

Jahresbericht



1997

Der Markt

Im Kalenderjahr 1997 konnte TransFair ein Mengenplus von 17 Prozent verbuchen. Dabei waren die Umstände nicht einfach, insbesondere der Kaffeemarkt ist aus jeder Balance geraten.

Kaffeepreise: auf der Hochschaubahn

Was für die Kaffeebauernfamilien seit jeher Alltag ist, nämlich den Kapriolen des Weltmarktes ausgeliefert zu sein, hat in diesem Jahr auch TransFair zu spüren bekommen. Schlechte Ernten - von denen auch viele unserer Partnergruppen betroffen waren - führten zu Lieferengpässen und ließen die Preise zeitweise in nie dagewesene Höhen steigen. Die Kleinbauern hatten dabei wie immer das Nachsehen: auch ihre Ernten waren vielerorts geringer, und die meisten hatten ihren Kaffee schon verkauft, als der - von Spekulationen kräftig unterstützte - Preisanstieg begann. Viele Bauern sind nämlich gezwungen, Jahr für Jahr schon während der Ernte zu verkaufen, um die über das Jahr angehäuften Schulden abzubauen. Nur jene Kooperativen, die dank Fairem Handel Vorfinanzierungen erhalten, konnten die besseren Preise realisieren und so den Mengenausfall ausgleichen.

Hier in Österreich reagierten die KonsumentInnen wie in anderen europäischen Ländern auch auf das gestiegene Preisniveau mit Ein-

schränkungen des Verbrauchs. TransFair konnte deshalb den erhofften zweistelligen Zuwachs bei Kaffee nicht erreichen. Im kräftig rückläufigen Gesamtmarkt ist das Plus von drei Prozent als respektabler Erfolg einzustufen.

Tee: mit Potential

Tee, nach Kaffee als zweite Produktlinie unter dem TransFair-Siegel eingeführt, hat eine sehr stabile Entwicklung. Die Produktlinie ist ein Hoffungsmarkt für TransFair. Tees von EZA und Pedro haben schon ihren festen Platz im Markt, die beiden führenden Markenartikel Teekanne und Milford noch viel Distributionspotential.

Schokolade: das Plus

Schokolade, die 1996 neu eingeführte dritte Produktlinie, hat sich - bei selektiver Distribution - zu einem echten Renner entwickelt. Der Impuls geht dabei vom Alternativhandel aus, denn die marktbeherrschenden Schokomultis waren sich europaweit bisher zu gut, sich mit so mühsamen Dingen wie sozialer und ökologischer Verträglichkeit herumzuschlagen. Und den lila Kühen geht es, wie wir alle aus dem TV wissen, ohnehin prächtig.

Wie auch immer: die TransFair-EZA-Schokoladen "Mascao" und "Companera" sind echte Geheimtips mit zunehmend wachsender Fangemeinde.

Neue Programme

Umstellung kirchlicher Einrichtungen

Im Mai 1997 ist ein auf die Dauer von zwei Jahren angesetztes Programm zur Umstellung von Büros und Kantinen kirchlicher Einrichtungen auf TransFair-Produkte angelaufen. Das Programm wird von kirchlichen Organisationen finanziert, denen es ein Anliegen ist, Denken und Handeln in Einklang zu bringen.

Irene Schickl, die dieses Programm engagiert umsetzt, hat ihren "Heimathafen" im TransFair-Büro in Wien, kann aber dank freundlicher Unterstützung mehrerer Organisationen auch in verschiedenen Bundesländern "vor Anker gehen".

Ihr Angebot: gut aufbereitete Hintergrundinformation zum Fairen Handel und kompetentes Wissen, wenn es um technische Fragen, Produkte, Bezugsquellen und Service geht. So werden erfolgreich Mythen abgebaut, die der Umstellung auf TransFair-Kaffee im Weg standen. Das Gerücht etwa, der Kaffee würde nicht schmecken, lässt sich mit Blindverkostungen und richtiger Einstellung der Maschinen ganz leicht entkräften - wenn erst einmal die Gelegenheit dazu geboten wird. Oder auch die Annahmen, es würde für die vorhandenen Maschine nicht den passenden Kaffee geben.

Das erfolgreiche Programm wird wohl noch in manch anderem europäischen Land kopiert werden.

Auf dem langen Weg zum fairen Saft

Für das Jahr 1997 war keine Produkteinführung vorgesehen, dafür wurden die langwierigen Vorarbeiten für ein im Fairen Handel völlig neues Produkt begonnen: Orangensaft.

Ausgelöst hat diesen Prozess die Südwind-Agentur mit der Bildung der Plattform "Bittere Orangen", die in einer Informationskampagne die unerfreuliche Situation der OrangenpflückerInnen in Brasilien thematisierte. TransFair hat sich dieser Plattform angeschlossen und begann, gemeinsam mit dem Dachverband FLO International und den Sozialgütesiegelinitiativen anderer Länder, die Arbeit an der fairen Alternative.

Start 1999

Der faire Saft, der im Laufe des Jahres 1999 in die Regale von Supermärkten und Weltläden gelangen soll, will insbesondere den Kreislauf der Armut durchbrechen.

Wirtschaftlich schwache Kooperativen werden dann nicht mehr wie bisher weit unter dem Weltmarktpreis verkaufen müssen und der Aufpreis in Form eines FairTrade-Premiums wird auch den Einkommen der PflückerInnen zugute kommen sowie Programmen, die Kindern und Jugendlichen im Orangensektor zusätzliche Bildungschancen eröffnen.

Neue Programme

Vermarktungsschulung "Very fair ..."

Kooperativen, die Agrarprodukte herstellen, gibt es in der südlichen Hemisphäre zu tausenden. Zu den grössten Problemen dieser Gruppen zählt, dass sie wenig bis gar nichts darüber wissen, welche Anforderungen die fernen europäischen Märkte an ihre Erzeugnisse stellen, und welche Hürden aus dem Weg geräumt werden müssen, um erfolgreich zu exportieren.

Start mit Bio

TransFair und die EZA Bergheim haben deshalb ein Pilotprojekt entwickelt, das die Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im Aussenamt zu 75 Prozent mitfinanziert. In einem ersten von vier Teilprogrammen waren acht VertreterInnen von Kaffeebauernkooperativen aus Nicaragua und Guatemala zu Gast, deren Gruppen beabsichtigen, die Produktion auf Bio umzustellen. Ein mehrtägiges Seminar mit Kaffee- und BioexpertInnen und Besuche der Frankfurter Messe "Biofach", bei Österreichischen Biobauern, in der Zentrale einer führenden Supermarktkette und bei einer Rösterei waren einige der Stationen des Intensivkurses. Er trägt bereits Früchte: alle vier Gruppen machen gute Fortschritte in ihren Umstellungsprogrammen, und eine Kooperative hat die ersten beiden Container schon direkt vermarktet: zu fairen Preisen.

Hinter diesem Namen verbirgt sich ein kreatives Programm, in dem TransFair den Dialog mit der Jugend aufnimmt. In einem ersten Schritt wurden Jugendliche eingeladen, den Fairen Handel aus ihrer Sicht und mit ihren Mitteln zu beleuchten. Die Beiträge zeigten ein buntes Bild junger Ausdrucksformen. Vom preisgekrönten Fotoroman "Ich will keine Schokolade" reichte die Palette über knallige T-Shirts, schräge Videos, eine Schoko-"lade" bis zu einem komplexen Weltspiel.

Crossover

Der Expertise eines Experten für Jugendkommunikation folgend veranstaltete TransFair im zweiten Halbjahr 97 in Kooperation mit den Weltläden eine Tournee durch Jugendzentren in allen Bundesländern mit insgesamt 19 Veranstaltungen. Bands aus der jeweiligen lokalen Szene bildeten das Rückgrat der "Very fair" - Partyline, die im Crossover den Fairen Handel ins Gespräch brachte: mit Videos, einem Ausstellungscorner aus den besten Werken des Kreativbewerbes vom ersten Halbjahr und mit entsprechender Moderation. Zum Start im Salzburger Jugendzentrum Nonntal glänzte Hermes Phettberg im Talk, beim Abschluss im Wiener "Flex" gab die neue Performance-Gruppe "Ex.Rosa" ihr Debut mit non-verbalem Theater zum FairTrade.

Studientag TransFair

Weg aus der Nische

Fairer Handel ist keine Erfindung der 90er-Jahre. Vor dreissig Jahren in den Niederlanden mit der Dritte-Welt-Läden-Bewegung erfunden, hat er auch in Österreich Tradition. Der Alternativhandel ist immer einen eigenständigen Weg gegangen, mit eigener Importorganisation und einem eigenen Vertriebsnetz, den Weltläden. Durch TransFair, das durch die Kennzeichnung kontrollierter FairTrade-Produkte die Brücke in die kommerzielle Wirtschaft schlägt, hat sich das etwas andere Handelsmodell geöffnet. Damit entwickelte sich der Faire Handel auch zu einem modernen Instrument der Entwicklungszusammenarbeit, das gut in das neue gedankliche Umfeld passt, Entwicklungsprojekte nicht per se stehen zu lassen, sondern durch die Verknüpfung mit Vermarktungsaktivitäten nachhaltig zu gestalten.

Neue Fragen

Für den öffentlichen Sektor, für Politiker und Beamte stellten sich dadurch neue Fragen. Wenn Fairer Handel auch grundsätzlich positiv eingeschätzt wird, ist es dann auch sinnvoll, gerechtfertigt und zulässig, in seine Ausweitung öffentliche Gelder, Entwicklungsgelder zu investieren? Diese Fragen waren zentraler Punkt eines Studientages in der Wirtschaftskammer mit VertreterInnen mehrerer Ministerien.

Die Grundsätze in der Schweiz

Botschafter Imboden referierte die Position und Entscheidungskriterien des Bundesministeriums für Aussenwirtschaft der Schweiz, in dem der Bereich Entwicklungszusammenarbeit angesiedelt ist. Das BAWI hat die Schweizer Siegelinitiative Max Havelaar in der Startphase (1992 - 1996) mit ca. 14 Millionen ÖS unterstützt und 1996 eine Evaluierung durchgeführt, die ein klar positives Ergebnis brachte.

Die Unterstützung wird weitergeführt, weil folgende Anforderungen erfüllt sind: es handelt sich um ein privates, nicht kommerzielles Label mit einer klaren entwicklungspolitischen Komponente. Die sozialen und ökologischen Kriterien haben ein hohes Niveau, das Siegel von Max Havelaar ist keine Duplikation eines bestehenden Labels und last not least ist es für alle Firmen offen und die besiegelten Produkte können auch über alle Absatzkanäle vertrieben werden. Diese Kriterien sind auf Österreich durchaus übertragbar, da TransFair gleich wie Max Havelaar organisiert ist. Was der Studientag ebenfalls transparent machte: ein Siegel wie Max Havelaar und TransFair braucht eine kräftige Anschubfinanzierung, um sich im Markt durchzusetzen und - was das erklärte Ziel ist - aus Lizenzentnahmen der besiegelten Produkte selbsttragend zu werden.

Bilanz 1997

Aktiva	1997	Vorjahr
Anlagevermögen	268.966,60	272.755,00
Vorräte Infomaterial und Porti	65.677,98	47.644,00
Forderungen aus Leistungen	213.747,89	458.018,40
sonstige Forderungen	17.762,00	33.171,70
Bankguthaben, Kassa	398.509,66	118.629,49
Rechnungsabgrenzungen	33.833,11	
<hr/>		
Summe	998.527,24	930.218,59

Passiva

Anfangskapital	-183.178,58	9.071,41
Rückstellungen	25.000,00	47.000,00
Verbindlichkeiten aus Leistungen	239.595,49	135.347,48
Sonstige Verbindlichkeiten	342.037,93	134.064,05
Zwischenfinanzierungen	200.000,00	500.000,00
Darlehen A3W	0,00	50.000,00
Rechnungsabgrenzung EU-Projekt	401.399,65	246.984,64
Gebarungsabgang	-26.327,25	-192.248,99
<hr/>		
Bilanzsumme	998.527,24	930.218,59

Im Berichtsjahr 1997 bilanziert TRANSFAIR mit einem Gebarungsabgang von ÖS 26.327,25. Damit konnte der Abgang im Vergleich zum Vorjahr deutlich verringert werden, die angestrebte Reduktion des negativen Eigenkapitals wurde jedoch nicht erreicht. Der Kaffeemarkt - mit Abstand das wichtigste Segment, in dem TransFair tätig ist - litt unter einem massiven Preisanstieg. In einem rückläufigen Gesamtmarkt konnte TransFair ein Volumensplus von 3 % erzielen, das ursprünglich erwartete Plus von 20 % war jedoch unter diesen Marktgegebenheiten nicht erreichbar.

Die Personalkapazität der Geschäftsstelle wurde wie geplant mit 1.1.97 um 1 Vollstelle reduziert. Ab 1.5.97 wurde die Kapazität dank eines von kirchlichen Organisationen ausserhalb des Planbudgets finanzierten Programmes zur Umstellung kirchlicher Einrichtungen auf TransFair-Produkte wieder um 1 Stelle aufgestockt.

Finanzgebarung 1997

Einnahmen

Das Budget 1997 zeigt im Vergleich zum Vorjahr auf der Einnahmenseite eine deutliche Ausweitung: die zeitlich limitierten Projekte zur Vermarktungsschulung von ProduzentInnen und zur Umstellung kirchlicher Einrichtungen auf TransFair-Produkte wurden mit 1,3 Millionen Schilling zusätzlich finanziert. Die entsprechenden Geldmittel sind unter "BMAA-Projekte, Ausland" und "Kirchenprojekt" dargestellt, denen 1996 keine vergleichbaren Positionen auf der Einnahmenseite gegenüberstehen. Das Bundesministerium für Jugend hat ÖS 100.000.- für das Jugendprogramm "Very fair" zur Verfügung gestellt, das im übrigen neben den 15 % Eigenmitteln von der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit finanziert wird.

Eine notwendige Vereinbarung mit EZA hat zu einem spürbaren Rückgang der Lizenzeinnahmen geführt. Auf der Einnahmenseite weggefallen ist ab Februar 1997 auch die AMFG-Förderung für einen Mitarbeiter, die ab März 1996 für ein Jahr in Anspruch genommen wurde.

Ausgaben

Auch die Ausgabenseite zeigt eine, wenn auch wesentlich geringere, Ausweitung. Die zusätzlichen Mittel wurden projektbezogen für die Programme Vermarktungsschulung und Umstellung ausgegeben.

Grundbudget

Das Grundbudget von TransFair dagegen, aus dem die Kernfunktionen Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung und Kontrolle und internationale Abstimmung bestritten werden, wurde ausgabenseitig von über 2,9 Millionen deutlich auf weniger als 2,5 Millionen Schilling reduziert, um ein ausgeglichenes Ergebnis zu erzielen. Dazu wurde das Einsparungspotential völlig ausgeschöpft. Eine weitere Reduktion würde die Kernfunktionen von TransFair in Frage stellen.

Ziel: schwarze Null

Das Ziel der Budgetkürzungen, ein ausgeglichenes Ergebnis, wurde - wie an anderer Stelle dargestellt wird - annähernd, aber nicht ganz erreicht. Für die Zukunft werden daher Überlegungen angestellt, das Ergebnis auf der Einnahmenseite zu verbessern, um die Kernfunktionen zu stärken.

Langfristiges Ziel ist natürlich, TransFair aus Lizenzeinnahmen selbsttragend zu machen. Dazu brauchen wir - durchaus erreichbare - Marktanteile um die drei Prozent und die Erweiterung des TransFair-Produkt-Sortiments um mindestens zwei Produkte mit großen Marktvolumina. In erster Linie kommen dafür Orangensaft und Bananen in Betracht. Die Einführung dieser beiden Produkte mit Siegel ist für 1999 geplant.

Finanzgebarung 1997

Einnahmen	1997	Vorjahr
BMaA-Projekte, Ausland	891.544,64	0,00
BMaA-Projekte, Inland	675.835,77	960.865,55
BM-JuF-Projekt	100.000,00	0,00
EU-Projekt	696.291,97	612.798,72
Kirchenprojekt	420.942,68	0,00
Lizenzgebühren	804.996,06	886.558,57
Veranstaltungen / Werbung	63.200,09	48.402,93
Mitgliedsbeiträge	73.000,00	67.000,00
AMFG-Beihilfen	22.011,00	220.110,00
Schadenersätze	0,00	22.580,00
Verkaufserlöse	59.515,74	110.158,43
sonstige Erlöse	40.656,00	23.965,00
Zinserträge	6.145,00	185,00
Summe Einnahmen	3.854.138,95	2.952.624,20

Ausgaben

Personalaufwand	1.516.950,05	1.566.053,94
Sachaufwand Projekte	1.471.358,67	633.373,92
Lizenzgebühren	270.891,17	315.810,38
Infomaterial	111.288,70	117.363,04
Raumkosten	88.453,00	113.328,20
Büromaterial	36.070,51	38.806,28
Reisekosten	37.867,74	28.297,50
Telefon, Fax	83.685,90	68.825,49
Transporte, Porti	46.435,42	50.712,62
Versicherungen	34.784,90	16.131,00
Anlagenabschreibung	68.242,00	79.550,01
Beratungskosten	54.277,80	53.697,20
Sitzungen	12.182,80	21.942,99
Zinsaufwand	19.024,00	11.434,64
Bankspesen	11.302,43	11.085,46
Sonstiger Aufwand	17.651,11	18.460,52
Summe Ausgaben	3.880.466,20	3.144.873,19

Gebarungssaldo	-26.327,25	-192.248,99
-----------------------	-------------------	--------------------

Dank

Unser Dank gilt allen, die TransFair 1997 finanziell unterstützt haben:

Österreichische Entwicklungszusammenarbeit im BMAA, Europäische Union und Bundesministerium für Jugend, Familie und Umwelt für die Förderung von Programmen der Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit.

Caritas, Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar, Fastenaktion Eisenstadt, Fastenaktion St. Pölten, Kath. Frauenbewegung, Kath. Männerbewegung, MIVA und Referat für Mission und Entwicklungshilfe der Erzdiözese Wien, die gemeinsam das Programm zur Umstellung kirchlicher Einrichtungen finanzieren.

Unser Dank gilt auch allen, die TransFair durch Kooperation, Engagement und die Verwendung von TransFair-Produkten gestärkt haben:

das sind engagierte Einzelpersonen, lokale Aktionsgruppen, unsere Trägerorganisationen und andere Organisationen, die mit uns kooperieren, sensible JournalistInnen und offene Medien, die Partnerfirmen, der Alternativhandel, weite Teile des Lebensmittelhandels, EntscheidungsträgerInnen in Firmen, Büros und Kantinen und viele zehntausend KonsumentInnen, die mit dem Einkaufskorb abstimmen.

TRANSFAIR-Vorstand

DI. Günter Getzinger,	Vorsitzender ab 9/97
Dr. Georg Hubmer,	Vorsitzender bis 9/97
Veronika Pelech,	stv. Vorsitzende
Verena Paulovics,	Schriftführerin
Günther Ogris,	stv. Schriftführer
Rupert Helm-Wakolbinger,	Kassier
Maria Szentpetery,	stv. Kassierin
Franz Denk	
Gerhard Riess	

TRANSFAIR-RechnungsprüferInnen

Ernst Gassner
Gabriele Fittl

TRANSFAIR-Büro

Helmut Adam:	Geschäftsführung Öffentlichkeitsarbeit
Gertraud Krenn:	Programm-Koordination Bildungsarbeit
Irene Schickl:	Umstellung kirchlicher Einrichtungen auf TransFair-Produkte (Mitarbeiterin ab Mai 97)

Thomas Wackerlig: Info-Bus und Jugendkommunikation

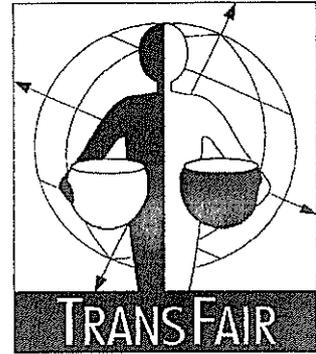
Herausgeber

TransFair Österreich, Wipplingerstrasse 32, 1010 Wien
Tel.(01) 533 09 56, Fax(01) 533 09 57
Für den Inhalt verantwortlich: Helmut Adam

Trägerorganisationen: 27

+ Aktion Dritte Welt + Arbeitsgemeinschaft Weltläden + CARE Österreich + Caritas + CONA - Verein zur Förderung des gerechten Nord-Süd-Handels + Dreikönigsaktion der katholischen Jungschar + Ecumenical Development Cooperative Society (EDCS) + Evangelischer Arbeitskreis für Weltmission + Evangelische Jugend + Grüne Bildungswerkstatt + Institut für Internationale Zusammenarbeit (IIZ) + Katholischer Familienverband der Erzdiözese Wien + Katholische Frauenbewegung Österreich + Katholische Jugend - Jugend Land Österreich + Katholische Männerbewegung Österreich + Österreichische Hochschülerschaft + Österreichischer Bundesjugendring + Österreichisches Ökologie-Institut + Österreichisches Nord-Süd-Institut für Entwicklungszusammenarbeit + Österreichischer Entwicklungsdienst (ÖED) + Österreichischer Informationsdienst für Entwicklungspolitik (ÖIE) + Pfadfinder und Pfadfinderinnen Österreichs + Renner-Institut + Umweltberatung Österreich + UNICEF + Verein zur Förderung partnerschaftlicher Beziehungen zwischen Österreich und der Dritten Welt + WWF - World Wide Fund for Nature

TransFair Österreich



Jahresbericht



1997

