

Fairer Handel: Die Saat ist aufgegangen

Dem Kakao, Kaffee und den Bananen sei Dank: Fairtrade Österreich zieht mit 46% Umsatzwachstum für 2016 eine positive Bilanz.

••• Von Ornella Wächter

Seinen Anfang nahm Fairtrade bei Produkten im Weltladen. Doch in der Vertriebsnische der kleinen Weltläden wollte die Organisation für fair gehandelte Produkte nie bleiben. „Unser Ziel war es immer, in den Lebensmittelhandel zu kommen“, erklärt Hartwig Kirner, Geschäftsführer von Fairtrade Österreich. Und das ist wohl gelungen. 74% der Umsätze werden mittlerweile im heimischen

Famos

Das Bewusstsein ist da: 92% der Österreicher kennen das Fairtrade-Siegel.

92%

LEH erzielt, der damit auch die zentrale Vertriebsschiene für Fairtrade ist. „Wir sind gegründet worden, um in den Massenmarkt vorzustoßen.“

Dass Produkte im Weltladen andere Preise erzielen, als bei großen Supermarktketten, kann die Organisation nicht beeinflussen – „im Gegenteil, wir würden uns sogar strafbar machen“, so Kirner. „Wir selber handeln ja nicht, wir bieten nur die Produkte an.“ Die Gestaltung

Hartwig Kirner

Seit bald zehn Jahren ist Kirner Geschäftsführer von Fairtrade Österreich. 2018 feiert der Verein 25-jähriges Jubiläum.

des Endverbraucherpreises des Kaffees, der im Weltladen sowie im Supermarkt erhältlich ist, obliegt dem Händler selbst. Als Hersteller könne Fairtrade nur eine unverbindliche Empfehlung abgeben.

LEH braucht Fairtrade

Die Eigenmarken der Lebensmittelhändler sieht Kirner nicht als Konkurrenz zu seinen Produkten an, selbst wenn diese bestimmte Warengruppen besetzen, die zu