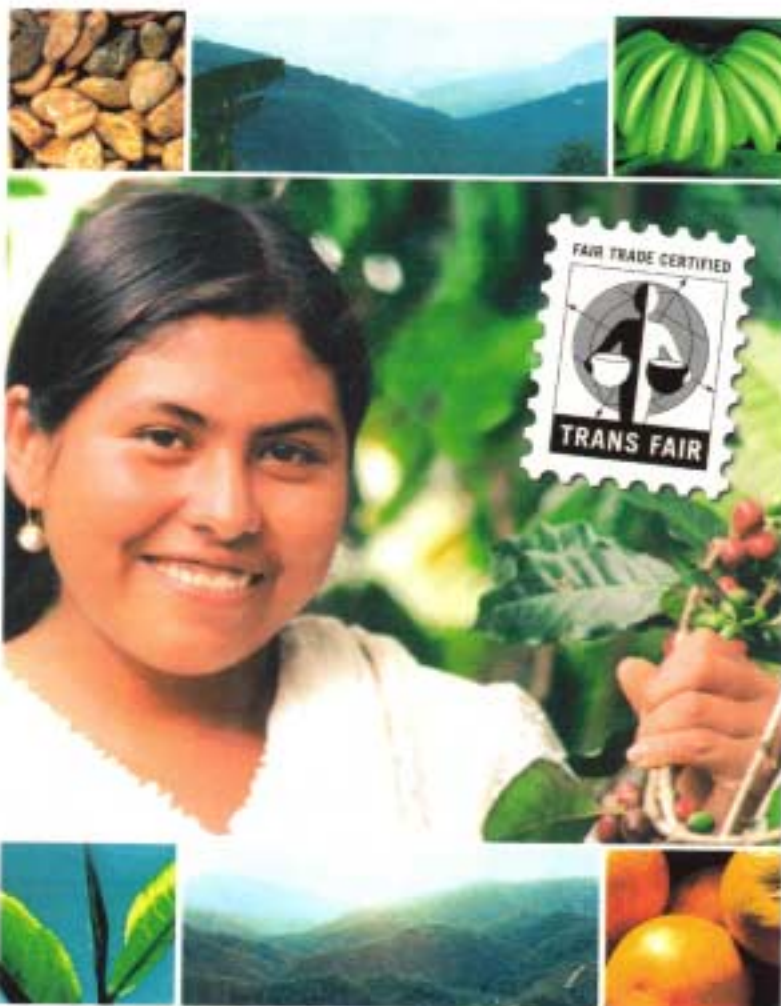


# TRANS FAIR JAHRESBERICHT 2001



[WWW.FAIRTRADE.AT](http://WWW.FAIRTRADE.AT)

SO FAIR – SO GUT!

## Inhaltsverzeichnis



	- Seite -
• Vorwort	1
• Jahresrückblick 2001	2
• Fairer Handel weltweit	3
• Trans Fair und Bio	5
• Faire Produkte	6
• Trans Fair Österreich 2001	11
• Finanzbericht 2001	15
• Trans Fair Trägerorganisationen	18
• Trans Fair Lizenznehmer	19
• Trans Fair Förderer	20
• Verein Trans Fair Österreich	21

## IMPRESSUM

Trans Fair Österreich  
Wohlebengasse 12-14  
A- 1040 Wien  
Fon: 01-533 09 56 0  
Fax: 01- 533 09 56 11  
office@fairtrade.at  
www.fairtrade.at

Für den Inhalt verantwortlich: Leon Lenhart  
Konzept + Redaktion + Layout: Veronika Polster

## FOTONACHWEIS

Titelbild: Plakatsujet Trans Fair  
Bildmaterial: Trans Fair

## Jahresrückblick 2001 „So fair – so gut!“

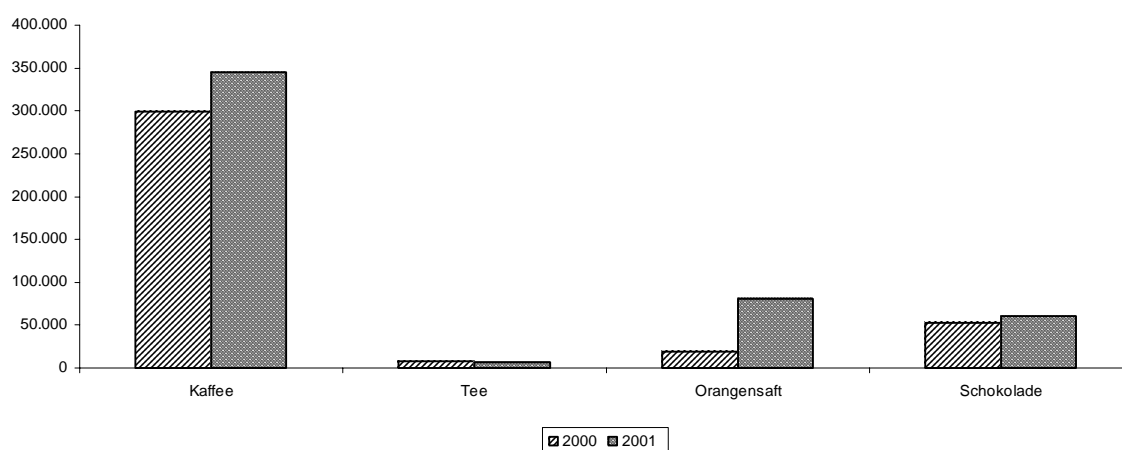
Im letzten Jahr hat der Faire Handel weltweit bedeutende Fortschritte gemacht. Vor allem bei KonsumentInnen ist das Bewusstsein um den Fairen Handel im Jahr 2001 weiter gestiegen. Umfragen zeigen deutlich, dass VerbraucherInnen in Europa bei der Auswahl von Waren immer kritischer werden und zunehmend bereit sind, mehr für ein Produkt zu bezahlen, das für sie wichtige Kriterien erfüllt.

So sprachen sich im Oktober 89% der ÖsterreicherInnen bei einer Umfrage<sup>1</sup> zum Thema „Globalisierung“ für die Kennzeichnung von Waren aus, die unter Einhaltung von ethischen Mindeststandards hergestellt werden.

Aber auch in der Lebensmittelbranche hat sich das Bewusstsein um fair gehandelte Produkte positiv verändert. So konnte im Jahr 2001 die Distribution von Fair Trade Produkten durch Neulistungen in großen Supermarktketten österreichweit ausgeweitet werden. Und last but not least wurden neue wichtige LizenzpartnerInnen aus der österreichischen Markenartikelindustrie gewonnen. Damit konnte auch das österreichische Fair Trade Produktsortiment bestehend aus Kaffee, Tee, Schokolade und Orangensaft, um fair gehandelten Honig und Kakao erweitert werden.

Mit der Fair Trade Kampagne „So fair- so gut!“ und verstärkter Öffentlichkeitsarbeit ist es gelungen, viele KonsumentInnen und EntscheidungsträgerInnen aus dem Lebensmitteleinzelhandel und der Markenartikelindustrie für das Fair Trade Anliegen zu mobilisieren.

**Absatzmengen Fair Trade Produkte  
in Österreich 2000- 2001**



<sup>1</sup> Umfrage MA 239 des Market- Institutes (Nov 01)



## Fairer Handel weltweit

Der Faire Handel ist heute ein etabliertes Handelssystem in fast allen Staaten Europas, das bei immer mehr KonsumentInnen-Gruppen Anklang findet und fast überall in der EU ein ständig wachsendes Distributions- Netzwerk hat. In Europa werden fair gehandelte Produkte an über 64.800 Verkaufsstellen<sup>2</sup> angeboten. Der jährliche Nettoumsatz, der mit fair gehandelten Produkten in Europa erzielt wird, beträgt mehr als EUR 260 Mio<sup>3</sup>.

In den letzten Jahren hat der Fair Handel bedeutende Fortschritte gemacht. Von 1995 bis 1999 zeigen die Zahlen der EFTA- Mitglieder (European Fair Trade Association) ein durchschnittliches Jahreswachstum des gesamten Fair Trade- Einzelhandelsnettoumsatzes von 3,3%<sup>4</sup>. Und der „Faire Markt“ wächst weiter. Die EFTA- Wachstumsrate von 2000 auf 2001 weist sogar eine Steigerung von 30% auf.



Ohne Zugang zu den Märkten in den Industrieländern werden die Länder Asiens, Afrikas und Lateinamerikas keine nachhaltigen Erfolge bei der Armutsbekämpfung erzielen können. Die wirtschaftliche Liberalisierung des Außenhandels der Länder des Südens muss in eine Entwicklungsstrategie eingebettet sein, die auf den Abbau von Armut abzielt.

In vielen Fällen sind deshalb ein faires Lohnsystem, menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Schutz der Landwirtschaft und der natürlichen Ressourcen, Vermeidung von Kinderarbeit in den Ländern des Südens notwendig.

Existenzsichernde Preise, Vorfinanzierung und langfristige Abnahmeverträge mit Kleinbauernfamilien, Vermeidung von Kinderarbeit sowie gerechte Löhne und Arbeitsbedingungen für Beschäftigte zeichnen faire Produkte aus. Zusätzlich wird eine Fair Trade Prämie gezahlt, die zum Auf- und Ausbau sozialer Infrastruktur (Wasserversorgung, Schulen oder medizinische Betreuung) von den ProduzentInnen verwendet wird.

Nicht ohne Grund ist der Faire Handel wirkungsvolle Entwicklungszusammenarbeit.

<sup>2</sup> Fair Trade Jahrbuch „Herausforderung Fairer Handel 2001-2003“ (Dez 01)

<sup>3</sup> Fair Trade Jahrbuch „Herausforderung Fairer Handel 2001-2003“ (Dez 01)

<sup>4</sup> Fair Trade Jahrbuch „Herausforderung Fairer Handel 2001-2003“ (Dez 01)



## Das internationale Kontrollsystem

Um die Glaubwürdigkeit des Trans Fair Zeichens zu gewährleisten, ist eine effiziente Kontrolle von größter Bedeutung. Die Dachorganisation der Siegelinitiativen, die für die Kontrolle der Einhaltung der Fair Trade Kriterien und des Warenflusses sowie für die Lizenzierung von ImporteurInnen verantwortlich ist, heißt Fair Trade Labelling Organizations International – FLO. Eine wichtige Aufgabe von FLO besteht in den Kontrollen (Monitoring) der ProduzentInnenorganisationen (1) vor Ort. Die Kooperativen und Plantagen, welche nach Fair Trade Kriterien produzieren, werden in ProduzentInnenregistern erfasst und regelmäßig in Zusammenarbeit mit sachkundigen ortsansässigen KonsulentInnen überprüft.

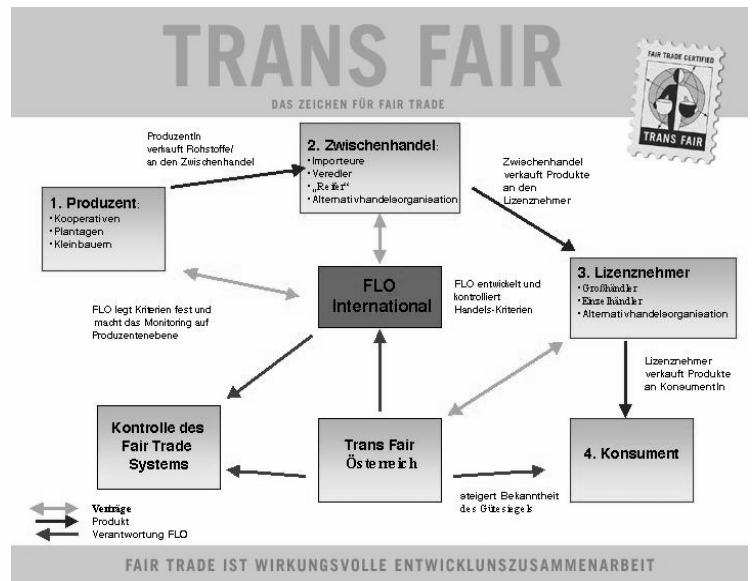
Nur lizenzierte ImporteurInnen (2) (ImporteurInnen, VeredlerInnen, „ReiferInnen“) und Alternativhandelsorganisationen kaufen bei Fair Trade ProduzentInnengruppen, die im FLO- ProduzentInnenregister stehen.

Trans Fair Österreich kontrolliert jene Firmen (GroßhändlerInnen, EinzelhändlerInnen, Alternativhandelsorganisationen), die in Österreich Produkte mit dem Trans Fair Siegel verkaufen (3). Die LizenznehmerInnen melden vierteljährlich ihre Verkaufsabschlüsse zu fairen Bedingungen.

Unabhängige WirtschaftsprüferInnen führen zusätzlich stichprobenartig jährliche Kontrollen (Bestellmengen, Verbrauch, Lager) bei diesen LizenznehmerInnen durch. Trans Fair Österreich wird auch einmal jährlich von unabhängigen WirtschaftsprüferInnen geprüft.

Diese unabhängigen Kontrollmechanismen stellen sicher, dass die Kriterien des Fairen Handels eingehalten werden. So kann Trans Fair dafür bürgen, dass jedes Produkt, das ein Trans Fair Gütesiegel trägt, auch wirklich zu Fair Trade Konditionen produziert und vermarktet wurde!

FLO International ist der Dachverband der Fair Trade



Initiativen.

## Trans Fair und Bio

FeinschmeckerInnen und Ernährungsbewusste haben eines gemeinsam: Für sie ist beim Essen die Qualität entscheidend. Nicht der erstbeste Kaffee oder Tee sondern nur erstklassige Ware ist gefragt, von der man weiß, woher sie kommt. Das Trans Fair Gütesiegel ist ein Sozillabel. Der Kriterienkatalog des Fairen Handels beinhaltet aber auch Umweltkriterien. Es wird zum Beispiel verlangt, dass der Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel, falls gebraucht, laufend reduziert wird. Auch für den Schutz des Grundwassers und für die Abfallbewirtschaftung gilt es, Regeln einzuhalten.

Außerdem erhalten die ProduzentInnen für biologisch angebaute Produkte eine Zusatzprämie, die "Bioprämie". Dadurch werden die ProduzentInnenorganisationen auf die wachsende Nachfrage nach Bioprodukten aufmerksam gemacht und dazu ermuntert, die Biozertifizierung anzustreben. Diese Biozertifizierung wird durch an-erkannte Zertifizierungsorganisationen durchgeführt, wie z.B. Austria Bio Garantie, IMO (Institut für Marktökologie) oder Certimex.

Jetzt schon arbeiten viele ökologisch produzierende Erzeuger von Kaffee, Tee, Bananen, Kakao, und Honig mit Trans Fair zusammen. In der Produktpalette mit dem Trans Fair Siegel finden sich immer mehr Sorten, die aus kontrolliert ökologischem Anbau stammen.

Und auch die VerbraucherInnen greifen verstärkt zu Bioprodukten mit dem Fair Trade Zeichen. 2001 trugen über 30% der angebotenen Kaffeesorten neben dem Trans Fair Siegel auch ein Biolabel, beim Tee waren es sogar über 40%. Fair Trade Schokolade der Firma EZA<sup>5</sup> ist ausschließlich gentechnikfrei erhältlich.

**Wenngleich biologische Produktion keine Grundbedingung für das Trans Fair Gütesiegel ist, sind immer mehr Fair Trade Produkte auch biozertifiziert.**



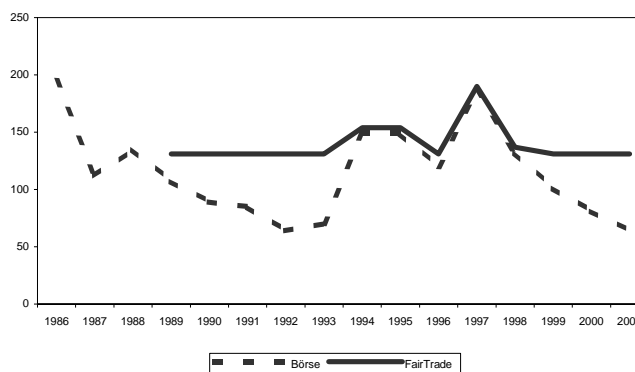
<sup>5</sup> EZA Dritte Welt GmbH ist die größte Importorganisation für fairen Handel in Österreich und wurde 1975 von der holländischen Fair-Handels-Organisation SOS-Wereldwinkels (jetzt FTO) gegründet.

## Faire Produkte

Kaffee, Tee, Kakao, Honig und Orangensaft legen weite Strecken zurück, bis sie in den Regalen österreichischer Supermärkte für KonsumentInnen erhältlich sind. Trotzdem sind diese Produkte längst kein Luxus mehr. Im Gegenteil – sie sind in den letzten Jahren sehr billig geworden, da die Preise über den Weltmarkt bestimmt werden und diese teilweise auf einem historischen Tiefstand sind. Die Existenz von Millionen von Kleinbauernfamilien in Lateinamerika, Afrika und Asien wird dadurch bedroht.

Das Fair Trade System garantiert den ProduzentInnen aus den Ländern des Südens faire Preise durch direkten Marktzugang und durch den Aufbau langfristiger Handelsbeziehungen. Mit Preisen deutlich über dem Weltmarktniveau und durch zusätzliche Aufschläge für die Umstellung auf biologischen Anbau und für Sozialprojekte sind die Kleinbauernfamilien in der Lage, ihre Lebenssituation dauerhaft und eigenverantwortlich zu verbessern. Durch traditionelle und naturnahe Anbaumethoden wird ein wertvoller Beitrag zur Erhaltung natürlicher Ressourcen geleistet.

Kaffeepreis c/lb (1986-2001)



## Fairer Kaffee, Cappuccino und Löskaffee

Kaffee ist nach Erdöl weltweit das wichtigste Handelsgut. Aufgrund der klimatischen Anforderungen wird Kaffee fast ausschließlich in den Ländern des Südens angebaut - der Konsum hingegen findet überwiegend in den Industrieländern des Nordens statt.

Der Weltmarktpreis für Kaffee sinkt seit einigen Jahren ständig. Ursache für den Preisverfall ist die weltweite Überproduktion.

Erfreulicherweise ist der Absatz von Trans Fair besiegeltem Kaffee von 299,6 t im Jahr 2000 auf insgesamt 345,6 t im Jahr 2001 (rund 15%) gestiegen.

im Jahr 2001:

Weltmarktpreis für Kaffee: 64 cent/lb  
 Fair Trade- Mindestpreis: 121 cent/lb  
 Soziale/ ökologische Prämie: 5 cent/lb  
 Aufschlag für Bioprodukte: 15 cent/lb



In Österreich werden folgende Trans Fair besiegelte Kaffees angeboten: Darboven Kaffee, EZA Kaffees (Jambo, Nica, Pueblo, Welt u.a.), Zumtobel, Hornig Hochland Kaffee, Kaffee der Rösterei Alt Wien, Neuteboom Café Natura und Forestal (unterstützt einen Umweltfonds zur Erhaltung des tropischen Regenwaldes), Pedro Fiesta und Automatenkaffee der Firma Schweitzer. Seit Herbst 2001 ist auch Trans Fair besiegelte Café Latino der Firma Julius Meinl erhältlich.

Im Angebot befinden sich folgende Fair Trade Bio Kaffees: Darboven Bio Kaffee, EZA Orgánico, EZA Orgánico entkoffeiniert und Neuteboom Café Natura.

Trans Fair besiegelter Cappuccino und Löskaffee sind von der Firma EZA und Drie Mollen (Pedro) erhältlich.

### **Bio-Kaffee: hohe Qualität um sich auf dem Markt behaupten zu können<sup>6</sup>**

1982 schlossen sich Indio-Familien der Zapoteken, Mixes, Chontales und Mixteken zusammen, die die mittlere Bergregion des mexikanischen Bundesstaates Oaxaca besiedeln, und schufen gemeinsam die Grundlagen für den ökologischen Anbau von Kaffee im Rahmen der Kooperative UCIRI.

Der Kaffee wird unter traditionellen Anbau- und Verarbeitungsmethoden produziert, was sehr viel Handarbeit und Mühsal bedeutet. So muß die Ernte vom Feld in Säcken und Körben auf dem Rücken und mit bloßen Armen über Trampelpfade und unbefestigte Wege zu den Höfen getragen werden. Dort wird mit einer handbetriebenen Kaffeeschälmaschine die Kaffeekirsche in Fruchtfleisch und Bohne getrennt. Die Bohnen werden ausgelegt und getrocknet bevor sie in die Zentrale nach Lachiviza weiter transportiert werden.

Schon 1986 fand der erste Bio-Kaffee der Kooperative UCIRI seinen Weg nach Europa und in den folgenden Jahren nahm der Export immer weiter zu. Zwei Drittel wurden zu Bedingungen des Fairen Handels exportiert. 30% des angebauten Kaffees gelangen als Pulverkaffee auf den mexikanischen Markt. Mit den Einnahmen aus dem Kaffee-Export baute die Kooperative eine Kaffeerösterei.

**„Wir wissen sehr wohl, wenn wir uns auf dem Markt behaupten wollen, müssen wir eine hohe Qualität halten. Aber wir wissen auch, dass wir uns nicht dem sogenannten freien Markt unterwerfen, in dem man alle Werte verliert. Wir wollen eine Art von Handelsbeziehung, die die Werte der Menschen respektiert, damit sie in Würde leben können. Und das geht nur auf Basis solidarischer Beziehungen,“** so Enan Lopez, Präsident von UCIRI.

---

<sup>6</sup> Vgl. Trans Fair Website (Kathy Ziegler, März 02)



„Das Geheimnis unseres Erfolges, besser gesagt, das was uns sehr geholfen hat, ist vor allem die Schaffung von Bewusstsein um Solidarität und diese Solidarität gibt es unter uns. Und diese Solidarität gibt es uns gegenüber bei den Menschen im Ausland, die unseren Kaffee kaufen. Das ist also die große Hilfe, die uns erlaubt hat, solche Fortschritte zu machen,“ faßt Enan Lopez zusammen.

### Fairer Tee

Das traditionelle Getränk aus dem fernen Osten ist mittlerweile fester Bestandteil der westlichen Kultur. Im Jahr 2000 wurden in Österreich rund 7.400 kg Tee mit dem Fair Trade Gütesiegel verkauft, im Jahr 2001 konnten 7.071 kg abgesetzt werden. Dieses Minus von rund 4% ist u.a. darin zu begründen, daß im Laufe des Jahres 2001 Beutel- Tee der Firma Teekanne aufgelassen wurde.

Fair Trade Tees kommen aus den besten Anbaugebieten der Welt wie zum Beispiel Darjeeling, Sri Lanka, Tanzania oder sogar von den Seychellen.

In Österreich sind folgende Trans Fair besiegelte Tees erhältlich: Tees von EZA (Assam Schwarzer Tee, Tansania Schwarzer Tee), Hornig- und Teekanne Tee sowie Tee der Firma Julius Meinl.

Im Angebot befinden sich aber auch Fair Trade Bio Tees der Firma EZA: Ceylon Bio Grüner und Schwarzer Tee, Darjeeling Grüner und Schwarzer Tee.

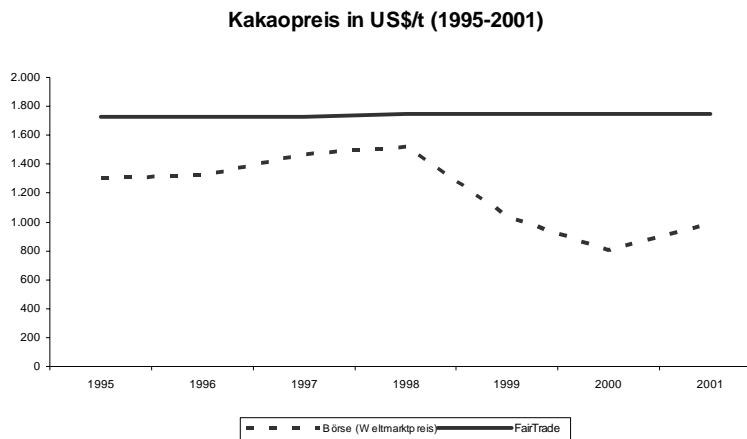
**Tee mit dem Trans Fair Zeichen wird seit 1994 auf dem österreichischen Markt angeboten.**

### Fairer Kakao

Neben dem Kaffeemarkt ist der Kakaomarkt ein weiteres Beispiel für einen der instabilsten Märkte der Welt. Ab Ende der 70er Jahre sind die Preise für Kakao stetig gesunken.

Nachdem die Weltmarktpreise für Kakao im Jahr 2000 auf den historischen Tiefststand seit 27 Jahren fielen, wurden im Jahresdurchschnitt 2001 für eine Tonne konventionellen Kakao USD 988,- bezahlt. Die Genossenschaften erhielten für ihre Kakaobohnen, die nach Trans Fair Kriterien angebaut wurden, mit USD 1.750,-/t in etwa das Doppelte des Weltmarktpreises.





In Österreich ist Trans Fair besiegelter Kakao von der Firma Julius Meinl seit dem 4. Quartal 2001 erhältlich.

im Jahr 2001:

Weltmarktpreis Kakao: ca.988 \$/ t

Fair Trade- Mindestpreis: 1600 \$/t

Soziale und ökologische Prämie: 150 \$/t

Aufschlag für Bioprodukte: 200 \$/t

## Fairer Orangensaft

Mittlerweile stammt ein Großteil der Orangen, die zu Orangenkonzentrat verarbeitet werden, aus Mittel- und Lateinamerika, besonders aus Brasilien und Kuba. Trans Fair stellt sicher, dass das mühsame Pflücken der Orangen nicht von Kindern gemacht wird. Die PflückerInnen bekommen ausreichend Lohn, um ihre Kinder ernähren und in die Schule schicken zu können.

Der Orangensaft mit dem Trans Fair Siegel hat sich im Jahr 2001 hervorragend entwickelt. Die Verkaufszahlen stiegen gegenüber dem Vorjahr um sensationelle +311%.

Es gingen 80.370 Liter des Vitaminspenders über den Ladentisch. Dieser Erfolg ist nicht zuletzt auf die Gewinnung des neuen Lizenzpartners Pfanner Fruchtsaft zurückzuführen.

In Österreich ist Trans Fair besiegelter Orangensaft von den Firmen EZA und seit Herbst 2001 von der Firma Pfanner erhältlich.



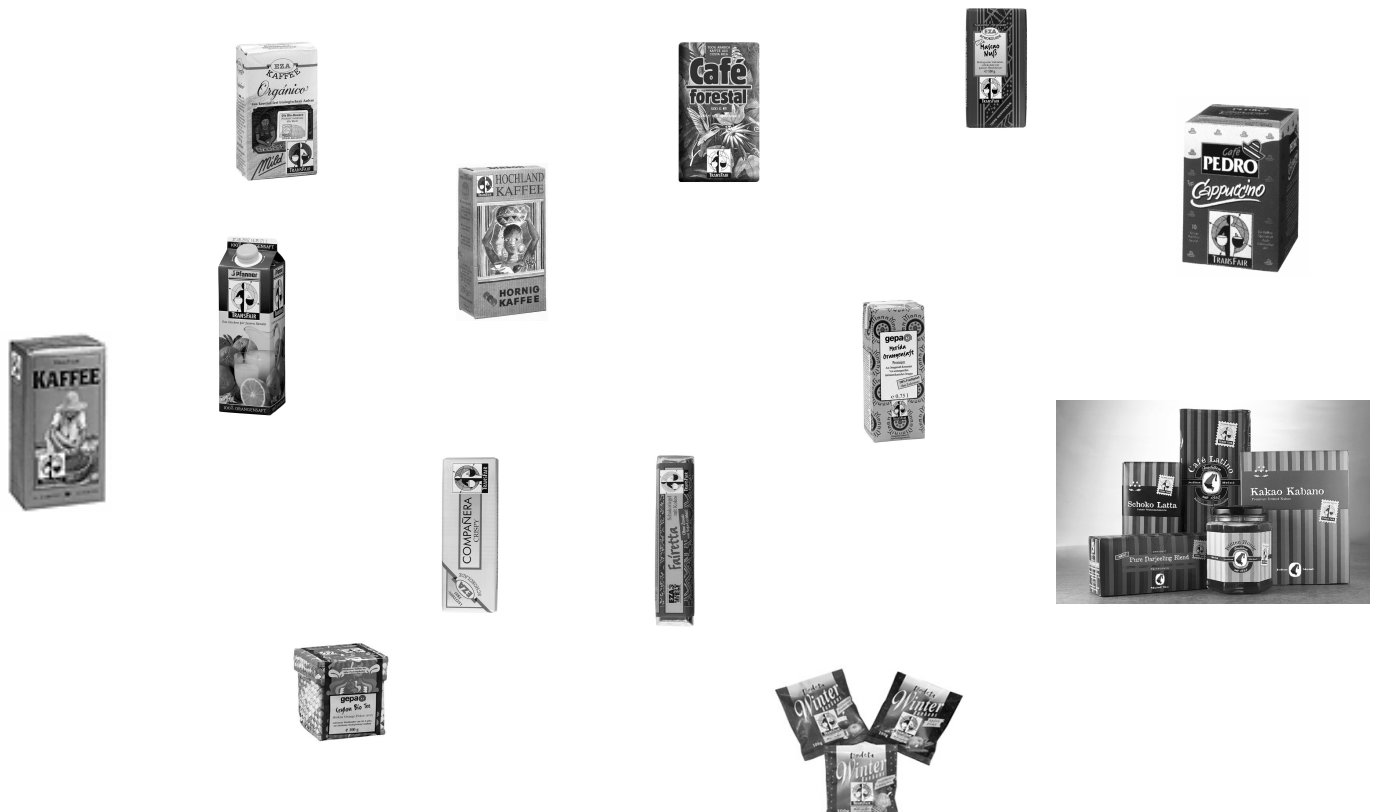
## Fair Trade Schokolade und Bonbons

Schokolade ist heutzutage buchstäblich in aller Munde. Die Vorliebe unzähliger ÖsterreicherInnen für Trans Fair Schokoladen „versüßt“ auch tausenden Menschen in südlichen Ländern das Leben. Kakaobauernfamilien in Afrika und Lateinamerika, Zuckerrohrbauernfamilien in Costa Rica oder Imkergeossenschaften in Mexiko liefern die hochwertigen Rohstoffe: Kakao, Zucker und Honig.

Viele Fair Trade Schokoladen gibt es in Bio-Qualität, was unserer Gesundheit und dem ökologischen Gleichgewicht unserer Erde zugute kommt. In Österreich wurden im Jahr 2001 insgesamt 60.696 kg Schokolade der Firma EZA und GEPA abgesetzt, was einer Absatzsteigerung von rund +16% im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Seit Ende 2001 ist auch fair gehandelte Schokolade der Firma Meinl im Handel erhältlich.

Fair Trade Bonbons werden von der Firma Bodeta in verschiedenen Geschmacksrichtungen angeboten.

## Fair Trade Produkte in Österreich (Auswahl)



## Trans Fair Österreich auf Erfolgskurs

In einer gemeinsamen Veranstaltung mit dem Ernteverband fand in Kooperation mit und auf Einladung des Wiener Krankenanstaltenverbundes im KH Rosenhügel im November ein ganztägiger **Ökworkshop** zum Thema Bio- und Fair Trade-Produkte für die EinkäuferInnen und auch Diät-AssistentInnen der Wiener Krankenhäuser statt.

Im Rahmen des von der **Katholische Jugend Enchada** angebotenen entwicklungspolitischen Seminars wurde dem Fairen Handel ein hoher Stellenwert eingeräumt. An einem Halbtage wurden nach einem biofairen Frühstück die Chancen und Hintergründe des Fairen Handels aufgezeigt und erlebbar gemacht.

Im Herbst 2001 wurde die Veranstaltung zu Ernährung und Nachhaltigkeit **„Mit Genuss die Welt verändern“** in der Wiener Gast-gewerbefachschule am Judenplatz in Zusammenarbeit mit dem bekannten Koch Prof. Zodi durchgeführt. Zum Event „4 Hauben für die Fairness“ wurde die Fachpresse aus dem Bereich Gastronomie und Wellness eingeladen. Die Veranstaltung führte überzeugend den Nachweis, daß zwischen Fair Trade- Produkten, Genuß und höchster Qualität kein Widerspruch besteht.

Im Rahmen der Etablierung des Fair Trade Systems als konkrete Handlungsalternative bei Träger- und Partnerorganisationen wurden Workshops vom Trans Fair Team veranstaltet.

Gemeinsam mit den Trans Fair Organisationen in Deutschland, Italien und der Südwind Agentur führt Trans Fair Österreich das **internationale EU-Projekt „Faire Wochen“** über einen Zeitraum von 3 Jahren durch. Ziel ist, durch Bildungs- und Informationsarbeit den Stellenwert des Fairen Handels zu steigern. Regionale Aktionswochen zeigen Alternativen für kritische KonsumentInnen hin zu einem umweltbewussten, gesunden und vor allem fairen Einkaufsverhalten. Faire Wochen wandern durch die Bundesländer und kommen auch in Ihre Nähe.

So wurde 2001 die Ausstellung „Weltumspannend handeln – Wir leben vom Land“ im September realisiert und von rund 900 Interessierten besucht.

In Oberösterreich wurden LehrerInnen-Seminare durchgeführt und der „Faire Koffer“ mit Bildungsmaterialien für interessierte LehrerInnen und sonstige MultiplikatorInnen zusammengestellt.

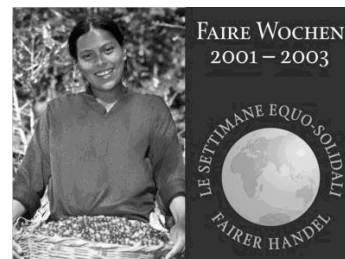
Im Rahmen des „Fairen Kaffeehauses“ mit insgesamt 7 Verkostungen konnten in der Gastronomie, in 4 Gemeinden und bei Veranstaltungen im oberösterreichischen Landtag, Umstellungen auf Fair Trade Produkte erfolgreich durchgeführt werden.

Zahlreiche Aktionen, Seminare, Veranstaltungen wurden im Jahr 2001 erfolgreich umgesetzt



Prof. Franz Zodi

Die ersten Fairen Wochen haben mit über 40 Veranstaltungen fanden im Oktober 2001 in Linz statt und haben sehr großen Anklang gefunden.



Die **Öko-Stafette 2001**, ein gemeinsames Projekt von Klimabündnis und Trans Fair, führte über 2172 km durch ganz Österreich. Sie machte an 52 Stationen halt, an denen kleinere und größere Events durchgeführt wurden. Die Verkostung von Fair Trade Produkten war Teil des Rahmenprogramms.

Über 1700 TeilnehmerInnen beteiligten sich aktiv daran, das Fair Trade-„Staffelholz“ (eine Packung Klimabündniskaffee) ökologisch verträglich zu transportieren. Spaß, Spektakel und Kreativität standen dabei im Vordergrund, Schnelligkeit war zweitrangig. An 9 Gruppen wurden Anerkennungspreise für besonders originelle Fortbewegungsarten vergeben. Die Medienarbeit wurde primär über die dezentrale Struktur der Klimabündnis-Regionalstellen durchgeführt.

### So fair- so gut!

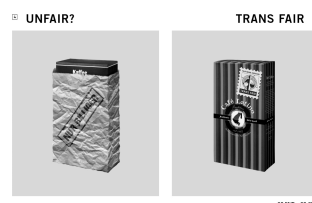
Im Herbst 2001 wurde die breite Fair Trade Marketingkampagne „So fair- so gut!“ gestartet. Ziel ist durch Informations- und Bildungsarbeit, Gewinnung neuer Partnerunternehmen im Bereich der Markenartikelindustrie und durch die Erschließung neuer Vertriebskanäle im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels eine Verzehnfachung des Fair Trade Handelsvolumens in Österreich zu erreichen. Diese Initiative wird von einer breiten Basis öffentlicher und privater Organisationen unterstützt und erstreckt sich über einen Zeitraum von 3 Jahren.

Nach drei Jahren soll der Gesamtumsatz an fair gehandelten Produkten in Österreich von derzeit ca. ATS 55 Mio. (ca. EUR 4 Mio.) verzehnfacht werden.

Grundlage für die Zuversicht der Marktstrategen ist eine Nielsen-Studie, wonach 32% der Bevölkerung als potenzielle KäuferInnen fair gehandelter Produkte gelten. Die häufigsten KäuferInnen oder sehr kaufbereiten NichtkäuferInnen sind in Tirol und Vorarlberg (38%) beheimatet. Im Regionalvergleich ist Oberösterreich mit 26% das Schlußlicht.

Gemeinsam mit der Werbeagentur Bluetango und der PR Agentur Trimedia wurde ein Konzept für die Kommunikationslinie, die auf einer Repositionierung des Trans Fair Labels und einer neuen Corporate Identity fußt, entwickelt.

Auch viele Ministerien, Landesbehörden, Gemeinden und Kammern genießen schon jetzt fair gehandelten Kaffee oder Orangensaft und sind damit ein Vorbild für verantwortungsbewußtes Konsumverhalten.



4 v  
der  
Ka



Während der ersten Phase der Kampagne im Dezember 2001 wurden **TV Spots im ORF** zu drei verschiedenen Produktkategorien (Kaffee, Orangensaft, Bananen) rund 30mal geschaltet. Zusätzlich zur klassischen Werbung wurde in einer Pressekonferenz der Start der Kampagne gemeinsam mit den PartnerInnen aus Wirtschaft, Institutionen und Organisationen der Entwicklungszusammenarbeit präsentiert.

Des Weiteren wurden an über 1800 österreichischen Stellen **Großplakate mit 4 Sujets** affiziert. Unterstützt wurden diese Aktivitäten durch begleitende Anzeigen in Printmedien.

Auch die **Fair Trade Website www.fairtrade.at** wurde sowohl grafisch als auch inhaltlich neu gestaltet. Besonders hervorzuheben ist der benutzerfreundliche Trans Fair Einkaufsführer: Über Produkt- und Postleitzahl-suche findet man schnell die nächstgelegene Fair Trade „Einkaufsmöglichkeit“.

Besonders erfreulich ist, dass das Interesse der **Medien** und der Öffentlichkeit geweckt werden konnte und es zu einer ausführlichen Fernseh-, Hörfunk- und Printberichterstattung kam.

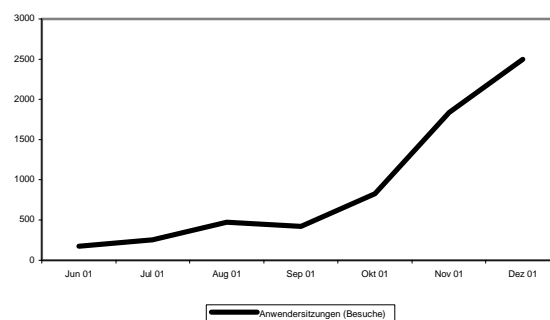
Die Zusage von Leitbetrieben wie beispielsweise Meinl und Pfanner und die aktive Unterstützung des Handels bei der Umsetzung des Projekts dokumentieren, dass diese Schritte erfolgreich verlaufen sind.

Zahlreiche Verkaufsförderungskonzepte (z.B. Regalstopper, Flugblätter, Plakate) wurden ausgearbeitet und umgesetzt. So wurden mit Merkur beispielsweise die kostenlose Durchführung von Verkostungsaktionen und die Platzierung einer Flugblattschaltung erreicht. Bei Spar und Magnet konnte die Aufstellung von EZA Regalen erreicht werden.

Zur Aufbringung der erforderlichen Eigenmittel wurden erfolgreiche Gespräche mit den **spendensammelnden Trägerorganisationen und WirtschaftssponsorInnen** geführt. Mit Hilfe der Agentur Bettertogether wurde mit der Umsetzung eines Fundraisingsprogramms begonnen und unter anderem das **Trans Fair „Aktien“-Programm** ins Leben gerufen.

Die Trans Fair TV Spots stellen das Trans Fair Siegel in den Mittelpunkt, um dessen Wiedererkennungswert zu erhöhen.

Besuche www.fairtrade.at



Innerhalb des Groß-SpenderInnen-Programmes wurden Gespräche mit den Raiffeisenbanken, Wirtschaftskammer Österreich, Kontrollbank, Investkredit, Arbeiterkammer, ÖGB und Industriellenvereinigung geführt.

Weiters wurde ein **Prominentenkomitee** für Trans Fair ins Leben gerufen. Immer mehr Personen des öffentlichen Lebens stellen ihre Mitarbeit der Initiative Trans Fair im Rahmen von Gastkommentaren und Interviews, Ehrenschutz und Teilnahme an Veranstaltungen zur Verfügung, um eine Verbreitung der Fair Trade Idee zu unterstützen.

Das **Trans Fair Produktsortiment** konnte mit den Produkten der Firma Meinl Tee, Honig, Kakao, Kaffee und Schokolade und mit Orangensaft der Firma Pfanner deutlich ausgeweitet werden.



Kardinal Dr. Franz König



Timna Brauer



Michael Köhlmeier



Auch die **Verfügbarkeit** in den folgenden Supermärkten, Bio- und Fachgeschäften konnte verbessert werden:

Merkur und Merkur Direkt, Interspar/ Eurospar/ Spar (größere Filialen), Adeg Magnet/Contra/ Aktiv, Winkler Markt, Kastner (Nah und Frisch Bereich), Maximarkt, Zielpunkt, Winkler Markt, Kastner (Nah und Frisch Bereich), Hornig, Holzmann, Metro, Hausfreund, Mpreis, Pfeiffer C+C.

Die Weltläden als Fachgeschäfte für fair gehandelte Produkte fördern schon seit Jahrzehnten die Idee einer gerechten Welt durch ihr großes entwicklungspolitisches Engagement.



## Finanzbericht 2001

### Aufbringung der Mittel

Im Berichtsjahr stammen 67 % der Erlöse aus öffentlichen Förderungen (Vorjahr: 51%) und 23% aus privaten Zuschüssen (Vorjahr: 20%). Diese Zuschüsse leisteten die EU, die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im Aussenamt, mehrere kirchliche Organisationen sowie private UnterstützerInnen. 6% der Mittel wurden aus Lizenzeeinnahmen erschlossen (Vorjahr: 18 %). Absolut sind die Lizenzeeinnahmen um ATS128.509,- (20%) gestiegen. Unter Spenden sind Eingänge für "Trans Fair-Aktien" in Höhe von ATS 2.008.698,- und Spenden in Höhe von ATS 15.669,- ausgewiesen.



und testiert.

### Verwendung der Mittel

2 % der Ausgaben entfallen auf Beiträge zum Dachverband FLO (der Aufwand von Trans Fair Österreich dafür entspricht 28 % der Lizenzeeinnahmen). 88 % der Ausgaben betreffen direkt projektbezogene Informationsarbeit und die in Österreich erforderlichen Kontrollen (Vorjahr 76%). Die verbleibenden 10% der Ausgaben entfallen auf Abschreibungen, Kosten der Kommunikation, Porti, Reisekosten, Raummieten, Büromaterial und Beratungskosten. Absolut ist der Projektaufwand inkl. Personalkosten um ATS 7,6 Mio (282%) gestiegen. Die darin enthaltenen Personalkosten stiegen um ATS 2 Mio auf ATS 3,3 Mio (+66%).

Die Struktur der Ausgaben entspricht den spezifischen Aufgaben des Vereins.

### Jahresergebnis

Im Jahr 2001 wurde ein positives Ergebnis in der Höhe von ATS 339.142,- erzielt. Daraus resultiert ein Eigenkapital in Höhe von ATS 114.503,- .

KPMG Austria überprüft im Auftrag von Trans Fair auch die vertraglich fixierten Aufzeichnungen der Lizenznehmer zur Produktion und zum Absatz von Produkten, die mit dem Trans Fair Siegel gekennzeichnet sind.

### Überprüfung der Finanzgebarung

Die Finanzgebarung und Bilanz des Berichtsjahres wurde von den RechnungsprüferInnen des Vereins geprüft. Zusätzlich hat die KPMG Austria Wirtschaftsprüfungsgesellschaft die Bilanz überprüft



**BILANZ ZUM 31.12.2001**

<b><u>AKTIVA</u></b>	2001 ATS	2000 1.000 ATS	Veränderung 1.000 ATS
Anlagevermögen			
Sachanlagen			
Betriebs- u. Geschäftsausstattung	179.759	160	20
Finanzanlagen			
Wertpapiere/ Abfertigungsrücklage	66.941	67	0
Umlaufvermögen			
Vorräte			
Informationsmaterialien	37.812	112	-74
Forderungen			
Forderungen a. Lieferungen u. Leistungen	606.755	276	331
Sonstige Forderungen	496.900	142	355
Guthaben bei Bankinstituten	5.331.415	584	4.747
Rechnungsabgrenzungen	1.001.102	94	907
<b>SUMME AKTIVA</b>	<b>7.720.684</b>	<b>1.435</b>	<b>6.286</b>
<b><u>PASSIVA</u></b>	2001 ATS	2000 1.000 ATS	Veränderung 1.000 ATS
Eigenkapital	114.503	-225	340
Rückstellungen			
Abfertigungsrückstellungen	111.900	139	-27
Sonst. Rückstellungen	2.358.955	56	2.303
Verbindlichkeiten			
Bankverbindlichkeiten	1.387	1	0
Verbindlichkeiten a. Lieferungen u. Leistungen	2.386.993	23	2.364
Kleindarlehen	1.126.000	1.095	31
Sonst. Verbindlichkeiten	140.946	117	24
Rechnungsabgrenzung	1.480.000	229	1.251
<b>SUMME PASSIVA</b>	<b>7.720.684</b>	<b>1.435</b>	<b>6.286</b>

## FINANZGEBARUNG 2001

<b><u>EINNAHMEN</u></b>	2001 ATS	2000 1.000 ATS	Veränderung 1.000 ATS
Mitgliedsbeiträge	123.500	147	-24
Lizeneinnahmen	779.369	651	128
Zuschüsse	8.910.586	2462	6.449
EU-Projekt Südfrüchte	324.339	1215	-891
Marketingprojekt	6.008.413	0	6.008
Projekt Umstellungen	760.000	637	123
KommEnt-Projekte	1.714.200	540	1.174
AMFG-Beihilfen	103.634	70	34
Spenden	2.024.367	55	1.969
TF-Aktien	2.008.698	0	2.009
übrige Spenden	15.669	55	-39
Auflösung von Rückstellungen	0	49	-49
Übrige Erträge	275.774	178	98
<b>Summe Einnahmen</b>	<b>12.113.596</b>	<b>3.542</b>	<b>8.572</b>

<b><u>AUSGABEN</u></b>	2001 ATS	2000 1.000 ATS	Veränderung 1.000 ATS
Personalaufwand	3.309.427	1991	1.318
Projektaufwand	7.062.501	724	6.339
EU-Projekt	631.918	236	396
Marketingprojekt	5.481.782	0	5.482
Projekt Umstellungen	59.132	68	-9
KommEnt-Projekte	696.909	148	549
Fundraising-Projekt	400	0	0
TF-Aktie	58.387	0	58
Sonst. Projektaufwand	133.972	272	-138
Abschreibungen	89.304	75	14
Beiträge Dachverband	217.813	244	-26
Raumkosten	209.719	128	82
Büromaterial	63.517	53	11
Kommunikation	96.027	55	41
Reisekosten, Transporte	159.613	47	113
Beratungsaufwand	274.451	88	186
Wertberichtigung zu Vorräten	73.934	67	7
Übrige Aufwendungen	218.966	81	138
Zinsaufwand	-4.372	2	-6
Steuern	3.554	1	3
<b>Summe Aufwand</b>	<b>11.774.454</b>	<b>3.556</b>	<b>8.218</b>
<b>Ergebnis</b>	<b>339.142</b>	<b>-14</b>	

## Trans Fair Trägerorganisationen

Der gemeinnützige Verein Trans Fair wird von einer breiten, überparteilichen Öffentlichkeit aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Kirche, Ökologie, Bildung und Soziales getragen:

A 3 W – Aktion Dritte Welt  
ARGE Weltläden  
CARE Österreich  
Caritas  
CONA – Verein zur Förderung des gerechten Nord-Süd-Handels  
Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs  
Horizont 3000  
Englisches Institut der WU Wien  
Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission  
Evangelische Jugend  
Grüne Bildungswerkstatt  
Kath. Frauenbewegung Österreichs  
Kath. Familienverband der Erzdiözese Wien  
Katholische Jugend Österreich  
Katholische Männerbewegung Österreichs  
Klimabündnis Österreich  
Oikocredit  
Österreichische Bergbauernvereinigung  
Österreichische Hochschülerschaft  
Österreichisches Ökologie-Institut  
Österreichisches Nord-Süd-Institut für Entwicklungszusammenarbeit  
Pfadfinder und Pfadfinderinnen Österreichs  
Renner-Institut  
Südwind-Entwicklungspolitik  
Umweltberatung Österreichs  
UNICEF  
WWF

Die Kooperation mit starken PartnerInnen sichert Trans Fair die Möglichkeit die Fair Trade Idee zu verbreiten und erzielt erhebliche Synergieeffekte in der Gewinnung von Partnerunternehmen, Erschließung neuer Vertriebskanäle, Informations- Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit.

Durch das gebündelte Know-How und die zur Verfügung gestellte Infrastruktur (Aussendungen, Newsletter, Websites und Mitfinanzierungen u.v.a.) bilden diese führenden 27 Organisationen eine solide Grundlage für den Fairen Handel zugunsten von ProduzentInnen in Lateinamerika, Afrika und Asien.

An dieser Stelle möchten wir uns herzlichst bei allen Trans Fair Trägerorganisationen für die Unterstützung im Jahr 2001 bedanken!



## Trans Fair LizenznehmerInnen 2001

Folgende Unternehmen, deren zertifizierte Produkte bundesweit in rund 2.000 Geschäften, Supermärkten und natürlich in Weltläden erhältlich sind, sind LizenznehmerInnen von Trans Fair Österreich:

Bodeta Süßwaren GmbH (Bonbons)  
Friedrichstraße 21, D-39387 Oschersleben

Confiserie de Fries (Schoko-Hohlfiguren)  
Küvenkamp 28, D-39387 Oschersleben

Drie Mollen Holding GmbH (Kaffee)  
Sunderhooker Weg 1, D-48599 Gronau-Epe

EZA Dritte Welt GmbH (Kaffee, Tee, Schokolade, Orangensaft)  
Plainbachstrasse 8, 5101 Bergheim

GEPA (Schokolade)  
Bruch 4, D-42279 Wuppertal Karl Linnartz

J. Hornig GmbH&CoKG (Kaffee, Tee)  
Waagner-Biro-Str. 39 – 41, 8020 Graz

J.J. Darboven (Kaffee, Tee)  
Gnigler Strasse 5 – 7, 5020 Salzburg

Neuteboom B.V. (Kaffee)  
AADIJK 41, NL-7600 Almelo

Reinhard Schweitzer Großhandel (Instantkaffee)  
Gobelsburger Straße 15, 3550 Langenlois

Teekanne GmbH (Tee)  
Münchner Bundesstr. 120, 5020 Salzburg

Zumtobel (Kaffee)

### Neue LizenzpartnerInnen 2001:

Hermann Pfanner Getränke GmbH (Orangensaft)  
Alte Landstrasse 10, 6923 Lauterach

Julius Meinl Industrie GmbH (Kaffee, Tee, Kakao, Schokolade,  
Honig) Julius Meinl-Gasse 3 – 7, 1171 Wien



## Förderer von Trans Fair Österreich

Wir danken allen, die im Jahr 2001 die Arbeit von Trans Fair durch finanzielle Hilfe, durch aktive Öffentlichkeitsarbeit oder in anderer Form unterstützt haben!

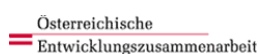
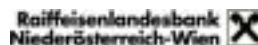
Insbesondere bedanken wir uns für die finanzielle Unterstützung bei:

Dreikönigsaktion  
Caritas Österreich  
Katholische Frauenbewegung  
Katholische Männerbewegung  
Fastenaktion Eisenstadt  
Fastenaktion St. Pölten  
MIVA  
Referat für Mission & Entwicklung  
WWF  
Welthaus Graz

Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien  
Wirtschaftskammer Österreich

Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im BMaA  
Europäische Kommission

sowie allen KleindarlehensgeberInnen, SpenderInnen und  
"Trans Fair AktionärInnen"



## Vorstandsmitglieder des Vereins Trans Fair Österreich

### Vorstandsmitglieder bis Juni 2001:

Günter Getzinger, Südwind Steiermark - Vorsitzender  
 Veronika Schiller, Österr. PfadfinderInnen, Stv. Vorsitzende  
 Katharina Pjeta, Kath. Jugend - Schriftführerin  
 Günter Ogris, Südwind Entwicklungspolitik - Stv. Schriftführer  
 Rupert Helm-Wakolbinger, Verein Österreich Dritte Welt – Kassier  
 Traude Novy, Kath. Frauenbewegung – Stv. Kassierin  
 Ernst Gassner, ARGE Weltläden  
 Gerd Haslinger, Aktion Dritte Welt

### Vorstandsmitglieder ab Juni 2001:

Traude Novy, Kath. Frauenbewegung - Vorsitzende  
 Johanna Mang, Care – Stv. Vorsitzende  
 Katharina Pjeta, Kath. Jugend - Schriftführerin  
 Günter Ogris, Südwind Entwicklungspolitik - Stv. Schriftführer  
 Rupert Helm-Wakolbinger, Verein Österreich Dritte Welt – Kassier  
 Veronika Schiller, Österr. PfadfinderInnen, Stv. Kassier  
 Ernst Gassner, ARGE Weltläden,  
 Stefan Moidl, WWF

## Trans Fair Büro

Geschäftsführer: Helmut Adam  
 Geschäftsführer: Leon Lenhart (ab April 2001)  
 Projektmanagement, Eventmanagement: Gertraud Akgün-Krenn  
 Office Management, Trans Fair News: Aisha Bichler  
 Marketing, Key Accounting: Beate Kornfeld (ab April 2001)  
 Marketing, Kommunikation: Sandra Rodriguez (ab Juli 2001)  
 GroßverbraucherInnenbereich: Irene Schickl-Schmitz  
 Presse und Öffentlichkeit: Rainer Stoiber (ab Juli 2001)  
 Marketing, Ökostaffette: Jutta Winkler (Karenz)

## Trans Fair Freie MitarbeiterInnen

Christoph Burkhart, Ingeborg Gredler, Veronica Jones- Monsivias,  
 Verena Paulovics, Monika Rieder, Ingrid Ruzicka, Helmut Schwarzer  
 Thomas Wackerlig

## Trans Fair RechnungsprüferInnen

Gabriele Fittl, Horizont3000  
 Norbert Pühringer, Südwind-Agentur



Helmut Adam



Leon Lenhart



Gertraud Akgün-Krenn



Aisha Bichler



Beate Kornfeld



Sandra Rodriguez



Irene Schickl-Schmitz



Rainer Stoiber



Jutta Winkler