

FAIRTRADE, eine Agenda für die Zukunft

Jahres- und Wirkungsbericht 2021/2022
von FAIRTRADE Österreich



Foto: Fairtrade/Fairpicture/Francis Kokoroko

Inhalt

Vorwort	3
Mehr als eine Marke	4
Kakao-Preiskrise: Sicherheit in unsicheren Zeiten	6
Die FAIRTRADE-Welt	8
Ein globales Netzwerk für Fairness	9
Der Kaffeepreis steigt: aus gutem Grund	10
Bananenbranche in der Krise	12
Ein Siegel, zwei Werte: Bekanntheit und Vertrauen	14
Lizenzpartner in Österreich	16

Internationale Rohstoffzahlen

FAIRTRADE-Bananen:

International ca.
739.000 Tonnen verkauft
Prämieinnahmen von rund
36 Millionen Euro



FAIRTRADE-Kakao:

International ca.
175.000 Tonnen verkauft
Prämieinnahmen von rund
37 Millionen Euro



FAIRTRADE-Kaffee:

International ca.
226.000 Tonnen verkauft
Prämieinnahmen von rund
86 Millionen Euro



Nach wie vor solides Wachstum



Foto: FAIRTRADE Österreich/Günther Felbermayer

Vorwort von Hartwig Kirner, Geschäftsführer von FAIRTRADE Österreich

Die Entwicklung der Rohstoffpreise in den vergangenen Jahren hat eines gezeigt: Planbarkeit ist ein Luxus, den weltweit viele Bauernfamilien leider nicht haben.

2021 sank der Kakaopreis erneut auf ein Niveau, das ein existenzsicherndes Einkommen gerade in Westafrika, wo ausbeuterische Kinderarbeit nach wie vor ein großes Problem ist, quasi unmöglich machte. Dass der Kakaopreis derzeit anzieht, gibt allerdings Anlass zu Hoffnung. Für Kaffee wird am internationalen Markt so viel wie schon lange nicht mehr gezahlt, wohl auch weil allerorts die Energiepreise und damit auch die Kosten für Transport, Düngemittel und vieles mehr massiv steigen.

Die Teuerungen inmitten der anhaltenden Gesundheitskrise sind nicht nur für die Produzentenorganisationen weltweit, sondern auch für uns hierzulande eine große Belastung. Insofern ist es keine Selbstverständlichkeit, dass der faire Handel in Österreich weiterhin Aufwind hat. Trotz Kostenzunahme achten Konsumentinnen und Konsumenten weiterhin auf das FAIRTRADE-Siegel, und wir können auf ein gutes Wachstumsjahr 2021 zurückblicken. Besonders erfreulich war die Entwicklung im Kakaobereich. Schon seit Jahren gibt es eine solide Steigerung, doch das vergangene Jahr war geradezu rekordverdächtig – warum, lesen Sie auf den folgenden Seiten; die aktuellen Zahlen finden Sie auch in der Beilage.

In diesem Sinn möchten wir uns einmal mehr im Namen des Teams von FAIRTRADE Österreich bei allen Unterstützerinnen und Unterstützern für ihr großartiges Engagement bedanken und auf ein besonderes Jubiläum hinweisen: Vor mittlerweile 20 Jahren feierte die FAIRTRADE-Banane ihre Premiere am heimischen Markt. Heute hat sie einen Marktanteil von rund 28 Prozent und ist nicht mehr aus den Obstabteilungen wegzudenken. Ein Meilenstein, dem hoffentlich noch viele weitere folgen werden.

Werte Leser*innen, herzlichen Dank für Ihren Einsatz für den fairen Handel!

Hartwig Kirner, Geschäftsführer von FAIRTRADE Österreich, und das Team des Vereinsvorstands

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Kirner'.

Hartwig Kirner

Mehr als eine Marke: Einsatz für Menschenrechte



Foto: Fairtrade/Fairpicture/Rosa Panggabean

Nationales Netzwerk

Österreichweit gibt es mittlerweile in jedem Bundesland FAIRTRADE-Gemeinden und auch schon zahlreiche FAIRTRADE-Schulen.

- Neu dabei: Drosendorf-Zissersdorf, Korneuburg, Kottingbrunn, St. Margarethen an der Raab, Wolfsgraben und Seekirchen am Wallersee
- Bei den Schulen sind die BHAK und BHAS Oberpullendorf dazugekommen.
- Langjähriger Einsatz: 2021 feierten 20 Ortschaften ihr 10-jähriges Bestehen als FAIRTRADE-Gemeinde.

Wer im Alltag auf das FAIRTRADE-Siegel achtet, setzt sich aktiv für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen von Menschen im Globalen Süden ein und fördert eine Community, die das gute Zusammenleben und Miteinander in den Vordergrund stellt. Menschenrechte, faire Lieferketten und Umweltschutz: All das hängt eng miteinander zusammen. FAIRTRADE kann nicht *jedes* Problem dieser Welt lösen, aber wir versuchen, aktiv zu vernetzen, zu unterstützen und eine Bewegung für alle zu sein, die jetzt handeln wollen. Wir haben versucht, uns noch stärker politisch zu engagieren und die Forderung nach einem internationalen Lieferkettengesetz für Unternehmen zu unterstützen. Um uns Gehör zu verschaffen, setzen wir auf einen ausgewogenen Kommunikationsmix, der sich an die Zivilgesellschaft, an die Mitgliedsorganisationen und nicht zuletzt an die politischen Entscheidungsträger*innen wendet.

Es braucht schützende Gesetze

Im Herbst 2021 trafen sich Vertreter*innen der **Treaty Alliance Österreich**, der mehr als 20 Organisationen angehören (darunter die ARGE Weltläden, Südwind, die Volkshilfe Wien und FAIRTRADE Österreich), mit dem damaligen Gesundheits- und Sozialminister. Ihre Forderung, die weltweit von mehr als tausend Organisationen erhoben wurde, lautete: „Menschenrechte brauchen Gesetze, damit Lieferketten nicht verletzen.“ Eingetreten wurde schon damals für ein **europäisches Lieferkettengesetz**; mittlerweile liegt dafür ein erster Vorschlag der EU-Kommission vor. Damit wurde ein wichtiger Grundstein gelegt: Sorgfaltspflichten werden nach und nach rechtlich bindend und beruhen nicht mehr auf Freiwilligkeit. Unternehmen müssen sicherstellen, dass die gekauften Rohstoffe ohne Ausbeutung von Mensch und Umwelt gewonnen wurden, und das überall auf der Welt.

Uns ist es wichtig, dass Kleinbauernfamilien im Globalen Süden ein gutes Leben haben, was maßgeblich vom fairen Handel abhängt.

Maria Katharina Moser, Direktorin der Diakonie Österreich, einer Mitgliedsorganisation von FAIRTRADE Österreich
Foto: FAIRTRADE Österreich/Dominik Schallauer





Ein besonderes Frühstück

Eine Veranstaltung mit Tradition, die bereits zum 14. Mal stattfand: Der österreichische Nationalratspräsident lud FAIRTRADE Österreich gemeinsam mit der Dreikönigsaktion – Hilfswerk der Katholischen Jungschar zu einem „fairen Frühstück“ ins Parlament ein. Auch in diesem Rahmen konnten wir konstruktive Gespräche über Menschenrechte entlang globaler Lieferketten und über den weltweiten Schutz von Kindern führen. Leider ist ausbeuterische Kinderarbeit nicht nur nach wie vor ein Problem, sondern erstmals seit 20 Jahren international wieder im Steigen. Österreich kann hier ein Sprachrohr für positive Entwicklungen sein.

Nationale Community in vollem Einsatz

Auch die FAIRTRADE-Gemeinden und -Schulen haben sich für Menschenrechte in Lieferketten eingesetzt und gemeinsam mit den Weltläden rund um den UN-Tag für Menschenrechte **faire Nikoläuse** verteilt. Unter dem Motto „Ausbeuterische Kinderarbeit kommt mir nicht ins Nikolosacker!“ wurde EZA-Schokolade verteilt.

Faire Radtouren zum Thema Menschenrechte

Im Sommer radelte Thomas Wackerlig von FAIRTRADE Österreich mit seinem E-Lastenfahrrad 800 Kilometer quer durch **Niederösterreich**. Seine Mission: auf Menschenrechte entlang globaler Lieferketten und den fairen Handel aufmerksam machen. Er besuchte in zwölf Tagen 33 FAIRTRADE-Gemeinden und wurde von Gemeindevertreterinnen und -vertretern, Schulklassen, engagierten Menschen aus Weltläden und Pfarren sowie hiesigen FAIRTRADE-Arbeitsgruppen begleitet.

Auch in **Salzburg** wurde unter der Devise „Gemeinsam stark für Klimaschutz und fairen Handel“ in die Pedale getreten. Die Fahrradtour von Karin Hörmanseder führte zu engagierten Salzburger Betrieben, Weltläden und in die FAIRTRADE-Gemeinden.

Wer steht eigentlich hinter FAIRTRADE Österreich?

Als gemeinnütziger Verein werden wir seit dem Start von einer Vielzahl von Mitgliedsorganisationen getragen. Das sind aktuell folgende Organisationen:

Mit dabei seit dem Gründungsjahr 1993:

A3W – Aktion Dritte Welt | ARGE Weltläden | Bundesjugendvertretung | Caritas Österreich | Dreikönigsaktion – Hilfswerk der Katholischen Jungschar | Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission | Horizont 3000 | Katholische Frauenbewegung Österreichs | Katholische Jugend Österreich | Katholische Männerbewegung Österreich | Südwind |

Weitere Mitglieder seit 1999, die vielfältige Themenimpulse einbringen:

Bio Austria | Diakonie Österreich | Evangelische Frauenbewegung | Gewerkschaft PRO-GE | Global 2000 | Jugend eine Welt | Klimabündnis Österreich | Licht für die Welt | ÖBV – Via Campesina Austria | Oikocredit Austria | Österreichische Hochschüler*innenschaft | Volkshilfe Österreich

Gemeinsame Kampagnen: FAIRTRADE Österreich war 2021 auch Teil der Initiative „Kinderarbeit stoppen“. Gemeinsam mit der Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar wurde der Justizministerin ein Mosaik-Bild aus Foto-Einsendungen überreicht.

Kakao-Preiskrise: Sicherheit in unsicheren Zeiten



Nach wie vor ist der Preisdruck auf Kakaobauernfamilien international groß. 2021 sank der Weltmarktpreis für konventionellen Kakao regelmäßig unter den FAIRTRADE-Mindestpreis. Das zeigt einerseits, wie wichtig fairer Handel ist, um Sicherheit und Stabilität zu geben, führt aber auch drastisch vor Augen: Es braucht umfassende Verbesserungen, gerade in Westafrika. In der Elfenbeinküste und Ghana, wo rund 70 Prozent des weltweiten Kakaos produziert werden, herrscht Armut, und ausbeuterische Kinderarbeit ist nach wie vor ein großes Problem.

Starker Slogan für Gerechtigkeit

Im Rahmen unserer „Sweet-Revolution“-Kampagne forderten wir daher mehr Fairness für Kakaobauernfamilien ein. Im Zuge dieser Kampagne reichten Schüler*innen, Gemeindevertreter*innen, Partnerfirmen sowie Konsumentinnen und Konsumenten bei FAIRTRADE rund 500 Protestslogans für fairen Kakaohandel ein. Der Gewinnerspruch „Buy FAIRTRADE – bye child labor!“ stammt von den beiden Schülern der Medien HAK Graz David und Yasin; er

wurde am Cover der FAIRTRADE-Kakaozeitung veröffentlicht. Die Kakaozeitung hatte 2021 eine Auflage von 50.000 Stück und wurde mit Unterstützung zahlreicher Kakao-Partnerfirmen an Kundinnen und Kunden verteilt. Ziel dieser Publikation ist es, über die Wirkung von FAIRTRADE in den Ursprungsländern zu informieren – mit Reportagen vor Ort, Interviews mit Fachleuten und Erklärungen unserer wichtigsten Standards.

Fairer Kakao trägt in Österreich Früchte

Kein anderer fair gehandelter Rohstoff hatte in den vergangenen Jahren prozentuell ein so massives Wachstum in Österreich wie Kakao. Der Marktanteil von FAIRTRADE-Tafelschokolade beträgt mittlerweile rund 9 Prozent. Das liegt daran, dass das **FAIRTRADE-Kakaosiegel** Partnerunternehmen in Österreich die Möglichkeit bietet, sich voll auf Kakao zu fokussieren. Es ist allerdings keine Selbstverständlichkeit, dass etablierte heimische Unternehmen auch in Krisenzeiten Weichen für eine nachhaltige Zukunft stellen. Dennoch war 2021 allen Widrigkeiten zum Trotz das Jahr der großen Marken:

- Manner, der größte Süßwarenhersteller Österreichs, hat sein Engagement enorm ausgeweitet. Neben den bekannten Manner-Original-Neapolitaner-Schnitten sind bereits ca. 160 Produkte mit dem FAIRTRADE-Kakaosiegel in den heimischen Regalen zu finden.
- Ölz der Meisterbäcker, der größte Backwarenhersteller Österreichs, setzt seit verganginem Jahr zu 100 Prozent auf das FAIRTRADE-Kakaosiegel.
- Berglandmilch: Die größte Molkerei Österreichs verwendet seit 2021 für alle Schärdinger- und Tirol-Milch-Kakaodrinks nur noch FAIRTRADE-Kakao. Langfristig sollen alle Milchprodukte nur mehr mit FAIRTRADE-Kakao produziert werden.

Jetzt hat unsere Süßwaren-Ikone, die Manner-Schnitte, ein sichtbares Zeichen für Nachhaltigkeit – das FAIRTRADE-Kakaosiegel.

Andreas Kutil, Vorstandsvorsitzender der
Josef Manner & Comp AG
Foto: Manner/Noll





Foto: Fairtrade/Fairpicture/Nipah Dennis

Neben reinen Produktionsunternehmen sind es auch große Handelspartner, die den Wandel im Handel vorantreiben. Im Vorjahr wurden folgende Produktlinien weiter ausgebaut:

- Besonders erfreuliche Entwicklung bei Tafelschokoladen: Sowohl bei BILLA, als auch BILLA PLUS, HOFER, PENNY und auch Lidl gibt es neue Schokosorten mit dem gewissen Extra. Die Marken „Very Fair“, „Choeur Choco Changer“ und „Way to go“ sind bis zur jeweiligen Kooperative im Ursprungsland zurückzuverfolgen. Sie stehen neben dem FAIRTRADE-Mindestpreis und der FAIRTRADE-Prämie auch für einen zusätzlichen freiwilligen Preiszuschlag von rund 15 Prozent, den die Kleinbauernfamilien als Extraeinkommen erhalten. Ein Ansatz, den auch die Marke „Tony's Choclonely“ mit dem Einsatz von FAIRTRADE-zertifiziertem Kakao verfolgt, die unter anderem bei SPAR erhältlich ist.
- Großes Engagement von Lidl: 100 Prozent der Tafelschokoladen tragen seit dem Vorjahr das FAIRTRADE-Siegel. Wer hier Eigenmarken kauft, trifft immer die richtige Wahl.
- REWE ist auf dem Weg zur Vollumstellung: Nach und nach soll bis Ende 2023 das gesamte Eigensortiment aus Produkten mit fairem Kakao bestehen.
- In allen SPAR-Märkten kommen nur noch fair gehandelte Osterhasen & Co ins Körbchen. Das gesamte Eigenmarken-Ostersortiment wurde auf das FAIRTRADE-Kakaosiegel umgestellt.
- Faire Ostern auch bei HOFER, bei dem der Ausbau des Kakaoengagements ständig vorangetrieben wird. Seit dem Vorjahr hat auch die Umstellung von Osterhasen, Ostereiern und Co begonnen. Bis 2023 soll der Wechsel auf FAIRTRADE-Kakaoprodukte abgeschlossen sein.
- Ein Debüt: dm hatte 2021 erstmals unter der Eigenmarke „dmBio“ ein vielfältiges Weihnachtssortiment mit FAIRTRADE-Kakaoprodukten.
- Nach dem Coffee-for-Future-Klimakaffee folgt der nächste Umweltschritt: EZA Fairer Handel setzt bei der Verpackung vieler Schokoprodukte – etwa in der ganzen Compañera-Linie – auf heimkompostierbare Folie.



Foto: Fairtrade/Fairpicture/Mohamed Aly Diabate



Foto: iStock_amphitora

Die FAIRTRADE-Welt

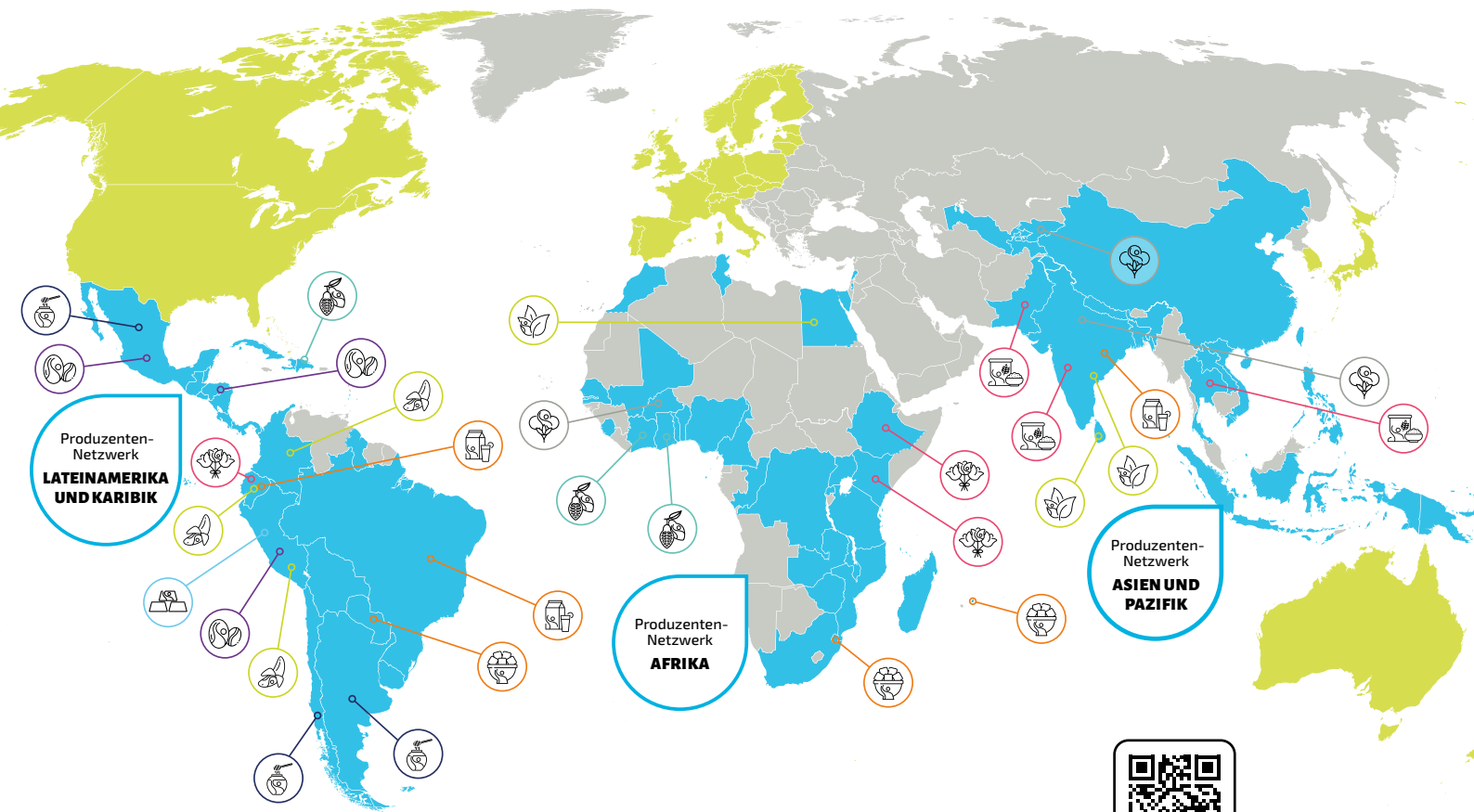
Die wichtigsten FAIRTRADE-Produkte und -Produktionsländer für Österreich



Nationale FAIRTRADE-Organisation



FAIRTRADE-Produzentenland



Bananen



Peru
Ecuador
Kolumbien

Baumwolle



Indien
Kirgisistan
Burkina Faso

Blumen



Kenia
Äthiopien
Ecuador

Fruchtsaft



Brasilien
Indien
Ecuador

Gold



Peru

Honig



Chile
Argentinien
Mexiko

Kaffee



Honduras
Peru
Mexiko

Kakao



Côte d'Ivoire
Ghana
Dom. Republik

Tee



Indien
Sri Lanka
Ägypten

Reis



Indien
Pakistan
Thailand

Zucker



Mauritius
Eswatini
Paraguay



Ein globales Netzwerk für Fairness

FAIRTRADE verbindet Akteurinnen und Akteure entlang der Lieferkette für einen gerechten und nachhaltigen Welthandel.

FAIRTRADE ist ein eng verwobenes Netz von Akteurinnen und Akteuren aus Süd und Nord, die ein gemeinsames Ziel vor Augen haben: durch fairen Handel die Lebens- und Arbeitsbedingungen möglichst vieler Menschen im Globalen Süden zu verbessern. Unter dem Dach von Fairtrade International, das paritätisch von Produzentennetzwerken aus den Anbauländern sowie FAIRTRADE-Organisationen aus den Konsumentenländern geführt wird, arbeitet FAIRTRADE daran, dass Produzentinnen und Produzenten ein faires Einkommen für ihre Arbeit erwirtschaften, verbindliche FAIRTRADE-Standards entwickelt werden, Wirtschaft und Politik den fairen Handel fördern und Konsumentinnen und Konsumenten weltweit für mehr Fairness im Einkaufs-

korb sensibilisiert werden. Bevor ein Produkt mit dem FAIRTRADE-Siegel zertifiziert wird, stellt die Kontrollorganisation Flocert sicher, dass die entsprechenden FAIRTRADE-Standards von allen Beteiligten entlang der Lieferkette eingehalten werden.

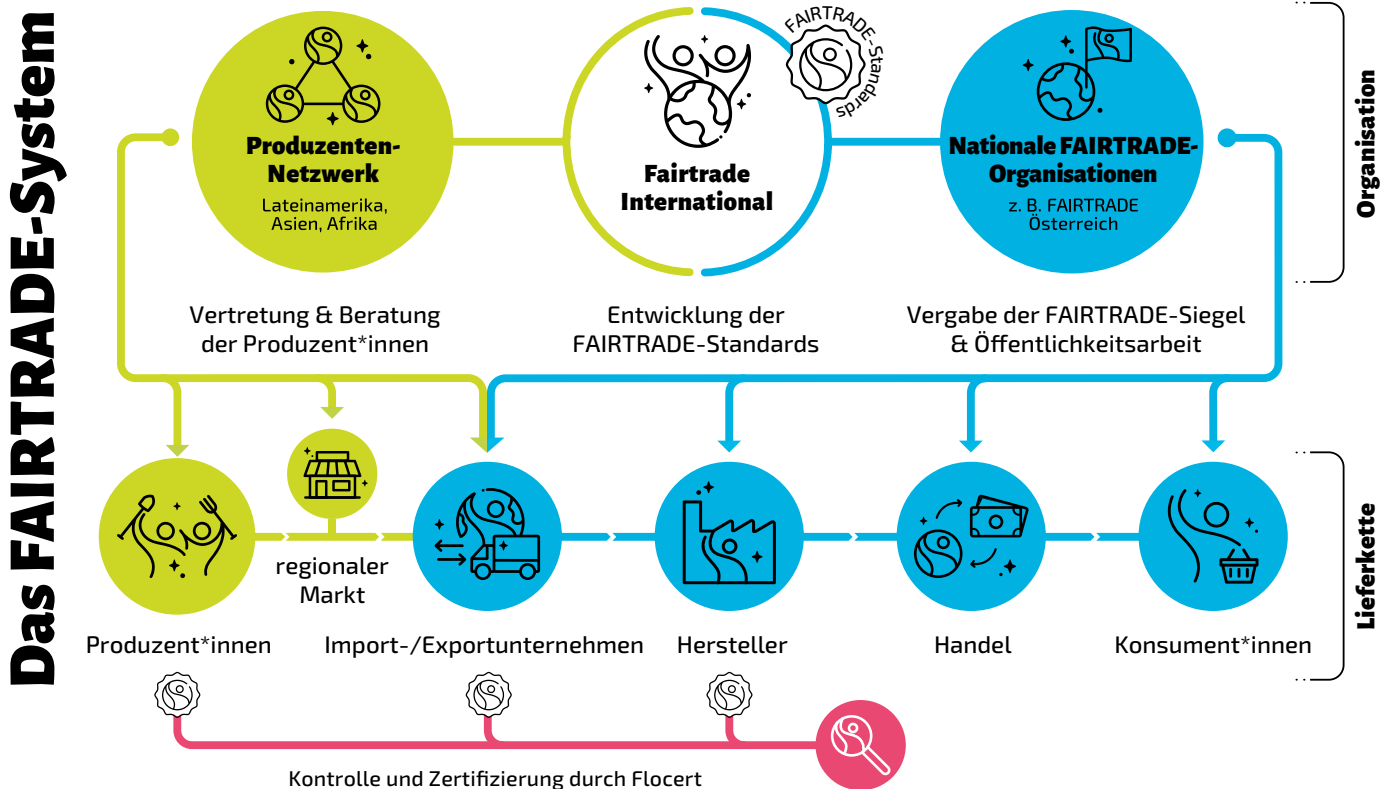
Preise, Prämien und Projekte

Kernstück von FAIRTRADE sind die FAIRTRADE-Mindestpreise und -Prämien. Der festgelegte Mindestpreis dient Kleinbauernfamilien als Sicherheitsnetz, wenn der Weltmarktpreis für ihr Erzeugnis fällt. Sobald dieser Preis höher liegt als der FAIRTRADE-Mindestpreis, bekommen sie den Weltmarktpreis ausbezahlt. Die FAIRTRADE-Prämie ist ein zusätzlicher finanzieller Aufschlag

zum Verkaufspreis, über deren Verwendung die Produzentenorganisationen in einem demokratischen Prozess entscheiden. Die Prämie wird für soziale, ökologische oder ökonomische Projekte eingesetzt, die der gesamten Gemeinschaft nutzen. In Krisenzeiten kann auch eine Direktauszahlung an die Produzentinnen und Produzenten erfolgen. Das zweite wichtige Standbein von FAIRTRADE ist die Bildungs- und Projektarbeit. Berater*innen der Produzentennetzwerke organisieren Weiterbildungen und Schulungsprogramme vor Ort, etwa zu Themen wie Frauenrechte oder Kinderschutz. Gemeinsam mit Partnern aus Politik und Industrie führt FAIRTRADE außerdem mehrjährige Projekte in den Ursprungsländern durch.

Interessen bündeln

Von den Erzeugerinnen und Erzeugern in den Ursprungsländern über Hersteller, Handelspartner und Politik bis hin zur großen Gruppe der Konsumentinnen und Konsumenten macht FAIRTRADE auf die Vorteile des fairen Handels aufmerksam. FAIRTRADE bringt verschiedene Interessengruppen an einen Tisch, entwickelt nachhaltige Lösungsansätze und steht mit seinem Siegel in Österreich seit fast 30 Jahren für mehr Fairness für die Menschen im Globalen Süden.



Der Kaffeepreis steigt: aus gutem Grund

Erst Dürre, dann Frost – extreme Wetterkapriolen drosselten 2021 das Erntevolumen in den Kaffee-Anbauregionen. Besonders verheerend waren die Ernteverluste in Brasilien, dem größten Kaffeeproduzentenland der Erde.

Diese Entwicklungen ließen die Weltmarktpreise für Kaffee zwar deutlich steigen, die Kleinbauernfamilien haben davon aber zumeist nicht profitiert, da ihre Erntemengen sanken, die Produktionskosten aber stiegen.

Stabilität für Kaffee-Kleinbauernfamilien

Gerade jetzt ist es daher besonders wichtig, dass FAIRTRADE-Bauernkooperativen zusätzlich zum Marktpreis eine FAIRTRADE-Prämie erhalten, die in Gemeinschafts- sowie Klimaprojekte investiert wird und ländliche Regionen sowohl für aktuelle als auch zukünftige Herausforderungen nachhaltig stärkt. Darüber hinaus arbeitet FAIRTRADE daran, für wichtige Erzeugerländer zu ermitteln, wie viel Kaffeebauernfamilien erwirtschaften und verdienen müssen, um ein existenzsicherndes Einkommen zu erzielen. Erste Zahlen dazu gibt es aus Kolumbien und Indonesien, Daten aus weiteren Ländern sollen folgen.

In Österreich informieren wir die Öffentlichkeit seit einigen Jahren mit unserer stets im Herbst erscheinenden **FAIRTRADE-Kaffeezeitung**. 2021 hatte sie die beeindruckende Auflage von 260.000 Exemplaren, die in Kooperation mit Partnerfirmen verteilt wurden. Zudem stellten wir über unsere Online- und Social-Media-

Kanäle, über Presseaussendungen und über unseren monatlich erscheinenden Newsletter regelmäßig nationale und internationale Kaffee-neuigkeiten vor.

Qualität als Trumpf

Mittlerweile gibt es in den heimischen Regalen FAIRTRADE-Kaffees in allen Preisklassen und Qualitätsstufen. Der Marktanteil liegt bei knapp 8 Prozent. 2021 hat sich wieder gezeigt, dass fair gehandelte Bohnen und preisgekrönte Qualität kein Widerspruch sind:

- Taza-Dorada-Wettbewerb für Kaffee in Afrika und Lateinamerika: FAIRTRADE-Kaffees beider Kontinente erzielten bei der Verkostung hohe Qualitätswerte. Auch die FAIRTRADE-Spezialitätenkaffees erhielten Toppunkte.
- Greenpeace-Marktcheck: empfohlen wird, Bio- und FAIRTRADE-Produkte zu kaufen sowie auf eine möglichst umweltschonende Verpackung zu achten.
- Test des Vereins für Konsumenteninformation (VKI): Unter den 10 besten Kaffees finden sich gleich sechs, die das FAIRTRADE-Siegel tragen; die ersten drei im Ranking sind allesamt FAIRTRADE-Kaffees in Bioqualität.



Ich versuche, möglichst viele regionale und – wenn das nicht möglich ist – fair gehandelte Produkte wie Kaffee zu verwenden.

Martina Hohenlohe, Herausgeberin und Chefredakteurin von Gault&Millau Österreich
Foto: Jürg Christandl



Foto: iStock_Sproetniek

Neu im Regal 2021

Zahlreiche österreichische Partnerfirmen haben bei FAIRTRADE-Kaffees für noch mehr Abwechslung gesorgt:

- Tchibo Eduscho: In einem Aktionszeitraum wurde ein neuer Barista-Kaffee aus Kolumbien verkauft. Zudem gab es eine Plakatkampagne, und das Unternehmen verteilte an seine Kundinnen und Kunden die FAIRTRADE-Kaffeezeitung.
- SPAR: Erweiterung des Sortiments mit der neuen Sorte „SPAR Natur*pur FAIRTRADE Bio-Caffè Crema Intenso“
- Schöne Jubiläen: Amann Kaffee bietet bereits seit 20 Jahren FAIRTRADE-Kaffee. Ebenso lange arbeitet schon Julius Meinl mit FAIRTRADE zusammen und unterstützt den fairen Handel.
- FAIRTRADE-Kaffee bei Ströck: immer ein heißer Tipp, und das bereits seit 15 Jahren. Die Bäckereikette sorgt dafür, dass der Muntermacher für unterwegs nicht zur Gewissensfrage wird.
- Ein Jahrzehnt: So lange hat nun auch Hämmerle Kaffee bereits FAIRTRADE gelistet.
- Premiere bei HOFER: Bei diesem Discounter gibt es nun auch konventionellen FAIRTRADE-Kaffee zu kaufen.
- AFRO-COFFEE: Zwei neue FAIRTRADE-Biokaffees erweitern das breite Sortiment. Sie werden im B2B- und im B2C-Bereich verkauft, stellen also auch für die Gastronomie eine Bereicherung da.





Foto: Fairtrade/Funnelweb Media

Bananenbranche in der Krise

Steigende Exportkosten und sinkende Verkaufspreise erhöhen derzeit international den finanziellen Druck in der Bananenproduktion.

Der Handel mit der weltweit beliebtesten Frucht ist besonders umkämpft. Eine Preisschlacht in den Regalen, eine Spritzmittelflut, um die Nachfrage abdecken zu können, und dann noch eine Pilzerkrankung der Stauden, die in den vergangenen Jahren zu einem immer größeren Problem geworden ist, setzen den Bananenproduzentinnen und -produzenten stark zu.

FAIRTRADE stellt Weichen auf Veränderung

Wir arbeiten sowohl mit Plantagenbesitzerinnen und -besitzern und deren Beschäftigten als auch mit Kleinbauernkooperativen zusammen und erwirken für alle Verbesserungen. Seit Juli 2021 gibt es für Beschäftigte auf zertifizierten Bananenplantagen ein Grundgehalt. Das ist ein wichtiger Schritt in Richtung existenzsichernde Löhne und bedeutet für die Arbeiter*innen um bis zu 15 Prozent mehr Gehalt. Zudem wurde 2021 aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen in der Produktion und im Export eine Erhöhung des FAIRTRADE-Mindestpreises für Bananen um durchschnittlich 8 Prozent beschlossen. Diese Regelung gilt bereits seit 1. Jänner 2022.

Gelbe Frucht in Rot-Weiß-Rot

2022 feiert die FAIRTRADE-Banane in Österreich bereits ihr 20-Jahr-Jubiläum, sie hat sich prächtig entwickelt. Mit einem geschätzten Marktanteil von 28 Prozent sind fair gehandelte Bananen hierzulande nicht mehr aus den Regalen wegzudenken und längst kein Nischenprodukt mehr. Zudem liegt der Bioanteil bei 98 Prozent, was nicht nur gesund ist, sondern auch die Umwelt schont. Seit Jahren ist das Sortiment im heimischen Handel konstant groß – wir unterstützen das mit vielseitigen Aktivitäten.

• FAIRTRADE-TV-Spot 2021

Was ist Menschen beim Einkaufen wichtig, und worauf sollte man achten? Diesen Fragen ging im Vorjahr eine eigene Fernsehwerbung nach, in der die FAIRTRADE-Banane prominent zu sehen war.

• Kochduell mit gelbem Anstrich

Verschiedene Köchinnen und Köche wie der Stergastronom Max Stiegl und die innovative Newcomerin Sandra Scheidl stellten unter Beweis, dass fair gehandelte, regionale und saisonale Zutaten einander wunderbar ergänzen. Das Ergebnis war ein Degustationsmenü auf Sternenniveau im Wiener Erste Campus neben dem Hauptbahnhof, unter anderem mit karamellisierten FAIRTRADE-Bananen. In Verwendung waren auch viele weitere FAIRTRADE-Zutaten wie Quinoa, Kokosmilch und Rohrzucker. Dieses Event fand im Vorfeld der FAIRTRADE-Fachtagung für eine bessere Vernetzung und guten Ideenaustausch zum brisanten Thema Klimagerechtigkeit statt.



Foto: FAIRTRADE Österreich/Peter Tuma



• Neue Kooperation in Wien

Seit 2021 bezieht das Kuratorium Wiener Pensionisten-Wohnhäuser 71 Tonnen FAIRTRADE-Bananen pro Jahr. Kooperationen dieser Art verbessern das Leben zahlreicher Menschen in den Ursprungsländern und versorgen viele Rentner*innen mit biofairen Vitaminspendern. Zudem wird in den Einrichtungen des Kuratoriums auch auf FAIRTRADE-Orangensaft gesetzt.

• Klimastreik mit lebenden FAIRTRADE-Bananen

Am 24. September 2021 gingen anlässlich des weltweiten Klimastreiks auch in Wien viele Menschen auf die Straße. Mit dabei waren auch unsere „Bananas for Climate Justice“. So lustig unsere Bananenkostüme auch aussehen, der Hintergrund der Aktion bleibt leider ein sehr ernster. Obwohl sie selbst sehr wenig CO₂ verursachen, spüren Kleinbauernfamilien die Auswirkungen des Klimawandels besonders stark und haben zunehmend mit Ernteausfällen, Wasserknappheit und Naturkatastrophen zu kämpfen. Darum hat FAIRTRADE nach dem Klimastreik einen offenen Brief mit folgenden Forderungen an die österreichische Umweltministerin geschrieben:

- Fairer und ökologischer Handel sollte der Standard sein, keine Ausnahme.
- Österreich muss sich in Verhandlungen für einen global gerechten Weg im Kampf gegen die Klimakrise einsetzen. Diese Forderung haben wir auch auf der UN-Klimakonferenz in Glasgow vorgetragen, bei der eine FAIRTRADE-Delegation bestehend aus Produzentinnen und Produzenten aus Ghana, Paraguay, Indien, Malawi und der Elfenbeinküste anwesend war, um die weltweit 1,9 Millionen FAIRTRADE-Kleinbauernfamilien und -Beschäftigten zu vertreten.



Foto: FAIRTRADE Österreich

Ein Siegel, zwei Werte: Bekanntheit und Vertrauen



Ein Jahr, eine Botschaft: Mit unserer digitalen Jahreskampagne „#Weil es mir wichtig ist“ riefen wir 2021 dazu auf, mitzumachen und die Stimme für den fairen Handel zu erheben. Denn FAIRTRADE ist mehr als nur ein Siegel auf Verpackungen – dahinter stehen Menschen, die an die Idee einer gerechteren Welt glauben und sich dafür einsetzen. Mehr als 650 Unternehmer*innen, Bürgermeister*innen von FAIRTRADE-Gemeinden, Schüler*innen von FAIRTRADE-Schulen und auch Politiker*innen nahmen an der Kampagne teil und setzten mit einer Videobotschaft oder einem Fotostatement ein klares Zeichen für den fairen Handel.

Um den Bekanntheitsgrad von FAIRTRADE in Österreich weiter zu steigern, fand im Herbst 2021 eine große **Plakatkampagne** statt, die von zahlreichen Partnerfirmen unterstützt wurde: Neun verschiedene Sujets waren rund 3700-mal im ganzen Land zu sehen.

Alle in diesem Jahresbericht beschriebenen Maßnahmen tragen auch erfolgreich dazu bei, FAIRTRADE in der öffentlichen Wahrnehmung zu stärken und Vertrauen zu schaffen.

- Im Brand Asset Valuator (Stand: Mai 2021) rangiert **FAIRTRADE Österreich auf Platz 22 der stärksten Marken** des Landes, in der Kategorie Nachhaltigkeit sogar auf Platz 3.
- Eine aktuelle Studie von NielsenIQ zeigt: Nachhaltigkeit liegt bei vielen Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich weiterhin im Trend. Die Corona-Krise hat das Bewusstsein dafür sogar gestärkt. Zwischen 2019 und 2021 verzeichneten zum Beispiel FAIRTRADE-Tafelschokoladen (+ 58 Prozent) und Röstbohnenkaffee (+ 23 Prozent) ein überproportionales Wachstum und steigende Marktanteile.
- Der Gütezeichen-Guide von Greenpeace (Stand: Juli 2021) bewertet das FAIRTRADE-Siegel als „vertrauenswürdig“. FAIRTRADE bewirke in den Ursprungsländern effektive Verbesserungen, und aus Sicht der Tester*innen seien FAIRTRADE-Produkte empfehlenswert.



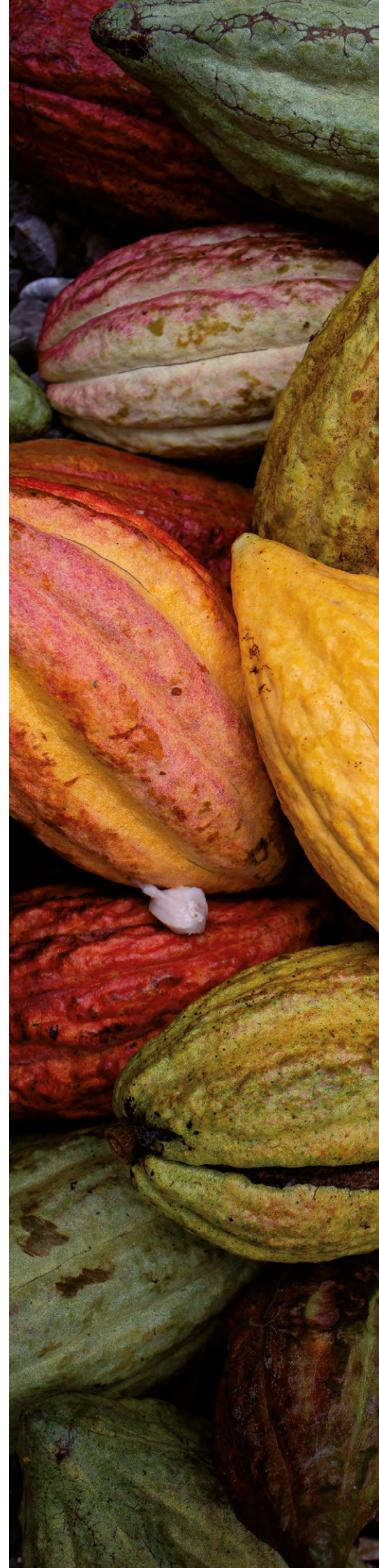
Foto: Marktgemeinde Lieboch

Fruchtsaft, Blumen und faire Baumwolle

- Der Getränkehersteller Pfanner feierte 2021 sein 20-jähriges FAIRTRADE-Engagement. Wir gratulieren und bedanken uns herzlich für den langjährigen Einsatz!
- Das Discountunternehmen Lidl setzt seit 2021 auf FAIRTRADE-Arbeitskleidung. Zuvor hat sich bereits MPPreis für diesen Schritt entschieden.
- Der Drogeriemarkt Müller bietet seit 2021 neben fair gehandelten Baumwolltaschen auch FAIRTRADE-Baumwollwattepad und -stäbchen an.
- Die Teilnehmerinnen des Frauenlaufs, der größten Frauensportveranstaltung Österreichs, bekommen jedes Jahr vor dem Start von dm eine mit dem FAIRTRADE-Logo versehene Baumwolltasche, die mit Produkten von dm bzw. der Sponsoren des Events gefüllt sind – eine tolle Werbung für FAIRTRADE!
- Bei HOFER gab es 2021 eine erfolgreiche Aktion mit FAIRTRADE-Bettwäsche.
- 35 Gemeinden beteiligten sich 2021 an der **FAIRTRADE-Rosenverteilaktion** zum Vatertag und bereiteten vielen Papas eine Freude. Mit dieser Aktion machte FAIRTRADE auch auf die oft prekären Arbeitsbedingungen auf konventionellen afrikanischen Blumenfarmen aufmerksam.



Foto oben: Max Havelaar Schweiz/Dario Pieber/baristacarlsblend.ch
Foto rechts: Fairtrade/Sean Hawkey



Internationales Netzwerk

FAIRTRADE Österreich gehört zum internationalen Verbund Fairtrade International e. V., in dem FAIRTRADE-Organisationen aus 24 Ländern und die drei kontinentalen Produzentennetzwerke zusammengeschlossen sind. fairtrade.net

Zertifizierung und Kontrolle

Alle beteiligten Akteurinnen und Akteure entlang der Lieferkette werden regelmäßig von der FloCERT GmbH kontrolliert. Die Gesellschaft arbeitet mit einem unabhängigen und weltweit konsistenten Zertifizierungssystem nach den Anforderungen der Akkreditierungsnorm ISO 17065 (DIN EN 45011). flocert.net

FAIRTRADE-Standards

Die FAIRTRADE-Standards sind das Regelwerk, das Kleinbauern-genossenschaften, Plantagen und Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette einhalten müssen. Sie umfassen soziale, ökologische und ökonomische Mindestanforderungen, um eine nachhaltige Entwicklung der Genossenschaften und Farmen im Globalen Süden zu gewährleisten.

Folge uns!

-  fairtrade.at
-  fairtrade.at/nc/newsletter
-  facebook.com/fairtrade.oesterreich
-  instagram.com/fairtrade_at
-  linkedin.com/company/fairtrade-oesterreich
-  twitter.com/FAIRTRADE_AT

Lizenzpartner*innen in Österreich

Stand März 2022: Alle lizenzierten FAIRTRADE-Produkte finden Sie unter fairtrade.at/produkte.



Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG | Accademia del Caffè Gastronomiebetriebs GmbH | Action Service & Distributie BV | AGRANA Zucker Ges. m. b. H. | Aldi South Group | Alois Dallmayr Kaffee oHG | Alt Wien Kaffee, Christian Schrödl KG | Amann Kaffee GmbH | BACHHALM Schokoladenmanufaktur GmbH | Barry Callebaut Sweden AB & Barry Callebaut Belgium NV | Baum S.R.L. | Beirholms Væverier A/S | Berger Feinste Coniserie GmbH | Berglandmilch eGen | Bertl & Graßmann Ges. n. b. R. | BioArt AG | Bio Nahrungsmittel Produktions- und Handels GmbH | Birkengold GmbH | BMCC GmbH | Brands Fashion GmbH | Brennpunkt OG | Brüder Nowotny KG | Bruno Melchart GmbH | Bubs Godis AB | Bullit GmbH | café+co Österreich Automaten-Catering und Betriebsverpflegung Ges. m. b. H. | Chocolat Alprose SA | Chocolat Schönenberger AG | Chocolats Halba / Sunray | Chr. Storz GmbH & Co. KG | Comazo GmbH & Co. KG | CoSo GmbH | Cult Caffè Kaffeerösterei GmbH | CWS-boco Supply Chain Management GmbH | Dedicated Sweden AB | Delica AG | DEMMER GmbH | Dibella B.V. | dm drogerie markt GmbH | Dorotheum GmbH & Co. KG | Ennstal Milch KG | EP Verpackungs GmbH | Ernsting's family GmbH & Co. KG | Eurogroup Deutschland GmbH | EZA Fairer Handel GmbH | Fair Squared GmbH | Familie Schärf GmbH | Felix Teiretz-bacher | FL Textil GmbH | Frucht & Sinne Schokoladenmanufaktur GmbH | Fruchtexpress Grabher GmbH & Co. KG | Frutura Obst & Gemüse Kompetenzzentrum GmbH | GARY MASH | G. C. Breiger & Company GmbH | Gemeos GmbH | Getränke Wagner Vending GmbH | GMS Gourmet GmbH | GOFAIR GmbH | Green Coco Europe Marketing & Vertriebsgesellschaft mbH | Greenyard Fresh Austria GmbH | GREIFF Mode GmbH & Co. KG | Griesson – de Beukelaer GmbH & Co. KG | Grüne Erde GmbH | GRUPPO GIMOKA srl | Gubor Schokolade GmbH | Gunz Warenhandels GmbH | H & H Tee & Kaffee Import GmbH | Hagleitner | Hämmerle Kaffee GmbH | Hefel Textil GmbH | Heidi Chocolat AG | Niemetz Schwedenbomben, Niederlassung Österreich | HEIDI Chocolat S.A. | Heimtex Produktions & Service GmbH | Heindl's Genussstücke GmbH | Hermann Pfanner Getränke GmbH | Hofer KG | Holly Kaffeesysteme GmbH | i+m Naturkosmetik Berlin GmbH | Imgro Nahrungs- und Genussmittelgroßhandel und -Import-Gesellschaft m. b. H. | J. J. Hornig GmbH | J. J. Darboven GmbH & Co. KG | Jomo Zuckerbäckerei Gesellschaft mbH | Josef

Manner & Comp AG | Julius Meinl Austria GmbH | Kaffeerösterei Alfred Schatteiner | Kaffeewerkstatt Salzburg GmbH | Kimbo SpA | Klimesch Group GmbH | Krakolinig & Kribitsch Ges. n. b. R. | Kremezzat Getränkeproduktions GmbH | KW open Promotion Consulting & Trading GmbH | Landgarten GmbH & Co. KG | Lechner & Franc OG | Lemberona HandelsgesmbH | Lemonaid Beverages GmbH | Lidl-Stiftung und Co. KG | Liebhaber e. U. | Life Earth Reisen GmbH | LITZ-Konfektion GmbH & Co. KG | L-SHOP-TEAM GmbH | Maestrani Schweizer Schokoladen AG | MAPROM GmbH | Mark Zechiel | Mayer Schokoladen GmbH | Mautner Markhof Feinkost GmbH | mela wear GmbH | Melitta Professional Coffee Solutions GmbH & Co. KG | Memo AG | Menz & Gasser S.p.A. | Meyer-Hosen AG | Midsona Deutschland GmbH | MOCAFE Kaffeerösterei | MPREIS Warenvertriebs GmbH | Müller Handels GmbH & Co. KG | Naber Kaffee Manufaktur GmbH | Naturata AG | Nestlé Nespresso SA | Neutral.com | Nicofrutta spa | NORMA Lebensmittelfilialbetrieb GmbH & Co. KG | NÖM AG | ORIGINE SRL | Papier-Mettler KG | Pelican Rouge Coffee Roasters B.V. | Penny Markt GmbH | PEZ International GmbH | Plant-for-the-Planet Service GmbH | PPO Services AG | Q Chocolate bvba | Rasenreich GmbH | Rauch Fruchtsäfte GmbH & Co. OG | Rauscher Consumer Products GmbH | Regioblum GmbH | Reiter Betten & Vorhänge GmbH | RELAX Natürlich Wohnen GmbH | REWE International AG | Reyhani GmbH Orientmarkt | Rudolf Oelz Meisterbäcker GmbH & Co. KG | Salzburg Schokolade GmbH | Schoko Winterscheidt GmbH | Schreyögg s.r.l. | Schweitzer GmbH | senseorganics | Service Corner GmbH | SPAR Österreichische Warenhandels-AG | SPAR Österreichische Warenhandels-AG Regio Kaffee | Starbucks Coffee Austria GmbH | Ströck Brot GmbH | Superespresso AG | Tchibo Coffee Service (Austria) GmbH | Tchibo/Eduscho Österreich GmbH | Teekanne GmbH & Co. KG | Tiktak B.V. | Tony's Factory | Top Team Zentraleinkauf GmbH | Torres Tropical Fresh | Transgourmet Österreich GmbH, Javarei Kaffeerösterei | UNI-MARKT GRUPPE GmbH | Unilever Europe B.V. / Ben & Jerry's | Vego Good Food GmbH | VOG Einfuhr und Großhandel mit Lebensmitteln und Bedarfsgütern AG | VOSSSEN GmbH & Co. KG | W&W Spezialitäten Kaffee GmbH | Waibel Floristik GmbH | Walter Heindl GmbH | Wedl & Hofmann GesmbH | Wertform GmbH | Westfalia Marketing BV | Zentrale Handelsgesellschaft mbH | ZF Getränke GmbH

Partner*in werden?

Werden auch Sie Lizenz- oder Gastropartner*in von FAIRTRADE Österreich! Informationen über den Mehrwert finden Sie unter fairtrade.at/unternehmen/aktiv-werden.html.

Anfragen bitte per E-Mail: gastro@fairtrade.at, marketing@fairtrade.at

FAIRTRADE Österreich ist ein gemeinnütziger Verein zur Förderung des fairen Handels mit sogenannten Entwicklungsländern (seit 1993). Vereinsvorsitzender ist Helmut Schüller (seit 2007).

FAIRTRADE Österreich hat den Code of Conduct für den Umgang mit Bildern und Botschaften unterschrieben (globaleverantwortung.at).

Impressum: Herausgeber: FAIRTRADE Österreich · Ungargasse 64–66, Stiege 1, Top 209 · A-1030 Wien · Tel.: +43 1 533 09 56-0 · E-Mail: office@fairtrade.at · fairtrade.at | ZVR: 881545394 | Für den Inhalt verantwortlich: Veronika Polster | Redaktion: Peter Ehrenberger | Fotoredaktion: Günter Felbermayer | Lektorat: Karin Astelbauer-Unger | Grafik & Satz: Dreimalig Werbeagentur | Grundlayout: Ladiges Studio | Herstellung: Thiekötter Druck GmbH & Co. KG | Mai 2022

Wir bedanken uns bei den Unterstützern Land Niederösterreich und Stadt Wien sowie allen Förderinnen und Förderern des fairen Handels.



Fakten und Zahlen

FAIRTRADE Österreich 2021



2.200

Produkte mit dem
FAIRTRADE-Siegel



5.000

Verkaufsstellen
österreichweit



2.000

Cafés, Bäckereien, Hotels,
Restaurants & Kantinen



218

FAIRTRADE-
Gemeinden



72

FAIRTRADE-
Schools



170

Lizenzierte Partner-
unternehmen



Aus Produzentenperspektive

GESAMT: 69,5 Mio. USD
Direkteinnahmen*
 der Produzentenorganisationen
 durch den Verkauf von
FAIRTRADE-Produkten
in Österreich



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

Rohkaffee 2021

4.853 Tonnen,
-5 % ggü. Vorjahr

Bioanteil **70 %**

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
19,3 Mio. USD

Marktanteil in Österreich
8 %

Bananen 2021

35.321 Tonnen,
+8 % ggü. Vorjahr

Bioanteil **96 %**

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
21,7 Mio. USD

Marktanteil in Österreich
28 %

Kakaobohnen 2021

7.015 Tonnen,
+33 % ggü. Vorjahr

Bioanteil **8 %**

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
18,7 Mio. USD

Marktanteil in Österreich
9 % (bei Tafelschokolade)

Rosen 2021

44,4 Mio. Stiele,
+3 % ggü. Vorjahr

in verschiedenen Farben

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
3,9 Mio. USD

Marktanteil in Österreich
37 %

Reis 2021

1.717 Tonnen,
-0,2 % ggü. Vorjahr

Bioanteil **88 %**

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
0,4 Mio. USD

Marktanteil in Österreich
4 %

Orangensaft 2021

584 Tonnen,
+14 % ggü. Vorjahr

aus Konzentrat

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
1,5 Mio. USD

Marktanteil in Österreich
7 %

Rohrzucker 2021

3.088 Tonnen,
+4 % ggü. Vorjahr

Bioanteil **11 %**

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
1,5 Mio. USD

Rohbaumwolle 2021

683 Tonnen,
-18 % ggü. Vorjahr

Bioanteil **66 %**

Direkteinnahmen* der
 Produzentenorganisationen
1,1 Mio. USD

Aus Konsumentenperspektive

Umfrage zum FAIRTRADE-Siegel



93 % der Österreicher*innen kennen das FAIRTRADE-Siegel.



3 von 4 Österreicherinnen und Österreichern sind fair gehandelte Lebensmittel wichtig.

86 % der Österreicher*innen kaufen gelegentlich,

52 % davon kaufen regelmäßig FAIRTRADE-Produkte.

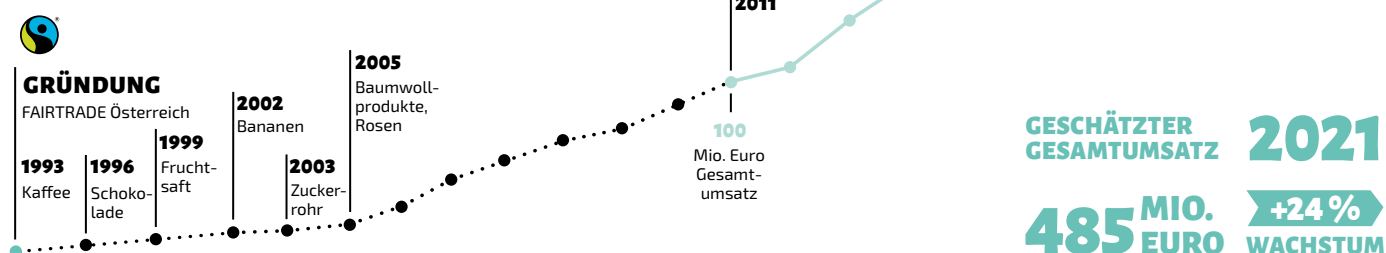


Quelle: Österreichisches Gallup Institut 2020

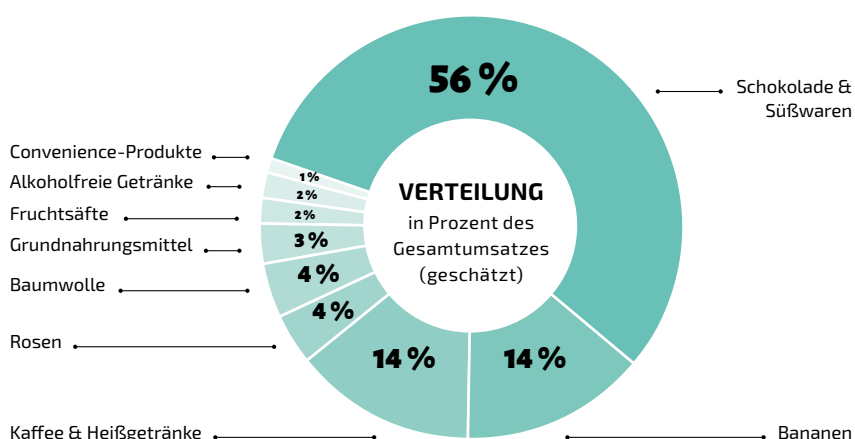


Umsatzentwicklung bis 2021

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



Umsatzverteilung nach Produktkategorien




Österreich
unter den
Top 3
der FAIRTRADE-Länder
weltweit

Jahresabschluss 2021

Gewinn- und Verlustrechnung zum 31.12.2021

Erlöse	2021	2020
Lizeneinnahmen	2.955.837	2.867.643
Förderungen/Sponsoring	60.971	60.802
Projektförderungen	20.000	20.000
Mitgliedsbeiträge	24.800	23.000
Sponsoren, private Förderer	16.171	17.802
Sonstige Erlöse	199.117	229.489
Summe Erlöse	3.215.925	3.157.933

Aufwendungen	2021	2020
Öffentlichkeitsarbeit	1.076.534	993.600
Lizenzpartner*innen/Marktbearbeitung	554.512	589.051
Mitgliedsbeitrag Fairtrade International	1.060.250	1.022.147
Zertifizierung und Trade Audit	20.970	26.228
Governance/Administration	391.577	408.846
Sonstige Aufwendungen	1.360	4.206
Summe Aufwendungen	3.105.202	3.044.078

Finanzbericht des gemeinnützigen Vereins FAIRTRADE Österreich



Jahresüberschuss	110.723	113.856
Rücklage für Werbung	–	113.856
Rücklage für intern. Projektfinanzierung	110.723	–
Geburungsüberschuss	–	–

Bilanz zum 31.12.2021

Aktiva	2021	2020
Anlagevermögen	87.639	97.667
Sachanlagen	7.812	17.840
Finanzanlagen	79.827	79.827
Umlaufvermögen	2.453.093	2.452.480
Vorräte	–	–
Forderungen		
Aus Lieferungen u. Leistungen	1.395.526	1.221.233
Sonstige Forderungen	25.995	36.861
Kassabestand, Bankguthaben	1.031.573	1.194.386
Rechnungsabgrenzungen	6.765	6.711
Summe Aktiva	2.547.498	2.556.859

Passiva	2021	2020
Eigenkapital	1.610.858	1.500.135
Grundkapital	142.462	142.462
Gewidmete Rücklagen	1.468.396	1.357.673
Für satzungsmäßige Zwecke	1.357.673	1.243.818
Für Werbung	–	113.856
Für intern. Projektfinanzierung	110.723	–
Rückstellungen	190.448	335.707
Verbindlichkeiten	746.191	721.017
Aus Lieferungen u. Leistungen	395.843	410.830
Sonstige Verbindlichkeiten	350.349	310.187
Summe Passiva	2.547.498	2.556.859

Finanzbericht 2021

Erlöse: Die Lizeneinnahmen stiegen im Vergleichszeitraum 2020-2021 um rund 3,5 %.

In den sonstigen Erlösen sind Weiterverrechnungen von Kosten aus der Werbekampagne 2021 und Auflösungen von Rückstellungen enthalten.

Aufwendungen: Die Aufwendungen haben sich im Verhältnis zu den Einnahmen stabil entwickelt. Die Rücklage für Werbung wurde für eine erweiterte TV-Werbekampagne verwendet. Die Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit enthalten die Plakatkampagne unter Beteiligung unserer

Lizenzpartner*innen, die Verkaufsförderung, die Kampagnenarbeit und die Pressearbeit inkl. Publikationen und Social Media. Die vermehrte Investition in digitale Kommunikation wurde im Jahr 2021 fortgesetzt.

Bilanz: Der Jahresüberschuss wurde in voller Höhe einer zweckgebundenen Rücklage für internationale Projektfinanzierung zugewiesen. Die FAIRTRADE-Finanzgebarung 2021 wurde durch die Crowe Audit Austria Wirtschaftsprüfung GmbH geprüft und testiert.

Förderungen und Sponsoring

Wir bedanken uns bei den Unterstützern Land Niederösterreich und Stadt Wien sowie allen Förderinnen und Förderern des fairen Handels.

FAIRTRADE Österreich hat den Code of Conduct zum Umgang mit Bildern und Botschaften unterschrieben (globaleverantwortung.at).

Impressum: Herausgeber: FAIRTRADE Österreich, Ungargasse 64–66, Top 209, A-1030 Wien, Tel: +43 1 533 09 56-0, E-Mail: office@fairtrade.at, fairtrade.at | ZVR: 881545394 | Für den Inhalt verantwortlich: Peter Ehrenberger | Fotoredaktion: Günter Felbermayer | Lektorat: Karin Astelbauer-Unger | Grafik: Dreimalig Werbeagentur | Herstellung: Thiekötter Druck GmbH & Co. KG | Coverfotos (v. l. n. r.): Fairtrade/Fairpicture/Rosa Panggabean, Fairtrade Czech/Stanislav Komínek, Max Havelaar Schweiz/Dario Pieber/baristacarlsblend.ch, Fairtrade Deutschland e.V./Ilkay Karakurt, Fairtrade/Fairpicture/Nipah Dennis, Seite 2: Fairtrade/Christoph Köstlin, Seite 3: iStock.com_LukaTDB | Mai 2022

