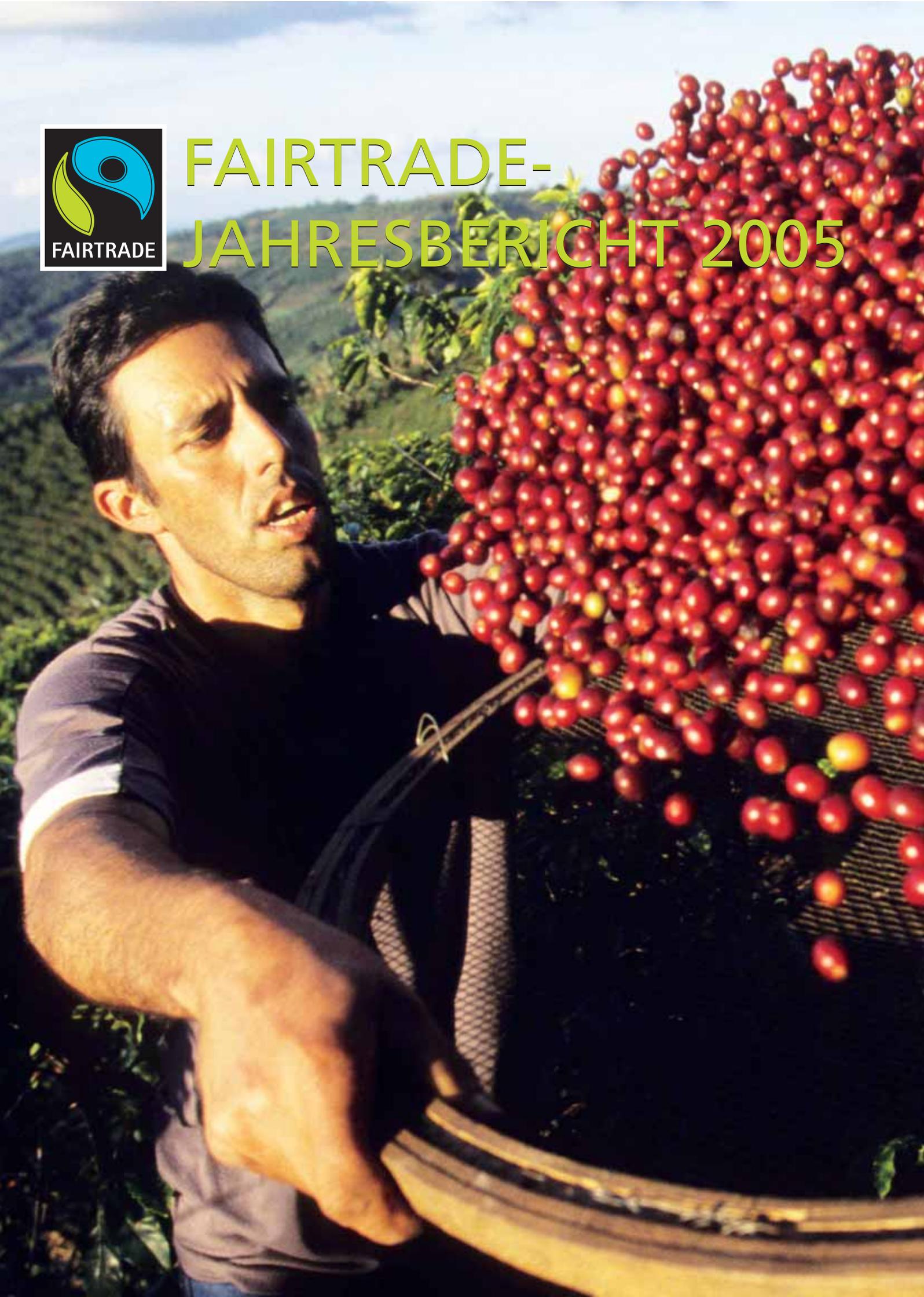




FAIRTRADE- JAHRESBERICHT 2005





FAIRTRADE ist ein Weg, um die Armut in Entwicklungsländern zu überwinden. Aus diesem Grund unterstützt die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im Außenministerium FAIRTRADE schon seit Jahren.

„Der faire Handel ist eine wirksame Form der Entwicklungszusammenarbeit. Jede/r KonsumentIn kann mit der Entscheidung für fair gehandelte Produkte einen konkreten Beitrag leisten, um die Lebensbedingungen von Bauern- und Landarbeiterfamilien in Entwicklungsländern zu verbessern. FAIRTRADE ist erfolgreiche Hilfe zur Selbsthilfe, die von immer mehr Österreicherinnen und Österreichern unterstützt wird. Mittlerweile profitieren mehr als eine Million Menschen in Afrika, Asien und Lateinamerika vom Erfolg dieser weltweiten Bewegung.“

Dr. Ursula Plassnik
Außenministerin

INHALT 2005

- Vorworte	2
- Rückblick und Ausblick	3
- Trendsetter	7
- Vom Kaffeestrauch in die Tasse	8
- Gemeinsam stark	10
- FAIRTRADE-Flowerpower	11
- Das FAIRTRADE-System	12
- Einkaufsführer	14
- FAIRTRADE-Produkte und -Lizenznehmer	15
- Finanzbericht	16
- Sponsoren und Trägerorganisationen	18
- FAIRTRADE intern	19

Für uns alle, die wir uns für faire Handelsbeziehungen mit Menschen in Asien, Afrika und Lateinamerika einsetzen, war das Jahr 2005 ein äußerst erfolgreiches, aber auch ein sehr arbeitsreiches. Es ist uns in diesem Jahr verstärkt gelungen, die Idee des fairen Handels im Bewusstsein sehr vieler Menschen nachhaltig zu verankern. Kaffee, Bananen, Säfte, Schokolade und viele andere Produkte des fairen Handels sind aus den Regalen der Supermärkte nicht mehr wegzudenken. Dafür war das Zusammenspiel vieler AkteurInnen wichtig, bei denen ich mich besonders bedanken möchte:

- beim engagierten Team im FAIRTRADE-Büro und beim ehrenamtlichen Vorstand; die mit Professionalität gepaarte Begeisterung für die Idee des fairen Handels überzeugt unsere PartnerInnen in Wirtschaft, Politik und NGOs;
- bei der Geschäftsführerin des Jahres 2005 Barbara Studeny, die in dieser außergewöhnlichen Wachstumsphase viele neue Akzente gesetzt hat;
- bei den vielen ehrenamtlich tätigen Frauen und Männern, die auf verschiedenen Ebenen für FAIRTRADE aktiv sind;
- bei den staatlichen Stellen, ohne deren finanzielle und ideelle Unterstützung die Arbeit von FAIRTRADE kaum möglich wäre;
- bei den Trägerorganisationen, die uns finanziell sowie durch Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit unterstützen;
- bei den Förderern aus der Wirtschaft, die durch die Umstellung ihrer Betriebe auf FAIRTRADE-Produkte, aber auch durch gemeinsame Aktivitäten und die Förderung von Projekten sich für den fairen Handel engagieren.

Ein ganz besonderer Dank gilt unseren Lizenznehmerinnen und -nehmern, deren Produkte mit dem FAIRTRADE-Siegel für Qualität und soziale Verantwortung stehen.

Unser Erfolg ist aber nur möglich, weil viele leitende Personen im Lebensmittelhandel hinter FAIRTRADE stehen.

Wir freuen uns auf ein spannendes Jahr 2006 mit vielen Impulsen durch den neuen Geschäftsführer Georg Gruber. Er bekleidete in verschiedenen Wirtschaftsunternehmen leitende Positionen und verfügt da-



her über reiche, langjährige Erfahrungen; dazu kommt noch sein großes entwicklungspolitisches Engagement. Optimale Voraussetzungen also für die hohen und vielfältigen Anforderungen, welche die Arbeit im fairen Handel an alle Beteiligten stellt.

Dank seiner breiten zivilgesellschaftlichen Basis ist FAIRTRADE ein einzigartiges Projekt der Entwicklungszusammenarbeit: Im Mittelpunkt unseres Handelns stehen jene Frauen, Männer und Kinder in Afrika, Asien und Lateinamerika, denen durch den Einsatz für FAIRTRADE ein menschenwürdiges Leben und Arbeiten ermöglicht wird. FAIRTRADE ist ein wirkungsvolles Zeichen für eine soziale und nachhaltige Globalisierung.

Traude Novy

Vorstandsvorsitzende von FAIRTRADE Österreich



RÜCKBLICK UND AUSBLICK

2005 ist der Umsatz von Produkten mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel um über 62,7 % auf 25,6 Millionen Euro gestiegen. Zu den Produktneueinführungen zählten Rosen bei SPAR, Pfanner-Orangensaft für den Gastrobereich, Agrana-Würfelrohrzucker, Schweizer-Bioespresso, Coffee Pads von Neuteboom, Trausners Marmeladen & Konfitüren sowie im Non-Food-Bereich Baumwoll-T-Shirts von La Redoute.

Auch im institutionellen Bereich konnten neue Kooperationen begonnen bzw. bestehende vertieft werden: u. a. mit der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien, Niederösterreichischen und Oberösterreichischen Landesregierung, der Landwirtschaftskammer Österreich, der GPA (Gewerkschaft der Privatangestellten) sowie mit verschiedenen Ministerien¹, Universitäten² und Krankenhäusern³ sowie der Feuerwache Wien 3 und dem Caritas-Hospiz.

Eine Vielzahl von Aktionen, Vorträgen und Projekten wie die Ökostaffel oder die Fairen Wochen Wien⁴

¹ Außenministerium, Lebensministerium, Finanzministerium, Justizministerium.

² Universität Wien, Universität Innsbruck, Universität Graz, Universität für Bodenkultur, Montanuniversität Leoben.

³ KH Rudolfsstiftung Wien, KH Lainz Wien, KH Floridsdorf Wien, Preyer'sches Kinderspital, Therapiezentrum Ybbs, Geriatriezentrum Liesing und Geriatriezentrum am Wienerwald.

⁴ Der entwicklungspolitische Schwerpunkt der Fairen Wochen Wien 2005, organisiert von Südwind Wien und FAIRTRADE, war die WTO-Konferenz in Hongkong.

4 RÜCKBLICK UND AUSBLICK



(gemeinsam mit der Südwind-Agentur) haben erheblich dazu beigetragen, das Bewusstsein der KonsumentInnen zu stärken, Handlungsalternativen aufzuzeigen und die Menschen direkt dort anzusprechen, wo Kaufentscheidungen getroffen werden.

Unter dem Motto „Kinderarbeit ist geschmacklos“ hat FAIRTRADE 2005 mit einer österreichweiten Kampagne das Thema Kinderarbeit in Entwicklungsländern mit Fernseh- und Radiospots sowie Medienberichten in den Blickpunkt der Öffentlichkeit gebracht. Die Informationsoffensive hat zahlreichen Österreicherinnen und Österreichern die Bedeutung von FAIRTRADE-Kriterien, etwa bei der Herstellung von Kaffee und Schokolade, bewusst gemacht.

Im folgenden Gespräch erklärt Geschäftsführer Georg Gruber, weshalb das FAIRTRADE-Wirtschaftsmodell erfolgreich ist und welche Pläne er für 2006 hat.

Mit zweistelligen Wachstumsraten war 2005 für FAIRTRADE ein sehr erfolgreiches Jahr. Was waren aus Ihrer Sicht die Highlights?

Gruber: Unser Wachstum beflügeln zwei Faktoren: Erstens boomt unser bereits etabliertes Produktangebot im Bereich FAIRTRADE-Kaffee, -Bananen und -Schokolade – vor allem die hochwertigen Biomarken.

Zweitens konnten wir mit völlig neuen FAIRTRADE-Produkten eine beachtliche Ausweitung des FAIRTRADE-Kundensegments erreichen. Hier sind die FAIRTRADE-Rosen zu erwähnen, die im Herbst 2005 mit SPAR als Pionier in den Lebensmittelhandel gekommen sind und sich enormer Beliebtheit erfreuen.

Sehr erfolgreich war auch die Bildungsarbeit zum Thema fairer Handel für Lehrlinge im Lebensmittelhandel. Bei der Produkteinführung der FAIRTRADE-Rosen etwa gab es erstmals einen Lehrlingswettbewerb. Die Aktion wurde von Landesrätin Dr. Elisabeth Zanon und Landeshauptfrau Mag. Gabi Burgstaller medial unterstützt.

Was ist das Geheimnis des Erfolgs von FAIRTRADE?

Gruber: Die Nachfrage nach FAIRTRADE-Produkten wächst stetig. Ethische Überlegungen beim Einkauf verfestigen sich immer mehr zum Megatrend – in Österreich und international. Das gilt nicht mehr nur für Lebensmittel, sondern auch Teppiche, Textilien usw. müssen ihr „Gesicht“ zeigen; die sozialen und ökologischen Bedingungen ihrer Produktion sind offen zu legen. Immer mehr Markenartikelunternehmen und Handelspartner erkennen diesen Trend und die Chance, hier eine attraktive Käuferschicht anzusprechen. Zum Erfolg von FAIRTRADE Österreich trägt auch das kompetente und nachhaltige Engagement der Träger,



SPAR-Lehrlingsaktion für FAIRTRADE-Biobananen: Über 30 Tonnen FAIRTRADE-Biobananen wurden innerhalb von drei Tagen verkauft.



Startevent der Ökostaffel, von Klimabündnis und FAIRTRADE organisiert, in der Wiener Krieau



Sponsoren und öffentlichen Förderer, insbesondere des Bundesministeriums für auswärtige Angelegenheiten, maßgeblich bei. Nicht zu vergessen das kleine Team von FAIRTRADE Österreich, das permanent versucht, die Leistungen für alle Partnerorganisationen zu verbessern und in enger Zusammenarbeit mit dem internationalen FAIRTRADE-Netzwerk erfolgsträchtige Projekte nach Österreich zu bringen.

Welche Pläne haben Sie für 2006, welche Produkte sind in Planung?

Gruber: Der FAIRTRADE-Umsatz sollte 2006 um mindestens 25 % wachsen. Durch dieses Wachstum leisten wir einen nachhaltigen Beitrag, damit die ProduzentInnen in den so genannten Entwicklungsländern eine menschenwürdige Existenz aufbauen können und die Umwelt besser erhalten werden kann. Wachstumsschübe werden insbesondere durch eine erweiterte Produktpalette im Segment Kaffee, Banane, Schokolade und Orangensaft angestrebt. „Bio“ und „fair“ gehen hier oft Hand in Hand. Zusätzlich gelingt es uns immer besser, in der Gastronomie und bei institutionellen (öffentlichen) Großabnehmern Fuß zu fassen. FAIRTRADE wird als sichtbare und für die MitarbeiterInnen erlebbare Umsetzung der so genannten Corporate Social Responsibility erkannt.

Welche Bedingungen gelten für die Lizenznehmer im Norden? Geben Sie den Unternehmen einen Mindestpreis vor?

Gruber: WirtschaftspartnerInnen, die ihre Waren mit dem FAIRTRADE-Siegel auszeichnen möchten, benötigen dafür eine Lizenz von FAIRTRADE und verpflichten sich, die Kriterien für den fairen Handel einzuhalten. Die Unternehmen zahlen einen fairen, von den Schwankungen am Weltmarkt unabhängigen Mindestpreis sowie eine FAIRTRADE-Sozialprämie an die ProduzentInnen. Sie verpflichten sich zudem zu einer langfristigen Handelsbeziehung.

Wie verwendet FAIRTRADE die Lizenzabgaben?

Gruber: Mit Hilfe der Lizenzgebühren für die Nutzung des FAIRTRADE-Gütesiegels und zusätzlicher Gelder finanziert FAIRTRADE die Betreuung und Kontrolle der VertragspartnerInnen und ProduzentInnen sowie die Entwicklung neuer Produkte. Die Bekanntmachung des Gütesiegels und der zugrunde liegenden entwicklungspolitischen Anliegen ist eine zusätzliche Kernaufgabe. Ein Teil der Lizenzgebühren fließt an die internationale Dachorganisation FLO (Fairtrade Labelling Organizations International), die u. a. mit der Zertifizierung von Produzentengruppen und dem Monitoring betraut ist.



FAIRTRADE-Fiesta: „Chocolat – FAIRTRADE-Schokolade macht glücklich.“



Faire Wochen-Posada, von der Südwind-Agentur und FAIRTRADE organisiert, am Karlsplatz in Wien

6 RÜCKBLICK UND AUSBLICK

Wie sieht es international aus?

Gruber: FAIRTRADE liegt europaweit stark im Trend. Die Verkäufe von Produkten mit dem FAIRTRADE-Gütezeichen sind in den letzten Jahren im Schnitt um rund 20 % gewachsen. Der Gesamtumsatz beträgt derzeit mehr als 616 Millionen Euro.⁵ Das ist mehr als doppelt so viel wie noch vor fünf Jahren. FAIRTRADE-Produkte finden sich nun in über 55.000 Supermärkten in ganz Europa, und in einigen Ländern sind die erreichten Marktanteile durchaus sehenswert. So tragen in der Schweiz 47 % aller verkauften Bananen, 28 % aller verkauften Blumen und 9 % des verkauften Zuckers bereits das FAIRTRADE-Gütesiegel. Und in Großbritannien, einem Markt der achtmal mehr Einwohner als die Schweiz hat, erreicht FAIRTRADE Marktanteile von 5 % bei Tee, 5,5 % bei Bananen und 20 % bei gemahlenem Röstkaffee.



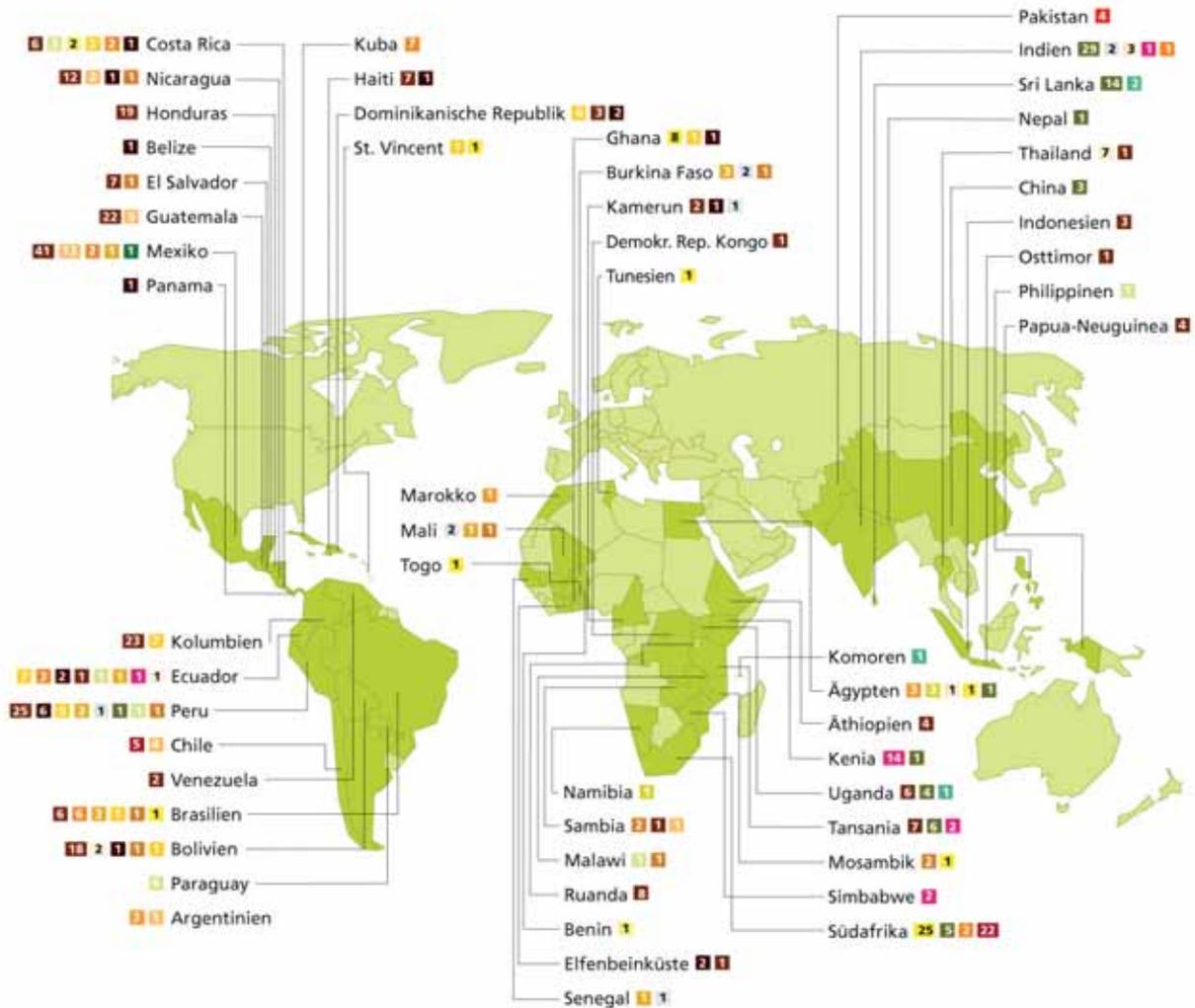
⁵ vgl. www.fairtrade.net

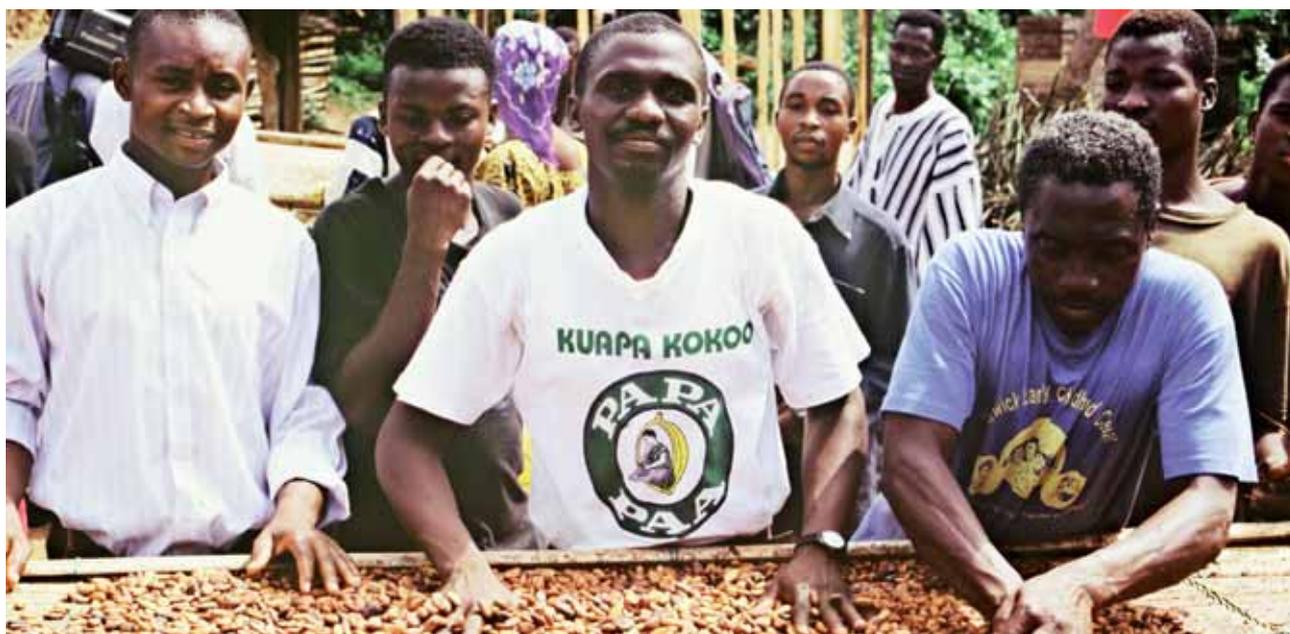
Unsere Partner weltweit

Der Faire Handel mit dem Siegel unterstützt weltweit 565 Produzentenorganisationen in 55 Ländern. Über eine Million Bauern- und Plantagenarbeiterfamilien profitieren vom Fairen Handel.

■ Kaffee	■ Orangen	■ Quinoa	■ Gewürze	■ Blumen
■ Kakao / Schokolade	■ Mango	■ Reis	■ Trauben	■ Süßwaren
■ Ananas	■ Fruchtsäfte	■ Baumwolle	■ Avocado	■ Sportbälle
■ Südfrüchte	■ Honig	■ Zucker	■ Wein	
■ Bananen	■ Nüsse	■ Tee		

Anzahl der Produzentenorganisationen





TRENDSETTER

Im Herbst 2005 wurde die EZA Fairer Handel GmbH, Österreichs erste und größte Fairtrade-Importorganisation 30 Jahre alt. Das Unternehmen kooperiert mit über 100 Partnerorganisationen in Afrika, Lateinamerika und Asien und bietet die breiteste Palette fair gehandelter Lebensmittel (viele davon aus kontrolliert-biologischem Anbau und mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel) und Handwerksartikel. Die positive wirtschaftliche Entwicklung – eine Umsatzsteigerung von 90 Prozent in den letzten fünf Jahren auf 9,5 Millionen Euro – machte einen Neubau nötig. Mit der mehrfach ausgezeichneten Unternehmenszentrale, einem Niedrigenergiehaus, in der Flachgauer Gemeinde Köstendorf entspricht die EZA ihrer Verpflichtung als Klimabündnisbetrieb. Gleichzeitig leitete sie einen neuen Unternehmensauftritt ein und hat mit der Umgestaltung des Verpackungsdesigns begonnen.



„Die Grenzen des Wachstums sind im fairen Handel noch lange nicht erreicht – das hat erfreulicherweise auch das letzte Jahr gezeigt. Menschen können auch in ihrem täglichen Konsumverhalten die Weichen für eine nachhaltige Wirtschaftsweise stellen. Der Schritt fällt umso leichter, wenn er sich wie bei fair gehandelten Produkten mit persönlichem Genuss verbinden lässt. Das FAIRTRADE-Gütesiegel gibt Orientierung. Es steht für Unabhängigkeit und Verbindlichkeit.“

Andrea Schlehüser

Geschäftsführerin der EZA Fairer Handel

Seit seinen bescheidenen Anfängen in den 1950er Jahren ist aus dem fairen Handel eine weltweite Bewegung geworden. Mehr als 2.800 Weltläden verkaufen in Europa fair gehandelte Produkte. In Österreich sind es bereits 90 Weltläden, die als Fachgeschäfte für fairen Handel ein breites Sortiment an FAIRTRADE-zertifizierten Produkten anbieten. 1992 machte der Gesamtumsatz der Weltläden in Österreich 2,9 Millionen Euro aus, 2004 waren es etwa 8,4 Millionen Euro. Die Vernetzung der Weltläden in einer Arbeitsgemeinschaft (ARGE Weltläden) hat eine beeindruckende Professionalisierung bewirkt.



„Es ist gut, dass es FAIRTRADE gibt. Das hat sich auch 2005 wieder gezeigt. Eine wachsende Anzahl von Menschen im Süden hat damit neue Chancen auf ein Leben unter einigermaßen würdigen Umständen gewonnen. Das die bisher erreichten Markt-

anteile in Österreich noch immer als gering einzustufen sind, sollte uns allen als Handlungsrichtlinie gelten. Immerhin haben FAIRTRADE-Produkte bereits Stammplätze in den Regalen von Supermärkten und Bioläden erobert. In den Fachgeschäften des fairen Handels – den Weltläden – gilt „fair trade“ für alle Produkte aus dem Süden. Die Weltläden in Österreich leisten durch eine Stärkung der Wertschöpfung bei „Fairtrade“-HandwerkerInnen, kontinuierliche Infoarbeit, regelmäßige Kampagnen und kritische Hinterfragung neoliberaler Wirtschaftsinteressen ihren Beitrag in der Welt des fairen Handels. Fairer Welthandel – mehr als ein Feigenblatt? Fairer Handel – eine effiziente Form der Entwicklungszusammenarbeit! Herausforderungen gibt es noch genug, und gemeinsam mit FAIRTRADE werden wir 2006 wieder einige annehmen!“

Ernst Gassner

Vorsitzender der ARGE Weltläden



VOM KAFFEESTRAUCH IN DIE TASSE

EIN BERICHT VON GUNTHER LICHTENHOFER⁶

Die Früchte auf den Kaffeesträuchern haben letztendlich wenig mit dem schwarzen dampfenden und duftenden Getränk gemeinsam, das die meisten ÖsterreicherInnen in der Früh zu sich nehmen. Bis es zu einer Tasse Kaffee kommt, sind zahlreiche Arbeitsschritte notwendig, die den Campesinos – in diesem Fall von der Kooperative UCIRI (Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo) im Hochland im Süden Mexikos – einiges abverlangen.

Der Arbeitstag beginnt für die Campesinos um 4 Uhr, wie Nereyda Martínez Morales schilderte. Die Frauen bereiten das Frühstück, wobei das Grundnahrungsmittel – ebenso wie bei allen anderen Mahlzeiten des Tages – Maistortillas sind. Der Mais wird püriert, mit Wasser versetzt und ganz fein ausgewalzt, bevor die Tortillas geformt und auf Platten am offenen Feuer gebacken werden. Dreimal 20 Tortillas bäckt Nereyda, dann wird Wäsche gewaschen. Sind diese Arbeiten erledigt, begibt sich die ganze Familie auf die Plantage. Kaffee wächst als kirschenähnliche Steinfrüchte (Kaffeekirschen) auf bis zu drei Meter hohen Sträuchern. Wenn die Früchte reif sind, weisen sie meist eine rote oder gelbe Farbe auf. Die Kaffeesträucher benötigen

viel Schatten. Im mexikanischen Bergland werden sie direkt in den Wald gepflanzt. Die Campesinos ernten die Früchte per Hand, auf den steilen Abhängen hätte eine Maschine keine Chance – selbst wenn ein solches Erntegerät schon erfunden wäre.

Um an die Früchte in den oberen Regionen der Sträucher heranzukommen, biegen die Bauern die Pflanzen mit Stricken herunter. Ist alles abgeerntet, dürfen die Äste in ihre normale Position zurück. Die Früchte lassen die Campesinos in geflochtene Körbe fallen, die sie um den Bauch gebunden haben.

Bis 17 oder 18 Uhr wird geerntet, dann werden die Säcke mit den Kirschen nach Hause gebracht. Die eigentlichen Kaffeebohnen sind die beiden Samen (Kerne) der Frucht. Während Nereyda Martínez Morales das Abendessen bereitet, füllen ihr Mann und ihr Sohn die Früchte in einen so genannten Pulper, in dem die Kerne von Fruchtfleisch und Schale befreit werden: Dreht man die Kurbel des Pulpers, fallen die Kerne in einen Bottich, während auf der anderen Seite die Schalen und das Fruchtfleisch der Kirschen ausgeworfen werden.

Diese Abfallprodukte verwenden die UCIRI-Campesinos als Grundsubstanz für den Kompost, den sie selbst für die organische Kaffeeproduktion herstellen. Die Kaffeebohnen lassen sie zwölf Stunden sedimentieren, dann werden sie gewaschen und zum Trocknen aufgelegt. Früher diente dazu einfach ein Betonboden. Jetzt haben die UCIRI-Bauern dafür Gestelle mit Sieben auf zwei Ebenen konstruiert. Geschützt werden die Kaffee-

⁶ Austria Presse Agentur



Campesinos der Kooperative UCIRI, im Süden Mexikos, Februar 2006

bohnen mit einer Plastikplane; im Gegensatz zu früher kann Regen dem Kaffee nichts mehr anhaben.

Nach vier Tagen Trockenzeit ist so genannter Pergamentkaffee entstanden. Der Bauer bringt sein Produkt in die UCIRI-Zentrale in Lachiviza. Dort werden die Bohnen – maschinell – geschält und nach Qualität sortiert sowie für den Transport in Säcken abgepackt. Geröstet wird der Kaffee großteils in den Bestimmungsländern bzw. in den Zielhäfen. Hamburg etwa hat große Kaffeeröstereien.

UCIRI selbst besitzt eine kleine Rösterei für den Verkauf ihres Hauptprodukts im Inland. Das macht aber nur einen kleinen Teil der Ernte aus, die maximal 1500 Tonnen beträgt.

GERECHTE PREISE FÜR PRODUZENTEN

Eines der wichtigsten FAIRTRADE-Produkte und das in Österreich als erstes eingeführte ist Kaffee, nach Erdöl weltweit der zweitwichtigste Exportrohstoff. Ernteauffälle und der Zusammenbruch des Kaffeeabkommens 1989, das zuvor mittels Exportquoten für stabile Preise gesorgt hatte, führten zu starken Marktschwankungen. Im September 2002 etwa zahlte man nur rund 55 US-Dollar (46,10 Euro) im Durchschnitt für ein Quintal Kaffee (= 45,4 Kilogramm). Zum Vergleich: 1986, als es das Kaffeeabkommen noch gab, wurden auf dem Weltmarkt im Schnitt 195 US-Dollar bezahlt (nach derzeitigem Kurs 164 Euro). Das FAIRTRADE-System macht die ProduzentInnen von solchen Schwankungen unabhängig, es garantiert ihnen einen Mindestpreis von 121 Dollar pro Quintal Kaffee (101,5 Euro) – unabhängig vom dem, was am Weltmarkt bezahlt wird. Steigt der Weltmarktpreis

über diesen Wert, wird die höhere Summe bezahlt. Gefördert werden gezielt Kleinbauern, die sich in Genossenschaften wie UCIRI im Süden Mexikos zusammengeschlossen haben. Die Genossenschaften erhalten auch in jedem Fall eine Prämie von 5 US-Dollar (4,19 Euro) pro Quintal für soziale Entwicklungsprojekte; über die Verwendung der Prämie hat die gesamte Kooperative zu entscheiden. UCIRI bekommt beispielsweise noch einmal 15 US-Dollar (12,58 Euro) Ökologieprämie pro Quintal, weil der Kaffee organisch angebaut wird.



FAIRTRADE-Kaffee in Österreich

Absatz 2005: rd. 570.870 kg

Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +10 %

Bioanteil: rd. 75 %

GEMEINSAM STARK

Ermöglicht wurde der Erfolg 2005 nur durch die vereinten Kräfte unserer UnterstützerInnen und der ehrenamtlichen MitarbeiterInnen in Österreich sowie durch den Erfolg der PartnerInnen vor Ort.



„Der WWF hat das große Ziel, ein harmonisches Miteinander von Mensch und Natur auf dieser Erde zu ermöglichen. Um uns dieser Herausforderung stellen zu können, müssen wir die sozialen Umstände der Menschen in den Naturschutz integrieren. In den Ländern des Südens gehen finanzielle Armut und Umweltzerstörung Hand in Hand. In den Industrienationen hingegen müssen wir an den Konsumgewohnheiten ansetzen, wenn wir unsere Umwelt langfristig erhalten wollen. FAIRTRADE setzt genau hier an und bietet eine gangbare und zukunftsweisende Lösung, bei der alle gewinnen!“

Dipl.-Ing. Dr. Hildegard Aichberger
Geschäftsführerin des WWF Österreich



„Die Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar findet sich mit Armut und Ungerechtigkeit in der ‚Dritten Welt‘ nicht ab. Mit den Sternsingerspenden bewegen unsere PartnerInnen im Süden für über eine Million Menschen unglaublich viel Positives. Viele andere könnten in Eigenverantwortung ihr Leben verbessern, wenn sie für ihre Rohstoffe gerechte Preise erhalten würden und ihnen für ihre Arbeit gerechte Löhne bezahlt würden. Dafür sorgt FAIRTRADE. Sternsingen und FAIRTRADE sind zwei Aktionen mit dem gleichen Ziel: ein Stück mehr Fairness für die Menschen im Süden.“

Mag. Christoph Gleirscher
Geschäftsführer der Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs



„Es gibt keinen ungestörten Fruchtgenuss des Reichtums. Alle Hochkulturen, die versuchten, ihren Reichtum für sich zu behalten, gingen unter. In Zeiten der Globalisierung muss es das vordringlichste Anliegen sein, allen Menschen die gleichen Chancen auf Leben, auf Zukunft zu eröffnen. Wie schön, wenn ein System wie FAIRTRADE es dem Einzelnen so leicht macht, einen kleinen, aber wichtigen Beitrag zu mehr Gerechtigkeit zwischen Nord und Süd zu leisten. Und wie schön, wenn dies noch dazu derart genussvoll ist.“

Franz Küberl
Präsident der Caritas Österreich



„Marktführer zu sein und Erfolg zu haben heißt für mobilkom austria auch, soziale Verantwortung zu übernehmen. Die Kooperation zwischen FAIRTRADE und uns gibt es schon seit dem Frühjahr 2003. Mittlerweile ist FAIRTRADE Teil des mobilkom-austria-Alltags geworden. Dadurch hat sich bei uns im Laufe der Jahre eine richtige FAIRTRADE-Fangemeinde entwickelt. Extern binden wir die Produkte bei unseren Veranstaltungen und Pressekonferenzen mit ein.“

Dipl.-Ing. Dr. Boris Nemsic
Generaldirektor der mobilkom austria



„In Kaufentscheidungen sollen auch ethische und ökologische Aspekte der Produkterzeugung einbezogen werden. FAIRTRADE Österreich verstärkt bei heimischen Konsumentinnen und Konsumenten dieses Bewusstsein. ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ – der Grundsatz ist Raiffeisen und FAIRTRADE gemeinsam. Deshalb unterstützt die Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien FAIRTRADE Österreich.“

Generaldirektor Dkfm. Peter Püspök
Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien



FAIRTRADE- FLOWERPOWER

Der Blumenhandel ist ein hartes Geschäft: Der größte Teil des Handels läuft über die große Blumenbörse in Amsterdam. Der genaue Preis einer Blume entscheidet sich erst direkt vor Ort an der Börse, Preisschwankungen von 10 Cent bis 1 Euro pro Blume sind möglich. Die Arbeitsbedingungen auf den meisten Blumenfarmen werden häufig von niedrigen Löhnen, schlechten Arbeitsbedingungen und großem Einsatz von zum Teil hochgiftigen Pflanzenschutzmitteln bestimmt. Fehlender Arbeitsschutz führt zu Unfällen, fehlender Umweltschutz zu lokalen Belastungen; unzureichende Arbeitsverträge und Arbeitszeitregelungen schaffen familiäre Probleme.

Seit Herbst 2005 gibt es Rosen mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel.



FINLAY FLOWERS FARM

Auf der FAIRTRADE-zertifizierten Finlay Flowers Farm nordwestlich von Nairobi arbeiten weit mehr als 2300 MitarbeiterInnen nach FAIRTRADE-Standards.⁷ Das bedeutet: faire Löhne, sichere soziale Grundrechte, Verbot von Kinderarbeit, Gewerkschaftsfreiheit, Gesundheitsschutz und soziale Projekte für die ArbeiterInnen und ihre Familien. Ein Gremium aus Vertreterinnen und Vertretern der Arbeiterschaft und des Managements – der so genannte Joint Body – entscheidet über die Verwendung der FAIRTRADE-Sozialprämien.

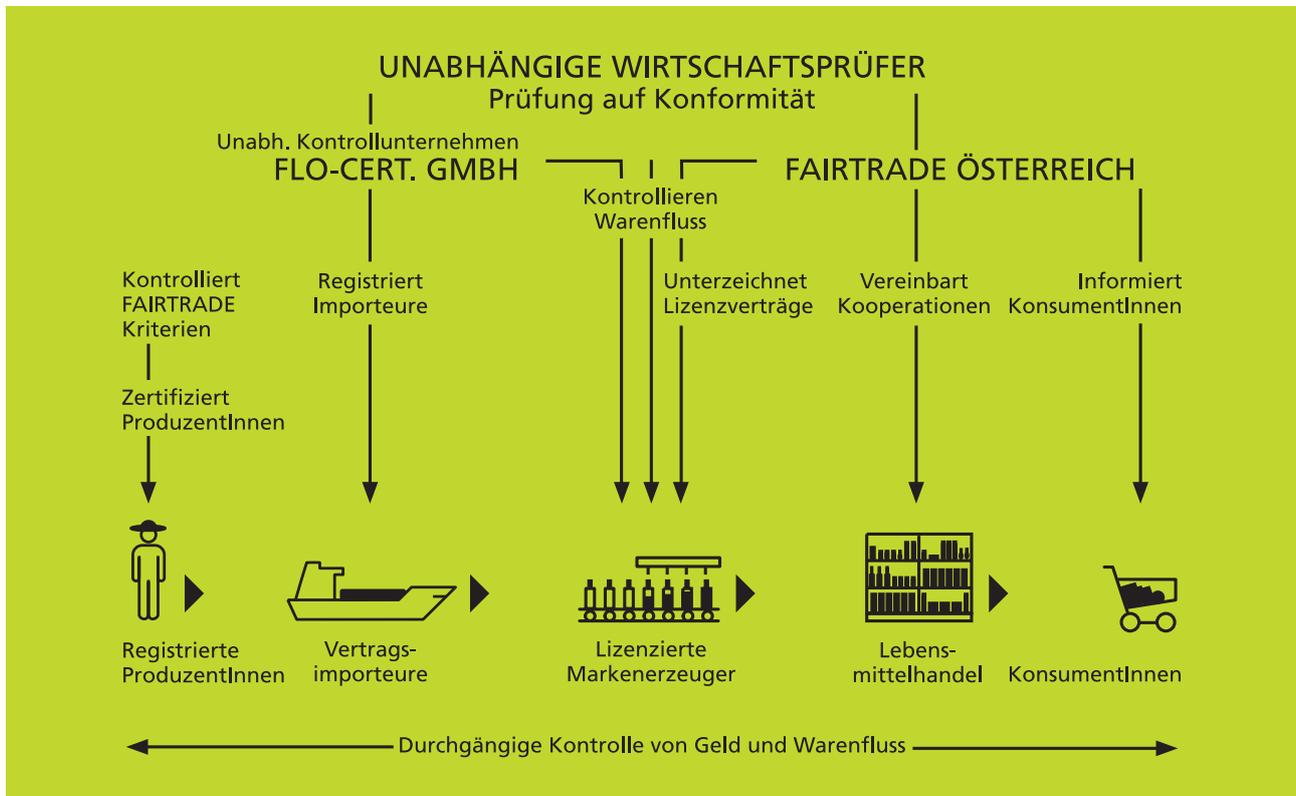
Die Prioritäten setzen die ArbeiterInnen. So wurden beispielsweise Moskitonetze angeschafft und man gründete einen polytechnischen Lehrgang, in dem 14- bis 18-Jährige zu SchneiderInnen und MechanikerInnen ausgebildet werden. Ein weiteres gutes Beispiel für die Verwendung der Sozialprämie ist das Hospital von Finlay Flowers. Malaria und AIDS sind die häufigsten Krankheiten. Das große Problem AIDS wird mit Aufklärungsprogrammen und der Verteilung von Kondomen bekämpft. Als Schutz vor Malaria werden verstärkt Moskitonetze angeschafft. Mit Erfolg: Die Zahl der Neuinfektionen ist bereits zurückgegangen!

FAIRTRADE-Rosen in Österreich

Absatz 2005: rd. 1.480.000 Stiele

⁷ Die FAIRTRADE-Kriterien basieren auf den weltweit anerkannten Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) zum Schutz der ArbeiterInnen. Sie integrieren die spezifischen Standards des Internationalen Code of Conduct für Schnittblumen (ICC). Im Umweltbereich werden ökologische Mindeststandards und kontinuierliche Verbesserungen dieser Standards vorausgesetzt.

DAS FAIRTRADE-SYSTEM



FAIRTRADE ist eine Gütesiegelinitiative, verkauft selber keine Produkte und ist weltweit die größte unabhängige Zertifizierungsstelle für soziale Kriterien. Um die Glaubwürdigkeit des FAIRTRADE-Siegels zu gewährleisten, ist eine unabhängige Kontrolle – ohne wirtschaftliches Eigeninteresse – von größter Bedeutung. Hinter dem FAIRTRADE-Zeichen steht ein internationales System, das durch effiziente Kontrollen die Einhaltung der internationalen FAIRTRADE-Kriterien sicherstellt.

Im Folgenden ein Gespräch mit Sylvia Calfat, FLO-Inspektorin, São Paulo, Brasilien

Könnten Sie kurz das Zertifizierungssystem der FLO erklären?

Calfat: Das Zertifizierungssystem der FLO garantiert die Transparenz bzw. Rückverfolgbarkeit der Produkt- und Geldmittelflüsse sowie die Nachhaltigkeit der Wirtschaftsbeziehungen innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette des fairen Handels. Anders ausgedrückt: Das System stellt sicher, dass einerseits die registrierten ProduzentInnenorganisationen für ihre Produkte den garantierten Mindestpreis, die Sozialprämie und die vorgesehene Vorfinanzierung bekommen und dass andererseits die mit dem FAIRTRADE-Siegel ausgezeichneten Produkte auch tatsächlich und ausschließ-



lich von diesen registrierten Organisationen hergestellt worden sind.

Was umfasst eigentlich Ihr Aufgabenbereich? Was genau inspizieren Sie?

Calfat: Meine Aufgabe als Inspektorin ist es festzustellen, ob die zu überprüfende ProduzentInnenorganisation die FLO-Kriterien einhält, so dass die KonsumentInnen sicher sein können, mit dem Kauf eines fair gehandelten Produktes die Arbeiter und Bauern in

den Ländern des Südens auch tatsächlich zu unterstützen und sie in ihrer wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung zu fördern. Ich gebe Ihnen ein paar Beispiele für Fragen, die im Rahmen einer Inspektion beantwortet werden müssen:

1. Leistet der faire Handel für die Organisation einen Entwicklungsbeitrag?
2. Besteht die Organisation tatsächlich aus KleinproduzentInnen?
3. Ist die Gruppe demokratisch organisiert? Können die Mitglieder abstimmen, gibt es demokratische Statuten? Gibt es eine Hauptversammlung, in der die Mitglieder Informationen darüber erhalten, was in der Organisation läuft, und die Möglichkeit haben, ihre Zustimmung/Ablehnung zum Ausdruck zu bringen?
4. Nehmen die Mitglieder an Sitzungen teil?
5. Wie steht es mit der Transparenz in der Organisa-



Die brasilianische Kooperative CEALNOR verarbeitet seit einigen Jahren Orangen zu Saftkonzentrat.

- tion? Werden die Jahresabschlüsse und Pläne der Organisation von den Mitgliedern genehmigt? Gibt es einen ausreichenden Informationsfluss von der Organisationsleitung zu den Mitgliedern?
6. Gibt es in der Organisation irgendeine Form von Diskriminierung? Bestehen Programme zur Förderung von Minderheiten und ihrer Mitwirkung in der Organisation?
 7. Wird die FAIRTRADE-Prämie für das gemeinschaftliche Wohl der Organisation eingesetzt? Ist ihre Verwendung von der Hauptversammlung genehmigt worden? Gibt es für die Verwendung der Prämie einen General- und einen Finanzplan, und sind diese Pläne von der Hauptversammlung genehmigt worden? Wird/wurde die Verwendung auch ausreichend dokumentiert?
 8. Verbessert die Organisation laufend ihre Wirtschaftskraft? Erwirtschaftet sie die für den laufenden Betrieb notwendigen Mittel und verringert damit ihre Abhängigkeit von der Fremdfinanzierung? Wie steht es mit der Ausbildung der Mitglieder? Bietet die Organisation Ausbildungsmöglichkeiten an?
 9. Gibt es in der Organisation Kinder- oder Zwangsarbeit?

Bei Organisationen, die eine eigene Verarbeitungseinrichtung oder eine Plantage besitzen, wird ermittelt, ob die Arbeiterrechte eingehalten werden, ob die ArbeiterInnen eine anständige Entlohnung aufgrund von gesetzlich bindenden Arbeitsverträgen erhalten, ob sie das Recht haben, einer Gewerkschaft beizutreten, einen Betriebsrat zu bilden und kollektiv mit den Arbeitgebern zu verhandeln, ob ihnen die entsprechenden Werkzeuge und Arbeitskleidung zur Verfügung gestellt werden und ob ihre Sicherheit am Arbeitsplatz gewährleistet ist.

Für welche Produkte sind Sie zuständig?

Calfat: In meine Zuständigkeit fällt die Inspektion von KleinproduzentInnen in Brasilien, und zwar unabhängig vom Produkt, das sie erzeugen. Ich habe bisher schon Kaffee-, Mango-, Zitrusfrüchte- und NussproduzentInnen überprüft und ein paar Trainingsinspektionen bei ZuckerproduzentInnen in Paraguay durchgeführt.

Wenn eine neue ProduzentInnenorganisation am FAIRTRADE-System teilnehmen will, wie geht sie da vor?

Calfat: Als ersten Schritt muss die Organisation die FAIRTRADE-Standards für ihr Produkt genau studieren und feststellen, ob sie die Mindestanforderungen erfüllen kann. Wenn das der Fall ist, kontaktiert sie die FLO und fordert einen Beitrittsantrag an. Es gibt für jedes Produkt unterschiedliche Antragsverfahren. Nachdem der Antrag ausgefüllt und der FLO-Cert zugesandt worden ist, überprüft diese, ob der Antragsteller tatsächlich den Mindestanforderungen entspricht und ob eine Nachfrage nach dem Produkt besteht. Nach dem positiven Abschluss dieser Voruntersuchung kann die FLO-Cert zusätzliche Unterlagen anfordern, und sie schickt der Organisation schließlich eine Rechnung über die Beitrittsgebühr. Nach Eingang der Zahlung ist die Organisation für die erste Inspektion bereit. Wenn diese Inspektion bestätigt, dass die Organisation die Mindestanforderungen der FLO erfüllt, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie auch tatsächlich zertifiziert wird, sehr hoch. Die endgültige Entscheidung darüber trifft allerdings das Zertifizierungskomitee der FLO-Cert. Wenn eine Organisation den Mindestanforderungen noch nicht gerecht wird, werden ihr die Vorbedingungen für die Erlangung einer Zertifizierung zugestellt.

EINKAUFSFÜHRER

WO GIBT'S FAIRTRADE-PRODUKTE

	Magnet/Edeka-Center	ADEG/Edeka	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	Weltläden	Winkler Märkte	Zielpunkt
Kaffee	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗		✗		✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
Tee	✗			✓	✓		✗			✗				✗	✗	✓	✓	✓	✓		✗	✗	✗
Bananen	✗	✓	✗		✓		✗		✗	✗		✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓				✗	
Orangensaft	✗	✓	✗	✓	✗	✓	✗	✗		✗		✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	
Honig							✗			✗		✗						✗				✗	
Schokolade				✓	✓	✓	✗			✗	✗	✗		✗	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Kakao	✗			✓	✓		✗			✗		✗	✗	✗		✓	✓	✓	✓		✗	✗	✗
Rohrzucker	✗	✗	✗	✓	✗		✗			✗		✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗		✓	✗	✗	✗
Reis			✗	✓			✗			✗		✗	✗	✗		✓	✓	✓	✓		✗	✗	✗
Multifruchtsaft	✗			✓			✗			✗		✗				✗	✗	✓	✓		✗	✗	✗
Guaranito	✗			✓		✓													✓		✗	✗	✗
Wein																					✓	✓	✗
Eiskaffee						✗	✗			✗			✓					✗		✓	✓		
Rosen			✓				✗			✗		✗		✓		✓	✓						
Marmelade																					✓		

Stand April 2006. ✗ erhältlich, ✓ erhältlich, aber nicht in allen Filialen



FAIRTRADE-PRODUKTE UND -LIZENZNEHMER



WEITERE PRODUKTE

FAIRTRADE-Bananen

Absatz 2005: rd. 2.805.000 kg
 Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +47 %
 Bioanteil: 100 %

FAIRTRADE-Schokolade

Absatz 2005: rd. 296.000 kg
 Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +94 %
 Bioanteil: rd. 28 %

FAIRTRADE-Fruchtsäfte

Absatz 2005: rd. 685.000 l
 Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +43 %
 Bioanteil: rd. 21 %

FAIRTRADE-Reis

Absatz 2005: rd. 88.000 kg
 Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +71 %
 Bioanteil: 100 %

FAIRTRADE-Tee

Absatz 2005: 9.900 kg
 Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +14 %
 Bioanteil: rd. 87 %

FAIRTRADE-Kakao

Absatz 2005: 40.150 kg
 Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +21 %

FAIRTRADE-Zucker

Absatz 2005: rd. 235.000 kg
 Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: +161 %
 Bioanteil: rd. 92 %

FAIRTRADE-Sportbälle

Absatz 2005: 1.600 Stück

FAIRTRADE-T-Shirts aus Baumwolle

Absatz 2005: 4.070 Stück

LIZENZNEHMER 2005

Kaffee: Kaffeerösterei Alt Wien | EZA Fairer Handel GmbH | Firma J. Hornig GmbH | Julius Meinl Austria Industrie GmbH | Saeco Austria AG | Spar Österreichische Warenhandels AG | Starbucks Coffee Austria GmbH | Idee Kaffee Vertriebsges. m. b. H. | Neuteboom B. V. | Schirmer Kaffee GmbH | Kaffeerösterei Viersen GmbH | Kaffeerösterei Hubert Tempelmann e. K.

Instantkaffee: café+co Automatencafé & Service GmbH | Reinhard Schweitzer GmbH

Instantkakao: Reinhard Schweitzer GmbH

Kakao: EZA Fairer Handel GmbH | Julius Meinl Austria Industrie GmbH | Neuteboom B.V.

Tee: Demmer Handelsges. m. b. H. | EZA Fairer Handel GmbH | Firma J. Hornig GmbH | Julius Meinl Austria Industrie GmbH | Neuteboom B. V. | Teekanne GmbH

Schokolade: Confiserie de Fries GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Julius Meinl Austria Industrie GmbH | Zotter Schokoladenmanufaktur GmbH | gepa Fair Handelshaus

Bonbons: Bodeta Süßwaren GmbH

Zucker: Agrana Marketing- und Vertriebsservice GmbH | Eine Welt Handel AG | EZA Fairer Handel GmbH | Spar Österreichische Warenhandels AG

Honig: Julius Meinl Austria Industrie GmbH | Fürsten-Reform Dr. med. Hans Plümer Nachf. GmbH & Co. KG

Marmelade: Trausners Genuss Werkstatt

Reis: EZA Fairer Handel GmbH

Wein: Peter Riegel Weinimport GmbH

Orangensaft: EZA Fairer Handel GmbH | Hermann Pfanner Getränke GmbH

Fruchtsaft: Vita Verde GmbH

Bananen: Spar Österreichische Warenhandels AG | Fyffes PLC | Zeilberger Fruit Service AG | AgroFair B. V.

Blumen: Diskoflora B. V. | Omniflora Blumen Center GmbH

Baumwolle: La Redoute S. A.

Sportbälle: EZA Fairer Handel GmbH | Tramondi Germany

FINANZBERICHT 2005: GESTEIGERTES WACHSTUM

AUFBRINGUNG DER MITTEL

Bei den Erlösen erreichen die Lizenzeinnahmen im Jahr 2005 309.960 Euro und sind mit 37 % erstmals der größte Einzelposten in der Gesamtfinanzierung von FAIRTRADE. Ihr jährliches Wachstum hat in den letzten Jahren stetig zugelegt: von +14 % 2003 auf +32 % 2004 und auf +54 % 2005. Die höchsten Lizenzeinnahmen erbringen die Produkte Kaffee, Bananen, Schokolade, Fruchtsaft und Zucker. Zucker und Schokolade erreichen die höchsten Wachstumsraten. Die Lizenzeinnahmen erreichen im 4. Quartal 2005 nicht nur im Jahresvergleich, sondern auch im Vergleich zu den Quartalen der vergangenen Jahre einen absoluten Höchstwert. Die Hauptgründe dafür sind die Einführung von Rosen und ein weiterer Vertriebsweg für Bananen.

Lizenzeinnahmen 2005 in EUR		
Kaffee	102.140	+18 %
Bananen	84.122	+47 %
Schokolade	56.691	+155 %
Fruchtsaft	19.813	+49 %
Zucker	18.522	+156 %
Andere Produkte	28.372	+84 %
Summe	309.660	+54 %

Der Sammelposten Zuschüsse und Förderungen ergibt 55 % der FAIRTRADE-Gesamtfinanzierung und hat sich im Vergleich zu 2004 um -23 % entwickelt. Er umfasst die Zuschüsse und Förderungen der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit im BMaA, der Träger- und Kirchenorganisation sowie der Unternehmen und Institutionen für das Marketingprojekt, die Förderungen der Länder Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg und der Stadt Wien für die Informationsprojekte, die Förderung der DKA für das Projekt „Umstellung von Unternehmen und Leitbetrieben auf FAIRTRADE-Produkte“ und die Förderung des Landes Niederösterreich für das Projekt „Umstellung von Gemeinden auf FAIRTRADE-Produkte“.

VERWENDUNG DER MITTEL

Die FAIRTRADE-Gesamtaufwendungen umschließen den Personalaufwand von 40 %, den Projektaufwand von 42 % und den sonstigen Aufwand von 18 %. Die Überleitung des Personal-, Projekt- und sonstigen Aufwands in direkt projektbezogene Kosten ergibt einen Projektanteil von 75 % an den FAIRTRADE-Gesamtkosten. Das heißt, drei Viertel der Ausgaben sind Investitionen in FAIRTRADE-Projekte.



Die Beiträge an die Dachorganisation FLO zur Zertifizierung der ProduzentInnen und zur Kontrolle des internationalen Vertriebsnetzes der FAIRTRADE-Produkte sind im Posten sonstiger Aufwand inkludiert.

JAHRESERGEBNIS

Im Geschäftsjahr 2005 erzielt FAIRTRADE einen Jahresüberschuss von 88.572 Euro; daraus ergibt sich ein Eigenkapital von 142.462 Euro. Die Höhe des Jahresüberschusses kann im Wesentlichen auf das angesprochene 4. Quartal 2005 zurückgeführt werden. Die Einführung der Rosen und der weitere Vertriebsweg für Bananen übertreffen bei weitem die Erwartungen der Finanzplanung. Dieser Erfolg lässt ein großes Potential erhoffen; aus diesem saisonalen Anstieg kann allerdings noch kein langfristiger Trend abgeleitet werden. Mit der Ausweitung der FAIRTRADE-Produktkategorien steigt auch das Risiko von Schwankungen der Lizenzeinnahmen. Eine vorausschauende Finanzplanung hat diesen Umstand zu berücksichtigen.

ÜBERPRÜFUNG DER FINANZGEBARUNG

Die Finanzgebarung 2005 wurde von Wirtschaftsprüfer Mag. Wilhelm Zmatlo überprüft und testiert.



FINANZGEBARUNG 2005

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

ERLÖSE	2005	2004
	EUR	EUR
Lizeneinnahmen	309.960	200.656
Mitgliedsbeiträge	14.066	13.554
Zuschüsse und Förderungen	465.000	605.237
Marketingprojekt	386.000	542.159
BMAA	240.000	275.000
Träger	62.900	103.341
Kirche	25.300	30.101
Sponsoren	57.800	133.717
Sonstige Projekte (BL, DKA etc.)	79.000	63.078
Spenden (inkl. FAIRTRADE-Aktie)	38.616	81.254
Sonstige betriebliche Erträge	19.639	28.707
SUMME ERLÖSE	847.281	929.408

AUFWENDUNGEN	2005	2004
	EUR	EUR
Personalaufwand	303.992	290.457
Projektaufwand	315.721	457.901
Marketingprojekt, sonstige Projekte (BL, DKA etc.)	308.190	435.597
FAIRTRADE-Aktie	7.531	22.304
Sonstiger Aufwand	138.996	161.433
Miet- und Betriebsaufwand, Instandhaltung	44.872	40.362
Mitgliedsbeiträge (Dachverband etc.)	33.578	56.620
Sonstiger betrieblicher Aufwand	60.546	64.451
SUMME AUFWENDUNGEN	758.709	909.791
JAHRESÜBERSCHUSS	88.572	19.617

BILANZ

AKTIVA	2005	2004
	EUR	EUR
Anlagevermögen	15.752	12.616
Immaterielle Vermögensgegenstände		
Software	3.690	1.110
Sachanlagen		
Betriebs- und Geschäftsausstattung	7.197	6.641
Finanzanlagen		
Wertpapiere/Abfertigungsrücklage	4.865	4.865
Umlaufvermögen	287.569	221.138
Vorräte		
Informationsmaterialien	8.570	5.079
Forderungen		
Forderungen Lieferungen und Leistungen	23.247	13.070
Sonstige Forderungen	158.897	98.061
Kassabestand, Bankguthaben	96.855	104.928
Rechnungsabgrenzungen	2.099	1.063
SUMME AKTIVA	305.419	234.817

PASSIVA	2005	2004
	EUR	EUR
Eigenkapital	142.462	53.890
Anfangskapital	53.890	34.273
Jahresüberschuss	88.572	19.617
Rückstellungen	32.618	16.720
Abfertigungsrückstellungen	4.317	3.096
Rückstellungen DKA-Projekt	15.000	–
Sonstige Rückstellungen	13.301	13.624
Verbindlichkeiten	130.339	152.707
Bankverbindlichkeiten	–	5.530
Verbindlichkeiten Lieferungen und Leistungen	–	46.539
Kleindarlehen	76.344	79.541
Sonstige Verbindlichkeiten	53.994	21.097
Rechnungsabgrenzungen	–	11.500
SUMME PASSIVA	305.419	234.817

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 Christian Anderl, Rebekka Bakken, Andrea Händler, Miriam Hie, Reinhard Jesionek, Isabella Krassnitzer, Marika Lichter, Volker Piesczek, Toni Polster, Andrea Radakovits, Hary Raithofer, Gerhard Rekel, Rising Girl, Claudia Stöckl, Fritz Stuchlik, Daniela Zeller, Franz Zödl.

Insbesondere bedanken wir uns für die finanzielle Unterstützung bei

Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im BMaA
Caritas Österreich
Diözese Eisenstadt (Fastenaktion Eisenstadt)
Diözese Gurk-Klagenfurt
Diözese Innsbruck
Diözese Linz
Diözese St. Pölten
Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs
Investkredit Bank AG
Katholische Frauenbewegung Österreichs
Katholische Männerbewegung Österreichs
Kommunalkredit Austria AG
Land Niederösterreich
Land Oberösterreich
Land Salzburg
mobikom austria
Oesterreichische Kontrollbank AG
Oesterreichische Nationalbank
Raiffeisenlandesbank Niederösterreich-Wien AG
Rübenbauernbund für Niederösterreich und Wien Stadt Wien
Welthaus Diözese Graz-Seckau
Wirtschaftskammer Österreich
WWF Österreich

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

TRÄGERORGANISATIONEN

FAIRTRADE wird von einer breiten, überparteilichen Öffentlichkeit getragen. Folgende 28 Organisationen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Kirche, Ökologie, Bildung und Soziales sind daran beteiligt:

A3W – Aktion Dritte Welt
ARGE Weltläden
Bundesjugendvertretung
CARE Österreich
Caritas Österreich
CONA Österreich
„die Umweltberatung“ – Verband Österreichischer Beratungsstellen
Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs
Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission
Evangelische Jugend
Gewerkschaft Agrar-Nahrung-Genuss
Grüne Bildungswerkstatt
Horizont3000 – Österreichische Organisation für Entwicklungszusammenarbeit
Institut für Englische Wirtschaftskommunikation an der WU Wien
Katholische Frauenbewegung Österreichs
Katholische Jugend Österreich
Katholische Männerbewegung Österreichs
Katholischer Familienverband der Erzdiözese Wien
Klimabündnis Österreich
LICHT FÜR DIE WELT – Christoffel Entwicklungszusammenarbeit
Österreichische Bergbauernvereinigung
Österreichische Hochschülerschaft
Österreichisches Nord-Süd-Institut für Entwicklungszusammenarbeit
Österreichisches Ökologie-Institut für angewandte Umweltforschung
Oikocredit
Renner-Institut
Südwind-Entwicklungspolitik
WWF (World Wildlife Fund for Nature) Österreich



FAIRTRADE INTERN

FAIRTRADE Österreich wurde 1993 als gemeinnütziger Verein von elf großen FAIRTRADE-AkteurInnen (z. B. Aktion Dritte Welt, ARGE Weltläden, Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs, Katholische Frauenbewegung Österreichs, Caritas Österreich) gegründet. FAIRTRADE handelt als unabhängige Siegelinitiative nicht selbst mit Waren, sondern vergibt das Siegel für fair gehandelte Produkte. Das FAIRTRADE-Gütezeichen garantiert menschenwürdige Arbeitsbedingungen und faire Bezahlung, fördert ökologische Produk-

tionsweisen, schafft Marktzugänge für Kleinbauernorganisationen und gewährleistet Transparenz in den Herstellungs- und Handelsbedingungen. FAIRTRADE ist wirkungsvolle Entwicklungszusammenarbeit!

Kernaufgaben

- Sicherung des Marktzugangs zu fairen Bedingungen für ProduzentInnen und ArbeiterInnen aus benachteiligten Regionen des Südens
- Kontrolle und Zertifizierung von Produkten mit dem FAIRTRADE-Gütezeichen nach den internationalen Standards der FLO

FAIRTRADE-VORSTAND



Traude Novy
Vorstandsvorsitzende



Gabriela Sonnleitner
Stellvertretende
Vorstandsvorsitzende



Ernst Gassner



Christian Herret



**Michaela
Hinterberger**



Stefan Moidl



Rupert Roniger
(2005 ausgeschieden)



Herbert Starmühler
(2005 ausgeschieden)



Helmut Adam
Vorstands- und
Ehrenmitglied



Heinz Gabler
Ehrenmitglied



Helmuth Hartmeyer
Ehrenmitglied

FAIRTRADE-BÜRO



Georg Gruber
Geschäftsführer
(seit Jänner 2006)



Barbara Studeny
Geschäftsführerin
(im Dezember 2005
ausgeschieden)



**Gertraud
Akgün-Krenn**
Unternehmensservice



Sebastian Claire
Auszubildender
Bürokaufmann



Dile Idrizaj
Buchhaltung, Office



Beate Irani
Marketing,
Key Accounting,
Betreuung Handel



Annemarie Kollmann
FAIRTRADE-Pool,
Events und
Verkostungen



Stefan Lechner
Marketing, Betreuung
Lizenznehmer



Veronika Polster
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit



Monika Vessel
Officemanagement,
Prominentenbetreuung



Josef Weidacher
Universitäts- und
Schulreferent,
Betreuung von
Anfragen, Vorträge



**Robert
Wolfsberger**
Controlling,
Trade Auditing

PraktikantInnen und Trainees: Boris Eder | Nadja Gradinger | Melanie Hacker | Petra Hendler | Barbara Hofbauer | Sandra Jetzinger | Renata Krenn | Gerhard Kreuch | Beate Lex | Ellen Liebl | Gudrun Maier | Stefan Mey | Johanna Pany | Ewald Sarugg | Fanny Vilchez Espinoza

ReferentInnen: Karin Amesberger | Martin Bartenberger | Martina Csapo | Christina Großmann | Brigitte Haiden | Eva Hollenthoner | Rosalie Hübl | Andrea Jamek | Sabine Klaf | Mario Klösch | Katharina Maier | Christine Morauf | Sabine Pinterits | Eleonora Rueda | Michaela Schaitl | Anneliese Schieglhofer | Daniela Sommer | Anna Starkbaum | Lydia Steinmassl | Thomas Wackerlig | Irmgard Wiesner

RechnungsprüferInnen für den Abschluss 2005: Gabriele Fittl und Rupert Helm-Wakolbinger



FAIRTRADE ist wirkungsvolle Entwicklungszusammenarbeit.

INFO-HOTLINE: 0810 500 770