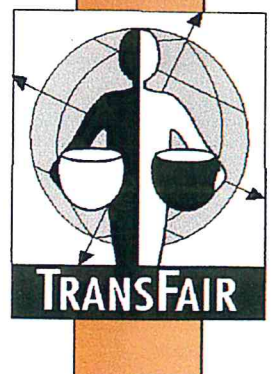


Jahresbericht 2000



Auf dem Weg in eine bessere Zukunft

So ziemlich alle ExpertInnen, die sich mit der Materie beschäftigt haben, sind sich einig: FairTrade ist ein zukunftsfähiges Konzept, das sich wohltuend von der aktuellen Weltwirtschaftsordnung abhebt. FairTrade basiert auf zwei Fundamenten: sozialer und ökologischer Verträglichkeit in der Produktion und fairen Handelsbedingungen zwischen Süd und Nord, die ohne die Jahrhunderte lang praktizierte Ausbeutung der südlichen Hemisphäre auskommen. Fairer Handel ist auch ein effizientes Instrument der Entwicklungsförderung, das eine der wesentlichsten Fragen der Entwicklungspolitik aufgreift: wirksame Armutsbekämpfung.

Die Erfolgsgeschichte des FairTrade gehört neben der - wenn auch sehr zögerlich beginnenden - Entschuldung der finanzschwächsten „Entwicklungsländer“ und der Verhinderung des MAI-Abkommens (Multilateral Agreement on Investment) zu den wenigen Dingen, die in der letzten Dekade des aus-klingenden Jahrhunderts im Kapitel Entwicklungspolitik auf der Habenseite verbucht werden können.

FairTrade hat wie Markt-Studien zeigen enormes Potential. Dieses konnte bisher - mit Ausnahme der Schweiz - noch in keinem Land wirklich genutzt werden. Einfach deshalb, weil die finanziellen Mittel dafür nicht bereit standen. Eine Marktanalyse in Österreich aus 1999 ermittelt einen Bedarf von gut 30 Mio. Schilling für Marketing-Aufwendungen, um zehnfache Umsätze zu ermöglichen. Diese Investition rechnet sich in kürzester Zeit: innerhalb von vier Jahren fließen dadurch weit über 100 Millionen an zusätzlichen Einnahmen an sozial schwache Gruppen im Süden.

TransFair hat im Jahr 2000 - neben der Weiterentwicklung des Bestehenden - seinen Focus darauf gerichtet, diese Zukunftsvision vorzubereiten: die Umsetzung eines Marketing-Projektes, mit dem das FairTrade-Potential in Österreich erheblich besser als bisher ausgeschöpft werden kann. Denn erst damit wird der wesentlichste Beitrag, den FairTrade leisten kann, erfüllt: mehr ProduzentInnen im Süden ein selbstbestimmtes Leben in Würde zu ermöglichen.

Wir freuen uns, dass schon 2001 erste bedeutende Schritte gesetzt werden können, um aus dieser Vision Wirklichkeit zu machen.

Helmut Adam
GF TransFair Österreich



Fairer Handel rund um den Globus

Die Wurzeln des Fairen Handels reichen in die 60er-Jahre zurück. Damals wurde in den Niederlanden der erste „Dritte-Welt-Laden“ eröffnet. Diesem folgten bald Importorganisationen für Produkte aus Fairem Handel und 1988 soziale Gütesiegel-Initiativen. Inzwischen hat sich weltweit ein dichtes Netz aus FairTrade-Organisationen entwickelt, von denen die meisten eng kooperieren.

Drei Netzwerke in den Industriestaaten

Die unter dem Dach von NEWS (Network of European Worldshops) zusammengeschlossenen Weltläden können allein in Europa auf über 2000 Fachgeschäfte des Fairen Handels verweisen. Sie beziehen ihre Waren überwiegend von den im Dachverband EFTA (European FairTrade Association) zusammengeschlossenen Importorganisationen des Alternativhandels (bei uns EZA GmbH). Die FairTrade-Label-Initiativen haben 1997 mit „FairTrade Labelling Organizations - FLO International“ einen Dachverband gegründet, in dem 17 Siegel-Initiativen auf drei Kontinenten und zahlreiche ProduzentInnen-Gruppen in Afrika, Asien und Lateinamerika zusammenarbeiten. Den Label-Initiativen gelang es, hunderte von Verarbeitungsfirmen und zehntausende von Supermärkten in das Netzwerk des FairTrade einzubeziehen und so Produkte aus Fairem Handel im täglichen Einkauf verfügbar zu machen.

ProduzentInnen: Bauernfamilien und ArbeiterInnen

FLO hat gemeinsame ProduzentInnen-Register für Kaffee, Kakao, Zucker, Tee, Honig, Bananen und Orangen eingerichtet. Zu Ende des Jahres 2000 waren in die Register 216 Kooperativen mit 452.000 Bauernfamilien sowie etwa 40.000 ArbeiterInnen in 36 Plantagenbetrieben eingeschrieben. Den grössten Anteil stellen die Kaffee-Kleinbauernfamilien, gefolgt von den Kakao-ProduzentInnen, beide ausschliesslich in Kleinbauernkooperativen organisiert.

34 Ursprungsländer von FairTrade-Produkten

Belize, Bolivien, Brasilien, Chile, Costa Rica, Dominikanische Republik, Ecuador, El Salvador, Ghana, Guatemala, Haiti, Honduras, Indien, Kamerun, Kolumbien, Kuba, Mexico, Nepal, Nicaragua, Paraguay, Papua Neuguinea, Peru, Philippinen, Sierra Leone, Sri Lanka, Tanzania, Uganda, Uruguay, Venezuela, Vietnam, Winward Islands, Zaire, Zimbabwe.



Kaffee- und Kakaobauern in Existenznöten

Für die Kleinbauern-Familien, die Rohstoffe der Genussmittel Kaffee und Schokolade herstellen, war das vergangene Jahr unter den vielen bitteren wohl eines der entmutigendsten.

Kaffeepreise unter den Produktionskosten

Anfang 2000 lag der Preis für „Mild Arabicas“ (die meistgehandelte Kaffee-Edelsorte) mit 110 Cent pro englischem Pfund zwar ein Stück unter dem kostendeckenden TransFair-Mindestpreis von 126 Cent, aber immerhin noch über den variablen Produktionskosten, die je nach Land verschieden ca. 80 Cent betragen. Zum Jahresende war nicht einmal mehr von der Deckung der variablen Kosten die Rede: der Preis war unter 70 Cent gefallen. Bei diesen Weltmarktpreisen lohnt es nicht mehr, die Ernte einzubringen. Immer mehr Kleinbauernfamilien geben ihre Kaffeepflanzungen auf und flüchten in die Slums der Städte, ohne dort eine wirkliche Alternative zu finden. In manchen ländlichen Regionen droht nun die Entwicklung zusammenzubrechen, da jegliche Mittel für den Aufbau von Infrastruktur und Gesundheitseinrichtungen fehlen. Vom Geld für mehr Bildung oder einem Beitrag zu mehr Umweltschutz ist erst gar nicht die Rede.

Kakao auf 27-Jahres-Tief

Noch schwieriger ist die Situation der auf besonders kleinen Flächen wirtschaftenden Kakaobauern in Afrika. Der Weltmarktpreis für Kakao hat 2000 den historischen Tiefststand seit 27 Jahren erreicht. Während sich bei uns seit 1973 die Preise für Brot, Milch oder Strassenbahnfahrscheine verfünffacht oder verzehnfacht haben, ist der Rohstoff Kakao um keinen Groschen teurer geworden. Die Kosten der Kleinbauern für die Beschaffung des Lebensnotwendigsten sind natürlich sehr wohl deutlich gestiegen.

FairTrade hilft

Gerade in solchen Zeiten ist der Beitrag des Fairen Handels besonders wichtig. Denn er ermöglicht nicht nur kostendeckende Preise, sondern auch langfristige Investitionen. So haben viele Bauern ihr Stück Land behalten können. Und Kooperativen haben den Mehrpreis aus Fairem Handel für soziale Projekte und auch für die Umstellung auf ökologischen Anbau genützt.



Programme 2000

Fundraising

Im Jahr 1999 wurde von der Österr. Entwicklungszusammenarbeit im Aussenministerium eine Marktstudie und die Entwicklung eines Marketingkonzeptes finanziert. Die positiven Perspektiven der Studie veranlassten TransFair, im Aussenministerium einen Antrag auf Finanzierung der Umsetzung zu stellen. Dieser wurde im April 2000 im Zuge der Politik zur Budget-Konsolidierung zurückgestellt. Die Analyse hatte belegt, dass erhebliches Potential für FairTrade-Produkte brachliegt, das erschlossen werden kann, wenn Finanzmittel im Umfang von ca. 30 Mio. Schilling für Marketingmassnahmen zur Verfügung stehen. TransFair begann vor diesem Hintergrund, Überlegungen zu Finanzierungsalternativen anzustellen.

Mit einem Team von Fundraising-Spezialisten wurden verschiedenste Möglichkeiten diskutiert, darunter der langfristige Aufbau einer SpenderInnen-Datei, Gross-Spenden-Programme, die aktive Einbindung der Trägerorganisationen und Benefizveranstaltungen. Nachdem die chancenreichsten Optionen ausgewählt waren, wurde die Umsetzung in Angriff genommen. Ein substantieller Beitrag der Österr. Entwicklungszusammenarbeit hat die Realisierung erheblich erleichtert.

Entwicklung eines internationalen Bildungsprojektes

In Kooperation mit den Schwesterorganisationen von TransFair in Deutschland und Italien und der auf Bildungsarbeit spezialisierten Südwind-Agentur wurde ein dezentrales Bildungsprojekt entwickelt, das für einen Zeitraum von 3 Jahren (2001 – 2003) Bildungsarbeit zum Fairen Handel in alle Bundesländer tragen wird. Kern des von der EU geförderten Projektes sind die „Fairen Wochen“, regionale Aktionswochen rund um die Ausstellung „Weltumspannend handeln – wir leben vom Land“. Diese vergleicht die Lebensumstände von Kleinbauernfamilien in Asien, Afrika, Lateinamerika und Mitteleuropa. Gleichzeitig stellt sie den Bezug der Bauern zum Markt her – von der lokalen Direktvermarktung über die weitgehend anonymen Mechanismen des Weltmarktes bis zur an Menschen orientierten Alternative : der Faire Handel mit seinen sozialen und ökologischen Auswirkungen trägt eine wichtige Facette zum Gesamtbild bei. Workshops zu Kaffee und Bananen, MultiplikatorInnen-Schulungen, LehrerInnen-Seminare, Referate von ExpertInnen, Besuche von ProduzentInnen aus dem Süden, ein Wettbewerb in Schulen und ein internetfähiges Planspiel runden dieses Programm ab.



Programme 2000

Reise zu Bananen-ProduzentInnen

Im Zuge der Vorbereitung der Bananeneinführung reiste im Februar eine TransFair-Mitarbeiterin mit dem Geschäftsführer der führenden Fruchthandelsfirma und zwei Journalisten der Tageszeitungen Kurier und Kleine Zeitung nach Ecuador. Ziel war, den Reiseteilnehmern einen eigenständigen Einblick in die wirtschaftliche und soziale Situation von Bananen-ProduzentInnen zu ermöglichen. Gleichzeitig konnten die Leistungsfähigkeit und die ökologischen Anstrengungen der Partner-Gruppen des Fairen Handels sichtbar gemacht werden.

Gespräche mit Leitbetrieben in Handel und Industrie

Das 1999 entwickelte neue Marketingkonzept von TransFair sieht eine enge Kooperation mit Leitbetrieben aus Lebensmittelhandel und Markenartikelindustrie vor. Diesem Konzept folgend präsentierte TransFair bei einer Reihe wichtiger potentieller Partner-Unternehmen die erarbeitete Neupositionierung des Siegels und die geplanten Kommunikations-Massnahmen. Das Konzept wurde durchgehend mit Interesse aufgenommen. Mehrere Unternehmen erklärten ihre Bereitschaft, eine allfällige Umsetzung zu unterstützen.

Internationales Workshop mit „CASH“

Gemeinsam mit dem Handelsmagazin „CASH“ veranstaltete TransFair im Juni einen Workshop. „Die erfolgreiche Vermarktung der Nachhaltigkeit“ sollte Handel und Industrie die Möglichkeit geben, sich anhand internationaler Beispiele zu überzeugen, dass es lohnt, mit einer konsequenten Strategie auf FairTrade und Bio zu setzen. Als Referenten konnten der Marketingverantwortliche des Supermarktkette COOP (Schweiz) gewonnen werden, die zum grössten FairTrade-Vermarkter weltweit aufgestiegen ist, weiters ein Vertreter von Max Havelaar Schweiz sowie das für Umwelt und Soziales zuständige Vorstandsmitglied der deutschen Karstadt-Kaufhaus-Gruppe. Auch diese hat FairTrade und Bio zum Schwerpunktthema gemacht. Bei Karstadt reicht das Programm von der MitarbeiterInnen-Schulung über das hauseigene Video bis zu regelmässigen Verkaufsförderungs-Massnahmen im Regal. Herr Allerstorfer, im Ernte-Verband für Marketing zuständig, präsentierte schliesslich jene Strategie, die Bio im heimischen Lebensmittelhandel zum Durchbruch verholfen hat.



Erläuterungen zur Finanzgebarung 2000

Aufbringung der Mittel

Im Berichtsjahr stammen 51 % der Finanzmittel aus öffentlichen Förderungen (Vorjahr: 52 %) und 20 % aus privaten Zuschüssen (Vorjahr: 17 %). Diese Zuschüsse leisteten die EU, die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im Aussenamt, mehrere kirchliche Organisationen sowie private UnterstützerInnen. 18 % der Mittel wurden aus Lizenzeinnahmen erschlossen (Vorjahr: 13 %).

Verwendung der Mittel

Die Struktur der Ausgaben entspricht den spezifischen Aufgaben des Vereins. 7 % der Ausgaben entfallen auf Beiträge zum Dachverband FLO (FairTrade Labeling Organizations), der für die internationale Kontrolle und für die Weiterentwicklung der FairTrade-Kriterien zuständig ist (der Aufwand von TransFair Österreich dafür entspricht 37 % der Lizenzeinnahmen). 76 % der Ausgaben werden direkt für die projektbezogene Informationsarbeit und die in Österreich erforderlichen Kontrollen aufgewendet. Die verbleibenden 17 % der Ausgaben entfallen auf Kosten der Kommunikation (Telefon, Fax, Internet), auf Porti, Reisekosten, Raummieten, Büromaterial und Beratungskosten.

Jahresergebnis

Das Jahresergebnis weist einen Verlust von S 13.924,43 aus. Der kumulierte Bilanzverlust beträgt S 224.638.99. Im Geschäftsplan für 2001 wurde ausreichend Vorsorge dafür getroffen, den kumulierten Bilanzverlust auszugleichen.

Überprüfung der Finanzgebarung

Die Finanzgebarung und Bilanz des Berichtsjahres wurde von den RechnungsprüferInnen des Vereins geprüft. Zusätzlich hat die KPMG Austria Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Jahr 2000 erstmals die Bilanz überprüft und testiert. Die KPMG Austria überprüft im Auftrag von TransFair auch die vertraglich fixierten Aufzeichnungen der Lizenznehmer zur Produktion und zum Absatz von Produkten, die mit dem TransFair-Siegel gekennzeichnet sind.



Finanzgebarung 2000

<u>EINNAHMEN</u>	ATS 2000	1000 ATS 1999
Mitgliedsbeiträge	146.500,00	141
Lizenzeeinnahmen	650.861,32	474
Zuschüsse	2.462.551,94	2.555
<i>EU-Projekt Südfrüchte</i>	1.215.888,94	1.073
<i>Projekt Umstellungen</i>	636.666,00	643
<i>KommEnt-Projekt Dialog</i>	540.000,00	707
<i>AMFG-Beihilfen</i>	69.997,00	132
Spenden	55.046,09	3
Auflösung von Rückstellungen	49.156,00	373
Übrige Erträge	<u>177.634,54</u>	<u>148</u>
SUMME EINNAHMEN	<u>3.541.749,89</u>	<u>3.694</u>
 <u>AUSGABEN</u>		
Personalaufwand	1.990.833,30	1.987
Projektbezogener Aufwand	723.520,82	883
<i>EU-Projekt Südfrüchte</i>	235.806,89	341
<i>Projekt Umstellungen</i>	68.413,32	101
<i>KommEnt-Projekt Dialog</i>	147.899,27	286
<i>Sonstiger Projektaufwand</i>	271.401,34	155
Abschreibungen	76.941,57	91
Beiträge an Dachverbände	243.588,67	286
Raumkosten	127.561,60	115
Büromaterial	53.145,29	51
Telefon, Fax, Internet	54.542,42	69
Reisekosten und Transporte	47.407,82	78
Beratungsaufwand	87.828,00	16
Wertberichtigungen zu Vorräten	66.885,12	0
Übrige Aufwendungen	80.567,71	173
Zinsaufwand	1.662,98	31
Steuern	<u>1.189,02</u>	0
SUMME AUFWAND	<u>3.555.674,32</u>	<u>3.780</u>
Jahresverlust	13.924,43	86
Kumulierter Bilanzverlust	224.638,99	210



BILANZ zum 31.12.2000

	ATS 2000	1000 ATS 1999
<u>AKTIVA</u>		
Anlagevermögen		
Sachanlagen		
Betriebs- und Geschäftsausstattung	160.377,81	208
Finanzanlagen		
Wertpapiere / Abfertigungsrücklage	67.117,24	69
Umlaufvermögen		
Vorräte		
Informationsmaterialien	111.745,98	179
Forderungen		
Forderungen LL	276.332,98	191
Sonstige Forderungen	141.960,68	51
Guthaben bei Bankinstituten	584.121,26	242
Rechnungsabgrenzungen	93.751,43	0
SUMME AKTIVA	<u>1.435.407,38</u>	<u>837</u>
<u>PASSIVA</u>		
Negatives Kapital	-224.638,99	-210
Rückstellungen		
Abfertigungsrückstellungen	138.700,00	188
Sonstige Rückstellungen	55.650,00	84
Verbindlichkeiten		
Bankverbindlichkeiten	570,85	9
Verbindlichkeiten LL	23.585,22	412
Kleindarlehen	1.095.000,00	0
Sonstige Verbindlichkeiten	117.340,30	77
Rechnungsabgrenzungen	229.200,00	277
SUMME PASSIVA	<u>1.435.407,38</u>	<u>837</u>



Für den Fairen Handel engagiert

Trägerorganisationen von TransFair

A3W - Aktion Dritte Welt + ARGE Weltläden + CARE Österreich + Caritas + CONA - Verein zur Förderung des gerechten Nord-Süd-Handels + Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar Österreichs + Oikocredit + Englisches Institut der WU Wien + Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission + Evangelische Jugend + Grüne Bildungswerkstatt + Institut für Internationale Zusammenarbeit (ab 2001 Horizont 3000) + Kath. Frauenbewegung Österreichs + Kath. Familienverband der Erzdiözese Wien + Kath. Jugend Österreichs + Kath. Männerbewegung Österreichs + Klimabündnis Österreich + Österr. Bundesjugendring + Österr. Hochschülerschaft + Österr. Ökologie-Institut + Österr. Nord-Süd-Institut für Entwicklungszusammenarbeit + Österr. Entwicklungsdienst (ab 2001 Horizont 3000) + Österr. Bergbauernvereinigung + Pfadfinder und PfadfinderInnen Österreichs + Renner-Institut + Südwind-Entwicklungspolitik + Umweltberatung Österreichs + Unicef + Verein zur Förderung partnerschaftlicher Beziehungen zwischen Österreich und der Dritten Welt + WWF - World Fund for Nature

Weitere Kooperationspartner

ARGE Schöpfungsverantwortung + AGEZ + Baobab + Ernte für das Leben + Gewerkschaft ANG + Gewerkschaft GPA + Gewerkschaft HPDG + Grüne Haube + Koordinierungsstelle der Österr. Bischofskonferenz + MA 22 der Gemeinde Wien + Missio + Umweltzeichen für Tourismusbetriebe + Welthäuser + Weltumspannend arbeiten

Lizenznehmer

EZA GesmbH (Kaffee, Tee, Schokolade, Orangensaft) + Drie Mollen (Kaffee) + JJ. Darboven (Kaffee) + GEPA (Schokolade) + J. Hornig (Kaffee, Tee) + Neuteboom (Kaffee) + Schweitzer (Instantkaffee) + Zumtobel (Kaffee)

Förderer

EU + Österr. Entwicklungszusammenarbeit im BMA + MIVA + Dreikönigsaktion + Caritas + Kath. Männerbewegung + Kath. Frauenbewegung + Fastenaktion St. Pölten + Fastenaktion Eisenstadt + Diözesankommission Graz + Referat für Mission und Entwicklung + 40 KleindarlehensgeberInnen + SpenderInnen und viele engagierte Menschen, die sich für Fairen Handel einsetzen.



TransFair: Organe und MitarbeiterInnen

TransFair - Vorstand

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

TransFair - RechnungsprüferInnen

Gabriele Fittl, Horizont 3000 (vormals ÖED)
Norbert Pühringer, Südwind-Agentur

TransFair-Büro

Helmut Adam: Geschäftsführung, Öffentlichkeitsarbeit
Gertraud Akgün-Krenn (Karenz bis 11/00): Koordination, Bildungsarbeit
Aisha Bichler (ab 09/00): Administration
Christine Gollatz (Karenzvertretung): Bildungsarbeit, Lobbying
Irene Schickl: Umstellung kirchlicher Einrichtungen
Jutta Winkler (Karenz ab 09/00): Marketing

TransFair - ReferentInnen

Christoph Burkhart, Ingeborg Gredler, Ingrid Ruzicka, Thomas Wackerlig

Herausgeber

TransFair Österreich
Verein zur Förderung des Fairen Handels mit den Ländern des Südens
Wohllebengasse 12 - 14, 1040 Wien

Tel. (01) 533 09 56, Fax DW 11
e-mail: office@transfair.or.at
Homepages: www.transfair.or.at, www.fairtrade.at

