

EIN SYSTEM, DAS FUNKTIONIERT

FAIRTRADE VERBINDET KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN, UNTERNEHMEN UND PRODUZENTENORGANISATIONEN, ERMÖGLICHT FAIRE HANDELSBEDINGUNGEN UND STÄRKT DAMIT KLEINBAUERNFAMILIEN SOWIE ARBEITERINNEN UND ARBEITER IN SOGENANNTEN ENTWICKLUNGSLÄNDERN.

Durch die aktive Rolle der Produzentinnen und Produzenten im FAIRTRADE-Netzwerk entsteht eine Partnerschaft auf Augenhöhe. Das Ziel von FAIRTRADE ist seit mehr als 20 Jahren, die Lebens- und Arbeitsbedingungen benachteiligter Produzentenfamilien in Afrika, Asien und Lateinamerika mithilfe des fairen Handels zu verbessern. Der faire Handel ist ein langfristiger Prozess auf verschiedenen Ebenen:

SELBSTBESTIMMUNG UND VERANTWORTUNG

FAIRTRADE-Produzentenorganisationen sind demokratisch organisiert und treten selbstbewusst am Markt auf, sie stellen hohe Ansprüche an die Qualität ihrer Produkte und investieren in die Weiterentwicklung ihrer Gemeinschaft.

UMWELT- UND SOZIALSTANDARDS

Schutz der natürlichen Ressourcen und der Gesundheit sowie faire Arbeitsbedingungen sind bei FAIRTRADE klar und umfassend geregelt. Dazu gehören etwa der nachhaltige Umgang mit Wasser, das Verbot von gefährlichen Pestiziden, die Gleichstellung von Mann und Frau und das Verbot von ausbeuterischer Kinderarbeit.

FAIRTRADE-MINDESTPREIS

Der FAIRTRADE-Mindestpreis sichert gegen Marktschwankungen ab und deckt die Kosten einer nachhaltigen sozialen und ökologischen Produktion.

FAIRTRADE-PRÄMIE

Zusätzlich zum Verkaufspreis erhalten die Produzentenorganisationen eine FAIRTRADE-Prämie. Diese ermöglicht Investitionen, die der ganzen Gemeinschaft zugutekommen. So zum Beispiel die Verbesserung der Anbaumethoden und der Qualität oder Projekte in den Bereichen Bildung und Gesundheit.

„DIE FAIRTRADE-ZERTIFIZIERUNG ERMÖGLICHT INVESTITIONEN, DIE FÜR DIE DRINGEND NÖTIGE STEIGERUNG DER PRODUKTIVITÄT ERFORDERLICH SIND.“

MAMADOU SAVANE, Nachhaltigkeitsmanager bei der Kooperative ECOOKIM in der Republik Côte d’Ivoire



FAIRTRADE WELT

FAIRTRADE INTERNATIONAL

1997 schlossen sich verschiedene Gütesiegelinitiativen, darunter auch **FAIRTRADE Österreich,** zusammen, um alle ihre auf die Produzentenorganisationen ausgerichteten Aktivitäten zu koordinieren. Aus diesem Zusammenschluss entstand Fairtrade International, ein eingetragener Verein, mit Sitz in Bonn. FAIRTRADE International entwickelt die FAIRTRADE-Standards und unterstützt die Produzentenorganisationen dabei, die FAIRTRADE-Zertifizierung zu erwerben und aufrechtzuerhalten.

DIE WICHTIGSTEN PRODUKTE & DIE TOP DREI DER ANBAULÄNDER FÜR ÖSTERREICH

Kaffee
① Honduras
② Peru
③ Äthiopien

Bananen
① Peru
② Dom. Republik
③ Ecuador

Kakao
① Côte d'Ivoire
② Ghana
③ Peru

Rohrzucker
① Fidji
② Malawi
③ Paraguay

Fruchtsaftkonzentrat
① Brasilien (Orangen)
② Thailand (Ananas)
③ Indien (Mangos)

Blumen/Rosen
① Kenia
② Tansania
③ Äthiopien

Baumwolle
① Indien
② Kirgisistan
③ Burkina Faso



Nationale FAIRTRADE-Organisation

FAIRTRADE-Produzentenland

NATIONALE FAIRTRADE-ORGANISATIONEN

In den **Konsumentenländern** sind die Nationalen FAIRTRADE-Organisationen für die Vergabe des FAIRTRADE-Siegels verantwortlich. Außerdem setzen sie sich zusammen mit der Zivilgesellschaft für fairen Handel ein.

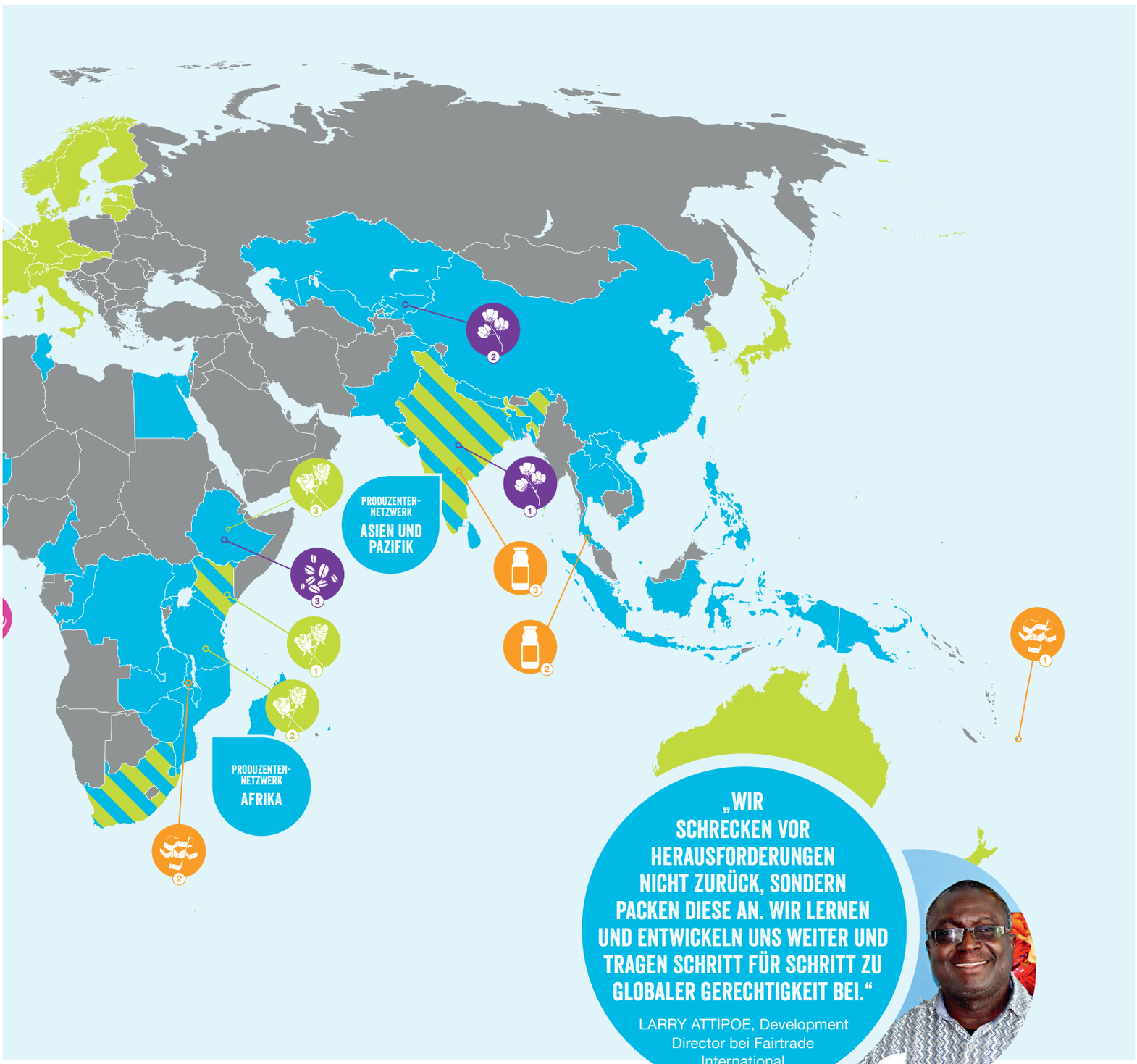
Die Vertreterinnen und Vertreter der Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeiter sind mit

50 % STIMMANTEIL

gleichberechtigt in allen wichtigen Entscheidungsgremien und internationalen Komitees vertreten.

FAIRTRADE-PRODUZENTINNEN

Weltweit sind über **1.226 Produzentenorganisationen** in mehr als 74 Ländern tätig. Die Produzentennetzwerke vertreten die Stimme der 1,65 Millionen Kleinbäuerinnen und -bauern sowie Arbeiterinnen und Arbeiter, um sicherzustellen, dass die FAIRTRADE-Standards für sie praktikabel sind und ihre Bedürfnisse widerspiegeln.



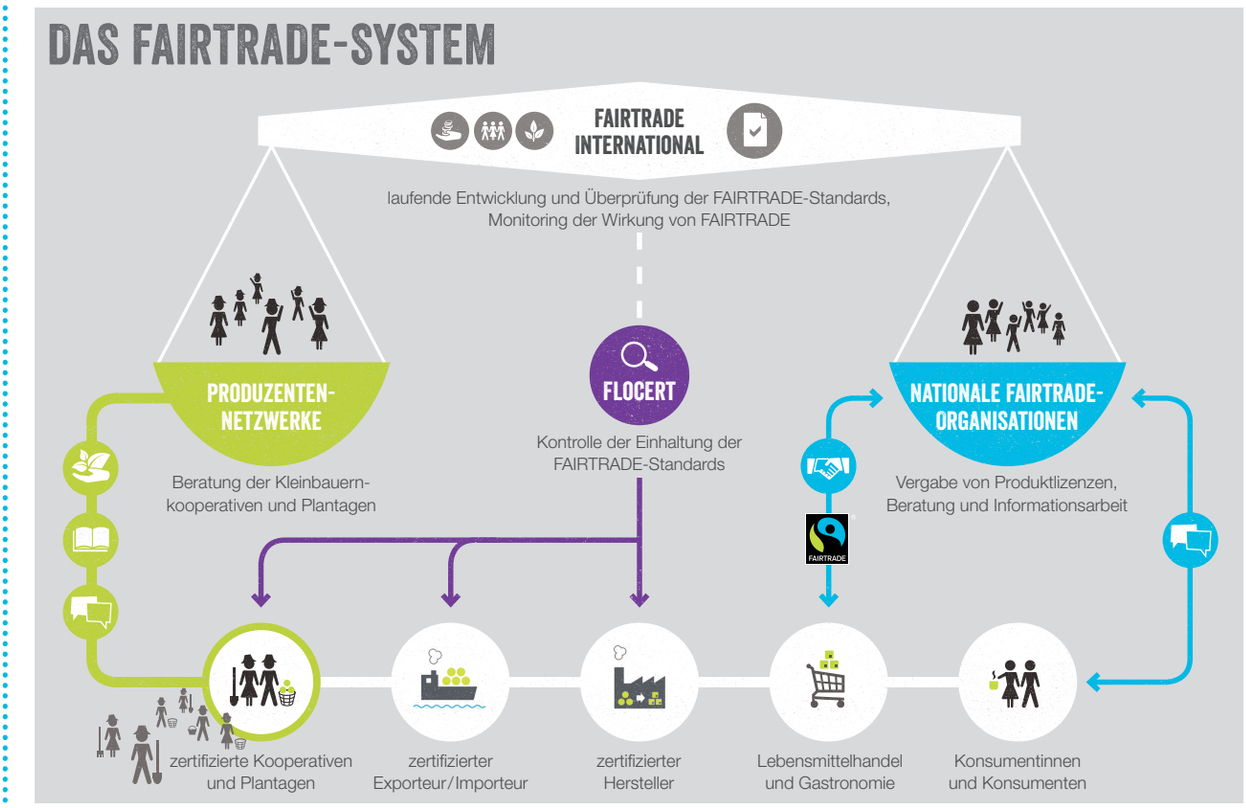
„WIR SCHRECKEN VOR HERAUSFORDERUNGEN NICHT ZURÜCK, SONDERN PACKEN DIESE AN. WIR LERNEN UND ENTWICKELN UNS WEITER UND TRAGEN SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GLOBALER GERECHTIGKEIT BEI.“

LARRY ATTIPOE, Development Director bei Fairtrade International



FAIRTRADE VERBINDET

VOR ÜBER 20 JAHREN ENTSTAND DIE IDEE, DEN FAIREN HANDEL ZU VERGRÖSSERN, INDEM FAIR GEHANDELTE PRODUKTE MIT EINEM SIEGEL AUSGEZEICHNET WERDEN. DAMIT SOLLTEN SICH DIESE PRODUKTE IM SUPERMARKT VON HERKÖMMLICHER WARE UNTERSCHEIDEN.





Seit nun über zehn Jahren gibt es ein **weltweit einheitliches Siegel**, das den Konsumentinnen und Konsumenten auf der ganzen Welt zeigt: dieses Produkt wurde nach FAIRTRADE-Standards gehandelt und hergestellt. Heute zählt Fairtrade International[1] 31 Mitgliedsorganisationen (drei Produzentennetzwerke, 20 Nationale FAIRTRADE-Organisationen und acht FAIRTRADE-Marketing-Organisationen). Rund 1,65 Millionen Produzentinnen und Produzenten aus 74 Ländern in Afrika, Asien und Lateinamerika sind heute Teil des FAIRTRADE-Netzwerks.

TRANSPARENTE SPIELREGELN

Als Spielregeln für fairen Handel dienen **strenge Sozial- und Umweltstandards** sowie ökonomische Richtlinien. Sie schreiben für die meisten Rohstoffe einen stabilen Mindestpreis vor, der bei Preisschwankungen nach unten ein Sicherheitsnetz bildet. Diese Regelung hilft Kooperativen, zu berechnen, welche Einkünfte sie haben – gerade dann, wenn die Preise am Weltmarkt sinken. Steigt der Marktpreis, erhalten die Produzentenorganisationen den höheren Preis.

Zusätzlich zu den Verkaufseinnahmen bekommen die Produzentenorganisationen eine **FAIRTRADE-Prämie**. Die Mitglieder der Produzentenorganisation oder des Prämienkomitees auf Plantagen entscheiden gemeinsam, wofür das Geld eingesetzt werden soll. In manchen Gemeinden werden damit Moskitonetze, Trinkwasserfilter oder Fahrräder angeschafft. In anderen Gebieten finanziert die Prämie den Bau von Kindergärten und von Bildungsprojekten oder auch Informationskampagnen über Umwelt- oder Arbeitsschutz. Wieder andere investieren in den Bau von Verarbeitungsanlagen sowie in die Errichtung von Qualitätslabors oder in die Organisationsstruktur – denn gut organisierte Kooperativen mit klaren Zielen verbessern die Verhandlungsposition der Kleinbauern und -bäuerinnen auf dem Weltmarkt wesentlich.

Weiters verpflichten sich die Produzentenorgansiationen, ausbeuterische Kinderarbeit gemäß den ILO-Konventionen zu bekämpfen. Plantagen fördern gewerkschaftliche Organisationen; Arbeitsbedingungen wie die schrittweise Erreichung von existenzsichernden Löhnen müssen geregelt und der Gesundheitsschutz muss nach ILO-Konventionen verbessert werden. Zudem müssen deutlich weniger Pestizide und Chemikalien bei der Produktion eingesetzt und natürliche Ressourcen geschützt werden. Der Einsatz von gentechnischem Saatgut ist verboten – für biologisch angebaute Produkte gibt es einen Aufschlag.

Die spezifischen Anforderungen für einzelne Produkte und Produktgruppen für Händler, Kooperativen und Plantagen werden in einzelnen Standards abgedeckt. Nur Produkte, bei deren Herstellung alle Vorgaben eingehalten wurden, bekommen das FAIRTRADE-Siegel.

1 | Mehr unter www.fairtrade.net.

„FAIRTRADE UNTERSTÜTZT DIE KLEINBAUERN-ORGANISATIONEN DABEI, REGELUNGEN FÜR NEUE HERAUSFORDERUNGEN ZU FINDEN, UND FÖRDERT DEN DIALOG MIT GEWERKSCHAFTEN."

JULIA MALQUIN, Fairtrade-Beraterin für Arbeiterrechte in Lateinamerika





FAIRTRADE-SIEGEL: AUF EINEN BLICK

Das FAIRTRADE-Siegel kennzeichnet Waren, die aus fairem Handel stammen und bei deren Herstellung bestimmte soziale, ökologische und ökonomische Kriterien eingehalten wurden. Daneben gibt es programm- und produktspezifische Siegel.

Das **FAIRTRADE-Siegel** steht für fair angebaute und gehandelte Produkte: alle Zutaten eines Produktes, die unter FAIRTRADE-Bedingungen erhältlich sind, müssen FAIRTRADE-zertifiziert sein. Dies gilt auch für Mischprodukte[2] (z. B. Schokolade oder Eiscreme).

Das **FAIRTRADE-Siegel für Baumwolle** steht für fair angebaute und gehandelte Rohbaumwolle, die über alle Produktionsschritte direkt rückverfolgbar ist und getrennt von Nicht-FAIRTRADE-Baumwolle weiterverarbeitet wird.

Das **FAIRTRADE-Gold-Siegel** auf einem Produkt stellt sicher, dass das Gold fair abgebaut und gehandelt wurde.

Die **FAIRTRADE-Programme für Zucker und Kakao** beziehen sich jeweils auf eine fair angebaute und gehandelte Einzelzutat: Nur der Kakao oder der Zucker im jeweiligen Mischprodukt muss FAIRTRADE-zertifiziert sein.

Das **FAIRTRADE-Programmsiegel für Baumwolle** bedeutet, dass eine vereinbarte Menge Rohbaumwolle zu FAIRTRADE-Bedingungen eingekauft wurde und ab der Spinnerei indirekt (mittels Dokumentation via Fairtrace® bei FLOCERT) rückverfolgbar ist.

Kakao, Fruchtsaft, Tee oder Zucker werden nach FAIRTRADE-Standards mit Mengenausgleich[3] gehandelt. Eine physische Rückverfolgbarkeit ist im Aufbau.

2 | Mehr zur Regelung von Mischprodukten im FAIRTRADE-Händlerstandard unter: www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/fairtrade-standards/regeln-fuer-mischprodukte.

3 | Als entwicklungspolitisches Instrument der Armutsbekämpfung ist für Zucker, Kakao, Tee und Fruchtsaft die indirekte Rückverfolgbarkeit mit Mengenausgleich erlaubt: Die Rohstoffe werden von FAIRTRADE-Bauernfamilien geerntet und können am Produktionsort im Süden oder während des Verarbeitungsprozesses im Norden mit nichtzertifizierten Rohstoffen gemeinsam verarbeitet werden (ähnlich dem Ökostromprinzip). Konsumentinnen und Konsumenten haben dennoch die Gewissheit, dass für das gekaufte Produkt die FAIRTRADE-Vorteile bei den jeweiligen Produzentenorganisationen ankommen. Die eingekauften und verkauften FAIRTRADE-Mengen müssen sich in der gesamten Lieferkette entsprechen. Mehr unter www.fairtrade.at/ueber-fairtrade/kontrolle-und-zertifizierung/rueckverfolgbarkeit-und-mengenausgleich.



STRENGE KONTROLLE DER FAIRTRADE-VORGABEN

Ob die FAIRTRADE-Standards eingehalten werden, überprüft ein **unabhängiges Kontrollsystem**, bei dem die Partnerorganisationen vor Ort regelmäßig – im Durchschnitt einmal pro Jahr – audiert werden. Je nach Ergebnis kann das Audit-Intervall in der Folge verkürzt oder auch verlängert werden. Unabhängige Auditorinnen und Auditoren prüfen, ob alle verpflichtenden Kernkriterien (Core), welche die FAIRTRADE-Grundwerte widerspiegeln und eine solide Basis für Entwicklung und Stärkung der Produzentengruppen bilden, eingehalten werden. Weiters gibt es Entwicklungskriterien (Development), die den Fortschritt in der Produzentenorganisation aufzeigen und dabei helfen, Strukturen zu stärken, längerfristig zu planen und zu investieren.

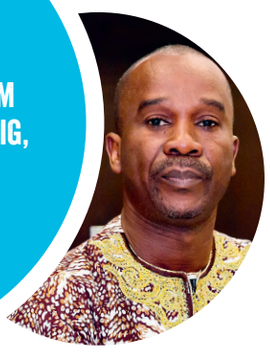
Das Verfahren der zuständigen FLOCERT GmbH[4] entspricht durch die **Akkreditierung nach ISO-Norm 17065** einem weltweit gültigen Standard für Unabhängigkeit, Einheitlichkeit und Transparenz der Kontrollen. FLOCERT ist eine führende, weltweit tätige Zertifizierungsorganisation und nimmt als einzige FAIRTRADE-Zertifizierungen vor.

WIRKUNG VON FAIRTRADE

Ob FAIRTRADE tatsächlich zu einem Wandel beiträgt, wird immer wieder untersucht, ausgewertet und überprüft. Wissenschaftler erforschen regelmäßig die Wirkung des fairen Handels. So haben Forscherinnen und Forscher der Universität Harvard unabhängige Studien zu Wirkungsmechanismen von FAIRTRADE durchgeführt. Sie kommen zum Schluss, dass FAIRTRADE-Produzentengruppen höhere Ernteerträge und somit höhere Einkommen erzielen und auch im Hinblick auf finanzielle Stabilität besser abschneiden.[5]
Auch La Corporación para el Desarrollo Empresarial Rural hat eine Untersuchung über Bananen-Kleinbauernfamilien und Arbeiterinnen und Arbeiter in Kolumbien durchgeführt. Die Studie zeigt, dass die Teilnahme am fairen Handel das Haushaltseinkommen erhöht und die Produktionskosten reduziert. Die Arbeitsbedingungen wie auch die Qualität der Unterkünfte haben sich verbessert. Gleichzeitig gefährden niedrige Marktpreise die Situation der Produzentinnen und Produzenten, und FAIRTRADE sollte mehr unternehmen, um ihren Marktzugang zu verbessern.[6]

„MÖGLICHST VIELE PRODUZENTEN EINZUBEZIEHEN UND ZU BESPRECHEN, WIE WIR IM FAIRTRADE-SYSTEM VORANKOMMEN, IST WICHTIG, UM GEMEINSAM VIEL ERREICHEN ZU KÖNNEN."

FORTIN BLEY, Präsident des Fairtrade-Produzentennetzwerks Westafrika



4 | Darüber hinaus übernimmt FLOCERT die Überprüfung von Sozial-, Arbeits- und Umweltstandards sowie von privaten Verhaltenskodizes. Mit vier internationalen Geschäftsstellen, die in mehr als 115 Ländern tätig sind, spezialisiert sich FLOCERT darauf, internationale Reichweite in Verbindung mit lokaler Kompetenz anzubieten. Mehr unter www.flocert.net.
5 | Raluca Dragusanu, Daniele Giovannucci und Nathan Nunn (2014): *The Economics of Fair Trade,* Department of Economics, Harvard University, http://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.28.3.217.
6 | La Corporación para el Desarrollo Empresarial Rural (CODER) (2014): *An Evaluation of Fairtrade Impact on Smallholders and Workers in the Banana Sector in northern Colombia*, www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/resources/140330-Banana-Colombia-Fairtrade-Impact-Study-final.pdf.



ÜBERBLICK – ENTWICKLUNG IN ÖSTERREICH

SEIT 1993 VERGIBT DER GEMEINNÜTZIGE VEREIN FAIRTRADE ÖSTERREICH DAS FAIRTRADE-SIEGEL IN ÖSTERREICH. DAS WELTWEIT GRÖSSTE UND BEKANNTESTE SOZIALSIEGEL FÜR FAIREN HANDEL[7] ZEICHNET PRODUKTE AUS, DIE NACH DEN STANDARDS VON FAIRTRADE INTERNATIONAL PRODUZIERT UND GEHANDELT WERDEN.

Getragen wird FAIRTRADE Österreich von Mitgliedsorganisationen aus den Bereichen Entwicklungspolitik, Ökologie, Bildung, Soziales und Religion.[8] Die Hauptaufgaben von FAIRTRADE Österreich – als Schnittstelle zwischen Kleinbauernfamilien, Arbeiterinnen und Arbeitern im globalen Süden und österreichischen Unternehmen sowie der Zivilgesellschaft – sind die Schaffung von Marktzugängen für fair gehandelte Produkte und Rohstoffe, die Informations- und Sensibilisierungsarbeit für fairen Handel und verantwortungsvollen Konsum in Österreich und nicht zuletzt die Unterstützung von Handelsfirmen und Unternehmen, zertifizierte FAIRTRADE-Partner zu werden.

EIN GUTES JAHR

Kaffee, nach wie vor das FAIRTRADE-Produkt schlechthin, hat in Österreich auch im vergangenen Jahr wieder ein zweistelliges Wachstum erzielt. Auch andere Produktgruppen wie **Bananen** und vor allem **Kakao** und **Zucker** legten kräftig zu. Der geschätzte Handelsumsatz der Partnetrfirmen mit FAIRTRADE-Produkten in Österreich stieg damit auf rund 185 Mio. EUR. Allein aus Österreich gingen dadurch Direkteinnahmen[9] in Höhe von 32,6 Mio. USD an die FAIRTRADE-Produzentengruppen in Afrika, Asien und Lateinamerika. Die FAIRTRADE-Prämie fließt u. a. in die Verbesserung der Anbaumethoden, Maßnahmen zur Qualitätssteigerung und zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels sowie in Bildungs- und Gesundheitsprojekte.[10] Davon **profitiert die gesamte Gemeinschaft**. Durch das seit Jahren konstante Wachstum kann die positive Wirkung in Form von verbesserten Lebens- und Arbeitsbedingungen in den Produzentenländern nachweislich gestärkt werden.

Mit zunehmender Bekanntheit und Verfügbarkeit der Produkte wächst auch das Interesse der österreichischen Konsumentinnen und Konsumenten, einfach und klar über den fairen Handel und dessen Mehrwert informiert zu werden. Die starke Präsenz bei Kongressen, Handelsmessen und bei **über 100 Veranstaltungen in ganz Österreich** im Rahmen von Kampagnen trug 2015 maßgeblich dazu bei, das Bewusstsein für und das Bedürfnis nach mehr Fairness im Handel zu fördern.

FAIRTRADE@WORK UND „IN BEWEGUNG“

Großen Anklang fand die neue **FAIRTRADE@work-Kampagne**[11]: 36 Unternehmen und NGOs beteiligten sich daran und setzten mit gezielten Aktivitäten wichtige Schritte für mehr fairen Handel, z. B. beim FAIRTRADE-Frühstück in der Unileverzentrale oder beim Stakeholder- und Kundentag des Wirtschaftsverlages. Im Rahmen der FAIRTRADE@work **Award Night** Ende Januar wurden die ersten zehn Unternehmen in vier Kategorien für ihr vorbildhaftes Engagement ausgezeichnet. Die Gewinner in ihrer Kategorie waren die Lehner Gerhard e. U., Adamah Bio-Hof, OMV und das Afro-Asiatische Institut Salzburg.

Bei der **FAIRTRADE-Tagung** im Oktober unter dem Motto „FAIRTRADE in Bewegung“ berichteten internationale Gäste wie Joaquín Vásquez, Präsident der Bananen- und Kakao-Kooperative UROCAL in Ecuador, über Strategie, Wirkungsweise und Herausforderungen von FAIRTRADE. Bei Workshops und Fachgesprächen gab es die Möglichkeit zur Vertiefung einzelner Themen und Vernetzung mit verschiedenen Stakeholdern des fairen Handels in Österreich.



NOCH VIEL POTENZIAL

Trotz der erfreulichen Entwicklung von FAIRTRADE in Österreich sind noch viele große und kleine Schritte nötig, um dem Ziel, soziale und ökologische Verantwortung im globalen Handel zur Norm zu machen, näherzukommen. Diese Schritte umfassen die von der Zivilgesellschaft getragenen Kampagnen und Aktivitäten für mehr fairen Handel ebenso wie Produktneueinführungen und den Umstieg neuer Partnerunternehmen auf FAIRTRADE-Zutaten sowie die zunehmende Verwendung von FAIRTRADE-Produkten im öffentlichen Sektor. Dies wird durch die neue Vergaberichtlinie der EU, die auch soziale Kriterien in der **öffentlichen Beschaffung von Städten und Gemeinden** zulassen, erleichtert.[12]

„Produzentenunterstützung, Marktöffnung, Standardsetzung und Zertifizierung sowie weiterführende Projekte und Partnerschaften, Öffentlichkeitsarbeit und Advocacy müssen Hand in Hand gehen“, weiß **Hartwig Kirner, Geschäftsführer von FAIRTRADE Österreich**, aus langjähriger Erfahrung. Denn trotz aller Erfolge gibt es nach wie vor viele Produzentenorganisationen im FAIRTRADE-Netzwerk, die erst einen Teil ihrer Rohstoffe zu FAIRTRADE-Bedingungen verkaufen können. Umgekehrt gibt es noch viel Potenzial und Absatzchancen für FAIRTRADE-Produktgruppen am österreichischen Markt.

7 | Laut einer Befragung von über 11.700 Konsumentinnen und Konsumenten in 15 Ländern, 2015 durchgeführt vom Meinungsforschungsinstitut GlobeScan.
8 | Liste aller Mitgliedsorganisationen siehe Seite 19.
9 | Die geschätzten Direkteinnahmen setzen sich aus dem Mindestpreis (außer für Zucker und Rosen), dem Bioaufschlag und der FAIRTRADE-Prämie zusammen und bezeichnen den Geldfluss in die Produzentenländer.
10 | Mehr unter www.fairtrade.net/resources/impact-and-research.html.
11 | Mehr unter www.fairtrade.at/fairtrade@work.
12 | Mehr zur Richtlinie unter http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014L0024&from=DE.

FAIRTRADE-SIEGEL: SO KOMMT ES AUF DAS PRODUKT.

Alle Unternehmen, die mit FAIRTRADE-Rohstoffen handeln oder diese veredeln, müssen die FAIRTRADE-Standards einhalten und sich von FLOCERT zertifizieren lassen. Unternehmen, die Produkte mit FAIRTRADE-Siegel in Österreich vermarkten möchten, benötigen einen Lizenzvertrag mit FAIRTRADE Österreich.

1. FLOCERT-Zertifizierung von Exporteuren, Importeuren, Herstellern
2. Lizenzvertrag des Markeninhabers mit FAIRTRADE Österreich
3. Abstimmung der Produktfreigabe und Kommunikationsmaßnahmen mit FAIRTRADE

„EIN WIRTSCHAFTSSYSTEM KANN SEHR WOHL AUCH EIN WERTESYSTEM SEIN. DIE ENTSCHEIDUNG FÜR FAIRTRADE IST EIN KLARES SIGNAL.“

HELMUT SCHÜLLER,
Vorstandsvorsitzender FAIRTRADE Österreich





ENGAGEMENT VON PARTNERFIRMEN

2015 ZEIGTEN DIE ÖSTERREICHISCHEN PARTNERFIRMEN UNGEBREMST ENGAGEMENT UND INVESTIERTEN ENTSPRECHEND IN NACHHALTIGE WERTSCHÖPFUNGSKETTEN UND IN DIE SORTIMENTSERWEITERUNG VON FAIRTRADE-PRODUKTEN.

Mittlerweile werden mehr als 1.300 Produkte[13] mit dem FAIRTRADE-Siegel österreichweit von 120 Partnerunternehmen[14] in über 5.000 Verkaufsstellen wie Super- und Verbrauchermärkten, Bioläden, Drogeriemärkten, den Weltläden und im Textil- und Bekleidungsfachhandel sowie in mehr als 1.800 Cafés, Bäckereien, Restaurants, Hotels und Kantinen angeboten.[15] Im Außer-Haus-Bereich konnten u. a. Motel One Hotels, McDonald's, GMS Gourmet GmbH oder Motto Catering als neue Partner begrüßt werden. Bei einem geschätzten Umsatz von 185 Mio. Euro gaben die Österreicherinnen und Österreicher erstmals durchschnittlich 21,50 Euro pro Kopf für FAIRTRADE-Produkte aus.

HEISS GELIEBT: KAFFEE & HEISSGETRÄNKE

Das Engagement der Handelspartner sowie Produktinnovationen bestehender Partnerfirmen waren ausschlaggebend für den herausragenden Erfolg bei **Kaffee und Heißgetränken**. **Kaffee** verzeichnete 2015 wieder ein erfreuliches Wachstum, das v. a. der Umstellung von Handelseigenmarken zuzuschreiben ist. Während Spar Regio mit den neuen Spar-Premium-Kaffeesorten weitere FAIRTRADE-Kaffees einführte, stellte die Rewe International AG ihren Ja!-Natürlich-Kaffee um. Somit tragen seit 2015 alle Bio-Eigenmarken im österreichischen Handel das FAIRTRADE-Siegel. Die EZA Fairer Handel GmbH präsentierte mit „Adelante" den ersten FAIRTRADE-Kaffee aus Frauenhand. Neuer Lizenzpartner ist die Firma Capsima mit Kaffeekapseln in fünf verschiedenen Sorten. Ebenfalls neu sind die Kaffeekapseln von café+co und Amann Kaffee. Rund ein Drittel des FAIRTRADE-Kaffees in Österreich wird außer Haus konsumiert. FAIRTRADE-**Tee** von Teekanne wird seit Anfang des Jahres bei McDonald's serviert. Milford und Hämmerle bieten neuerdings FAIRTRADE-zertifizierte Instanttees für **Automaten** an. Ebenfalls neu ist der mit FAIRTRADE-Kaffee und -Kakao befüllte Afro-Coffee-Heißgetränkeautomat der Selecta Betriebsverpflegungs-GmbH.

SÜSSE REVOLUTION: SCHOKOLADENGENÜSSE UND SÜSSWAREN

Bei Produkten mit **Kakao** konnte 2015 eine kleine Revolution beobachtet werden. Zum einen setzen nun neue Lizenzpartner auf das FAIRTRADE-Siegel, allen voran die Josef Manner & Comp. AG mit den beliebten Casali-Schokobananen, die Tiroler Biospezialisten Bio vom Berg und die Bachhalm Schokoladenmanufaktur. Gleichzeitig begeisterten langjährige Partnerunternehmen mit Sortimentserweiterungen und kreativen Produktinnovationen (z. B. EZA Fairer Handel GmbH, zotter Schokoladenmanufaktur oder Landgarten). Als Gastronomiepartner von FAIRTRADE Österreich verwendet die GMS Gourmet GmbH seit 2015 ausschließlich FAIRTRADE-zertifiziertes Kakaopulver für ihr Angebot an Kuchen und Konditorwaren.
Zum anderen trugen mehrere österreichische Partner mit ihrer 100%-igen Umstellung des Kakaos im Rahmen des FAIRTRADE-Kakaoprogramm-Siegels entscheidend zum Wachstum bei, wie die Walter Heindl GmbH und die Heidi Chocolat AG mit den Niemetz Schwedenbomben. Nicht zuletzt ist der Erfolg bei Kakao auch auf den Einstieg von Handelseigenmarken in das FAIRTRADE-Kakaoprogramm mit Produkteinführungen bei Billa, Billa Corso, Ja! Natürlich, Spar, Spar Natur*pur und Lidl zurückzuführen.



FAIRE VIELFALT: WEITERE PRODUKTGRUPPEN

FAIRTRADE-**Bananen** erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit und konnten dank guter Qualität bei allen Handelsketten wieder erfreuliche Zuwächse verzeichnen. Frische FAIRTRADE-**Orangen** sind bei Billa und Merkur mittlerweile fester und erfolgreicher Bestandteil des fairen Fruchtsortiments. Köstlich-frische Innovationen gab es bei den FAIRTRADE-**Fruchtsäften**: Der Orangensaft gespritzt und der Green Tea Mango der Hermann Pfanner Getränke GmbH in der handlichen 0,5-Liter-Flasche sind ideal für Schule, Büro oder unterwegs und auch für Getränkeautomaten geeignet. Die EZA Fairer Handel GmbH brachte mit zwei neuen Bio-Eisteesorten „vegane“ Abkühlung in die Sommerhitze.
Bei den **Grundnahrungsmitteln** sorgte Rohrzucker für beachtliche Zuwächse: einerseits als Zutat von zahlreichen neuen Süßwaren, aber insbesondere infolge der 100 %-igen Umstellung der drei **Rohrzucker**-Handelseigenmarken der Rewe International AG von Billa und Merkur („Immer-gut-Zucker“) sowie der Ja!-Natürlich-Zuckersorten.
Die Firmen Lechner & Franc und Life Earth Reisen GmbH starteten mit 24 reinsortigen **Gewürzen** und kreativen Gewürzmischungen aus Sri Lanka im Handel. Die Lemberona HandelsgesmbH mit einem Sortiment von bereits über einhundert FAIRTRADE-zertifizierten Produkten wie Gewürzen, Reismischungen und Trockenfrüchten freute sich über neue Listungen im Cash-und-Carry-Bereich. Damit wurde das Angebot an FAIRTRADE-Zutaten für Großabnehmer und Gastronomie attraktiv erweitert.

In der **Nonfood-Produktgruppe** gab es zur Weihnachtszeit bei Hofer erstmals **Weihnachtssterne** als neue Topfpflanzen mit dem FAIRTRADE-Siegel. Als neuer Lizenzpartner bietet dm drogerie markt nun dm-Baumwolleinkaufstaschen aus FAIRTRADE-zertifizierter Baumwolle an.

VORTEILE FÜR LIZENZPARTNER

1. Glaubwürdigkeit durch unabhängige Zertifizierung und regelmäßige Kontrollen
2. Strategische Partnerschaften durch langfristige Handelsbeziehungen
3. Hohes Vertrauen in das Gütesiegel
4. Erschließung attraktiver Zielgruppen
5. Breite Rohstoffpalette

13 | Eine Übersicht über alle FAIRTRADE-Produkte in Österreich bietet der online-Produkt-Finder: www.fairtrade.at/produkte.
14 | Liste aller Lizenzpartner siehe Seite 18.
15 | Eine Übersicht über alle FAIRTRADE-Gastronomiepartner bietet der online-Gastro-Finder: www.fairtrade.at/produkte/gastrofinder.

„MIT DER KOOPERATION MIT FAIRTRADE FÜR UNSERE CASALI-SCHOKOBANANEN KÖNNEN WIR DEN FAIREN HANDEL UNTERSTÜTZEN UND DEM WUNSCH UNSERER KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN NACHKOMMEN.“

ULF SCHÖTTL, Marketingleiter
Josef Manner & Comp. AG





UNTERSTÜTZUNG FÜR PARTNERFIRMEN

FAIRTRADE ÖSTERREICH UNTERSTÜTZT ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN UND BERÄT UNTERNEHMEN, DIE FAIRTRADE-PRODUKTE UNTER IHRER MARKE VERTREIBEN MÖCHTEN. SO ERFÜLLEN SIE DEN WUNSCH NACH MEHR FAIRTRADE-PRODUKTEN.

Das FAIRTRADE-Siegel ist das weltweit bekannteste Sozialsiegel mit höchsten Glaubwürdigkeitswerten. Auch in Österreich genießt es eine sehr hohe Reputation.[16] Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten wollen wissen, woher ihr Essen und andere Konsumgüter stammen und wo und unter welchen Bedingungen diese hergestellt wurden. Gleichzeitig sind Unternehmen trotz immer undurchschaubarerer Strukturen im globalen Welthandel gefordert, ihrer sozialen und ökologischen Sorgfaltspflicht nachzukommen und Transparenz entlang der Lieferketten einzuhalten.
Nachhaltig und fair – die unabhängige FAIRTRADE-Zertifizierung ermöglicht beides. Durch die Verankerung von FAIRTRADE als Teil ihrer Unternehmenspolitik profitieren Unternehmen – große wie kleine – nachweislich von einer Reihe von Vorteilen.[17]

PRÄSENZ BEI FACHVERANSTALTUNGEN UND AKTIONEN

Das FAIRTRADE Österreich-Team unterstützt Unternehmen mit vielfältigen Maßnahmen wie z. B. professioneller Beratung und Schulungen zur Umstellung, Vorträgen, Verkostungen u. v. m. dabei, ihr Engagement für fairen Handel umzusetzen und nach außen zu tragen. Beispiel dafür waren **über 40 Fachveranstaltungen** für Unternehmen und öffentliche Einrichtungen, wie die Green Events Austria Konferenz 2015 in Wien, die FAIRTRADE-Ausstellung im Parlament oder die Fachmesse „Alles für den Gast“ in Salzburg. Auch auf Initiative von Partnerunternehmen wurden **viele Aktivitäten** umgesetzt. So u. a. die Auszeichnung von Lehrlingen der Spar-Akademie zu FAIRTRADE-Botschafterinnen und -Botschaftern oder die FAIRTRADE-Infotage mit Verkostungen und Gewinnspiel von Reiter Betten & Vorhänge.

VIELFÄLTIGES ANGEBOT

FAIRTRADE Österreich stellt Partnerunternehmen für verschiedene Zielgruppen fundierte **Fachinformationen** zur Verfügung, die zur Verkaufsförderung und Bewusstseinsbildung für den fairen Handel verwendet werden können und die dabei helfen, Konsumentinnen und Konsumenten, Gästen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Bedeutung des fairen Engagements verständlich näherzubringen. Drucksorten, wie der umfassende **FAIRTRADE-Produktkatalog** „TASTE“, Tischaufsteller, Rezeptfolder, das neue Gastroinfoblatt oder die neuen **Themenzeitungen** zu Kakao, Kaffee und Baumwolle sollen Partner unterstützen, den fairen Handel in ihre CSR-Strategie einzubauen.

Neben regelmäßigen E-Newslettern für Handel und Gastronomie bietet die Website www.fairtrade.at umfassende, tagesaktuelle Informationen für Partnerbetriebe von Entwicklungen auf nationaler und internationaler Ebene zu Serviceangeboten von FAIRTRADE Österreich, aber auch Anregungen, selbst aktiv zu werden, sowie zur Vernetzung mit Partnerunternehmen im FAIRTRADE-Netzwerk.

Um die Glaubwürdigkeit des Engagements zusätzlich zu unterstreichen, führte FAIRTRADE Österreich 2015 in Zusammenarbeit mit Austria Bio Garantie und agroVet erstmals **Kontrollen** bei zehn registrierten FAIRTRADE-Partnern in der **Gastronomie** durch.

16 | Vgl. GlobeScan-Umfrage 2015.
17 | Siehe Infobox auf Seite 13.



FAIRTRADE IST EINE BEWEGUNG

DAS GROSSE ZIVILGESELLSCHAFTLICHE ENGAGEMENT UND INTERESSE SIND DIE GRUNDLAGE FÜR DEN ERFOLG DES FAIREN HANDELS IN ÖSTERREICH. FAIRTRADE ÖSTERREICH ARBEITET LAUFEND DARAN, DEN DIALOG MIT DER ÖFFENTLICHKEIT AUSZUBAUEN.

Ethisch und fair gehandelte Produkte zu kaufen ist eine der wirkungsvollsten Möglichkeiten für Konsumentinnen und Konsumenten, Nachhaltigkeit zu unterstützen. Ebenso wichtig ist es, die Zivilbevölkerung und die **breite Öffentlichkeit** über die Bedeutung von fairem Handel im globalen Wirtschaftssystem zu informieren und aktiv auf herrschende Ungerechtigkeiten aufmerksam zu machen. Die Unterstützerinnen und Unterstützer aus der Zivilgesellschaft machen Veränderung in Form von zahlreichen Veranstaltungen, Kampagnen und Aktionen erst möglich. Mehr als 120 ehrenamtlich Engagierte sowie 15 FAIRTRADE-Referentinnen und -Referenten sind dazu regelmäßig in öffentlichen Einrichtungen wie Schulen, Universitäten, Krankenhäusern oder Altersheimen im Rahmen von Informations- und Aufklärungsveranstaltungen im Einsatz.

VERANSTALTUNGEN MIT WIRKUNG

Bereits zum dritten Mal wurde im Wiener Rathaus erfolgreich der **Genussmarkt „fairERleben“** in Zusammenarbeit mit ÖkoKauf Wien der Wiener Umweltschutzabteilung – MA 22 abgehalten. Die Veranstaltung bot mehr als 5.000 Besucherinnen und Besuchern an zwei Tagen Gelegenheit, zahlreiche österreichische FAIRTRADE-Partner und deren Angebot aus nächster Nähe kennenzulernen. Das Rahmenprogramm mit Workshops und Führungen für Schulklassen war lange im Voraus ausgebucht. Auch die Informationsangebote verschiedener zivilgesellschaftlicher Organisationen fanden großen Zuspruch.
Beim **Eurovision Song Contest** verteilten freiwillige FAIRTRADE-Mitarbeiterinnen in Bananenkostümen mehr als 500 FAIRTRADE-Schokobananen an die Besucherinnen und Besucher in der Public Viewing Area am Wiener Rathausplatz. Den Vorgaben des österreichischen Umweltzeichens für Green Events entsprechend wurde an den offiziellen Hauptlocations zum Song Contest ausschließlich FAIRTRADE-Kaffee serviert.
FAIRTRADE Österreich beteiligte sich wieder als Kooperationspartner bei der Messe **WearFair & mehr** der Organisationen Südwind, GLOBAL 2000 und Klimabündnis OÖ. Mit rund 13.000 Besucherinnen und Besuchern wurden bei der Messe für öko-faire Mode und nachhaltigen Lebensstil in der FAIRTRADE-Stadt Linz so viele Personen wie nie zuvor mit Themen rund um den fairen Handel erreicht.
Rund 200 Gäste aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, NGOs, Gemeinden, Weltläden und Schulen folgten der Einladung zur **FAIRTRADE-Tagung** in Wien.

„FAIRNESS IN DER WIRTSCHAFT – EIN GRUNDBAUSTEIN FÜR EHRLICHE UND NACHHALTIGE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN. DIESES BEWUSSTSEIN MUSS IN DER AUSBILDUNG GESCHAFFEN WERDEN!“

GABRIELE REITHOFER,
VBS Schönborngasse,
1080 Wien





AKTIV SEIN

Über die intensive Kampagnenarbeit von FAIRTRADE Österreich wurde politisches und soziales Engagement durch rund 50 Vorträge und Workshops mit Informationen, Beratung und Vernetzungsmöglichkeiten begleitet und gefördert. Die Maßnahmen von FAIRTRADE Österreich zusammen mit den zahlreichen Aktivitäten der FAIRTRADE-Gemeinden und -Schulen sowie Informationsmaterialien, Newsletter, Medienarbeit und Onlinekommunikation erreichten wieder zahlreiche Menschen.

Die positive Wirkung der zivilgesellschaftlichen Aktivitäten im Rahmen der internationalen **Fair Trade Towns-Kampagne**[18] auf den Einsatz von FAIRTRADE-Produkten in der öffentlichen Beschaffung ist mehrfach belegt. Auch in Österreich tragen die 142 FAIRTRADE-Gemeinden, -Städte und -Bezirke Wiens mit einem FAIRTRADE-Kaffeekonsum von insgesamt ca. zehn Tonnen Kaffee pro Jahr mittlerweile nennenswert zum Wachstum bei FAIRTRADE-Kaffee bei. 2015 wuchs die Kampagne um **16 neue FAIRTRADE-Gemeinden**.[19] Immer mehr aktive Mitglieder engagieren sich in den lokalen FAIRTRADE-Arbeitsgruppen. An die 330 Aktionen und Events mit über 60.000 Besucherinnen und Besuchern wurden österreichweit umgesetzt, darunter der Auftritt des Hope Theatre aus Nairobi in Krumbach, Lembach und Hallein, die faire Filmnacht der FAIRTRADE-Gemeinden Enns, Ennsdorf und St. Valentin oder das gemeinsame Kochen mit Asylwerberinnen und Asylwerbern in Braunau und Ostermiething. Zahlreiche Vertreterinnen und Vertreter der österreichischen FAIRTRADE-Gemeinden kamen zur FAIRTRADE-Tagung. Sechs Vertreterinnen und Vertreter aus Österreich nahmen an der internationalen Fair Trade Towns Conference in Bristol teil.

Im Rahmen der **Kampagne FAIRTRADE-Schools**[20] wurden 2015 **weitere 13 Schulen**[21] für ihr „faires" Engagement ausgezeichnet. Damit wuchs die Zahl der FAIRTRADE-Schulen in Österreich auf 25. Mehr als 150 Unterrichtsbeispiele, Events und Aktionen sind bislang auf dem FAIRTRADE-Schools-Blog[22] dokumentiert, die als Anregung und Motivation für andere Schulen dienen. So richteten die Schülerinnen und Schüler der HLTW Bergheidengasse Wien mit dem Theaterhotel eine der größten Schulcharity-Veranstaltungen des Landes aus. Die Schule wurde bei dieser Gelegenheit auch als FAIRTRADE-School ausgezeichnet. Im Rahmen des Schulwettbewerbs der NÖ Landesregierung „Jugend gestaltet (ihre) Zukunft", durchgeführt von Klimabündnis Niederösterreich und FAIRTRADE Österreich im Zuge des European Year for Development, wurden die besten Projekte und Aktivitäten in den Bereichen Klimaschutz und fairer Handel prämiert. FAIRTRADE Österreich war auf zahlreichen Veranstaltungen für Lehrerinnen und Lehrer präsent und informierte auf der größten Bildungsmesse Österreichs, der Interpädagogica, gemeinsam mit Südwind, BAOBAB und „Jugend Eine Welt" über die neusten Angebote für Schulen.

KOOPERATIONEN – GEMEINSAM STÄRKER

Zusätzlich zu den eigenen Kampagnen unterstützt FAIRTRADE Österreich **Aktivitäten von Partner-NGOs**, um deren Wirkung zu verstärken, darunter Make Chocolate Fair, Make Fruits Fair, Supply Change, die Kampagne „TTIP-stoppen" sowie die Kampagne „Mitmachen"[23] der Austrian Development Agency (ADA). FAIRTRADE Österreich beteiligte sich an der weltweiten, NGO-übergreifenden Kampagne „Action 2015" zur Erreichung der nachhaltigen Entwicklungsziele und ist Mitglied beim WIDE-Netzwerk sowie im Netzwerk Soziale Verantwortung und bei der **Initiative SO:FAIR**[24] zur Förderung von sozialer und nachhaltiger Beschaffung im öffentlichen Sektor. Unter der Mitarbeit von FAIRTRADE Österreich startete die Erzdiözese Wien die Initiative **„Pfarre fairwandeln"**.[25]

POLITISCHES ENGAGEMENT IST GEFRAGT

Für eine positive Veränderung ist neben einer bewussten Kaufentscheidung eine aktive Beteiligung an gesellschaftlichen und politischen Prozessen notwendig.
Infos: www.fairtrade.at/mitmachen/kampagnen



INFORMIERT SEIN

Zusätzlich zu regelmäßigen tagesaktuellen Informationen über die Aktivitäten von FAIRTRADE Österreich veröffentlicht der Verein laufend umfassende Beiträge und **Publikationen** zu Schwerpunktthemen, um die Zusammenhänge und Hintergründe des fairen Handels zu erklären. 2015 erschienen u. a. eigene Zeitungen zu Kaffee und Baumwolle mit insgesamt mehr als 630.000 Exemplaren, zwei Ausgaben von EINBLICKE, dem entwicklungspolitischen Themenmagazin, sowie das neue FAIRTRADE-Rezeptheft mit genussvollen Anregungen zum Kochen mit FAIRTRADE-Zutaten für Zuhause. Mehrere Produktdossiers und Fachartikel mit fundierten Hintergrundinformationen rund um den fairen Handel erklären entwicklungspolitische Zusammenhänge und die Relevanz eines gerechteren Welthandels und stehen unter www.fairtrade.at zum Nachlesen bereit.
Im Zuge der **Medienarbeit** von FAIRTRADE Österreich berichteten österreichische Medien 2015 in insgesamt über 2.700 Printartikeln sowie 75 Hörfunk- und TV-Beiträgen über FAIRTRADE. Eine groß angelegte **Werbekampagne**[26] in Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnerunternehmen informierte im Frühjahr 2015 über die FAIRTRADE-Produktvielfalt in Österreich und die Entscheidung, fair zu kaufen: auf über 4.500 Straßenplakatstellen, auf Infoscreens und Digital Screens in Bahn-, U-Bahn- und Straßenbahnstationen. Auf ORF 1 und ORF 2 und in **ausgewählten Kinos** österreichweit erzählte der Spot „Fairtrade Story“, was FAIRTRADE bewirkt.

Der **E-Newsletter** versorgte monatlich jeweils 6.800 Abonnentinnen und Abonnenten mit Berichten über aktuelle Themen und Informationen zu Aktivitäten, Kampagnen, Veranstaltungen und Produktneuheiten. Darüber hinaus bieten die Newsletter für FAIRTRADE-Gemeinden sowie die Insider-Newsletter für Partnerinnen und Partner aus dem Netzwerk vertiefende Informationen für die Kampagnenarbeit. Auch online und im **Social-Media-Netzwerk**[27] erfreut sich FAIRTRADE Österreich einer stark wachsenden, großen Anhängerschaft mit durchschnittlich rund 12.000 Zugriffen auf www.fairtrade.at pro Monat, 29.500 Fans auf Facebook und über 1.100 Followern auf Twitter.

INFORMATIONEN SIND GEFRAGT

Verschaffen Sie sich einen Überblick über das vielfältige Angebot an Informationsmaterialien wie Postern, Flyern, Publikationen, Filmen oder Aktionskatalogen.
Infos: www.fairtrade.at/top/materialien

18 | Mehr unter www.fairtradetowns.org.
19 | Eine Übersicht über alle FAIRTRADE-Gemeinden bietet die Website www.fairtrade.at/mitmachen/in-der-gemeinde/fairtrade-gemeinden. Neu seit 2015: NÖ (2): Eichgraben, Schwechat; OÖ (13): Alberndorf, Andorf, Großraming, Haslach, Hochburg-Ach, Innerschwand am Mondsee, Mayrhof, Niederkappel, Putzleinsdorf, Schwertberg, Thalheim bei Wels, Traun, Schärding; SBG (1): Mauterndorf.
20 | Mehr unter www.fairtrade-schools.at.
21 | Neu seit 2015: HLUW Yspertal, Medien HAK Graz, VBS Schönborngasse, BORG Oberndorf, HLW Fohnsdorf, HLTW Bergheidengasse, HBLW Landwiedstraße, HAK Mistelbach, ISZ Wels, HLW Marienberg, die VS Judendorf-Straßengel, HLA Baden, BHAS Wörgl.
22 | Mehr unter http://blog.fairtrade-schools.at.
23 | Mehr unter www.entwicklung.at/mitmachen.
24 | Mehr unter www.fairebeschaffung.at.
25 | Mehr unter www.ka-wien.at/site/welthaus/fairwandeln/dasprojekt.
26 | Mehr unter www.fairtrade.at/index.php?id=2401.
27 | Mehr unter Facebook www.facebook.com/fairtrade.oesterreich und Twitter twitter.com/FAIRTRADE_AT.

„WIR MÖCHTEN ALS UNTERNEHMEN EINEN SPÜRBAREN SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN BEITRAG LEISTEN. MIT FAIRTRADE-PRODUKTEN KÖNNEN UNSERE GÄSTE UND WIR MIT GUTEM GEWISSEN GENIESSEN.“

HERBERT FUCHS,
Geschäftsführer GOURMET



LIZENZPARTNER IN ÖSTERREICH

Stand April 2016. Alle lizenzierten FAIRTRADE-Produkte finden Sie unter www.fairtrade.at/produkte.

FRISCHE FRÜCHTE

Bananen, Ananas, Avocados, Orangen, Kokosnüsse und Litschis

AgroFair BV | Bruno Melchart GmbH | Fairtrasa Deutschland GmbH | Hofer KG – Natur aktiv | Lidl GmbH | REWE – Ja! Natürlich Naturprodukte Gesellschaft m. b. H. | SPAR Österreichische Warenhandels AG | UNIVEG Austria GmbH | Zeilberger fruit service GmbH

Molkereiprodukte

Bullit GmbH | Reinhard Schweitzer GmbH

HEISSGETRÄNKE

Kaffee, Trinkkakao und Tee

Alois Dallmayr KG | Alt Wien Kaffee KEG | Amann Kaffee GmbH | BioArt AG | Bullit GmbH | café+co Österreich Automaten-Catering und Betriebsverpflegung GmbH | CAPSIMA COFFEE GmbH | Clipper Teas | CoSo GmbH | DEMMER GmbH | Eduscho Österreich GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Franco Caffè / Origine srl | FrieslandCampina Kievit GmbH | GOFAIR GmbH | Grüne Erde Gmbh | H & H Tee und Kaffee Import GesmbH & Co KG | Hämmerle Kaffee GmbH | Helmut Sachers Kaffee GmbH | Hofer KG – Natur aktiv | Holly Kaffeesysteme GmbH | J. EILLES GmbH & Co. KG / Praxmarer Kaffee Vertriebsgmbh | J. Hornig GmbH | J. J. Darboven GmbH & Co. KG | Julius Meinl Austria GmbH | Kaffee-Großhandel Hueber e. U. | Kaffeerösterei Alfred Schatteiner | Lidl GmbH | MOCAFE | Naturata AG | Nestlé Österreich GmbH | Puro Fairtrade Coffee / Miko Koffie NV | Reinhard Schweitzer GmbH | REWE International AG | Santora Kaffee-Systeme GmbH | Schirmer Kaffee GmbH | Selecta Betriebsverpflegungs-GmbH | Service Corner GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG – SPAR Natur*pur | Starbucks Coffee Service Österreich GmbH | Superespresso AG / Martello | Tchibo Coffee Service Österreich GmbH | TEEKANNE GmbH | Tiktak / Segafredo Zanetti Nederland B. V. | TOP-TEAM Zentraleinkauf GmbH | Torrefazione Musetti | VIVA / Gimoka | Wagner Rudolf KG | Wertform GmbH | Wilder Kaiser Schokolade | zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

GETRÄNKE

Erfrischungsgetränke, Fruchtsäfte und Wein

all i need beverage GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Hermann Pfanner Getränke GmbH | Hofer KG – FAIR FRUITS | LemonAid Beverages GmbH | Lidl GmbH | Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co OG | Vöslauer Mineralwasser AG

PARTNER WERDEN?

Werden auch Sie Gastro- oder Lizenzpartner von FAIRTRADE Österreich. **Anfragen** unter: gastro@fairtade.at und marketing@fairtrade.at.

SÜSSWAREN UND SNACKS

Schokoladeprodukte, Eiscreme, Fruchtgummi, dragierte Früchte und Nüsse

BACHHALM Schokoladenmanufaktur GmbH | Barry Callebaut AG | Baum S. R. L. | Ben & Jerry's | Bioalpin eGen (BIO vom BERG) | BioArt AG | Birkengold GmbH | Café-Konditorei Hagmann GmbH | Cavalier NV | EZA Fairer Handel GmbH | F.lli Damiano & C. S. r. l. | Frucht und Sinne Schokoladenmanufaktur GmbH | Hans Riegelein & Sohn GmbH & Co. KG | Heidi Chocolat AG Niemetz Schwedenbomben | Hofer KG | Josef Manner & Comp AG | Kelly GmbH | Heindl's Genussstücke GmbH | Kremezzat Getränkeproduktions GmbH | Landgarten GmbH & Co. KG | Lemberona HandelsgesmbH | Lidl GmbH | Maestrani Schweizer Schokoladen AG | Mayer Schokoladen GmbH | PEZ International GmbH | Pischinger GmbH | REWE International AG | SPAR Österreichische Warenhandels AG | Walter Heindl GmbH | zotter Schokoladen Manufaktur GmbH

GRUNDNAHRUNG

Getreide, Reis, Zucker und Speiseöle

Agrana Zucker GmbH | Davert GmbH | Everest GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Hofer KG | Lemberona HandelsgesmbH | Lidl GmbH | REWE International AG | Reyhani GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG – SPAR Natur*pur | VOG AG | VollkornBioBäckerei GmbH Waldherr

CONVENIENCE

Honig, Aufstriche und Marmeladen, Gewürze

EZA Fairer Handel GmbH | FÜRSTEN-REFORM GmbH & Co. KG | Lechner & Franc OG | Lemberona HandelsgesmbH | Life Earth Reisen GmbH | Menz&Gasser S. p. A. | REWE International AG | SPAR Österreichische Warenhandels AG

NON-FOOD

Baumwollprodukte – Bekleidung und Heimtextilien

Adler Modemärkte AG | Dibella B. V. | dm drogerie markt GmbH | EP VerpackungsGmbH | Esteam Europe Ltd | EZA Fairer Handel GmbH | Fashion Revolution | Fun Tex Clothing Co. / Neutral | Gardeur GmbH | GARY MASH | Göttin des Glücks GmbH | Hefel Textil GmbH | Hofer KG | Meyer-Hosen-Aktiengesellschaft | Howorka Werbeartikel GmbH | Reiter Betten & Vorhänge GmbH | RELAX – Natürlich Wohnen GmbH | SALESIANER MIETTEX GmbH | Social Fashion Company GmbH | The Cotton Group SA | Vossen GmbH

Grünpflanzen – Rosen

Hofer KG | Klimesch Rosen Handels GmbH | Lidl GmbH | Rosen Waibel Münchendorf GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels AG

Sportbälle und Trainingsgeräte

BAD BOYZ BALLFABRIK e. K. | EZA Fairer Handel GmbH | Jugend Eine Welt | Rasenreich GmbH | Sportastic Handelsgmbh



FAKTEN & ZAHLEN
FAIRTRADE ÖSTERREICH 2015

1.300
Produkte mit dem FAIRTRADE-Siegel

5.000
Verkaufsstellen österreichweit

1.800
Cafés, Bäckereien, Hotels & Restaurants

120
lizenzierte Partner-unternehmen

142
FAIRTRADE-Gemeinden

25
FAIRTRADE-Schools

FAIRTRADE ÖSTERREICH

AUS PRODUZENTENPERSPEKTIVE

ROHKAFFEE

3.136 Tonnen, **+13,3 %** ggü. Vorjahr

Bioanteil **76 %**

Direkteinnahmen* der Produzentenorganisationen

12,6 MIO. USD

FAIRTRADE-Kaffee kommt zu 100 % von Kleinbauernfamilien, die demokratisch in Kooperativen organisiert sind.

BANANEN

17.190 Tonnen, **+11,8 %** ggü. Vorjahr

Bioanteil **100 %**

Direkteinnahmen* der Produzentenorganisationen

9,5 MIO. USD

FAIRTRADE-Bananen kommen sowohl von Kleinbauernkooperativen (55 %) als auch von Bananenplantagen (45 %).

KAKAOBOHNEN

1.260 Tonnen, **+38,3 %** ggü. Vorjahr

Bioanteil **31 %**

Direkteinnahmen* der Produzentenorganisationen

2,9 MIO. USD

FAIRTRADE-Kakaobauernkooperativen können weltweit nur 33 % ihrer Ernte zu FAIRTRADE-Bedingungen absetzen.

ROHRZUCKER

1.859 Tonnen, **+87,4 %** ggü. Vorjahr

Bioanteil **24 %**

Direkteinnahmen* der Produzentenorganisationen

0,9 MIO. USD

Weltweit fließt über die Hälfte der FAIRTRADE-Prämie von den Kooperativen in Produktivitäts- und Qualitätssteigerungsmaßnahmen.

FRUCHTSAFTKONZENTRAT

993 Tonnen, **+9,8 %** ggü. Vorjahr

aus verschiedenen Früchten

Direkteinnahmen* der Produzentenorganisationen

1,8 MIO. USD

FAIRTRADE-Kleinbauernfamilien bauen Obst für Fruchtsaftkonzentrat auf durchschnittlich 5,8 Hektar Land an.

ROSEN

34 Mio. Stiele, **+4,4 %** ggü. Vorjahr

in verschiedenen Farben

Direkteinnahmen* der Produzentenorganisationen

3 MIO. USD

Über die Hälfte der Beschäftigten auf den FAIRTRADE-Blumenfarmen in Afrika und Lateinamerika sind Frauen.

ROHBAUMWOLLE

440 Tonnen, **−9,4 %** ggü. Vorjahr

Bioanteil **73 %**

Direkteinnahmen* der Produzentenorganisationen

0,7 MIO. USD

Baumwollbauernfamilien investieren über ein Drittel der FAIRTRADE-Prämie in die Aus- und Weiterbildung der ganzen Gemeinschaft.

GESAMT: 32,6 MIO. USD DIREKTEINNAHMEN* DER PRODUZENTENORGANISATIONEN DURCH DEN VERKAUF VON FAIRTRADE-PRODUKTEN IN ÖSTERREICH.

* Die geschätzten Direkteinnahmen setzen sich aus dem Mindestpreis (außer für Zucker und Rosen), dem Bioaufschlag und der FAIRTRADE-Prämie zusammen und bezeichnen den Geldfluss in die Produzentenländer.

AUS MARKTPERSPEKTIVE

UMFRAGE ZUM FAIRTRADE-SIEGEL

92 % der ÖsterreicherInnen kennen das FAIRTRADE-Siegel.

9 VON 10 ÖsterreicherInnen vertrauen dem FAIRTRADE-Siegel.

80 % der ÖsterreicherInnen kaufen gelegentlich,

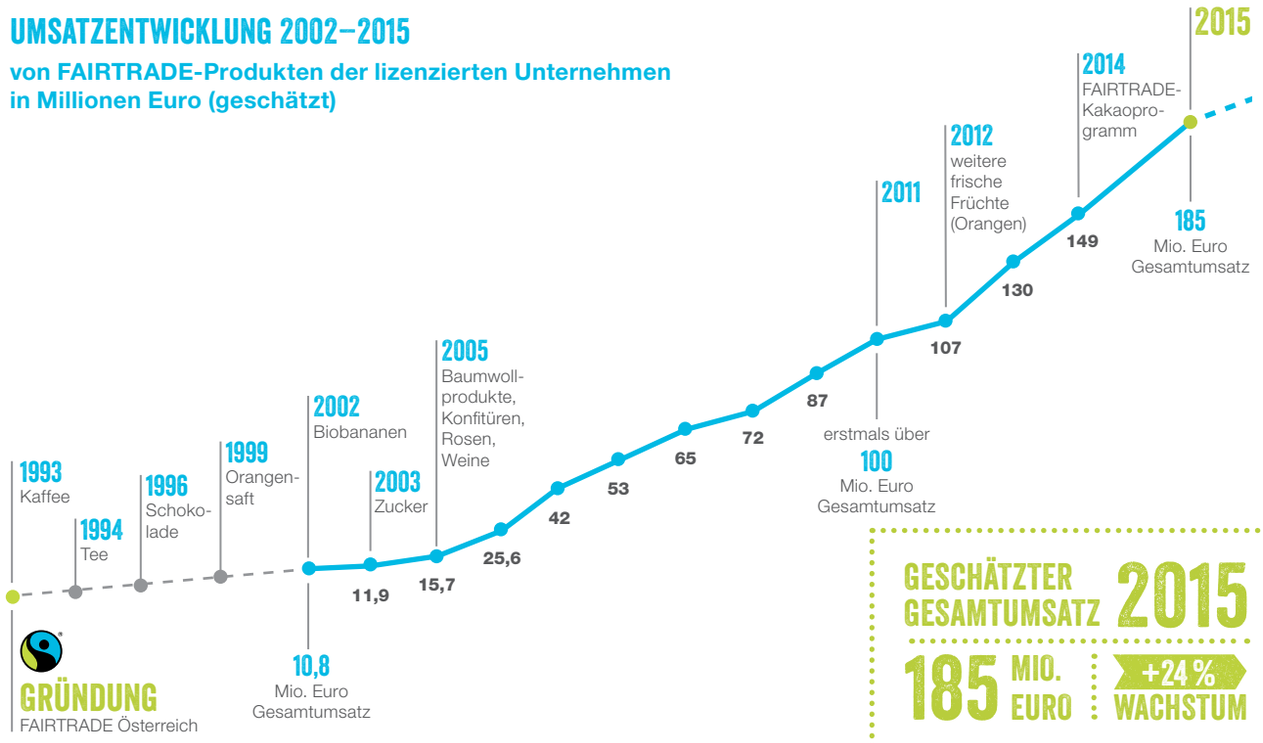
41 % kaufen regelmäßig FAIRTRADE-Produkte.

ÖSTERREICH UNTER DEN TOP 5 FAIRTRADE-LÄNDERN WELTWEIT

Quelle: GlobeScan-Studie 2015

UMSATZENTWICKLUNG 2002–2015

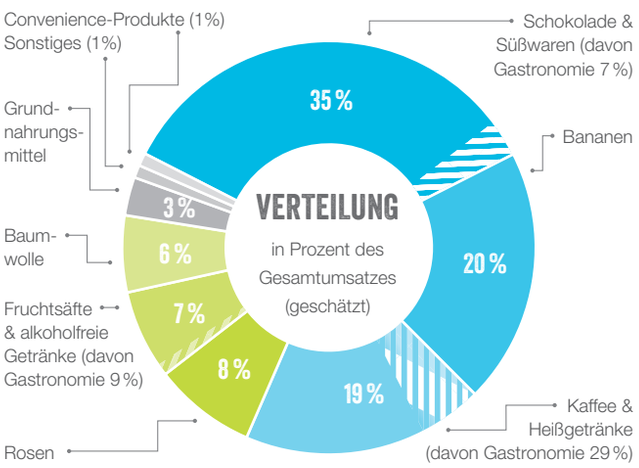
von FAIRTRADE-Produkten der lizenzierten Unternehmen in Millionen Euro (geschätzt)



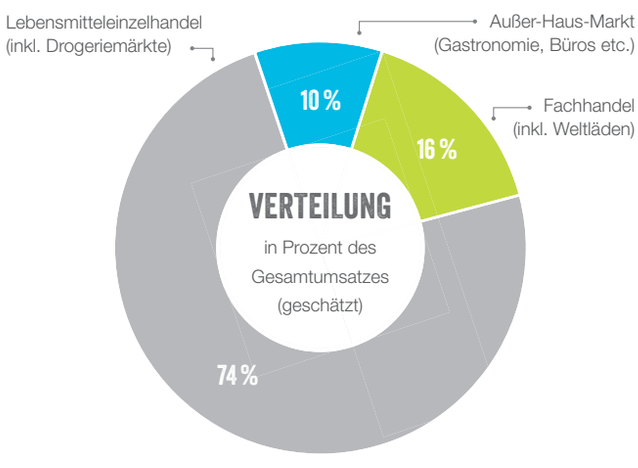
GESCHÄTZTER GESAMTUMSATZ 2015

185 MIO. EURO **+24 % WACHSTUM**

UMSATZVERTEILUNG NACH PRODUKTKATEGORIEN



UMSATZVERTEILUNG NACH VERTRIEBSCHIENEN



JAHRESABSCHLUSS 2015

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG ZUM 31.12.2015

Erlöse	2015	2014
Lizenzeinnahmen	1.955.069	1.757.337
Förderungen / Sponsoring	99.448	140.327
Projektförderungen	56.067	93.500
Mitgliedsbeiträge	24.300	25.100
Sponsoren, private Spender	19.081	21.727
Sonstige Erlöse	199.987	141.177
Summe Erlöse	2.254.504	2.038.841

Aufwendungen	2015	2014
Öffentlichkeitsarbeit	1.022.602	868.178
Lizenzpartner / Marktbearbeitung	353.323	357.758
Mitgliedsbeitrag International	494.748	438.697
Zertifizierung und Trade Audit	29.499	28.920
Governance / Administration	321.295	312.993
Sonstige Aufwendungen	1.192	5.102
Summe Aufwendungen	2.222.659	2.011.648

FINANZBERICHT
DES GEMEINNÜTZIGEN VEREINS FAIRTRADE ÖSTERREICH

Jahresüberschuss	31.845	27.193
Dotierung der satzungsmäßigen Rücklagen	31.845	27.193
Gebarungsüberschuss	—	—

BILANZ ZUM 31.12.2015

Aktiva	2015	2014
Anlagevermögen	83.913	87.436
Sachanlagen	28.050	32.639
Finanzanlagen	55.863	54.797
Umlaufvermögen	1.451.272	1.467.501
Vorräte	–	–
Forderungen	696.876	629.473
aus Lieferungen u. Leistungen	674.496	606.822
sonstige Forderungen	22.380	22.651
Kassabestand, Bankguthaben	754.396	838.028
Rechnungsabgrenzungen	13.096	9.169
Summe Aktiva	1.548.281	1.564.106

Passiva	2015	2014
Eigenkapital	1.118.533	1.086.688
Grundkapital	142.462	142.462
satzungsmäßige Rücklagen	976.071	944.226
Rückstellungen	244.331	226.215
Abfertigungsrückstellungen	28.095	28.057
sonstige Rückstellungen	216.236	198.158
Verbindlichkeiten	185.417	249.203
aus Lieferungen und Leistungen	110.754	164.884
sonstige Verbindlichkeiten	74.663	84.320
Rechnungsabgrenzungen	0	2.000
Summe Passiva	1.548.281	1.564.106

FINANZBERICHT 2015

Erlöse: Im Vergleichszeitraum 2014–2015 stiegen die Lizenzeinnahmen um 11 %. Die Erlöse Förderungen / Sponsoring gingen tendenziell zurück. In den „Sonstigen Erlösen" sind weitgehend Weiterverrechnungen von Kosten aus der Werbekampagne 2015 enthalten.

Aufwendungen: Die Aufwendungen haben sich im Verhältnis zu den Einnahmen stabil entwickelt. Im Jahr 2015 gab es wieder eine umfassende TV-, Plakat- und Kinowerbekampagne.

Bilanz: Der Jahresüberschuss wurde in voller Höhe den satzungsmäßigen Rücklagen zugewiesen und wird daher zukünftig zweckgebunden für die Ziele von FAIRTRADE verwendet.

Die FAIRTRADE-Finanzgebarung 2015 wurde durch die Mag. Erich Wolf Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m. b. H. geprüft und testiert.

FÖRDERUNG UND SPONSORING

Austrian Development Agency – ADA, Land Niederösterreich, Land Oberösterreich, Land Steiermark, Land Vorarlberg, Wiener Umweltschutzabteilung – MA 22 sowie zahlreiche private Spenderinnen und Spender.

www.fairtrade.at | www.fairtrade-code.at | www.facebook.com/fairtrade.oesterreich | twitter.com/FAIRTRADE_AT

Impressum: FAIRTRADE Österreich | Neulinggasse 29/17, A-1030 Wien | Tel: +43 1 533 09 56-0 | E-Mail: office@fairtrade.at | www.fairtrade.at | ZVR: 881545394 | Für den Inhalt verantwortlich: Veronika Polster, FAIRTRADE Österreich | Grafik: Doris Steinböck, www.beast.at | Herstellung: Druckhaus Thalerhof GesmbH, 8073 Feldkirchen/Graz

gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse" des Österreichischen Umweltzeichens · Druckhaus Thalerhof GesmbH · UW-Nr. 930

ClimatePartner° klimaneutral Druck | ID: 53286-1505-1002