



# FAIRTRADE

## JAHRESBERICHT 2003



FAIRTRADE ist wirkungsvolle Entwicklungszusammenarbeit

# Vorwort

Hinter uns liegt ein Jahr des Aufbruchs (gemeinsame Initiative von 32 NGO's: Handeln im Jahr der Fairness!), ein Jahr der Veränderung (aus TransFair wurde FAIRTRADE), ein erfolgreiches 10. Lebensjahr der Initiative FAIRTRADE.

Fair gewinnt! Beeindruckende Fakten, von dem was der Faire Handel weltweit bewirken kann, und das enorme öffentliche Interesse (über 1.300 Medienclippings, rund 160 BesucherInnen auf [www.fairtrade.at](http://www.fairtrade.at) pro Tag) haben es uns leicht gemacht, die Menschen von der Idee zu überzeugen. Das FAIRTRADE Handelsvolumen 2003 ist auf 11,7 Millionen Euro angewachsen (+7,3%). Über 2.700 Geschäfte in Österreich führen bereits Produkte mit dem FAIRTRADE Gütesiegel. Ohne Zweifel, FAIRTRADE ist raus aus der Nische und liegt voll im Trend!

## Inhaltsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Vorwort .....   | 2  |
| 1 FAIRTRADE Österreich – wer wir sind und was wir tun ..... | 3  |
| Was macht FAIRTRADE   |    |
| Was bedeutet das FAIRTRADE Gütezeichen                      |    |
| 2 Kleinbauernfamilien und PlantagearbeiterInnen .....       | 5  |
| FAIRTRADE öffnet den Markt                                  |    |
| Ernte im Einklang mit der Natur                             |    |
| Besuche aus dem Süden                                       |    |
| 3 KonsumentInnen – ein neues Bewusstsein entsteht .....     | 9  |
| Neue Produkte mit FAIRTRADE Gütezeichen                     |    |
| FAIRTRADE Markt-Aktivitäten 2003                            |    |
| Presse Ausschnitte 2003                                     |    |
| Projekte 2003   |    |
| FAIRTRADE Produkte 2003                                     |    |
| 4 Unternehmen und Institutionen –                           |    |
| ein wachsender Markt und steigendes Interesse .....         | 13 |
| Neue LizenzpartnerInnen                                     |    |
| FAIRTRADE LizenznehmerInnen 2003                            |    |
| 5 Finanzbericht 2003 .....                                  | 16 |
| 6 Facts and Figures .....                                   | 18 |
| Förderer von FAIRTRADE Österreich                           |    |
| Trägerorganisationen  |    |
| Vorstandsmitglieder des Vereins FAIRTRADE Österreich        |    |
| Ehrenmitglieder des Vereins FAIRTRADE Österreich            |    |
| FAIRTRADE Büro  |    |
| Freie MitarbeiterInnen und PraktikantInnen                  |    |



Leon Lenhart  
Geschäftsführer  
FAIRTRADE Österreich

Grund zur Freude, denn FAIRTRADE ist wirkungsvolle Entwicklungszusammenarbeit. In Ghana bekommen Kakao-bauern und -bäuerinnen durch FAIRTRADE erstmals in ihrem Leben Zugang zu sauberem Trinkwasser, weil mit Hilfe der FAIRTRADE Prämie ein versiegelter Brunnen im Dorf errichtet werden kann. In Ecuador werden die Menschen nicht mehr aus Flugzeugen mit hochgiftigen so genannten Pflanzenschutzmitteln besprüht, während sie in den Bananenplantagen arbeiten, sondern bilden Gewerkschaften und entwickeln gemeinsam einen Biodünger, der den Boden nicht belastet und den Ernteertrag um 50% steigert.

Auf meinen Reisen habe ich Gelegenheit mit den ProduzentInnen zu sprechen und ihre Botschaft an uns ist klar: „Bitte kauft weiter Produkte mit dem FAIRTRADE Gütesiegel, denn das ist unsere Chance, Armut und Hunger selber zu überwinden!“

Mit berechtigtem Optimismus blicken wir in die Zukunft, denn wir verfügen

- über ausgezeichnete Produkte (bestätigt durch unabhängige Qualitätstest)
- über ein Netzwerk von engagierten Menschen
- über ein enormes Wachstumspotential

Auch wenn wir im letzten Jahr erlebt haben, dass es mit den uns zur Verfügung stehenden engen personellen und finanziellen Ressourcen nicht leicht ist, dem enormen Informationsbedarf und Bedarf an Weiterentwicklung gerecht zu werden, dürfen wir zuversichtlich sein, denn wir wissen, wir können auch weiterhin mit der Unterstützung vieler Menschen, PartnerInnen und Trägerorganisationen rechnen und das wird uns auch weiterhin beflügeln. Herzlichen Dank!

Leon Lenhart  
Geschäftsführer FAIRTRADE Österreich



# 1 FAIRTRADE Österreich wer wir sind und was wir tun

**F**AIRTRADE heißt Gutes genießen mit gutem Gewissen. So fair- so gut! FAIRTRADE ist eine gemeinnützige Initiative, getragen von einer breiten, überparteilichen Öffentlichkeit. Dazu gehören 29 Organisationen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Ökologie, Bildung und Soziales.

FAIRTRADE wurde 1993 in Österreich nach internationalen Vorbildern mit dem Ziel gegründet, FAIRTRADE besiegelte Produkte auch im Supermarkt für den täglichen Einkauf verfügbar zu machen. Gestartet wurde mit Kaffee – gefolgt von Tee, Schokolade, Orangensaft, Honig, Kakao, Bananen und Zucker.

## Was macht FAIRTRADE?

FAIRTRADE zertifiziert fair gehandelte Produkte mit dem FAIRTRADE Gütesiegel und fördert den Fairen Handel zugunsten von ProduzentInnen in Asien, Afrika und Lateinamerika. Zu den Aufgaben gehören die Erweiterung des Produktsortiments, Gewinnung von PartnerInnenunternehmen aus der österreichischen Markenartikelindustrie, Erschließung neuer Vertriebskanäle und Ausweitung der Distribution durch Neulistungen in großen Supermarktketten, Gewinnung neuer VerwenderInnen sowie Informations-, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit.

## Was bedeutet das FAIRTRADE Gütesiegel?



Um die Glaubwürdigkeit des FAIRTRADE Gütesiegels zu gewährleisten, ist eine effiziente Kontrolle von größter Bedeutung. Hinter dem FAIRTRADE Zeichen steht ein internationales System, das durch unabhängige und effiziente Kontrollen die Einhaltung der internationalen FAIRTRADE Kriterien sicherstellt.



*Gutes genießen mit gutem Gewissen!  
So fair - so gut!*

Diese internationalen FAIRTRADE Kriterien werden von FLO- Fairtrade Labelling Organizations International in Zusammenarbeit mit den ProduzentInnenorganisationen, alternativen Handelsorganisationen, ExpertInnen und anderen Stakeholders festgelegt<sup>1</sup>. Kriterien existieren für jedes Produkt und beinhalten im Wesentlichen soziale, ökologi-

<sup>1</sup> Die FAIRTRADE Kriterien können unter [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net) herunter geladen werden.



sche und ökonomische Mindeststandards, deren zentrale Elemente sind:

- direkter Handel mit den ProduzentInnengruppen unter Ausschluss von ZwischenhändlerInnen
- Ursprungsgarantie und kontrollierter Warenfluss nach Europa
- Zahlung über dem Weltmarktniveau festgelegter Mindestpreise
- Zahlung von FAIRTRADE Prämien für soziale Projekte (Schulen, Gesundheitsversorgung, Trinkwasseraufbereitung, Verbesserung der Infrastruktur, etc.)
- langfristige Handelsbeziehungen
- Vorfinanzierung
- Zahlung einer zusätzlichen Prämie für biologisch kontrollierten Anbau
- Arbeitsrechtliche Mindeststandards sowie Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit und Zwangsarbeit
- Nachhaltige und umweltschonende Wirtschaftsweise



Quelle: FAIRTRADE Österreich



Die FAIRTRADE Kooperative El Guabo in der Provinz El Oro in Ecuador umfasst heute 400 ArbeiterInnen und ihre Familien. Schulmaterialien für Kinder sind hier Teil des Sozialprogramms.



## 2 Kleinbauernfamilien und PlantagearbeiterInnen



Weltweit sind 183 Kaffee-Kooperativen in über 24 Ländern FAIRTRADE zertifiziert. Über 90% des FAIRTRADE zertifizierten Kaffees ist Arabica, rund 10% Robusta.

### FAIRTRADE öffnet den Markt

Über 320 zertifizierte Bauernkooperativen und Plantagen mit rund 800.000 Kleinbauernfamilien und ArbeiterInnen in 43 Ländern Afrikas, Asiens und Lateinamerikas beteiligen sich am FAIRTRADE System. Unabhängig vom Endverkaufspreis hierzulande erhalten sie durch den Fairen Handel Preise, die deutlich über dem Weltmarktniveau liegen.

Allein im Jahr 2003 gab es für die ProduzentInnen über 570.000 Euro Mehreinnahmen bei Kaffee durch österreichische KonsumentInnen. Diese Einnahmen sind wichtiger denn je, angesichts des ruinösen Preisverfalls an den Rohstoffbörsen. 2003 erhielten die Kaffeekooperativen 2,77 US-Dollar pro kg Kaffee, bei Biokaffee sogar 3,1 US-Dollar pro kg. Das ist gegenüber dem „normalen“ Kaffeepreis das 3-4 fache!

Die Beiträge aus dem Fairen Handel werden für Bildungs- und Sozialprogramme, Maßnahmen zur Frauenförderung, Qualitätsverbesserung in der Produktion, die Umstellung auf organischen Anbau und Kleinkreditprogramme verwendet. Mit den Geldern verbessern sich die Lebensverhältnisse der ProduzentInnen und ihrer Familien.

Das Produktsortiment umfasst heute zahlreiche Lebensmittelprodukte<sup>2)</sup>, die über Importorganisationen des Fairen Handels bezogen werden. 2003 konnte der weltweite Umsatz an FAIRTRADE Produkten um 5% in 17 Konsumentenländern gesteigert werden.

### Ernte im Einklang mit der Natur

Der Kriterienkatalog des Fairen Handels beinhaltet neben Sozialkriterien auch Umweltkriterien. Es wird beispielsweise verlangt, dass der Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel, falls gebraucht, laufend reduziert wird. Auch für den Schutz des Grundwassers und für die Abfallverwertung gilt es, Regeln einzuhalten. Außerdem erhalten die ProduzentInnen für biologisch angebaute Produkte einen Aufschlag, die „Bioprämie“, da Bioanbau gezielt gefördert wird.

2) Allein in Österreich werden über 60 verschiedene Produkte mit dem FAIRTRADE Gütezeichen angeboten. Bei der Pressekonferenz „Raus aus der Nische-10 Jahre FAIRTRADE Österreich“ im Dezember 2003 wurde erstmals auch ein Non Food Produkt, der FAIRTRADE Fußball, vorgestellt - erhältlich ab 2004.





*FAIRTRADE Bananen werden biologisch angebaut, grün abgeschnitten, gewaschen, vorsichtig verpackt und gekühlt per Schiff nach*

So stammen bereits alle in Österreich erhältlichen Bananen mit dem FAIRTRADE Gütezeichen aus Bioanbau.

In Ecuador werden herkömmlich angebaute Bananen mit enorm hohen Pestizidmengen behandelt. Die ArbeiterInnen in den Plantagen haben sich längst daran gewöhnt, dass Propellerflugzeuge Pflanzenschutzmittel aus der Luft versprühen, um die Bananenpflanzen vor Schädlingen zu schützen. Auch sie selbst sind dabei den aggressiven Giften schutzlos ausgeliefert. Seit ihrer Kindheit sind sie mit diesen Zuständen vertraut, ebenso wie mit den Auswirkungen dieser Maßnahmen: massive Gesundheitsprobleme, höhere Anzahl von Missgeburten, sukzessive Zerstörung von fruchtbarem Boden. Mensch und Natur spielen da im Kampf um Profit keine Rolle. Wenige Kilometer weiter in den FAIRTRADE Plantagen scheinen die Uhren anders zu laufen. „ArbeiterInnen erzählten uns stolz von der Entwicklung des rein biologischen Düngemittels Biol, mit dem sie den Bananenertrag um 50% steigern konnten. Die Pflanze ist dank intensiver Pflege auch wesentlich resistenter gegen Schädlinge“, berichtete Leon Lenhart von seiner Reise in Ecuador im August.

Jährliche Gesundenuntersuchungen, ein monatliches Lebensmittelpaket, Schulausrüstung für Kinder sind Teil des Sozialprogramms für die 400 ArbeiterInnen und ihre

Familien in El Guabo. Hier zählt auch der Mensch und die Natur und nicht nur die Ausbeute der Bananenplantage. Rein äußerlich gesehen scheint es keinen Unterschied zwischen den Bananen in den Supermärkten zu geben, doch wer einmal Bananenplantagen besucht hat, weiß, dass Welten dazwischen liegen.

Das FAIRTRADE Gütezeichen ist zwar kein Biosiegel, sondern ein Sozialsiegel – doch spielen die ökologischen Kriterien eine ganz bedeutende Rolle. Darüber hinaus ist der Faire Handel für die Kleinbauernfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika zumeist die einzige Chance, die nötigen Voraussetzungen zur Umstellung auf biologische Anbauweise zu schaffen. Immer mehr Sorten, die aus kontrolliert ökologischem Anbau stammen, finden sich mittlerweile in der Produktpalette mit dem FAIRTRADE Siegel. Im letzten Jahr trugen über 70% der angebotenen Kaffeesorten neben dem FAIRTRADE Gütesiegel auch ein Biolabel.

FAIRTRADE eröffnet für die Bananen-Bauernfamilien neue Perspektiven: stabile Preise und Löhne, direkter Marktzugang und eine FAIRTRADE Prämie für Verbesserungen im sozialen und ökologischen Bereich. So ist der FAIRTRADE Preis für eine Kiste (=18 kg) Bio-Bananen in Ecu-





Europa transportiert.

dor auf 7,25 US-Dollar festgesetzt. Zusätzlich wird für Sozialprojekte eine FAIRTRADE Prämie von 1,75 US-Dollar bezahlt. Im Vergleich dazu, liegt der von der Regierung Ecuadors festgelegte Preis für eine Bananenkiste lediglich bei 4,70 US-Dollar, bei weitem zu wenig um davon leben zu können. 2003 wurden über 2,8 Millionen kg fair gehandelter Bio-Bananen in Österreich verspeist.

### Besuche aus dem Süden

Während des Jahres 2003 hat FAIRTRADE mehrere Besuche von ProduzentInnen aus Lateinamerika organisiert<sup>3)</sup>. Ihnen wurde die Möglichkeit geboten, sich in österreichischen Supermärkten und Reifereien selbst davon zu überzeugen, dass hier die Früchte bzw. Produkte sorgfältig behandelt werden. Sie nahmen an zahlreichen Veranstaltungen teil und nutzen die Gelegenheit, während ihres Besuches von den Verbesserungen zu erzählen, die FAIR-

<sup>3</sup> Die Gäste wurden im Rahmen der Fairen Wochen eingeladen, einem von der Europäischen Kommission unterstützten Projekt, welches gemeinsam von der Südwind Agentur und den FAIRTRADE Organisationen in Österreich, Deutschland und Italien konzipiert und durchgeführt wurde.

TRADE für die Menschen gebracht hat, und dankten den ÖsterreicherInnen für ihre Unterstützung.

So war Albino Bogarin-Vera anlässlich der Einführung des FAIRTRADE Bio-Rohrzuckers Anfang Jänner 2003 als Gast in Wien. Er ist Zuckerbauer, Mitbegründer und heute Präsident der FAIRTRADE Kooperative El Arroyense in Paraguay mit derzeit über 200 Mitgliedern. Jedes Mitglied kann von der Kooperative einen Kleinkredit bekommen, mit einer Laufzeit von sechs Monaten.

„Auch wenn es nur kleine Summen sind, die verliehen werden können, so ist dies für uns auf dem Land die einzige Chance, einen Kredit zu bekommen“, erzählte Albino Bogarin bei seinem Besuch. Die Kooperative bietet weitere Dienstleistungen wie den gemeinsamen Einkauf von Saatgut und das Ausleihen eines gemeinsamen Traktors. Von der Vereinigung wird ebenfalls einmal im Monat eine ärztliche Sprechstunden organisiert.



Seit 1974 ist Senor Albino Bogarin in der Landwirtschaft tätig und bewirtschaftet acht Hektar, auf denen er jährlich ca. 300 Tonnen Zuckerrohr erntet.





Anlässlich des Kaffee-Schwerpunktes zum Welt FAIR-TRADE Tag war Gregorio Méndez Moreno zu Besuch und erzählte, dass ein Leben in Würde für die KaffeebäuerInnen unter Weltmarktbedingungen nicht möglich ist.



Bruno Alvarez war voll des Lobes über den ersten Becher Kaffee, den er aus einem der neuen Vending-Automaten von SAECO kostete.



Marta Perez Vazquez betonte bei ihrem Besuch in Wien, dass die Kaffeebauernfamilien nur dann überleben können, wenn sie nicht ausgenutzt sondern fair bezahlt werden.

Mitte Mai überreichte beim Empfang in der Präsidentschaftskanzlei in der Hofburg Gregorio Méndez Moreno, Kaffeeproduzent der Kooperative Tiemelonlá Nich K Lum in Mexiko, Dr. Thomas Klestil die ersten FAIRTRADE Produkte. „Der Kaffee wird traditionell und ökologisch angebaut, was sehr viel Handarbeit und Mühsal bedeutet“, erzählte Gregorio Méndez Moreno, der anlässlich des Welt FAIRTRADE Tages in Wien zu Besuch war. 1986 schlossen sich zahlreiche Indio-Familien zusammen und schufen gemeinsam die Grundlagen für biologischen Kaffee-Anbau. „Wir wissen sehr wohl, wenn wir uns auf dem Markt behaupten wollen, müssen wir eine hohe Qualität halten“, so Moreno.

Mit seinem Engagement setzte Dr. Klestil ein Zeichen und brachte den Fairen Handel den ÖsterreicherInnen näher. „Jeder Mensch möchte fair behandelt werden. Voraussetzung dafür ist, das wir selbst fair handeln. FAIRTRADE Produkte bieten eine Möglichkeit, diesen Vorsatz in die Praxis umzusetzen. Was mich besonders beeindruckt ist der Umstand, nicht durch Almosen das eigene Gewissen zu beruhigen, sondern aktiv zu einer gerechteren Lebenswelt beizutragen“, so Dr. Klestil.

Der Kaffeeexperte Bruno Alvarez von der FAIRTRADE KaffeeKooperative Cecapro in Guatemala testete den Geschmack der FAIRTRADE Automatenprodukte Anfang Oktober anlässlich des „Tags des Kaffees“ und informierte über die Geheimnisse des Kaffeeanbaues.

Anfang Dezember kam Marta Perez Vazquez, eine FAIRTRADE Kaffeeproduzentin der Federacion Indigena Ecologica de Chiapas in Mexiko, zu Besuch und gratulierte FAIRTRADE Österreich zum zehnjährigen Bestehen: „FAIRTRADE, eine Alternative für die KleinproduzentInnen, bereitet die Basis für unsere Familienwirtschaft, mit welcher wir unseren tiefen Respekt für die Umwelt Ausdruck verleihen können.“



# 3 KonsumentInnen – ein neues Bewusstsein entsteht

**K**ann ich mit einem bewussten Konsumverhalten etwas bewirken? Die klare Antwort darauf ist Ja! Trinken nur zehn Menschen regelmäßig FAIRTRADE Kaffee, ändert sich bereits die Lebensgrundlage einer Kleinbauernfamilie in Lateinamerika. Mit einer bewussten Kaufentscheidung für ein FAIRTRADE Produkt leisten immer mehr KonsumentInnen einen persönlichen, aktiven Beitrag für eine faire Welt.

ner), der Informationsoffensive mit Workshops in der SPAR Akademie (im März), Produktauszeichnung von der Salzburger Landesregierung (im Mai), der Benefizgala „Fête Orange“ in Baden (im Juli), der „Jahr der Fairness“ Abschlussveranstaltung im Parlament (im November) konnte die Aufmerksamkeit der KonsumentInnen und Medien aus verschiedenen Perspektiven auf das Thema FAIRTRADE gelenkt werden.



Neue Produkte mit FAIRTRADE Gütezeichen

## Neue Produkte mit FAIRTRADE Gütezeichen

Im vergangenen Jahr hat der Faire Handel in Österreich bedeutende Fortschritte gemacht. Im Bereich der FAIRTRADE Produktlisten konnten 2003 mit der Neuaufnahme der Ja! Natürlich Bio-Bananen (seit Jänner) sowie der Bio-Wertkost-Banane (seit Juli), des NaturPur Bio-Rohrzuckers (seit Feber), des schmackhaften SAECO-Kaffees Miscela Fair (seit September) und des EZA Equita Schokoladaufstrichs und Löskakaos, des Bio-Ceylon-Darjeelings (Teebeutel) sowie Bio-Earl Greys (Teebeutel) neue Impulse gesetzt werden.

## FAIRTRADE Markt-Aktivitäten 2003

Mit einer Reihe zusätzlicher Maßnahmen außerhalb der klassischen Werbekampagne, wie unter anderem der Willkommensparty „Sweet Cane Sugar“ in Wien (im Jän-



Gemeinsam mit der Agentur Blue Tango wurden die klassischen FAIRTRADE Marketingaktivitäten erarbeitet





Zahlreiche Verkostungsaktionen in Einkaufszentren, wie unter anderem im Donauzentrum, SCS, in Wels oder in der Lugner City, sowie Flugblattschaltungen getragen vom Lebensmitteleinzelhandel, verbesserte Regalbetreuung und Promotionaktivitäten haben dazu beigetragen, dass die FAIRTRADE Präsenz am Ort des Kaufgeschehens ausgeweitet werden konnte.

*Verkostung in der Lugner City in Wien mit tatkräftiger Unterstützung von Marta Perez Vazquez*

## Presse Ausschnitte 2003

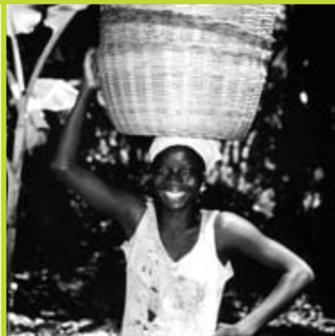


„Den Kleinbauern sind so gerechte und stabile Preise garantiert. Doch zum Überleben sind die Öko-Landwirte aus Ecuador auf unsere Hilfe angewiesen.“  
*(Kronzeitung, 12. Dez.2003)*



„FAIRTRADE ist eine sehr simple Möglichkeit, um als Einzelner Vieles zu verbessern.“  
*(Salzburger Nachrichten, 1. Juli 2003)*

„Die Bilanz über zehn Jahre FAIRTRADE gibt Hoffnung für die Zukunft.“  
*(Der Standard, 3. Dezember 2003)*



„Fairness – auch daraus kann eine Erfolgsgeschichte wachsen, wie FAIRTRADE beweist.“  
*(Kirchenzeitung, 7. Dez. 2002)*



„Beim Fairschenken profitieren alle Beteiligten, von den ProduzentInnen bis zu den Beschenkten.“  
*(Falter Best of Vienna, Dezember 2003)*



„Fair Einkaufen im Trend“  
*(OÖ Nachrichten, 3. Dezember 2003)*



**Projekte 2003**

Eine Vielzahl von Aktionen, Schulungen und Projekten haben dazu beigetragen, das Bewusstsein bei KonsumentInnen zu stärken, Handlungsalternativen aufzeigen und die Menschen direkt dort ansprechen, wo Kaufentscheidungen getroffen werden.



Sie wohnen in St. Pölten? Eisenstadt? Villach? Oder in Wien? Dann dürfte Ihnen die Aktionswochen zur Förderung des Fairen Handels, die „Fairen

Wochen“, nicht entgangen sein. Verkostungsaktion von Produkten aus fairem Handel, die Ausstellung „Weltumspannend handeln – Wir leben vom Land“, Schulworkshops und viele Aktionen mehr zeigten den Fairen Handel auch 2003 von seiner köstlichsten Seite: in Form von FAIRTRADE Kaffee, Bananen, Orangensaft oder auch Kakao.

Unser Dank gilt ganz besonders den über hundert unterschiedlichsten Organisationen, von Gewerkschaften, Umweltorganisationen, Kulturinitiativen und selbstverständlich entwicklungspolitischen Einrichtungen wie den regionalen Südwindbüros. Sie alle machten die Fairen Wochen zu einem vollen Erfolg. Nicht zu letzt durch das große Interesse der Medien an den Fairen Wochen konnte dieses EU-kofinanzierte Programm viele kritische KonsumentInnen von den Vorzügen und der Qualität der Produkte aus Fairem Handel begeistern. Ganz im Sinne des FAIRTRADE Slogans „So fair – so gut!“

**Facts & Figuers:** 6.500 BesucherInnen der Ausstellung „Weltumspannend handeln – Wir leben vom Land“  
 19 Seminare für Interessierte und MultiplikatorInnen  
 über 30.000 BesucherInnen von Veranstaltungen,  
 Vorträgen, Diskussionen 112 Workshops für Kinder und Jugendliche an Schulen



Bei der FAIRTRADE Posada wurden neben dem FORUM Umweltbildung, die Südwind Buchwelt, die Kommunalkredit Austria, Renate Kaufmann, Gruft, Ute Bock, Mag. Thomas Blimlinger und Spar-Gourmet, für faires und sozial gerechtes Engagement ausgezeichnet.

Die „Ökostaffel, die faire Österreich-Tour“, ein gemeinsames Projekt von FAIRTRADE und Klima-



bündnis, führte zwei Wochen durch ganz Österreich. Start der Tour 2003 war am Großglockner, dann ging es ostwärts bis Wien und danach westwärts bis zum Ziel am Bodensee. Auch 2003 wurden wieder die Bundesgrenzen



Wichtige Themen, wie Fairer Handel und Klimaschutz müssen nicht immer hoch wissenschaftlich behandelt werden, sondern können auch der Anlass für unterhaltende Aktionen sein





Universitätsseelsorger Msgr. Mag. Helmut Schüller, sowie Leon Lenhart bei der Auftaktveranstaltung von Christoffel-Blindenmission und FAIRTRADE zum Jahr der Fairness am Wiener Naschmarkt

Foto: Alexander CC Wulz

überschritten: Die Ökostaffel war nun schon zum Dritten Mal in Slowenien und diesmal auch in Tschechien zu Gast.

„Die Ökostaffel ist eine gute Möglichkeit für alle durch eine aktive Teilnahme ein wichtiges Zeichen für bessere Lebensbedingungen, biologische Landwirtschaft und soziale Gerechtigkeit für alle Menschen auf unserem Planeten zu setzen“, so Maria Hawle und Thomas Wackerlig die gesamte Tour der Ökostaffel mit einem Infobus begleiten, um die TeilnehmerInnen zu betreuen und allen Interessierten mehr Information zu geben.

Insgesamt legten über 5.000 TeilnehmerInnen eine Strecke von ca. 2.500 Kilometer zurück! Von Station zu Station wurde ein Rucksack als „Staffelholz“ gefüllt mit Symbolen für Nachhaltigkeit weitergegeben.

„2003: Handeln im Jahr der Fairness“ war eine Aktionsplattform von 32 Organisationen mit dem Ziel, konkrete Umsetzungsmöglichkeiten gegen das ungerechte Gefälle zwischen Nord und Süd aufzuzeigen. Zu den Projekten gehörten u.a.



Pressereisen nach Ecuador und Äthiopien, eine Südwind-Magazin Sondernummer, Plakataktionen, ein Schulbewerb mit über 1.000 TeilnehmerInnen, der bei der Abschluss-Veranstaltung im Parlament Dr. Heinz Fischer und zahlreichen anderen Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens präsentiert wurde.

**FAIRTRADE Produkte 2003**



Mittlerweile bieten alle großen Supermarktketten österreichweit Produkte mit dem unabhängig kontrollierten Gütezeichen FAIRTRADE an

**Verfügbarkeitstabelle 2003**

| Wo gibt's<br>FAIRTRADE Produkte | Kaffee | Tee | Bananen | Orangensaft | Honig | Schokolade | Rohrzucker | Kakao |
|---------------------------------|--------|-----|---------|-------------|-------|------------|------------|-------|
| Adeg Aktiv / Contra / Magnet    | x      | x   | x       | x           |       | x          |            | x     |
| Adeg                            | ✓      | ✓   | ✓       | ✓           |       | ✓          |            | ✓     |
| Billa                           |        |     | ✓       |             |       |            |            |       |
| Bioläden                        | ✓      | ✓   |         | ✓           |       | ✓          |            | ✓     |
| C & C (AGM, Metro, Pfeiffer)    | x      |     |         | x           |       |            |            |       |
| DM                              | ✓      |     |         | ✓           |       |            |            | ✓     |
| Edeka                           | x      | x   | x       | x           |       | x          |            | x     |
| Eurospar                        | x      | x   | x       |             |       | x          | x          | x     |
| Hausfreund Zustellservice       | x      | x   |         | x           | x     | x          |            | x     |
| Interspar                       | x      | x   | x       | x           |       | x          | x          | x     |
| Maximarkt                       | x      |     | x       | x           | x     | x          |            | x     |
| Merkur                          | x      | x   | x       | x           | x     | x          |            | x     |
| Merkur Direkt Zustellservice    | x      | x   |         | x           | x     | x          |            | x     |
| MPREIS                          | x      | x   | x       |             |       |            |            |       |
| Nah & Frisch                    | ✓      | ✓   | ✓       | ✓           |       | ✓          |            |       |
| Spar                            | x      | ✓   | ✓       | ✓           |       | ✓          | x          | ✓     |
| Spar Gourmet                    | x      | ✓   | ✓       | ✓           |       | ✓          | x          | ✓     |
| Starbucks Coffee                | x      |     |         |             |       |            |            |       |
| Weltläden                       | x      | x   |         | x           |       | x          |            | x     |
| Winkler Märkte                  | x      | x   | x       | x           | x     | x          |            | x     |
| Zielpunkt                       | x      |     |         |             |       |            |            |       |

x erhältlich ✓ erhältlich, aber nicht in allen Filialen



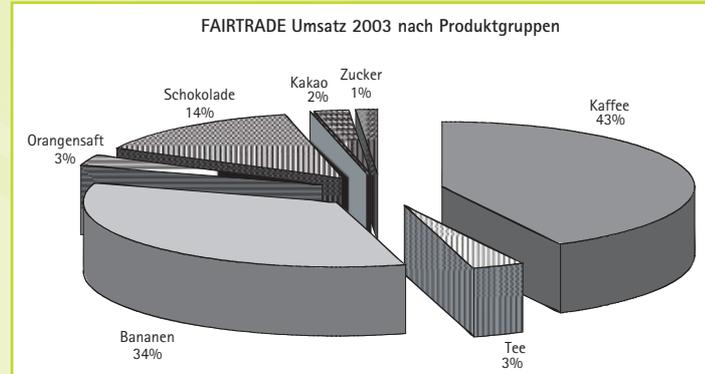
## 4 Unternehmen und Institutionen – ein wachsender Markt und steigendes Interesse

**F**AIRTRADE kann zehn Jahre nach Gründung zufrieden Zwischenbilanz ziehen. Was 1993 als von vielen guten Wünschen begleitetes Experiment begann, ist heute fester Bestandteil der Wirtschaftsrealität: über 2.700 österreichische Geschäfte führen Produkte mit dem FAIRTRADE Gütezeichen, von fair gehandeltem Kaffee, Tee, Orangensaft, Kakao bis hin zu Schokolade, Pralinen, Zuckerl, Bio-Bananen, Bio-Rohrzucker und Honig.



*Außergewöhnlicher Ort des Mediengesprächs anlässlich des zehnjährigen Bestehens von FAIRTRADE Österreich war das Ernst Happel-Stadion. Seine Sitzplatzanzahl entspricht der Anzahl an Menschen, die in zehn Jahren durch FAIRTRADE Österreich dauerhaft ihre Lebensbedingungen verbessern konnten – beeindruckende 49.000!*

Die langjährige Kooperation mit den Weltläden, Bio-Fachmärkten und allen führenden Supermarktketten hat zum großen FAIRTRADE Erfolg erheblich beigetragen. 20 namhafte Unternehmen sind inzwischen LizenznehmerInnen von FAIRTRADE. Über 56,8 Millionen Euro Umsatz konnte in den vergangenen zehn Jahren mit FAIRTRADE Produkten in Österreich erwirtschaftet werden – im vergangenen Jahr waren es allein 11,9 Millionen Euro.



Quelle: FAIRTRADE Österreich

Mit einer Reihe von Maßnahmen und Aktivitäten konnte eine Absatzsteigerung von über 8% erzielt werden, wobei Kaffeemengen um +13% und die Orangensaftmengen um +8% gestiegen sind.

Zu diesem Erfolg hat auch der Einzug von Produkten mit FAIRTRADE Gütezeichen in Firmenkantinen, öffentlichen Institutionen, Büros und Uni-Mensen erheblich beigetragen. Highlight des Jahres 2003 war der Umstieg der Präsidentschaftskanzlei an der Hofburg auf FAIRTRADE Produkte. Auch im Parlament, in vielen Ministerien und Büros der Landesregierungen sind FAIRTRADE Produkte im Vormarsch.

Eine der wichtigsten Entwicklungen im Produktbereich war die Erweiterung des Angebots im Bereich Kaffee-Automaten. Den Durchbruch auf diesem Gebiet schaffte die Wirtschaftsuniversität Wien auf der mittlerweile alle Automaten FAIRTRADE Kaffee anbieten. An den anderen Universitäten wird eifrig an einer Umstellung gearbeitet.

Im Firmenbereich gelang es, renommierte Namen wie mobilkom austria oder Kontrollbank als Neuverwender zu gewinnen. mobilkom austria verwendet in allen Produktbereichen FAIRTRADE und bewirbt den FAIRTRADE Gedanken auch kräftig mit.

Viele Umstellungen von Firmen geschehen auf die Initiative von Betriebsräten. Sie werden auf FAIRTRADE unter



Prof. Weidacher bei der Aufstellung von Automaten mit FAIR-TRADE Kaffee an der Wirtschafts-universität in Wien- nach dem Motto „erfolgreich wirtschaften und verantwortungs-bewusst handeln“



anderem durch das Projekt „Fair Essen“ der Gewerkschaften Agrar Nahrung Genuss und GPA aufmerksam. Auf Initiative der Gewerkschaft ANG konnten sich BesucherInnen des ÖGB-Kongresses im Oktober 2003 gleich an fünf Ständen von der ausgezeichneten Qualität von FAIRTRADE Orangensaft überzeugen. Firmen wie Riedel Glas, Freudenberg Simrit Kufstein oder etwa die EVG – Entwicklungs-Verwertungs- GmbH kamen durch das Engagement ihrer Betriebsräte zum fairen Genuss.

Auch Ministerien, Landesbehörden und Gemeinden sind zum Vorbild für verantwortungsbewusstes Konsumverhalten geworden und genießen fair gehandelten Kaffee, Tee oder Orangensaft.

Die Landesregierungen Vorarlberg und Niederösterreich unterstützten die FAIRTRADE Kampagne im Jahr 2003 finanziell. Gleichzeitig wurde in beiden Bundesländern an einer Umsetzung der FAIRTRADE Idee auf Landesebene gearbeitet. Die MitarbeiterInnen des Amtes der Niederösterreichischen Landesregierung genießen in ihrer Kantine FAIRTRADE Kaffee. Im Landhaus in Bregenz wird bei allen Veranstaltungen, Sitzungen und sonstigen Bewirtungen ausschließlich FAIRTRADE Kaffee getrunken.

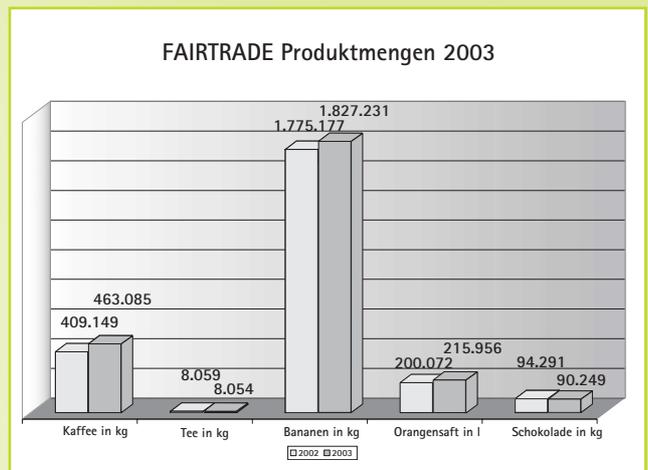
Im Rahmen des ÖkoBeschaffungsService Vorarlberg entstand die erste öffentliche Ausschreibung für kommunale Einrichtungen und Institutionen in Form einer Rah-



Angesichts der niedrigen Weltmarktpreise für Kaffee riefen am 8. Mai der Nationalratspräsident sowie VertreterInnen der wichtigsten FAIRTRADE Akteure Österreichs zum Konsum fair gehandelter Produkte auf

menvereinbarung, die das FAIRTRADE Gütesiegel als Kriterium vorschreibt.

Auch Niederösterreich möchte FAIRTRADE im Beschaffungswesen integrieren. Auf Initiative der NÖ Landesregierung wurden im Herbst 2003 VertreterInnen aller Landesregierungen zu einem Round Table zu FAIRTRADE nach Wien geladen.



Quelle: FAIRTRADE Österreich



## Neue LizenzpartnerInnen

Seit Jänner ist die beliebte FAIRTRADE Bio-Banane unter der Eigenmarke Ja! Natürlich bei Billa und Merkur und seit Juli unter der ADEG Eigenmarke Bio Wertkost österreichweit erhältlich. Damit setzten nach SPAR Österreichische Warenhandels AG <sup>4)</sup> auch die EDEKA AG sowie die Ja!Natürlich Produkte GmbH ein Zeichen, dass sowohl Produkte aus 100% biologischem Anbau als auch faire Arbeitsbedingungen und faire Entlohnung in den so genannten Entwicklungsländern im österreichischen Lebensmittelhandel ihre Berechtigung haben.

„Somit erfüllen wir mit einem weiteren Produkt die hohen Erwartungen unserer Kunden und zeigen, dass Punkte wie Umwelt, ökologischer Anbau, Produktsicherheit und faire Arbeitsbedingungen bei ADEG sehr ernst genommen werden“, freute sich ADEG-Vorstandsdirektor Hubert Pfenninger bei der Produkteinführung.

Im Herbst 2003 wurde SAECO Austria AG als Lizenzpartner neues Mitglied in der FAIRTRADE Familie und präsentierte den neuen FAIRTRADE Automaten, aus dem MitarbeiterInnen und KundInnen den FAIRTRADE Kaffee in löslicher Form und frischgebrüht aus ganzer Bohne genießen können.



Walter Gohm von SAECO (rechts) und Leon Lenhart bei der Präsentation des neuen FAIRTRADE Kaffeeautomaten

„SAECO steht für Kaffeegenuss in höchster Qualität. Umso mehr passen FAIRTRADE und SAECO ausgezeichnet zusammen. Denn – so wie alle FAIRTRADE Produkte – entspricht die neue ‚Saeco Miscelia Fair‘-Röstung aus hundert Prozent honduranischen Arabica-Bohnen einerseits den hohen Ansprüchen österreichischer KaffeegenießerInnen und andererseits den strengen FAIRTRADE Kriterien für gerechten Handel mit Kleinbauernfamilien in den Entwicklungsländern. So fair, so gut!“, freute sich Leon Lenhart als Geschäftsführer von FAIRTRADE über die neue Partnerschaft.

### FAIRTRADE LizenznehmerInnen 2003

**Kaffee:** EZA Dritte Welt GmbH | Drie Mollen Holding GmbH | J. Hornig GmbH & Co KG | IDEE Kaffee VertriebsgmbH | Julius Meinl Industrie GmbH | Kaffeerösterei Alt Wien | Kaffeerösterei Hubert Tempelmann | Kaffeerösterei Viersen GmbH | Neuteboom B.V. | Reinhard Schweitzer Großhandel | Starbucks Coffee Company Österreich

**neu:** SAECO Austria AG

**Bonbons:** Bodeta Süßwaren GmbH

**Schokolade und Kakao:** Confiserie de Fries | EZA Dritte Welt GmbH | GEPA

**Tee:** EZA Dritte Welt GmbH | Julius Meinl Industrie GmbH | Neuteboom B.V.

**Orangensaft:** EZA Dritte Welt GmbH | Hermann Pfanner Getränke GmbH

**Honig:** Julius Meinl Industrie GmbH

**Bananen:** Agrofair B.V. | „Spar Österreichische Warenhandels AG

**neu:** EDEKA AG | Ja! Natürlich“ Naturprodukte GmbH | Vellemann & Tas International BV

**neu: Bio Rohrzucker:** Spar Österreichische Warenhandels AG

<sup>4)</sup> Die Spar Natur\*pur Bio Bananen mit dem FAIRTRADE Gütezeichen sind seit Februar 2002 in Österreich erhältlich.



## 5 Finanzbericht 2003

### Aufbringung der Mittel

Im Berichtsjahr stammen 32% der Erlöse aus öffentlichen Zuschüssen der EU, der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit im BMaA, der Länder NÖ und Vorarlberg sowie dem AMS. Von mehreren Träger- und kirchlichen Organisationen stammen 27% der Mittel. 15% der Erlöse wurden aus Lizenzentnahmen erschlossen; absolut sind die Lizenzentnahmen um EUR 18.451,11 (+14%) gestiegen. Sponsoring von Firmen und Institutionen sowie private Spenden (zum Großteil Eingänge für „FAIRTRADE-Aktien“) betragen 11% der Gesamteinnahmen. Die restlichen Erlöse stammen überwiegend aus Mitgliedsbeiträgen, einer einmaligen Förderung des LED und dem Verkauf von Infomaterial.

### Verwendung der Mittel

4% der Aufwendungen entfallen auf Beiträge zum Dachverband FLO zur Kontrolle in den Produzentenländern. Für Informationsarbeit und Kontrolle in Österreich betragen der projektbezogene Sachaufwand 49% und der Personalaufwand 31% der Gesamtaufwendungen. Die verbleibenden Ausgaben entfallen auf Abschreibungen, Raummieten, Büromaterial, Kosten der Kommunikation, Prüfung- und Beratungskosten, und Aufwand für Fundraising. Offene Forderungen mussten wegen Uneinbringlichkeit abgeschrieben werden.

### Jahresergebnis

Im Jahr 2003 wurde ein positives Ergebnis in der Höhe von EUR 1.038,96 erzielt. Daraus resultiert ein Eigenkapital in Höhe von EUR 34.272,78.

### Überprüfung der Finanzgebarung

Die Finanzgebarung und Bilanz des Berichtsjahres wurde von Wirtschaftsprüfer Mag. Wilhelm Zmatlo überprüft und testiert.

### FINANZGEBARUNG 2003

|                              | 2003           | 2002           | Veränderung |
|------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Erlöse                       | EUR            | EUR            | in %        |
| Mitgliedsbeiträge            | 13.772         | 13.777         |             |
| Lizenzentnahmen              | 151.820        | 133.368        | +14%        |
| Zuschüsse und Förderungen    | 740.803        | 619.608        | +20%        |
| Marketingprojekt             | 625.387        | 494.379        |             |
| EU-Projekt                   | 68.957         | 76.326         |             |
| Weitere KommEnt-Projekte     | 0              | 24.674         |             |
| Sponsoring                   | 31.000         | 0              |             |
| AMFG-Beihilfen               | 7.165          | 6.539          |             |
| Sonstige Projekte            | 8.293          | 17.691         |             |
| Spenden (inkl. FT-Aktie)     | 65.557         | 85.919         | -24%        |
| Auflösung von Rückstellungen | 11.993         | 1.686          |             |
| Übrige Erträge               | 11.850         | 8.362          |             |
| <b>Summe Erlöse</b>          | <b>995.795</b> | <b>862.720</b> | <b>+15%</b> |

|                              | 2003           | 2002           | Veränderung |
|------------------------------|----------------|----------------|-------------|
| Aufwendungen                 | EUR            | EUR            | in %        |
| Personalaufwand              | 311.615        | 273.052        | +14%        |
| Projektaufwand               | 487.426        | 448.652        | +9%         |
| Marketingprojekt             | 362.234        | 218.662        |             |
| EU-Projekt                   | 54.705         | 76.239         |             |
| Weitere KommEnt-Projekte     | 0              | 24.065         |             |
| FAIRTRADE-Aktie              | 60.187         | 105.225        |             |
| Sonst. Projektaufwand        | 10.300         | 24.461         |             |
| Abschreibungen               | 7.096          | 6.067          |             |
| Beiträge Dachverband         | 37.200         | 16.415         | +127%       |
| Raumkosten                   | 33.749         | 26.023         | +30%        |
| Büromaterial, EDV, Porto     | 14.156         | 14.238         |             |
| Kommunikation                | 12.323         | 9.647          | +28%        |
| Reisekosten                  | 2.765          | 8.418          | -67%        |
| Kfz-Aufwand                  | 1.312          | 0              |             |
| Dienstleistungen Dritter     | 5.096          | 6.993          | -27%        |
| Instandhaltung, Reinigung    | 6.748          | 5.672          | +19%        |
| Beratungs-, Prüfungsaufwand  | 9.225          | 10.321         | -11%        |
| Mitgliedsbeiträge            | 4.673          | 0              |             |
| Aufwand Fundraising          | 29.622         | 0              |             |
| Abschreibung von Forderungen | 17.060         | 0              |             |
| Sonstige Aufwendungen        | 14.092         | 12.414         |             |
| <b>Summe Aufwendungen</b>    | <b>994.158</b> | <b>837.912</b> | <b>+19%</b> |

|                         |              |               |  |
|-------------------------|--------------|---------------|--|
| <b>Betriebsergebnis</b> | <b>1.637</b> | <b>24.808</b> |  |
| Finanzerfolg            | -478         | 230           |  |
| Steuern                 | -120         | -126          |  |
| <b>Jahresüberschuss</b> | <b>1.039</b> | <b>24.913</b> |  |



**BILANZ ZUM 31.12.2003**

| AKTIVA                               | 2003<br>EUR         | 2002<br>EUR         | Veränderung<br>in %         |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------|
| Anlagevermögen                       | 10.010              | 14.417              | -31%                        |
| Immaterielle Vermögensgegenstände    |                     |                     |                             |
| Software                             | 1.528               | 2.292               |                             |
| Sachanlagen                          |                     |                     |                             |
| Betriebs- u. Geschäftsausstattung    | 3.617               | 5.158               |                             |
| Kraftfahrzeuge                       | 0                   | 2.102               |                             |
| Finanzanlagen                        |                     |                     |                             |
| Wertpapiere/ Abfertigungsrücklage    | 4.865               | 4.865               |                             |
| Umlaufvermögen                       | 262.630             | 417.007             | -37%                        |
| Vorräte                              |                     |                     |                             |
| Informationsmaterialien              | 2.033               | 2.225               |                             |
| Forderungen                          |                     |                     |                             |
| Forderungen Lief. u. Leistungen      | 8.864               | 32.108              | -72%                        |
| Sonstige Forderungen                 | 171.782             | 244.911             | -30%                        |
| Kassabestand, Bankguthaben           | 79.951              | 137.763             |                             |
| Rechnungsabgrenzungen                | 100                 | 100                 |                             |
| <b>SUMME AKTIVA</b>                  | <b>272.740</b>      | <b>431.524</b>      |                             |
| <b>PASSIVA</b>                       | <b>2003<br/>EUR</b> | <b>2002<br/>EUR</b> | <b>Veränderung<br/>in %</b> |
| Eigenkapital                         | 34.273              | 33.234              | +3%                         |
| Anfangskapital                       | 33.234              | 8.321               |                             |
| Jahresüberschuss                     | 1.039               | 24.913              |                             |
| Rückstellungen                       | 19.604              | 129.234             |                             |
| Abfertigungsrückstellungen           | 6.675               | 7.800               |                             |
| Sonst. Rückstellungen                | 12.929              | 121.434             |                             |
| Verbindlichkeiten                    | 134.732             | 175.941             | -23%                        |
| Bankverbindlichkeiten                | 0                   | 19                  |                             |
| Verbindlichk. a.Lieferungen u.Leist. | 38.407              | 70.927              | -46%                        |
| Kleindarlehen                        | 80.868              | 93.202              | -13%                        |
| Sonst. Verbindlichkeiten             | 15.457              | 11.793              | +31%                        |
| Rechnungsabgrenzung                  | 84.131              | 93.115              |                             |
| <b>SUMME PASSIVA</b>                 | <b>272.740</b>      | <b>431.524</b>      |                             |



## 6 Facts and Figures

### Förderer von FAIRTRADE Österreich

Wir danken allen, die im Jahr 2003 die Arbeit von FAIRTRADE durch finanzielle Hilfe, durch aktive Öffentlichkeitsarbeit oder in anderer Form unterstützt haben! Insbesondere bedanken wir uns für die finanzielle Unterstützung bei:

Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im BMaA  
Europäische Kommission

Caritas Österreich  
chello broadband gmbh  
Diözese Eisenstadt (Fastenaktion Eisenstadt)  
Diözese Feldkirch (Aktion Bruder und Schwester in Not)  
Diözese Gurk  
Dreikönigsaktion  
Erzdiözese Salzburg  
Investkredit Bank  
Katholische Frauenbewegung  
Katholische Männerbewegung  
Kommunkredit Austria AG  
Land Niederösterreich  
Land Vorarlberg  
Liechtensteiner Entwicklungsdienst  
mobilkom austria  
Österreichische Kontrollbank  
Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien  
Welthaus Graz  
Wirtschaftskammer Österreich  
WWF

Weiters bedanken wir uns bei der Agentur bettertogether Company Limited und Qenta.

Wir möchten uns an dieser Stelle ganz herzlich für die großartige Unterstützung bei über 5.100 „FAIRTRADE AktionärInnen“, KleindarleensgeberInnen und SpenderInnen, bei allen Trägerorganisationen sowie vielen Menschen, VertreterInnen der öffentlichen Stellen und WirtschaftspartnerInnen bedanken, die diese öffentliche Präsenz, die Projekte und Maßnahmen durch ihre Unterstützung ermöglicht haben.

### Trägerorganisationen von FAIRTRADE Österreich



## Vorstandsmitglieder des Vereins FAIRTRADE Österreich



Traude Novy  
Vorstands-  
vorsitzende



Gabriela  
Sonnleitner  
stellv. Vorstands-  
vorsitzende



Ernst Gassner  
Kassier



Stefan Moidl  
stellvertretender  
Kassier



Michaela  
Hinterberger  
Schriftführerin



Helmut Adam  
stellvertretender  
Schriftführer



Nicole Prop  
Beirat



Helmut  
Starmühler  
Beirat

© krischanz.zeiller/WWF

## Ehrenmitglieder des Vereins FAIRTRADE Österreich:

Helmut Adam • Heinz Gabler • Helmuth Hartmeyer

## FAIRTRADE Büro



Leon Lenhart  
Geschäftsführer



Gertraud  
Akgün-Krenn  
Projektmanagement,  
Betreuung des Groß-  
verbraucherbereichs



Aisha Bichler  
Office Management,  
News (bis März 03)



Dile Idrizaj  
Auszubildende  
Bürokauffrau



Veronica Jones  
Monsivais  
Projektbetreuung,  
Büroangestellte



Beate Kornfeld  
Marketing,  
Key Accounting



Stefan Lechner  
Marketing,  
Betreuung der  
LizenznehmerInnen



Veronika Polster  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit



Rainer Stoiber  
Strategische  
Medienarbeit und  
Veranstaltungs-  
planung



Bettina  
Schörgenhofer  
Trade Auditing,  
Controlling



Monika Veßel  
Officemanagement,  
Prominentenbetreuung  
(ab Mai 03)

## FAIRTRADE Freie MitarbeiterInnen und PraktikantInnen

Daniela Bogner - Stephan Czinegei - Birgit Fischel - Ansgar Fritschle - Claudia Häusler - Daniela Hartlieb - Evelyn Hatzenbichler - Andrea Jamek - Julia Katzmann - Annemarie Kollmann - Petra Koppensteiner - Matthias Lübke - Gudrun Maier - Elisabeth Meurer - Magdalena Paul - Eleonara Rueda - Kerstin Rohrer - Georg Schön - Thomas Wackerlig - Irmgard Wiesner - Sepp Weidacher

Rechnungsprüfer für den Abschluss 2003 sind Gabriele Fittl und Rupert Helm-Walkolbinger.



Impressum: FAIRTRADE Österreich • Wohllebengasse 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: Veronika Polster • Redaktion: Veronika Polster  
Layout: typothese m zinner grafik Druck: Druckerei Resch • Foto- und Bildmaterial: FAIRTRADE



[www.fairtrade.at](http://www.fairtrade.at)