



© Eric St-Pierre

Fruchtbarer Boden für den fairen Handel

25 Jahre Fairtrade werden mit dem besten Ergebnis seit Gründung gekrönt. Umsatztreiber sind Banane und Kakao, Gastro wächst solide.

••• Von Eva Kaiserseder

Als Fairtrade vor 25 Jahren in Österreich gegründet wurde, war das Ganze noch durchaus „ein Nischenprogramm für ein paar Weltverbesserer“, wie Geschäftsführer Hartwig Kirner verschmitzt zugibt.

Er hat gut lachen, denn Fairtrade steht anno 2018 auf mehr als festem Grund: „Wenn Sie mich fragen, wo wir überall gelistet sind, dann würde ich sagen, ich tue mich leichter aufzuzählen, wo wir *nicht* gelistet sind“, so Kirner, der seit mittlerweile elf Jahren das heimische Fairtrade-Aushängeschild ist und einst selbst in seinem nie-

derösterreichischen Heimatort einen Weltladen mitgegründet hat.

Household-Name

Und der österreichische Markt ist für den fairen Handel ein wahrlich fruchtbarer Boden – allein 92% der Österreicher kennen das Fairtrade-Siegel. Im Schnitt gab im vergange-

nen Jahr jeder Österreicher geschätzt rund 34 € für Fairtrade-Produkte aus. Österreich liegt bei den Pro-Kopf-Ausgaben auf Platz 5. Gerade in den letzten drei Jahren gab es eine extreme Dynamik, 2017 war überhaupt ein ausnehmend gutes Jahr, die 300 Mio. €-Umsatzschwelle wurde um 4 Mio. überboten und ein Plus von satten 13 Prozent