus zusammenpassen – es ist ja auch nicht ganz unbedeutend, dass viele FAIRTRADE-Produkte im Bereich der „Genuss“-Mittel angesiedelt sind.

Es verwundert daher nicht, dass FAIRTRADE auch im Jahr 2006 in vielerlei Hinsicht gewachsen ist. Es sind neue Produkte auf den Markt gekommen, es konnten neue Lizenznehmende gewonnen werden, und es wurde die Idee des fairen Handels durch zahlreiche Aktivitäten im Bereich der Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit an die KonsumentInnen herangetragen. Dabei spielen natürlich die Weltläden eine ganz wichtige Rolle. Um das Thema FAIRTRADE kommt man nicht mehr herum, das schlägt sich auch im Interesse des Handels nieder. Das Wachstum von mehr als 60 Prozent ist aber dennoch außergewöhnlich und erfreulich, denn jedes verkaufte Päckchen Kaffee und jeder Griff zu fair ge-

handeltem Orangensaft eröffnet benachteiligten Menschen Lebenschancen.

Besonders freut es uns, dass wir mit „Jugend eine Welt“ und mit der „Volkshilfe“ zwei neue Mitglieder gewinnen konnten. Auch das Engagement von Ländern und Gemeinden für die Umstellung der öffentlichen Beschaffung beginnt Früchte zu tragen. Ganz besonders wichtig war in diesem Zusammenhang, dass während der österreichischen EU-Präsidentschaft 2006 bei den Veranstaltungen FAIRTRADE-Produkte präsent waren.

Der Erfolg hat also viele Mütter und Väter, dazu gehört vor allem das engagierte Team. Ich bedanke mich bei allen, die 2006 an der Erfolgsgeschichte von FAIRTRADE Österreich beteiligt waren und es auch in Zukunft sein werden.

Traude Novy

Vorstandsvorsitzende von FAIRTRADE Österreich
(05/02–05/07)





FAIRTRADE, DER SCHATTENSPENDER

„Der Mensch stirbt, wenn ihn sein Schatten verlässt“, so ein afrikanischer Glaube. Millionen von Kleinbauernfamilien in Afrika, Lateinamerika und Asien drohen in der glühenden Hitze der auf „Geiz ist geil“ aufgebauten Welthandelslogik versengt zu werden. Sie erhalten für ihre mühevollen Arbeit keinen ausreichenden Lohn und können ihren Kindern keine Schulbildung ermöglichen. Millionen Menschen leiden unter Hunger und Durst und sterben frühzeitig.

WAS KÖNNEN WIR IM ALLTAG DAGEGEN TUN?

Jeder Einkauf eines Produkts mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel spendet Schatten. Fast die Hälfte der Menschen in den sogenannten Entwicklungsländern braucht diesen Schatten dringender denn je. Dieser Schatten, in dem die ProduzentInnen und ihre Familien in Äthiopien, Nicaragua oder Bhutan eine menschen-



FAIRTRADE-Bananenverkostungen im Supermarkt



FAIRTRADE-Unterstützer Franz Küberl (Caritas, li.) und Peter Püspök (Raiffeisenlandesbank NÖ/Wien, re.) mit Georg Gruber (FAIRTRADE)

würdige Existenz aufbauen können, entsteht durch faire Preise bzw. den direkten Handel mit Wirtschaftspartnern in Österreich, die Ausbeutung durch Zwischenhändler fällt weg. Eigentlich ganz einfach.

Für viele ÖsterreicherInnen sind diese Zusammenhänge zwischen unserem Einkaufsverhalten und der katastrophalen Situation in den Entwicklungsländern nicht mehr nur bloße Theorie und intellektuelles Futter für den sozialen Diskurs im Bekanntenkreis. Jeden Tag kaufen bereits Tausende ÖsterreicherInnen bewusst Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel, 2006 stieg der Umsatz mit FAIRTRADE-Produkten um beachtliche 63 Prozent. Österreich liegt damit im weltweiten Spitzenfeld des Pro-Kopf-Konsums von FAIRTRADE-Produkten. Darauf sollten wir stolz sein. Darauf kann man weiter aufbauen.

Zugegeben, nicht der Fairnessgedanke allein führt zu dieser außergewöhnlichen, der üblichen Schnäppchenjäger-Mentalität zuwiderlaufenden Entwicklung. In einer zunehmend von Gentechnik und großflächigem Pestizideinsatz unterwanderten Lebensmittelproduktion wechseln die klugen und engagierten KonsumentInnen zu Nahrungsmitteln, von denen man weiß, woher sie kommen und unter welchen Umständen sie produziert wurden.

FAIRTRADE-PRODUKTE STEHEN FÜR GENUSS

FAIRTRADE-Schokoreiswaffeln, -Paranüsse, -Orangensaft, -Honig, -Reis, -Rosen, -Biobananen usw. stammen alle aus naturnaher Landwirtschaft und entstanden ohne ausbeuterische Kinderarbeit. Über 70 Prozent der FAIRTRADE-Produkte sind biozertifiziert. Die führenden österreichischen Kaffeeröster, Schokoladenmanufakturen und Fruchtsafthersteller bieten ihre Marken mit FAIRTRADE-Siegel an. FAIRTRADE-Produkte stehen für Genuss und werden gerne gekauft, wenn man sich etwas Gutes gönnen will. Schön, dass auch Experten wie Starkoch Helmut



FAIRTRADE-Fiesta de la Rosa mit Toni Polster, Dolores Schmidinger, Monica Weinzettl

Österreicher die FAIRTRADE-Idee unterstützen und die besondere Qualität der Produkte schätzen.

Zum Erfolg jeder Idee gehört natürlich auch eine Organisation, die ihre Umsetzung auf nachhaltige und kompetente Weise nützt: In Österreich nimmt diese Verantwortung die Nichtregierungsorganisation FAIRTRADE Österreich wahr. Seit mehr als 15 Jahren engagieren sich international ExpertInnen in der Entwicklungs- und Umweltpolitik sowie in den Bereichen Marketing und Zertifizierung und haben das weltweit größte System für ethisch verantwortungsvolles Wirtschaften aufgebaut.

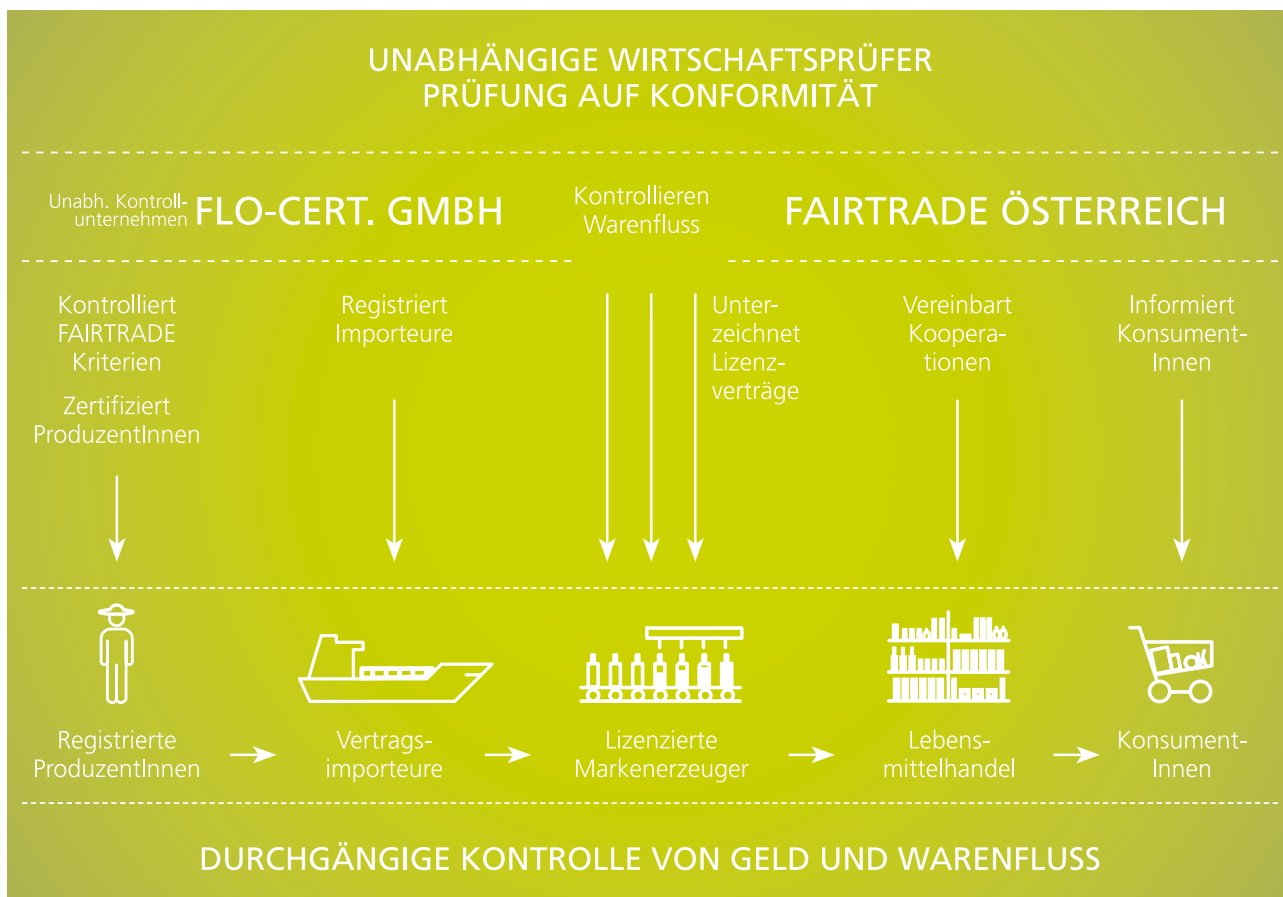
Im Vorstand von FAIRTRADE Österreich arbeiten neben erfahrenen sozial- und entwicklungspolitischen ExpertInnen auch angesehene Fachleute aus der Wissenschaft, dem Finanzwesen und der Umweltbewegung. Seit Jahren wird FAIRTRADE auch von der österreichischen Bundesregierung über die Instrumente der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit unterstützt. Zukunftsweisend ist übrigens jenes von der Regierung geförderte Pilotprojekt, das erstmals direkt einen österreichischen Wirtschaftspartner von FAIRTRADE mit ProduzentInnenorganisationen in Lateinamerika in Verbindung bringt, um u. a. einen langfristigen Zugang zu hochwertigen Rohstoffen zu bekommen.

Die Jahre bis 2009 werden von der massiven Erweiterung des FAIRTRADE-Systems in Richtung Gastronomie und öffentliche Beschaffung sowie vom Vordringen in den Textil- bzw. Baumwollbereich gekennzeichnet sein. Das Potenzial und das Interesse bei den KonsumentInnen und Wirtschaftspartnern dafür sind jetzt schon enorm. In Zukunft werden jeden Tag auf vielfältige Weise noch mehr ÖsterreicherInnen ins Fahrwasser von FAIRTRADE gelangen, und wir werden schon bald von einem Megatrend des ethischen Einkaufsverhaltens sprechen können, das unzähligen ProduzentInnen im Süden Leben spendenden Schatten bringen wird.

Georg Gruber



Bürgermeister-Tagung in Wr. Neustadt – „Gemeinden handeln fair“



EIN SYSTEM VON UND MIT PRODUZENTINNEN

Die Umgestaltung der internationalen Handelsregeln spielt bei den Bemühungen, den sogenannten Entwicklungsländern zu helfen, einen Weg aus der Armut zu finden, eine entscheidende Rolle. Trotzdem scheint sich das Ganze oft weit weg von unserem Alltagsleben und weit außerhalb unserer Einflussmöglichkeiten abzuspielen. Deswegen ist FAIRTRADE in diesem Bereich ein so wirkungsvolles und einmaliges Instrument: Dank des fairen Handels hat jede/jeder von uns die Macht, Waren von Menschen zu kaufen, die man zwar nicht kennt, aber von denen man weiß, dass sie fair behandelt wurden.

Das FAIRTRADE-Zertifizierungssystem war in seinen Bemühungen, einerseits den KonsumentInnen die Situation der Bäuerinnen und Bauern in den sogenannten Entwicklungsländern bewusst zu machen und andererseits diesen benachteiligten Menschen spürbar zu helfen, sehr erfolgreich. 2006 wurden auf der ganzen Welt FAIRTRADE-Produkte im Wert von nahezu zwei Milliarden Euro gekauft, was über einer Million ProduzentInnen (und ihren Familien) in den betroffenen Ländern direkt zugute gekommen ist.

Beeindruckt von dem Erfolg von FAIRTRADE bei den KonsumentInnen haben viele Firmen und große Supermarktketten 2006 die FAIRTRADE-Idee auf ihre Fahnen

gehieft. Sainsbury, einer der großen Einzelhändler in Großbritannien, gab im Dezember letzten Jahres die 100%ige Umstellung des ganzen Bananensortiments auf Bananen mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel bekannt. Ein Schritt, der als die größte je von einer Firma gegebene Zusage zur Führung von FAIRTRADE-Produkten angekündigt wurde. Marks & Spencer, eine weltweit agierende Einzelhandelsfirma mit Sitz in Großbritannien, hat ebenfalls auf den Wunsch der KundInnen nach moralisch einwandfreien Produkten reagiert und im April 2006 das gesamte Tee- und Kaffeesortiment auf FAIRTRADE umgestellt. Scandic and Hilton, eine der größten schwedischen Hotelketten, hat im Oktober des Vorjahres angekündigt, ihren KundInnen nur mehr FAIRTRADE-Kaffee servieren zu wollen. Und das sind nur ein paar Beispiele. Auch die weltweit tätige Franchisekette Dunkin Donuts hat sich entschieden, in ihren Imbissstuben in Nord-, Mittel- und Südamerika sowie in ganz Europa nur mehr fair gehandelten Espressokaffee anzubieten.

Das FAIRTRADE-System ist in den letzten zehn Jahren enorm gewachsen und gilt heute als der wichtigste Ansprechpartner für Firmen, die mit ProduzentInnen in den „Entwicklungsländern“ Geschäfte auf sozial vertraglicher Basis tätigen wollen. In dieser Phase des

starken Wachstums hat die FLO International den einstimmigen Beschluss gefasst, zusätzlich zu den bisherigen 20 nationalen Mitgliedsorganisationen auch die FAIRTRADE-ProduzentInnennetzwerke aufzunehmen – vor allem um die persönliche Vertrauensbasis zu stärken, die schon immer die Grundlage des FAIRTRADE-Systems bildete. Auf den drei Kontinenten, wo es FAIRTRADE-ProduzentInnenorganisationen gibt, bestehen drei solche Netzwerke: die CLAC (Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo), das AFN (African Fairtrade Network) und das NAP (Network of Asian Producers). Diese Verbreiterung der Mitgliederbasis wird die FLO zu einer echten Multi-Stakeholder-Organisation machen und sicherstellen, dass die ProduzentInnen bei der zukünftigen Entwicklung des FAIRTRADE-Zertifizierungssystems wesentliche Entscheidungsträger sind. Damit nehmen wir im Vergleich zu anderen Zertifizierungssystemen eine einzigartige Stellung ein: Wir sind und bleiben ein System von und für ProduzentInnen. Zum Abschluss möchte ich allen österreichischen KonsumentInnen und Förderern danken, die 2006 dazu beigetragen haben, das FAIRTRADE-System zu stärken.

systems wesentliche Entscheidungsträger sind. Damit nehmen wir im Vergleich zu anderen Zertifizierungssystemen eine einzigartige Stellung ein: Wir sind und bleiben ein System von und für ProduzentInnen. Zum Abschluss möchte ich allen österreichischen KonsumentInnen und Förderern danken, die 2006 dazu beigetragen haben, das FAIRTRADE-System zu stärken.



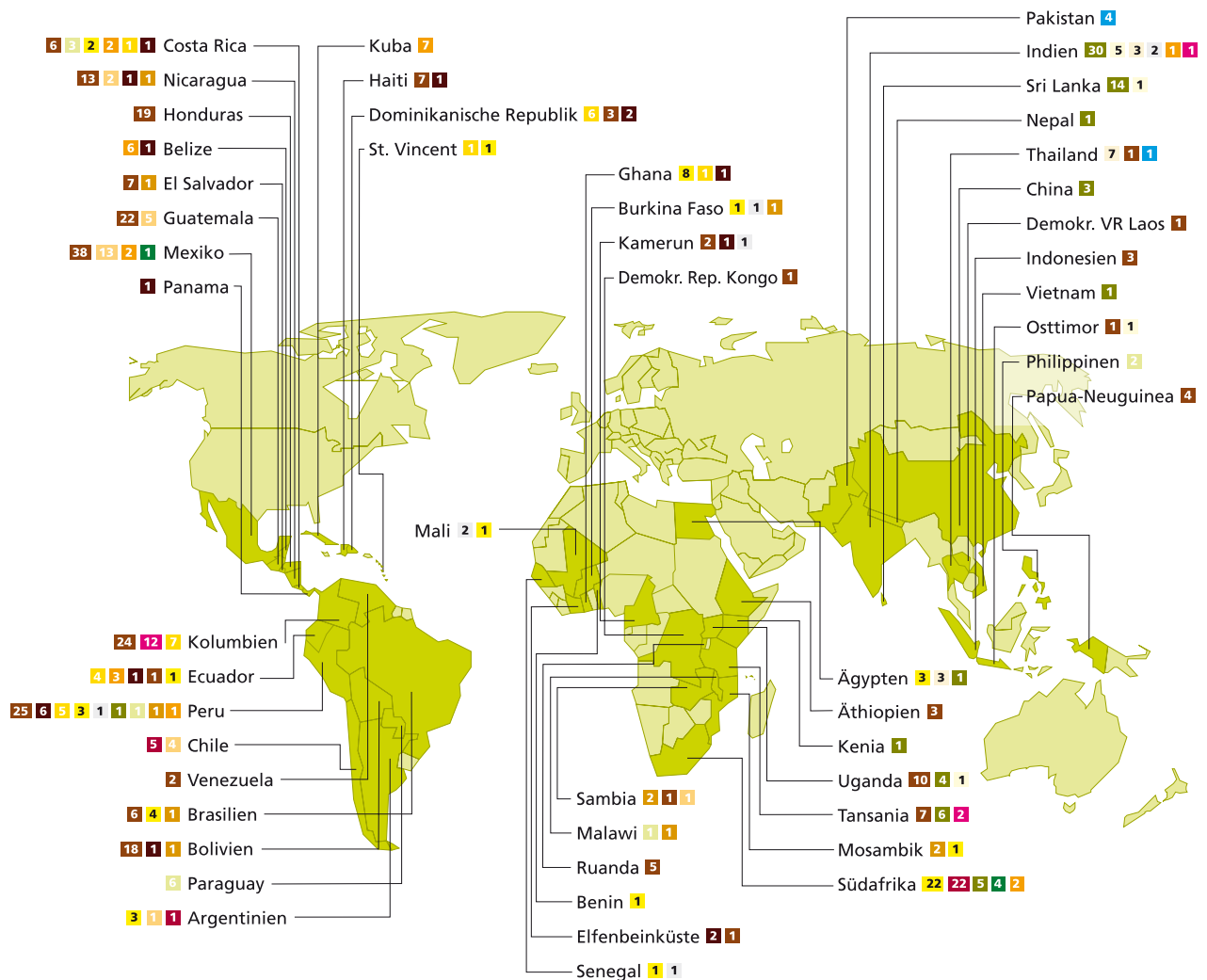
Der Faire Handel mit dem Siegel unterstützt weltweit fast 600 Produzentenorganisationen in 58 Ländern. Über eine Million Bauern- und Arbeiterfamilien profitieren vom Fairen Handel.

Produktlegende:

| | | | | |
|---------|-------------|-------------|------------|--------|
| Avocado | Baumwolle | Saft | Sportbälle | Zucker |
| Bananen | Blumen | Nüsse/Samen | Tee | Wein |
| Kakao | Fresh Fruit | Reis | Wein | |
| Kaffee | Honig | Vanille | | |

Anzahl der Produzentenorganisationen

Stand April 2007





JEDEN TAG GENUG ZU ESSEN

Über dem Esstisch bei uns zu Hause hängt ein Kalender von FAIRTRADE mit bunten Bildern lächelnder Kinder aus Südamerika, Afrika und Indien. In der Obstschale liegen FAIRTRADE-Bananen, und im Supermarkt greifen wir meistens zu fair gehandeltem Kaffee. Wir kennen aber nicht die Menschen, die diese Produkte herstellen. Wie leben sie, und was haben sie vom fairen Handel? Mit diesen Fragen im Gepäck bin ich im Rahmen einer von FAIRTRADE Österreich organisierten Pressereise nach Ecuador geflogen. Auf dem Programm standen Besuche mehrerer Bananenbauern, die FAIRTRADE- und großteils auch Biobananen nach Österreich exportieren.

Am meisten beeindruckt hat mich Julia Quesada, eine quirlige 53-jährige Bäuerin. Sie bewirtschaftet mit ihrem Mann Ernesto einen Bergbauernhof in den Hügeln im Süden Ecuadors. Das kleine einstöckige Gebäude aus Ziegeln und Holz liegt inmitten einer üppigen tropischen Waldlandschaft. Neben den hohen Baumriesen gedeihen hier Kakao-, Zitronen- und Mangobäume, Kaffeesträucher und natürlich Bananenstauden. Während in der Ebene die Früchte auf kilometerlangen Plantagen in chemisch gespritzten Monokulturen reifen, läuft die Ernte hier in den Bergen anders: mühsamer, aber natürlicher. Der Hof der Quesadas ist nur über steile Schotterstraßen zu erreichen. Die letzten paar hundert Meter legen wir zu Fuß zurück, balancieren auf einem Baumstamm über einen reißenden Gebirgsbach. Ein abenteuerlicher Pfad für uns Europäer, für die Quesadas ihr alltäglicher Weg.

Señor Quesada schultert nicht nur die Kamera des Fernsighteam, er trägt Woche für Woche 50 Bananenkisten, das sind 900 kg, über diesen Baumstamm, um sie unten in der Kleinstadt El Guabo an die gleichna-

mige FAIRTRADE-Kooperative zu verkaufen. Dafür bekommen Julia und Ernesto in der Erntezeit pro Woche etwa 400 Dollar. FAIRTRADE zahlt pro Kiste 8 Dollar, der normale Marktpreis liegt bei 5 Dollar. Dass die Familie Quesada jetzt mehr Geld bekommt, ist der größte Vorteil von FAIRTRADE, den Julia im Interview erwähnt. Genauso wichtig ist aber, dass die FAIRTRADE-Genossenschaft die Bananen regelmäßig abkauft. „Wir haben dadurch jeden Tag genug zu essen“, freut sich Julia. „Früher haben wir die Bananen an einen Zwischenhändler verkauft. Der hat einmal mehr und einmal weniger abgenommen und einmal früher und dann wieder Wochen später bezahlt. Aber wir brauchen ja jeden Tag etwas zu essen. Das ist jetzt viel besser.“ Das ist aber noch nicht alles. Neben Julia sitzt ihre jüngste Tochter, die 15-jährige Marialuz. Sie ist das erste ihrer zehn Kinder, das ein Gymnasium besuchen kann. Dank der regelmäßigen Einnahmen durch den Bananenverkauf an FAIRTRADE. Wovon träumt Julia jetzt? Dass sie in Zukunft auch ihren hochwertigen Biokakao an die Genossenschaft verkaufen kann, den sie noch immer zu einem schlechten Preis an verschiedene Händler liefert. Dann könnte sie auch ihren Enkelkindern das Gymnasium bezahlen ...



Michael Fröschl

ORF-Journalist, hat im April 2006 eine FAIRTRADE-Pressereise nach Ecuador mitgemacht und über diese für Ö1 und Radio Wien Reportagen und Berichte gestaltet.



DANK FAIRTRADE EIN WÜRDIGERES LEBEN

Ich wurde im Dezember 2006 von FAIRTRADE Österreich auf eine Reise nach Peru eingeladen, um dort mit anderen JournalistInnen Bauern zu besuchen, die für FAIRTRADE produzieren. Was ich dort sah, bewegte mich zutiefst. Ich war sehr beeindruckt und auch erstaunt, dass der faire Handel das Leben der Menschen so verändert und der kleine Aufpreis für ein FAIRTRADE-Produkt im Supermarkt eine derart große Wirkung hat.

Das Gebiet, das wir besuchten, liegt weitab der pulsierenden Metropole Lima und anderer prosperierender Industriestädte. Zu dem kleinen Örtchen Montero, in dessen Umkreis immerhin 10.000 Menschen leben, wird erst jetzt eine asphaltierte Straße gebaut. Auch andere staatliche Gelder etwa für Schulen und medizinische Versorgung sind bisher nur spärlich geflossen. Die Menschen hier, so erzählte mir ein peruanischer Freund, gelten in der peruanischen Gesellschaft als das Allerletzte: Sie sind Mestizen, Bauern und aus den Anden. In dieser Abgeschiedenheit sind sie ganz auf sich gestellt. Einzig der Verkauf tropischer Agrargüter wie Mangos, Kaffee und Zucker bringt ihnen etwas Geld ein. Doch auch dieses Einkommen reichte wegen der brutalen Diktatur der Weltmärkte lange Zeit nur knapp zum Überleben. Die Menschen waren bis vor wenigen Jahren bitterarm und schämten sich so dafür, dass sie sich in ihren Häusern versteckten, wenn ein Fremder ins Dorf kam.

Ich aber lernte die Bauern aus Montero als stolze und selbstbewusste Menschen kennen. Voller Freude zeigten und erzählten sie uns alles, was sie in den letzten Jahren durch den fairen Handel erreicht haben. Sie organisierten sich in einer Kooperative und lernten langsam, nach Europa und in die USA direkt und

ohne profitgierige Mittelsmänner zu exportieren. Mit dem höheren FAIRTRADE-Einkommen haben sie neue Maschinen gekauft und ihre Kinder auf die Universität nach Lima geschickt. Heute liefern sie ihren Kaffee und Zucker nach Deutschland, Holland und in die USA und bauen gerade eine mehrere Millionen Dollar teure Fabrik zur Verarbeitung von Früchten, Kaffee und Kakao. FAIRTRADE hat in Peru jenen eine Chance auf ein selbstbestimmtes und würdiges Leben gegeben, die eigentlich ohne Aussicht auf eine Chance geboren wurden. Auch wenn in Peru noch immer manche glauben, die Bauern aus Montero seien ein primitives Bergvolk: In Europa und Österreich weiß man – nicht zuletzt wegen unserer Berichterstattung –, welche Leistung die Bauern mit Hilfe von FAIRTRADE erbringen und welche hochwertigen Produkte sie herstellen.



Mag. Barbara Nothegger

Journalistin beim Wochenmagazin Format, hat im Dezember 2006 eine FAIRTRADE-Pressereise nach Peru mitgemacht und über diese einen Bericht gestaltet.



AB HEUTE KAUF ICH FAIR!

Unsere Arbeit für FAIRTRADE hat einen ganz speziellen Reiz: Einerseits arbeiten wir mit Freude an einem sozialen bzw. gesellschaftspolitischen Anliegen, andererseits geht es doch darum, unter den harten Marktbedingungen vor allem des Lebensmittelhandels ebendieses Anliegen kommunikativ zu transportieren. Da kommt uns natürlich die Stimmigkeit des FAIRTRADE-Gedankens zugute: Das kommunikative Anliegen ist von allen Seiten betrachtet sinnvoll und argumentativ einfach hieb- und stichfest – es macht wirklich Spaß, dafür zu werben.

Die neue FAIRTRADE-Kampagne „Ab heute kauf ich fair!“ soll den ÖsterreicherInnen die unmittelbare Relevanz ihrer Kaufentscheidungen für das Leben der Menschen in den Entwicklungsländern vor Augen führen. Jeder Kauf eines fair gehandelten Produktes in Österreich trägt ja zur Verbesserung der Lebensbedingungen dieser Menschen bei. Demgemäß wird

die Kaufsituation ins Zentrum der Kampagne gerückt: In TV-Spots sieht man Kinder aus Lateinamerika und Asien, die uns jedesmal ein Lächeln schenken, wenn der Piepston einer Scannerkasse in Österreich ertönt, die ein fair gehandeltes Produkt erfasst. Eine breit angelegte Handelspromotion greift das Thema auf: Auf Kassendisplays erscheint der neue Fairtrade-Slogan „Ab heute kauf ich fair!“



Mag. Eduard Böhler
Geschäftsführer WIEN NORD PILZ
Werbeagentur



MIT GUTEM GEWISSEN GENIESSEN

Für mich ist es wichtig, eine ehrliche Küche zu machen. Und dazu gehört, dass ich in erster Linie naturnahe und biologische Lebensmittel aus Österreich sowie FAIRTRADE-Produkte verarbeite. Mein Interesse für die Idee des fairen Handels besteht schon lange, und sobald in Österreich die ersten FAIRTRADE-Produkte angeboten wurden, habe ich sie eingesetzt. Heute verwende ich unter anderem FAIRTRADE-Kakao, -Bananen, -Schokolade, -Tee, -Reis und -Zucker.

Nach einer Phase, in der beim Kochen die Kreativität und das Aussehen der Speisen dermaßen im Vordergrund standen, dass man kaum noch etwas geschmeckt hat, gibt es nun einen Wandel hin zur Konzentration auf das Wesentliche: auf den Geschmack der Lebens- und Genussmittel. Eine Gurke oder Tomate etwa soll nicht nur schön aussehen, sondern auch nach Gurke bzw. Tomate schmecken. Wenn die Lebensmittel auch noch gesund und biologisch wertvoll sind und fair gehandelt werden, haben wir schon gewonnen! Ich bin nämlich davon überzeugt, dass sich dieses Denken in der Gastronomie bereits in wenigen Jahren durchsetzen wird. Je mehr in den Medien berichtet werden wird, wie schädlich viele Lebensmittel sind und wie sehr die Menschen und die Umwelt unter den derzeit herrschenden Bedingungen leiden, desto mehr werden sich das Bewusstsein und der Anspruch der KonsumentInnen ändern. Schon jetzt fragen unsere Gäste nach der Herkunft der von uns verarbeiteten Produkte.

Und viele reagieren sehr positiv darauf, wenn Sie erfahren, dass wir auch FAIRTRADE-Produkte verwenden. Sie finden es gut, wenn sie hervorragende Qualität bekommen und ein gutes Gewissen haben können.

Und mir geht es genauso: Mir sind beim Kochen sowohl die hohe Qualität der Zutaten als auch der moralische Aspekt ein Anliegen. Deswegen werde ich mich auch weiterhin gerne für FAIRTRADE einsetzen. Im Herbst 2007 etwa werden wir in unserem Lokal einen Shop eröffnen, in dem wir auch FAIRTRADE-Produkte anbieten werden. Und wir planen auch, in Zukunft zum Kaffee FAIRTRADE-Schokolade zu reichen. Man kann also in der Gastronomie den Einsatz von Produkten mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel sukzessive erweitern. Ich freue mich über den derzeitigen Gastronomieschwerpunkt von FAIRTRADE Österreich – die Zeit ist reif!



Helmut Österreicher
Starkoch im Restaurant
„Österreicher im MAK“



KONSEQUENT NACHHALTIG: FAIRTRADE-KAFFEE BEI STRÖCK

Seit Anfang August 2006 kann man bei Ströck FAIRTRADE-Kaffee genießen. Damit haben wir in Österreich eine Vorreiterrolle übernommen und bekennen uns ein weiteres Mal zu einem nachhaltigen und rücksichtsvollen Umgang mit Mensch und Natur.

Der Umstellung auf fair gehandelten Kaffee gingen Tests verschiedener Sorten voraus. Wir entschieden uns für „Vista“, einen brasilianischen Kaffee höchster Qualität, der zu 100 Prozent aus Arabicabohnen besteht und den wir über Tchibo beziehen. Da sein Aroma etwas kräftiger ist als der zuvor ausgeschenkte Kaffee, haben wir an der Mischung weiter tüfteln lassen. Unsere Stammkundschaft bevorzugt milden gerösteten Kaffee und bestellt gerne Melange oder Caffè Latte. Kleine bzw. große Espressos oder Braune werden bei uns kaum konsumiert. Geplant ist, noch vor dem Sommer 2007 auf eine mildere Kaffeemischung umzusteigen, die Tchibo extra für uns zusammenstellt. Das werten wir als großen Erfolg unserer Bemühungen, unsere KundInnen optimal zu versorgen sowie die FAIRTRADE-Linie weiter zu verankern. Wir brauchen übrigens im Jahr 13 Tonnen Kaffee.

Im Zuge des Wechsels auf FAIRTRADE-Kaffee haben wir sowohl intern als auch nach außen hin Aufklärungsarbeit betrieben. Für unsere MitarbeiterInnen gab es eigene Schulungen, um KundInnenfragen korrekt beantworten zu können. Am meisten begrüßt wurde unser Umstieg von eher jüngeren KundInnen, vor allem von jenen, die bereits etwas über die Idee des fairen Handels wussten.

Der Einkaufspreis für den fair gehandelten Kaffee ist zwar höher als für den von uns zuvor verwendeten Kaffee, doch wir haben den Endverbraucherpreis nur geringfügig erhöht. Diese Entscheidung ist Teil unseres Engagements. Die Idee des fairen Handels passt genau in unser auf Nachhaltigkeit ausgerichtetes Unternehmenskonzept, das wir bereits seit mehr als zwölf Jahren konsequent in die Praxis umsetzen. So haben wir als einer der ersten Betriebe Wiens den Schritt zur Herstellung von Bioprodukten gewagt und engagieren uns für eine Reihe von Sozialprojekten (z. B. in Zusammenarbeit mit Global 2000 und mit der Krebshilfe). Für uns bedeutet fairer Handel Hilfe zur Selbsthilfe, das erscheint uns sinnvoll. Dank FAIRTRADE können Kleinbauernfamilien in den sogenannten Entwicklungsländern ihre Zukunft selbst in die Hand nehmen, und wir haben die Sicherheit, dass mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel ausgezeichnete Produkte nach strengen sozialen, wirtschaftlichen und Umweltstandards hergestellt werden.



Gabriele Ströck

Geschäftsführung der Ströck Brot GmbH



SEHR ERFOLGREICH: GEZIELTE NISCHENPOLITIK IN INNSBRUCK

Der erst im August 2006 eröffnete Weltladen Innsbruck wurde auf Anhieb der umsatzstärkste der insgesamt 92 Weltläden in Österreich und zählt auch europaweit zu den erfolgreichsten Weltläden, von denen es rund 2700 gibt. Pro Tag suchen den Weltladen Innsbruck durchschnittlich 140 kaufende KundInnen auf – ein internationaler Spitzenwert. In der Vorweihnachtszeit waren es sogar 360! Von der Verkaufsfläche her, die 162 m² beträgt, ist der Weltladen Innsbruck der größte Österreichs und einer der größten Europas.

Unser Geschäftskonzept setzt sich aus verschiedenen Komponenten zusammen: Der Weltladen Innsbruck liegt mitten im Stadtzentrum, wodurch neue Kundenschichten, zum Beispiel Touristen, angesprochen werden. Das großzügig angelegte Geschäft, das mit hellem Holz ausgestattet ist, macht einen freundlichen Eindruck, die Waren werden locker präsentiert. Wir betreiben eine gezielte Sortimentspolitik mit dem Schwerpunkt Handwerk, das 70 Prozent des Angebots ausmacht. Im Lebensmittelbereich verfolgen wir eine klare Abgrenzung von den Supermärkten. Bis auf ein paar Ausnahmen führen wir nur Produkte, die nicht in Supermarktregalen zu finden sind. Wir bieten von allem das Beste, etwa das gesamte Sortiment von Zotter-Schokoladen. Wir stellen die Qualität in den Mittelpunkt und verkaufen die politische Botschaft des fairen Handels sozusagen mit. Wir punkten mit entwicklungs-politischer Kompetenz und Fachwissen, alle acht MitarbeiterInnen unseres Teams sind speziell geschult. Wir versuchen übrigens auch dem Genderaspekt im Norden

stärker Rechnung zu tragen: Seit März 2007 gibt es im Weltladen Innsbruck mit Johanna Aigner eine zweite Geschäftsführerin.

Unser Erfolg wird natürlich auch durch die sehr gute Zusammenarbeit mit allen von der ARGE Weltläden anerkannten Lieferanten ermöglicht; so werden mehr als 50 Prozent des Umsatzes mit Produkten, darunter etwa dem beliebten Jambo-Biokaffee, der EZA Fairer Handel GmbH gemacht.

Der Weltladen Innsbruck versteht sich auch als Informationszentrum für fairen Handel. In unserem eigenen Veranstaltungsraum finden regelmäßig Veranstaltungen wie Konzerte, Verkostungen, Workshops und Ausstellungen statt.

Unser Weltladen und die damit verbundenen Kriterien des fairen Handels werden in Innsbruck äußerst positiv aufgenommen. In diesem Bereich gibt es einen großen Nachholbedarf und ein großes Potenzial, das wir weiter ausschöpfen wollen. Wir haben daher vor, die Idee des fairen Handels in Innsbruck noch bekannter zu machen.



Christian Mitterlehner

Geschäftsführer des Weltladens Innsbruck, Verkaufsberater für die Weltläden Österreich



AK WIEN: WIR WOLLEN ETWAS BEWEGEN

Die AK Wien verwendet bereits seit Jahren FAIRTRADE-Produkte, weil sie ihre Forderungen nach gerechten Arbeitsbedingungen im internationalen Handel (WTO- und bilaterale Freihandelsabkommen) mit Taten im eigenen Haus begleiten will. Die Verwendung fair gehandelter Produkte ist auch ein kleiner Beitrag zur internationalen Solidarität mit den Kaffeearbeiterinnen und -arbeitern, die durch die zahlreichen Krisen auf dem internationalen Kaffeemarkt negativ betroffen sind.

Begonnen haben wir mit unserem FAIRTRADE-Engagement 2002: Wir boten im Speisesaal den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der AK Wien fair gehandelten Kaffee zunächst probeweise an. Das kam so gut an, dass die Leitung beschloss, auf fair gehandelten Kaffee umzustellen. 2003 machten diesen Schritt Direktion und Präsidium sowie in den folgenden Jahren auch die Sozialakademie in Mödling. Auch während der Sitzungen reichen wir inzwischen fair gehandelten Kaffee. Außerdem wurde es den Beschäftigten der AK Wien ermöglicht, über den zentralen Einkauf fair gehandelten Kaffee sowie Biogrüntee und Hibiskustee zu bestellen. 2005 wurde das Sortiment um drei FAIRTRADE-Kaffeearten erweitert. Seit März 2007 wird während der zahlreichen Sitzungen statt des herkömmlichen Orangensafts auch FAIRTRADE-Orangensaft gereicht.

FAIRTRADE ist ein Bekenntnis zu weltweiten Arbeits- und Sozialstandards und einem transparenten Handelssystem. Die AK fordert gegenüber Ministerien, EU-Kommission und Verhandlungspartnern, dass

zukünftige Freihandelsabkommen soziale und ökologische Zielsetzungen gleichwertig neben wirtschaftlichen Interessen berücksichtigen müssen. Jedenfalls sind Bestimmungen zur Umsetzung und Einhaltung der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) – wie die Aufhebung von Kinderarbeit und das Verbot von Zwangsarbeit – in zukünftige bilaterale Handelsabkommen zu integrieren. Außerdem setzen wir uns dafür ein, dass Produkte, die sozialen und ökologischen Mindeststandards entsprechen, zollfrei in die EU eingeführt werden.

Die FAIRTRADE-Initiative hilft, Arbeitsplätze in Österreich zu sichern, indem die Verarbeitung und Vermarktung von Qualitätsprodukten gefördert werden – Know-how und Produktentwicklung in Österreich ermöglichen hochwertige Arbeitsplätze.

Unser Resümee: Wir sind davon überzeugt, dass die AK Wien mit ihren Einkaufsentscheidungen etwas bewegen kann, und das wollen wir auch in Zukunft tun.



Mag. Werner Muhm
Direktor der Arbeiterkammer Wien



MIT FAIRTRADE MENSCHEN EINE ZUKUNFT GEBEN

Die Idee des fairen Handels kommt aus der katholischen Tradition und ist aus der Entwicklungshilfe heraus entstanden. Bei FAIRTRADE Österreich, einer Non-Profit-Organisation ohne wirtschaftliches Eigeninteresse, waren von Anfang an kirchliche NGOs wie die Caritas, die Dreikönigsaktion und die Katholische Frauenbewegung Österreichs mit dabei und haben der Idee zum Durchbruch verholfen. Auch die Diözese Eisenstadt unterstützt FAIRTRADE Österreich seit jeher tatkräftig – sowohl ideell als auch finanziell.

Als Bischof der Diözese Eisenstadt freut es mich, dass ich Ihnen meine Ansichten zum Thema FAIRTRADE mitteilen darf. Ich halte den fairen Handel für eine Chance. Eine Chance für jeden von uns, etwas an der Lebenssituation von ärmeren Mitmenschen zu verändern. Dieser Gedanke liegt in unserer Religion. Als Christen sollten wir immer darauf bedacht sein, unseren Mitmenschen zu helfen. „Was ihr für die geringsten meiner Schwestern und Brüder getan habt, das habt ihr für mich getan“, heißt ein Wort Jesu in der Bibel. Es geht darum, dass wir als Christen in jedem Menschen unseren Herrn Jesus Christus

sehen sollen. Die Gottes- und Nächstenliebe ist unser Hauptgebot.

Die Chance zu helfen versuchen meine MitarbeiterInnen und ich möglichst oft zu ergreifen, indem wir zum Beispiel in der Zentrale der Diözese Eisenstadt FAIRTRADE-Kaffee trinken. Weiters versuchen wir, so oft wie möglich, auch andere FAIRTRADE-Produkte zu verwenden. Sie sehen, es ist gar nicht so schwer, etwas Gutes für andere zu tun. Es freut mich, dass sich bereits so viele Menschen in Österreich zu helfen entschlossen haben. Durch FAIRTRADE haben wir schon vieles verbessert, wir haben Menschen eine Zukunft gegeben, die ohne unsere Hilfe vielleicht keine gehabt hätten.



Dr. Paul Iby
Bischof der Diözese Eisenstadt



TOLLE PARTNER UND PRODUKTE

2006 war für FAIRTRADE Österreich nicht nur in puncto Umsatzsteigerung extrem erfolgreich. Im vergangenen Jahr konnte die FAIRTRADE-Produktpalette auf über 260 verschiedene Artikel erweitert werden. Um eine laufende Sortimentsvergrößerung zu erreichen, braucht FAIRTRADE Österreich allerdings neue Partner mit guten Ideen sowie innovationsfreudige Unternehmen, mit denen schon länger gut zusammengearbeitet wird.

Dazu zählt die Importorganisation für fairen Handel EZA Fairer Handel GmbH, seit Anbeginn eine der wichtigsten Kooperationspartner von FAIRTRADE Österreich. Die EZA hat 2006 sukzessive das Verpackungsdesign der von ihr gehandelten Produkte umgestellt. Der Anfang wurde mit Kaffee gemacht, mittlerweile präsentieren sich auch zum Beispiel Schokoladen, Reis und Tee aus dem Hause EZA im neuen, überaus ansprechenden und unverwechselbaren Stil. Das Ziel der EZA war, die Qualität der Verpackungsgestaltung an die hohe Qualität der angebotenen Produkte anzugleichen, und das ist überzeugend gelungen.

Bereits in mehr als 5000 Geschäften werden FAIRTRADE-Produkte angeboten. Immer mehr Unternehmen sind von der FAIRTRADE-Idee und den FAIRTRADE-Produkten überzeugt. Dazu zählt auch die Supermarktket-

te HOFER, die 2006 den 100-prozentigen Orangensaft ohne Zuckerzusatz namens „Sweet Valley“ ins Sortiment aufgenommen hat.

Von Agrana gibt es seit Herbst letzten Jahres ein neues FAIRTRADE-Produkt: Wiener Zucker „Demerara“ – Brauner Rohrzucker kristallin, der sowohl zum Süßen von Getränken als auch zum Backen geeignet ist und von FAIRTRADE-Kooperativen in Malawi stammt.

Die BioArt-Produktlinie, die von der Bauernkörperl GmbH & Co KG vertrieben wird, bietet seit 2006 FAIRTRADE-Biokonfitüren und -Marmeladen mit besonderen Geschmackskombinationen – zum Beispiel Marille-Mango mit kandiertem Ingwer. Diese außergewöhnlichen Spezialitäten aus Rohstoffen aus Ländern des Südens werden in österreichischen Genusswerkstätten veredelt. Das gilt auch für die handgeschöpften BioArt-Schokoladen mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel. Erhältlich sind diese FAIRTRADE-Produkte u. a. bei dm.

Die überaus erfreuliche Entwicklung hat sich 2007 nahtlos fortgesetzt: Seit Februar bietet SPAR in seiner Natur-pur-Linie FAIRTRADE-Bio-Zartbitter- und Bio-Schoko-&-Kokos-Reiswaffeln an.



EINKAUFSFÜHRER

WO GIBT'S FAIRTRADE-PRODUKTE?

| | Magnet/Edelka-Center | ADEG/Edelka | Billa | Bioläden | C & C (AGM, METRO, Pfeiffer) | dm | EUROSPAR | Hausfreund Zustellservice | Hofer | INTERSPAR | LIBRO | Maximarkt | MERKUR | Merkur-Direkt-Zustellservice | MPREIS | Nah & Frisch | SPAR | SPAR Gourmet | Unimärkte | VIVA-Tankstellen-Shops | Weitläden | Winkler Märkte | Zielpunkt |
|------------|----------------------|-------------|-------|----------|------------------------------|----|----------|---------------------------|-------|-----------|-------|-----------|--------|------------------------------|--------|--------------|------|--------------|-----------|------------------------|-----------|----------------|-----------|
| Kaffee | x | ✓ | x | ✓ | x | ✓ | x | x | x | x | | x | x | x | x | ✓ | x | x | x | ✓ | x | x | x |
| Tee | x | | | ✓ | ✓ | | x | | | x | | | | x | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | x | x |
| Bananen | x | ✓ | x | | ✓ | | x | | x | x | | x | x | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | x |
| Rosen | ✓ | ✓ | ✓ | | | | x | | | x | | x | | x | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | |
| Säfte | x | ✓ | x | ✓ | x | ✓ | x | x | x | x | | x | x | x | x | ✓ | x | x | x | ✓ | x | x | |
| Schokolade | | | | ✓ | ✓ | ✓ | x | | | x | x | x | x | x | ✓ | ✓ | x | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | x | x |
| Kakao | x | | | ✓ | | ✓ | x | | | x | | x | x | x | | ✓ | ✓ | ✓ | | | x | x | |
| Rohrzucker | x | x | x | ✓ | x | | x | | | x | | x | x | x | x | x | x | x | | ✓ | x | x | x |
| Honig | | | x | | ✓ | | x | | | x | | x | x | | | | x | | | | ✓ | x | |
| Reis | | | x | ✓ | ✓ | | x | | | x | | x | x | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | x | x |
| Wein | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ✓ | | x |
| Eiskaffee | | | | | | x | x | | | x | | | ✓ | | | | | x | | ✓ | ✓ | | |
| Marmelade | | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | ✓ | | |
| Watte/Pads | | | | | | | | | | | | | | x | | | | | | | | | |

Stand: März 2007, x erhältlich, ✓ erhältlich, aber nicht in allen Filialen

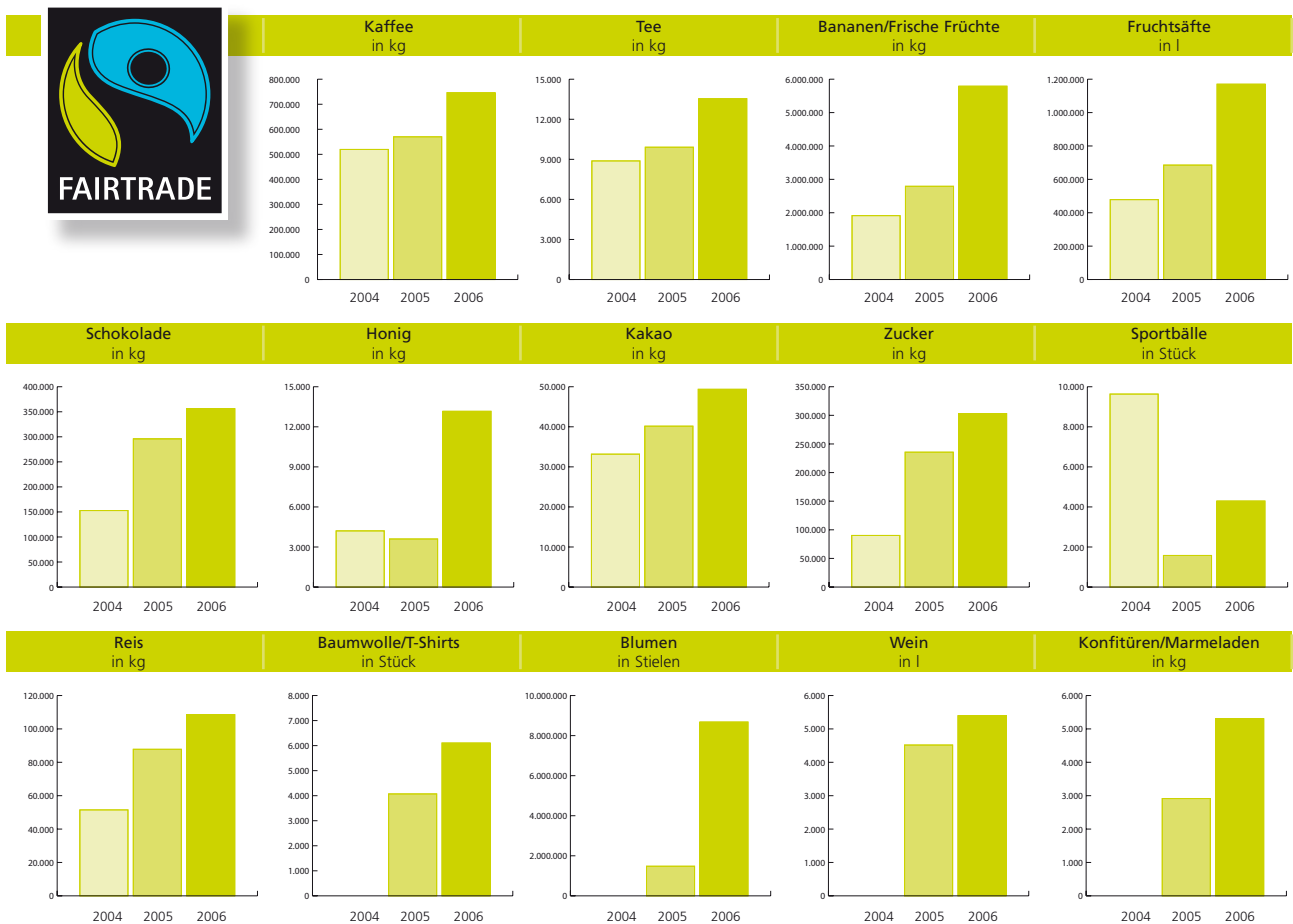
Ebenfalls im Februar hat das österreichische Traditionsunternehmen Honigmayr mit FAIRTRADE Österreich einen Lizenzvertrag unterzeichnet. Honigmayr führt nun FAIRTRADE-Blütenhonig sowie FAIRTRADE-Imkerhonig von Bauern in Chile, Guatemala, Mexiko und Nicaragua. Warum Honig aus Lateinamerika? Weil der österreichische Honigbedarf nur zu 20 Prozent mit heimischem Honig gedeckt werden kann. Österreich importiert Honig derzeit vor allem aus Süd- und Mittelamerika.

Der führende Fruchtsafthersteller Pfanner hat im März 2007 ein weiteres FAIRTRADE-Produkt in sein Angebot aufgenommen: Pfanner FAIRTRADE Multivitamin. Die Zusammenarbeit zwischen Pfanner und FAIRTRADE Österreich gedeiht bereits seit mehr als fünf Jahren und zeigt, wie sehr die Nachfrage nach Fruchtsäften mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel gestiegen ist.





FAIRTRADE-PRODUKTE: ENTWICKLUNG IN DEN LETZTEN JAHREN



Ab heute kauf ich fair!

DIE LIZENZNEHMER VON FAIRTRADE ÖSTERREICH

| | |
|---|--|
| Agrana Marketing- und Vertriebsservice GmbH | Zucker |
| AgroFair B. V. | Bananen/Frische Früchte |
| Bauernkörperl Ges. m. b. H. | Schokoladeprodukte, Konfitüre/Marmelade, Reis, Kaffee, Zucker, Baumwolle, Sportbälle |
| Bocchi Flower Trade Netherlands B. V. | Rosen |
| café+co Automatencatering & Service GmbH | Instantkaffee |
| Demmer Handelsges. m. b. H. | Tee |
| Diskoflora B. V. | Rosen |
| Eine Welt Handel AG | Zucker |
| EZA Fairer Handel GmbH | Kaffee, Schokoladeprodukte, Kakao, Tee, Reis, Trockenfrüchte, Fruchtsäfte, Guarano, Cappuccino, Zucker, Gummibären, Sportbälle, Honig, Quinoa, Baumwolle |
| Fürsten-Reform Dr. med. Hans Plümer Nachf. GmbH & Co. KG | Honig |
| Fyffes PLC | Bananen/Frische Früchte |
| gepa Fair Handelshaus | Schokoladeprodukte |
| Honigmayr Handelsgesellschaft m. b. H. | Honig |
| Firma J. Hornig GmbH | Kaffee, Tee |
| Idee Kaffee Vertriebsges. m. b. H. | Kaffee |
| Ja! Natürlich Naturprodukte Ges. m. b. H. | Bananen/Frische Früchte |
| La Redoute S. A. | Baumwolle |
| Marap HandelsgmbH | Zucker |
| Julius Meinl Austria Industrie GmbH | Kaffee |
| Gourmet-Rösterei Nussbaumer GmbH & Co KG | Kaffee |
| Neuteboom B. V. | Kaffee |
| Omniflora Blumen Center GmbH | Rosen |
| Hermann Pfanner Getränke GmbH | Orangensaft, Multifruchtsaft |
| Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co | Orangensaft |
| Peter Riegel Weinimport GmbH | Wein |
| Prugger und Mock GmbH | Kaffee |
| Schirmer Kaffee GmbH | Kaffee |
| Reinhard Schweitzer GmbH | Instantkaffee, Instantkakao, Eiskaffee |
| Spar Österreichische Warenhandels AG | Bananen/Frische Früchte, Kaffee, Zucker, Reiswaffeln |
| Starbucks Coffee Austria GmbH | Kaffee |
| Ströck Brot GmbH | Kaffee |
| Tchibo Coffee Service Austria GmbH | Kaffee |
| Kaffeerösterei Hubert Tempelmann e. K. | Kaffee |
| Trausners Genuss Werkstatt | Konfitüre/Marmelade |
| Vita Verde GmbH | Fruchtsäfte |
| Zeilberger Fruit Service AG | Bananen/Frische Früchte |
| Zotter Schokoladenmanufaktur GmbH | Schokolade |

Stand April, 2007

FINANZBERICHT 2006: 72% WACHSTUM DER LIZENZEINNAHMEN

ZU DEN ERLÖSEN:

Lizenzeeinnahmen

Die Lizenzeeinnahmen sind in den letzten Jahren exponentiell gewachsen. Dieser Trend hat sich auch 2006 fortgesetzt: Sie sind von +32 % 2004 und +54 % 2005 auf +72 % 2006 gestiegen. 2006 machen die Lizenzeeinnahmen 52 % der Erlöse aus und sind damit erstmals der absolut überwiegende Anteil in der FAIRTRADE-Finanzstruktur.

| Lizenzeeinnahmen 2006 in EUR | | |
|--------------------------------|-----------|-------|
| Summe | 531.760,- | +72% |
| Bananen/Frische Früchte | 174.289,- | +108% |
| Kaffee | 140.339,- | +37% |
| Schokolade | 70.044,- | +24% |
| Rosen | 59.749,- | +494% |
| Andere Produkte | 35.802,- | +80% |
| Andere | 51.537,- | +39% |

Die Lizenzeeinnahmen sind nicht nur für die FAIRTRADE-Finanzstruktur eine wichtige Kennzahl, sondern auch für den finanziellen Benefit der Produzentenländer. Dieser Nutzen errechnet sich aus dem FAIRTRADE-Preis und der FAIRTRADE-Prämie. Beide Kennzahlen hängen vom Absatz der Produkte ab: Je öfter sich die KonsumentInnen für FAIRTRADE-Produkte entscheiden, desto besser geht es den ProduzentInnen. Dank FAIRTRADE-Preis und -Prämie fließen 2006 rund 8,8 Mio. Euro in die Produzentenländer.

Förderungen für Projekte

Die FAIRTRADE-Projekte 2006 umfassen neben dem Marketingprojekt auch das Info- und Unternehmensservice-Projekt, die Bundesländer-Info-Projekte Niederösterreich, Oberösterreich und Salzburg sowie das Gemeinden- und das öffentliche Beschaffungsprojekt. Diese Projekte werden vom Bund durch die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im Außenministerium – Austrian Development Agency GmbH, von den FAIRTRADE-Trägern Caritas Österreich, Dreikönigsaktion, Katholische Männerbewegung und WWF, von den kirchlichen Institutionen Diözese Eisenstadt (Fastenaktion Eisenstadt), Diözese Innsbruck, Diözese Linz und Welthaus Diözese Graz-Seckau, von den Bundesländern Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und Wien sowie von den Unternehmen CORPORATE Business Solutions, Investkredit Bank, mobilkom austria und der Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien gefördert.

ZU DEN AUFWENDUNGEN

Grund- und Projektaufwand

Innerhalb des Aufwands beziehen sich der erste Posten Grundaufwendungen und der dritte Posten Projektaufwendungen ausschließlich auf Sachaufwendungen. Der größte Einzelposten des Grundaufwandes sind die Beiträge an die Dachorganisation FLO zur Zertifizierung der ProduzentInnen und zur Kontrolle des Vertriebsnetzes zwischen den Produzenten- und Konsumentenländern.

Personalaufwand

Der zweite Posten im Aufwand ist der Personalaufwand. Als Aufwand steht er zwar getrennt von Grund- und Projektaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung, kann jedoch in zurechenbare Personalkosten übergeleitet werden. Die Personalkosten werden damit Teil von Grund- und Projektkosten. Die Projektkosten erhöht durch die Personalkosten ergeben 62 % der Gesamtkosten 2006. Das heißt, dass annähernd zwei Drittel der FAIRTRADE-Finanzmittel unmittelbar den oben angeführten Projekten zugute kommen.

ZUM JAHRES- UND GEBARUNGSÜBERSCHUSS

Der Jahresüberschuss ergibt sich im Wesentlichen aus einer vorsichtigen Finanzplanung: Die zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2006 prognostizierten Lizenzeeinnahmen stehen den tatsächlichen Lizenzeeinnahmen vom vierten Quartal 2006 gegenüber, die erst im Lauf des Jänners 2007 gemeldet werden. Diese Erlöse sind zum Bilanzstichtag nicht realisierte Zahlungen, erscheinen in der Bilanz als sonstige Forderungen und erreichen 2006 die Höhe des Eigenkapitals. Der Jahresüberschuss 2006 ist in voller Höhe den satzungsmäßigen Rücklagen in der Gewinn- und Verlustrechnung zugewiesen und wird daher zweckgebunden für die Ziele von FAIRTRADE verwendet.

ZUR FINANZPRÜFUNG

Die FAIRTRADE-Finanzgebarung 2006 wurde von Wirtschaftsprüfer Mag. Wilhelm Zmatlo geprüft und testiert.





FINANZGEBARUNG 2006

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

| ERLÖSE | 2006 EUR | 2005 EUR |
|---|------------------|----------------|
| Lizenzentnahmen | 531.760 | 309.960 |
| Förderungen Projekte (Marketingprojekt etc.) | 419.200 | 465.000 |
| BMAA | 240.000 | 240.000 |
| Bundesländer | 30.000 | 28.000 |
| Träger | 109.400 | 113.900 |
| Kirche | 20.300 | 25.300 |
| Sponsoren | 19.500 | 57.800 |
| Sonstige Erlöse | 75.589 | 72.321 |
| Mitgliedsbeiträge | 15.063 | 14.066 |
| Aktie, Förderer, Spenden | 28.173 | 38.616 |
| Sonstige betriebliche Erlöse | 32.353 | 19.639 |
| SUMME ERLÖSE | 1.026.549 | 847.281 |

| AUFWENDUNGEN | 2006 EUR | 2005 EUR |
|--|----------------|----------------|
| Grundaufwand | 199.948 | 146.527 |
| Miet- u. Betriebsaufwand, Instandhaltung | 44.039 | 44.872 |
| Mitgliedsbeiträge (Dachverband etc.) | 61.086 | 33.578 |
| Sonstiger betrieblicher Aufwand | 94.823 | 68.077 |
| Personalaufwand | 365.659 | 303.992 |
| Projektaufwand (Marketingprojekt etc.) | 360.315 | 308.190 |
| SUMME AUFWENDUNGEN | 925.921 | 758.709 |
| JAHRESÜBERSCHUSS | 100.628 | 88.572 |
| Zuweisung an satzungsmäßige Rücklagen | 100.628 | – |
| GEBARUNGSÜBERSCHUSS | – | 88.572 |

BILANZ

| AKTIVA | 2006 EUR | 2005 EUR |
|------------------------------------|----------------|----------------|
| Anlagevermögen | 24.361 | 15.752 |
| Immaterielle Vermögensgegenstände | | |
| Software | 2.768 | 3.690 |
| Sachanlagen | | |
| Betriebs- und Geschäftsausstattung | 15.729 | 7.197 |
| Finanzanlagen | | |
| Wertpapiere u. Anteile | 5.865 | 4.865 |
| Umlaufvermögen | 386.729 | 287.569 |
| Vorräte | | |
| Informationsmaterialien | 10.656 | 8.570 |
| Forderungen | | |
| Forderungen Lief. und Leistungen | 39.627 | 23.247 |
| Sonstige Forderungen | 243.754 | 158.897 |
| Kassabestand, Bankguthaben | 92.692 | 96.855 |
| Rechnungsabgrenzungen | – | 2.099 |
| SUMME AKTIVA | 411.090 | 305.419 |

| PASSIVA | 2006 EUR | 2005 EUR |
|---|----------------|----------------|
| Eigenkapital | 243.090 | 142.462 |
| Anfangskapital | 142.462 | 53.890 |
| Satzungsmäßige Rücklagen | 100.628 | 88.572 |
| Rückstellungen | 32.979 | 32.618 |
| Abfertigungsrückstellungen | 5.345 | 4.317 |
| Rückstellungen Projekte | – | 15.000 |
| Sonst. Rückstellungen | 27.634 | 13.301 |
| Verbindlichkeiten | 135.021 | 130.339 |
| Bankverbindlichkeiten | – | – |
| Verbindlichkeiten Lief. und Leistungen | 30.747 | – |
| Kleindarlehen | 53.246 | 76.344 |
| Sonst. Verbindlichkeiten | 51.028 | 53.994 |
| Rechnungsabgrenzungen | – | – |
| SUMME PASSIVA | 411.090 | 305.419 |

SPONSOREN UND TRÄGERORGANISATIONEN

SPONSOREN

Wir möchten uns an dieser Stelle ganz herzlich bei den vielen Menschen, die ehrenamtlich für FAIRTRADE arbeiten, Trägerorganisationen, Vertreterinnen und Vertretern öffentlicher Stellen sowie Wirtschaftspartnerinnen und -partnern bedanken, die Projekte und Maßnahmen sowie die öffentliche Präsenz durch ihre Unterstützung ermöglicht haben.

Wir bedanken uns auch bei den zahlreichen prominenten Persönlichkeiten aus Politik, Sport und Kultur, vor allem bei Marwan Abado, Nina Blum, Ruth Brauer, Timna Brauer, Dorretta Carter, Serge Falck, Alexander Göbel, Pepi Hopf, Tini Kainrath, Barbara Karlich, Ludwig Müller, Helmut Österreicher, Milagros Pinera, Toni Polster, Dolores Schmidinger, Géza Terner, Monica Weinzettl, Franziska Weisz, Franz Zödl.

Insbesondere bedanken wir uns für die finanzielle Unterstützung bei

Bund:
Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im BMaA – Austrian Development Agency GmbH

Träger:
Caritas Österreich
Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs
Katholische Männerbewegung Österreichs
WWF Österreich

Kirche:
Diözese Eisenstadt (Fastenaktion Eisenstadt)
Diözese Innsbruck
Diözese Linz (SEI SO FREI)
Welthaus Diözese Graz-Seckau

Bundesländer:
Land Niederösterreich
Land Oberösterreich
Land Salzburg
Stadt Wien

Unternehmen und Institutionen:
CORPORATE Business Solutions
Investkredit Bank AG
mobikom austria
Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien

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

TRÄGERORGANISATIONEN

FAIRTRADE wird von einer breiten, überparteilichen Öffentlichkeit getragen. Folgende 30 Organisationen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Kirche, Ökologie, Bildung und Soziales sind daran beteiligt:

A3W – Aktion Dritte Welt
ARGE Weltläden
Bundesjugendvertretung
CARE Österreich
Caritas
CONA – Verein zur Förderung des gerechten Nord-Süd-Handels
Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs
Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission
Evangelische Jugend
Gewerkschaft Metall – Textil – Nahrung
Grüne Bildungswerkstatt
Horizont3000 – Österreichische Organisation für Entwicklungszusammenarbeit
Institut für Englische Wirtschaftskommunikation an der Wirtschaftsuniversität Wien
JUGEND EINE WELT
Katholische Frauenbewegung Österreichs
Katholische Jugend Österreich
Katholische Männerbewegung Österreichs
Katholischer Familienverband der Erzdiözese Wien
Klimabündnis Österreich
LICHT FÜR DIE WELT – Christoffel
Entwicklungszusammenarbeit
Oikocredit
Österreichische Bergbauernvereinigung
Österreichische Hochschülerschaft
Österreichisches Nord-Süd-Institut für Entwicklungszusammenarbeit
Österreichisches Ökologie-Institut
Renner-Institut
Südwind-Entwicklungspolitik
„die Umweltberatung“ – Verband österreichischer Umweltberatungsstellen
Volkshilfe Österreich
WWF (World Wide Fund for Nature) Österreich



FAIRTRADE INTERN

FAIRTRADE-VORSTAND (STAND JUNI 2007)



Mag. Helmut Schüller
Vorstandsvorsitzender
(seit 05/07)
Universitätsseelsorger



Mag. Gabriela Sonnleitner
Stv. Vorstandsvorsitzende
Caritas Österreich



Mag. Helmut Adam
Südwind Agentur
FAIRTRADE-Ehrenmitglied



Ernst Gassner
ARGE Weltläden



ao. Univ-Prof Mag. Dr. Luise Gubitzer
(seit 05/06)
WU Wien



Christian Herret
Dreikönigsaktion



Edeltraud Novy
(Vorstandsvorsitzende bis
05/07), Katholische Frauenbe-
wegung Österreichs



Hans Toth
(seit 05/06)
BA-CA Private Equity GmbH



Herbert Wasserbauer
(seit 05/06)
Katholische Jugend Österreich



Andreas Wurzer
(seit 05/06)
WWF



Dr. Heinz Gabler
MR i.R. OEA



Mag. Dr. Helmut Hartmeyer
Austrian Development Agency

EHRENMITGLIEDER

FAIRTRADE-VORSTAND AUSGESCHIEDEN

Mag. (FH) Michaela Hinterberger, (bis 05/06) Katholische Jugend Österreich | **Mag. Stefan Moidl**, (bis 03/06) WWF

FAIRTRADE-BÜRO, ANGESTELLTE



Mag. Georg Gruber
Geschäftsführer



Mag. Gertraud Akgün-Krenn
Gastro- und Unternehmens-
service



Sebastian Claure
Office



Beate Irani
Marketing, Key Account
Management (LEH)



Mag. Ellen Liebl
Förderer und Recht
(seit 08/06)



Mag. Veronika Polster
Presse- und Öffentlichkeits-
arbeit

FAIRTRADE-BÜRO, FREIE MITARBEITER(IN)



Monika Vessel
Officemanagement, VIP-Service



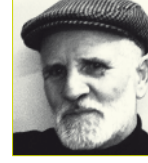
Mag. Robert Wolfsberger
Finanzen und Trade Audit



Annemarie Kollmann
FAIRTRADE-Pool, Events und
Verkostungen



Thomas Wackerlig,
Gemeindeservice



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

FAIRTRADE-BÜRO AUSGESCHIEDEN

Mag. Michael Ambros, Key Account Management (Lizenznehmer) (04/06–03/07) | **Dile Idrizaj**, Buchhaltung (bis 05/06)

PRAKTIKANT(INN)EN UND TRAINEES

Julia Brein | Klara Czernin | Boris Eder | Kathrin Egger | Sarah Funk | Gregor Gluttig | Nadja Gradinger | Melanie Hacker | Morgane Le Floch | Beate Lex | Katharina Maier | Anna Neulinger | Marcella Panuccio | Thomas Rachbauer | Klaus Sattler | Sonja Schörgenhofer | Anna Wawra | Barbara Weinmann

REFERENT(INN)EN

Martin Bartenberger | Paul Bertram | Anna Gaidziza | Brigitte Haiden | Astrid Harjung | Eva Hollenthoner | Vera Huber | Rosalie Hübl | Sabine Klafp | Christine Morauf | Sabine Pinterits | Christina-Maria Popp | Daniela Sommer | Anna Starkbaum | Lydia Steinmassl | Moritz Voges | Irmgard Wiesner

RECHNUNGSPRÜFER(IN)

Gabriele Fittl | Rupert Helm-Wakolbinger

PRODUKTE MIT FAIRTRADE-GÜTESIEGEL

Hier finden Sie einen Auszug aus dem österreichischen Produktangebot mit FAIRTRADE-Gütesiegel. Vollständige und aktualisierte FAIRTRADE-Produktinformationen und -Bezugsquellen finden Sie auf www.fairtrade.at.

| | | |
|---|---|---|
| REIS | TEE | BANANEN |
|  |  |  |
| EZA Hom Mali Bio Reis | EZA Darjeeling Bio Grüntee | Demmers Bio Green Manjulai |
| | |  |
| | | Bio Bananen |

| | |
|---|---|
| ROHRZUCKER | KAFFEE |
|  |  |
| Wiener Demerara Rohr-Würfelzucker | EZA Bio Mascobado Rohrzucker |
|  |  |
| EZA Mundo Bio Kaffee | EZA Bio Organico |
|  |  |
| Organico Espresso Bohne | Regio Bio Kaffee |
|  |  |
| Neuteboom Café Natura | Tchibo Kaffee Vista |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  | GETRÄNKE |
| Bio Art Kaffee | Darboven Café Intención | Green Change Bio Kaffee | EZA Jambo Espresso | Hornig Bio Kaffee | EZA Bio Latino Löskaffee |  |
| | | | | | |  |
| | | | | | | Pfanner Multivitaminsaft |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  | SÜSSWAREN |
| Merida Orangensaft | Natur*Pur Bio Säfte | Sweet Valley Orangensaft | RAUCH Orangensaft | EZA Guaranto Energy Drink | Café Bio Eiskaffee |  |
| | | | | | |  |
| | | | | | | EZA Gummi-/Colabärl |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
|  |  |  |  | SCHOKOLADE/KAKAO |
| EZA Dragees | Honigmayr Blütenhonig | Biophar Wildblütenhonig | Trausner Marmeladen |  |
| | | | |  |
| | | | |  |
| | | | |  |
| | | | | EZA El Ceibo Bio Kakao |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  | NON-FOOD |
| Bio Art Schokoladen | EZA Companera Schokoladen | EZA Equita Schokoaufstrich | EZA Equita Trinkkakao |  |
| | | | |  |
| | | | |  |
| | | | |  |
| | | | | Bälle |