

Leitfaden

für die Umstellung auf fair gehandelten
Kaffee in Büros und Kantinen.

Arbeitsunterlage



Wien 2010

PRO-GE
DIE PRODUKTIONSGEWERKSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	3
1. EINFÜHRUNG ZUM THEMA FAIRTRADE	3
2. VORBEREITUNG	5
2.1 Partnerinnen und Partner finden	5
2.2 Verantwortlichkeiten klären	5
2.3 Aussichtsreichste Strategie festlegen	6
2.4 Gespräche führen	7
3. ANALYSE DER SITUATION	8
3.1 Welcher Kaffee wird verwendet?	8
3.2 Wo wird der Kaffee zubereitet?	8
3.3 Wo wird der Kaffee eingekauft?	9
3.4 Welche Menge wird verwendet und wie sind die preislichen Konditionen?	10
3.5 Welche Sorten werden verwendet?	11
4. VERGLEICHBARES ANGEBOT FAIRTRADE	12
4.1 Bedarf in Haushaltsmengen	12
4.2 Angebot, Serviceleistungen, Ansprechpartner	12
4.3 Sorte und Geschmack	12
4.4 Qualität	12
4.5 Automatenkaffee	13
5. VERKOSTUNG, ENTSCHEIDUNGSFINDUNG, EINFÜHRUNG	13
6. KOMMUNIKATION	14
7. WEITERE PRODUKTE	15
8. ARGUMENTE FÜR DIE VERWENDUNG VON FAIRTRADE PRODUKTEN	15
9. WELCHE VORURTEILE KÖNNEN UNS BEGEGNEN?	16

Einleitung

In vielen Firmenkantinen, Büros, Cafés, Hotels und Unimensen wird v.a. Kaffee, aber auch Tee, Kakao und Orangensaft mit FAIRTRADE Gütesiegel ausgedient. Wie wäre es, wenn Sie an Ihrem Arbeitsplatz, in Ihrem Lieblingsrestaurant oder woanders eine „Fairänderung“ initiieren würden? Wir möchten Sie gerne dabei unterstützen und wesentliche Punkte im Folgenden darstellen.

Wir wissen, dass schon oft Anstrengungen in diese Richtung unternommen wurden, aber eine Umstellung auf FAIRTRADE Kaffee nicht immer geglückt ist. Wir glauben deshalb, dass die Berücksichtigung bisheriger Erfahrungen von Vorteil ist und haben daher folgende Tipps zusammengestellt.

Wenn Sie Unterstützung darüber hinaus möchten, kontaktieren Sie uns bitte. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und versichern Ihnen, dass jedes weitere Unternehmen, das FAIRTRADE Kaffee oder andere besiegelte Produkte verwendet, tatsächlich die Lebensbedingungen von vielen Menschen im Süden verändert.

Die folgenden Kapitel beziehen sich fast ausschließlich auf die Kaffeeumstellung. Sie ist eine der schwierigsten Umstellungen, bringt aber den Bauern und Bäuerinnen im Süden sehr viel. Kaffee ist das meistgetrunkene Getränk in Österreich, kaum eine Besprechung oder Veranstaltung findet ohne Kaffee statt.

Die Einführung von FAIRTRADE Kaffee bedeutet für die in Kooperativen organisierten Familien ein menschenwürdiges Leben, ein Dach über dem Kopf, ausreichend zu essen, medizinische Versorgung und Schulbesuch der Kinder. Darüber hinaus profitiert die ganze Region durch diese veränderte Situation.

1. Einführung zum Thema FAIRTRADE

FAIRTRADE ist eine internationale Organisation, die in Österreich von 29 entwicklungspolitischen, kirchlichen, sozialen, ökologischen und Bildungsorganisationen getragen wird. FAIRTRADE vergibt ein Gütesiegel für Produkte aus den Ländern des Südens. Derzeit gibt es in Österreich Kaffee, Tee, Kakao, Schokolade, Honig, Rohrzucker, Orangensaft, Fruchtsaft, Bio-Bananen, Reis, Baumwolle, Rosen und Sportbälle mit dem FAIRTRADE Gütesiegel.

Mit dem FAIRTRADE Gütesiegel ausgezeichnete Produkte geben den KonsumentInnen die Sicherheit, dass Menschen in den Entwicklungsländern fair bezahlt und keine Kinder ausgebeutet werden. Und sie garantieren die hohe Qualität naturnaher Landwirtschaft.

Es gibt genau festgelegte Kriterien, nach denen FAIRTRADE Produkte hergestellt und gehandelt werden, die den ProduzentInnen im Süden ein würdiges Leben ermöglichen.

Bei fair gehandeltem Kaffee bedeutet das unter anderem:

- Der Handel wird direkt mit den Kooperativen, das sind Zusammenschlüsse von Kleinbauern mit ca. 2-3 Hektar Grundbesitz, abgewickelt. Damit wird garantiert, dass die Bauern den vollen Preis erhalten und nicht mehr von Zwischenhändlern abhängig sind.
- Im Gegensatz zum Weltmarkt wird im Fairen Handel ein Mindestpreis bezahlt, der jedenfalls die Produktionskosten und die Sicherung elementarer Bedürfnisse wie gesundheitliche Basisversorgung, ausreichende Ernährung, Schulbildung für die Kinder, usw. ermöglicht.
- Die ProduzentInnengemeinschaften müssen politisch unabhängig und demokratisch organisiert sein, das bedeutet Transparenz der Verwaltung und Mitbestimmung der Mitglieder bei der Verwendung der FAIRTRADE Prämie, die zusätzlich zum Mindestpreis für Verbesserungen bezahlt wird.
- Die FAIRTRADE Lizenznehmer und Importeure sind angehalten, langfristige Lieferbeziehungen aufzubauen. Auf Wunsch der ProduzentInnen wird für bis zu 60 % des Vertragswertes eine Vorfinanzierung bereitgestellt.
- Im System von FAIRTRADE wird neben den sozialen Verbesserungen auch die umweltverträgliche Produktion gefördert. Beim Kaffeeanbau bedeutet das: Förderung des Mischanbaus und des Anbaus von Produkten für die Eigenversorgung (und des lokalen Marktes), Schutz natürlicher Gewässer und des Regenwaldes, weitgehender Verzicht auf Pestizide und Agro-Chemikalien, gentechnisch veränderte Mittel, Abfallvermeidung und umweltgerechte Entsorgung und die Förderung des zertifizierten Bioanbaus mit einem zusätzlichem Preisaufschlag.

Da FAIRTRADE Kaffee ausschließlich aus Kleinbauernkooperativen stammt, gibt es hier keine Bestimmungen für LohnempfängerInnen, die Existenzsicherung der Kleinbauernfamilien wird vor allem über die Preisgarantie gestaltet. Bei größeren Produktionsflächen, wie bei Orangen, Bananen oder auch Tee, und in der Weiterverarbeitung kommen eine Reihe weiterer Kriterien zur Anwendung, die sich sowohl auf arbeitsrechtliche Mindeststandards, wie auch auf angemessene Entlohnung usw. beziehen.

Die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels werden bei den ProduzentInnen von der Dachorganisation FLO-Cert kontrolliert, über die alle 25 nationalen FAIRTRADE Siegelinitiativen vernetzt sind. Die Lizenznehmer schließen mit FAIRTRADE einen Vertrag ab und sind zu vierteljährlichen Meldungen verpflichtet.

Durch die direkten Handelsbeziehungen und die Berichte von Produzentengenossenschaften, Importeuren und Lizenznehmern ist eine genaue Abgleichung der Daten und damit die Kontrolle gewährleistet. Damit wird sichergestellt, dass nur so viel Kaffee unter dem FAIRTRADE Siegel angeboten wird, wie bei den ProduzentInnen eingekauft wurde. Die Kontrolle der Lizenznehmer in Österreich erfolgt durch FAIRTRADE selbst und unabhängige Wirtschaftsprüfer.

Neben der Kontrollfunktion ist die Vermarktung der Produkte eine der Hauptaufgaben von FAIRTRADE Österreich. Darunter fällt: die Gewinnung von Unternehmen als Lizenznehmer, des Lebensmittelhandels für die Listung der Produkte, sowie die Gewinnung von KonsumentInnen, Großverbrauchern und GastronomInnen zur Verwendung der Produkte.

2. Vorbereitung

2.1 Partnerinnen und Partner finden

Je mehr Leute die Idee des Fairen Handels unterstützen, umso besser. Was denken andere KollegInnen, Gäste, Studierende usw. über dieses Thema? Haben Sie selbst schon Bekanntschaft mit fair gehandelten Produkten gemacht, gehören Sie bereits zu denen die wissen, dass es sich um hochwertige Qualitätsprodukte mit gutem Geschmack handelt? Oder gehen Sie davon aus, dass z.B. alle Kaffees, die dieses Gütesiegel tragen, gleich schmecken? Das Gegenteil ist der Fall: es gibt verschiedene Sorten, von verschiedenen Firmen geröstet und mit unterschiedlichem Geschmack.

Sie können sicher einschätzen, wer von Ihren kaffeetrinkenden KollegInnen dieser Idee gegenüber offener ist und wer nicht. Versuchen Sie ein Stimmungsbild einzuholen. Je größer die Gruppe ist, die diese Idee befürwortet, umso leichter gelingt das Vorhaben.

2.2 Verantwortlichkeiten klären

Es ist wichtig herauszufinden, wer an der Entscheidung, welcher Kaffee verwendet wird, beteiligt ist. Das sind oft mehr Personen als man zuerst denkt.

2.2.1 Entscheidungsträger was Grundsätze betrifft – Leitbild

Überlegen Sie, ob die Verwendung fair gehandelter Produkte in das Leitbild dieses Hauses oder Unternehmens passt, ob soziales Engagement in anderen Bereichen als wichtig angesehen wird und ob ökologische Fragen eine Rolle spielen.

2.2.2 Leitung Einkauf

- Verwaltung (Person, die für Preise und Einkaufspolitik verantwortlich ist) oder
- Küchenleitung (Zubereitung und Einkauf in einer Hand) oder
- Küchenbetriebsgesellschaften (Zuständigkeit ausgelagert, Fremdfirma betreut z.B. die Kantine)

Diese Personengruppe hat vor allem Interesse, Ihren spezifischen Arbeitsauftrag gut zu erfüllen. Das kann sein: gute Qualität zu einem günstigen Preis oder alleine das Preiskriterium. Wichtig ist, dass kein organisatorischer Mehraufwand entsteht; die größte Sorge ist auch oft, dass Veränderungen ungewünschte Reaktionen hervorrufen könnten. Wenn etwas gut eingespielt ist, ist das Interesse einer Veränderung eher gering und der Wille Risiken einzugehen nicht sehr groß.

2.2.3 MitarbeiterInnen, zuständig für Zubereitung, Ausschank und Service

Sie haben eine wichtige Position und sehr viel Macht, das Projekt zu behindern oder zu fördern. Die Einbindung in den gesamten Prozess gerade von eventuell skeptischen Personen, die aber direkt involviert sind, ist sehr wichtig. Positiv motivierend ist sicherlich auch, wenn der Ist-Zustand genau angeschaut wird, Bedürfnisse und Anliegen, aber auch Bedenken ernst genommen werden (siehe Punkt 4 Analyse des Bedarfs). Es sollte vermittelt werden, dass die Umstellung Vorteile und jedenfalls keine Nachteile bringt.

2.2.4 Lieferant derzeit (oder Einkauf im Großhandel)

Viele Kaffeeunternehmen zeichnen sich durch persönliche Lieferung und hohe Kundenbindung aus. Eine langjährige zufriedenstellende Zusammenarbeit ist somit ein Punkt, der einer Veränderung leicht im Wege stehen kann, umgekehrt kann Unzufriedenheit mit der derzeitigen Situation eine Umstellung fördern.

Wenn der derzeitige Lieferant kein FAIRTRADE Produkt anbieten kann, wird er trotzdem interessiert sein, diesen Kunden nicht zu verlieren. Das kann sogar dazu führen, dass das FAIRTRADE System oder die Qualität des Kaffees in Frage gestellt wird. Die MitarbeiterInnen dieser Firmen bauen durch persönliche Beziehungen starke Kundenbindungen auf. Und so ist es oft tatsächlich schwierig, wenn die Entscheidung für FAIRTRADE gefallen ist, dem Mitarbeiter/der Mitarbeiterin der früheren Lieferfirma mitzuteilen, dass er einen Kunden verliert.

Manche Firmen schützen sich vor solchen Situationen durch langfristige Lieferverträge. Gleichzeitig ist der Verlust von Kunden ein wichtiger Prozess, um langfristig mehr Firmen zu ermuntern, FAIRTRADE Kaffee anzubieten.

Die konstruktive Einbeziehung möglichst aller Beteiligten ist ein wesentlicher Faktor für eine erfolgreiche Umstellung. Je weniger Personen beteiligt sind, desto einfacher ist es wahrscheinlich.

2.3 Aussichtsreichste Strategie festlegen

Veränderungen brauchen Engagement

Man muss bedenken, dass Veränderungen immer aufwendiger sind, als alles beim Alten zu belassen. Es bedeutet Anstrengung, Initiative und Engagement. Nachdem sich kaum jemand an seinem Arbeitsplatz langweilt, ist es leicht möglich, dass solche Initiativen immer wieder in der Prioritätensetzung weiter hinten gereiht werden.

Wer spricht mit wem?

Legen Sie gemeinsam mit den gewonnenen PartnerInnen eine sinnvolle Reihenfolge der Gespräche fest und überlegen Sie, welche Besprechung oder welches Gremium nach den Einzelgesprächen die geeignete Plattform ist, dieses Thema einzubringen. Leichter ist das Thema in Einzelgesprächen voranzutreiben, denn in großen Arbeitsbesprechungen ist es oft schwierig, GegnerInnen und BefürworterInnen ausfindig zu machen und auf ihre Argumente einzugehen.

Geduld ist manchmal angebracht

Gehen Sie die Sache geduldig an, so überfordern Sie andere weniger und es ist besser die Umstellung realisiert sich etwas später als gar nicht, und sie passiert nachhaltig, so dass nicht beim nächsten Personalwechsel oder bei anderen Vorkommnissen wieder alles ins Wanken gerät. Dafür ist es auch wichtig, nach der erfolgreichen Einführung und Akzeptanz aller auch die nötigen Schritte der Kommunikation zu setzen (Hinweise, Artikel in der MitarbeiterInnenzeitung ...)

Eines nach dem anderen

Gehen sie keine „faulen Kompromisse“ ein. Es ist zwar sinnvoll, nicht gleich alles auf einmal zu wollen, also vielleicht zuerst einen Bereich (z.B. Ausschank in der Espressomaschine) umzustellen, aber die Idee, dass z.B. in einer Firmenkantine künftig 2 Sorten Kaffees angeboten werden, ist eher kontraproduktiv. Sie erhöht den logistischen Aufwand für die MitarbeiterInnen, meist verlangen dann nur wenige extra FAIRTRADE Kaffee, womit sich die Kostenstruktur erhöht, denn je kleiner die Menge ist, umso teurer sind die Kaffees. Ein Produkt in größerer Menge eingekauft ist immer billiger als zwei in kleineren Mengen. Die Kommunikation ist kompliziert, man kann nicht wirklich Werbung machen, weil sonst der Eindruck entstehen könnte, es wird nur FAIRTRADE Kaffee verwendet, außerdem wird der Touch von „Solidaritätskaffee“ wieder verstärkt, denn wenn er so gut wäre, wie der ursprüngliche, bräuchte man nicht zwei Sorten anzubieten.

Wer ist entscheidungsberechtigt?

Es ist häufig zu beobachten, dass Überlegungen zu basisdemokratischen Entscheidungsmechanismen gerade vor der Einführung von FAIRTRADE Kaffee auftreten, bei den üblichen bekannten Kaffeesorten wird kaum eine MitarbeiterInnenbefragung durchgeführt. Es ist anzunehmen, dass es Unsicherheiten damit gibt, die man gerne von den MitarbeiterInnen mitgetragen wissen will.

Durch Abstimmungen ist das aber kaum zu erreichen, weil Kaffeegeschmack eine höchst subjektive Angelegenheit ist und bei jeder Kaffeeumfrage verschiedenste Meinungen zutage kommen. Und wie dann damit umgehen? Man kann in einer Großküche nicht alle Wünsche gleichzeitig erfüllen. Hier werden dann oft „Kämpfe“ ausgetragen, die man sich besser erspart. Aus Blindverkostungen weiß man, dass es praktisch unmöglich ist, die gewohnte Kaffeesorte zu erkennen, obwohl das subjektiv nicht so empfunden wird. Um den oft sinnlosen Geschmacksdiskussionen zu entgehen, werden Umstellungen auch manchmal einfach durchgeführt und erst nach einer bestimmten Zeit kommuniziert, wenn jede/r sich an die neue Kaffeesorte gewöhnt hat. Meist wird es nämlich gar nicht erst bemerkt!

2.4 Gespräche führen

Bitte nehmen Sie Argumente ernst und reagieren sie passend, versuchen Sie zu überzeugen, nicht zu überreden. Es ist notwendig alle Bedürfnisse und Vorbehalte der verschiedenen Beteiligten wie KaffeeköchInnen, MitarbeiterInnen in der Kantine, KüchenleiterInnen, EinkäuferInnen und der Letztverantwortlichen ernst zu nehmen, mit einzubeziehen und passende Lösungen anzubieten. Eine passende Lösung ist ein FAIRTRADE Angebot, das möglichst von der derzeitigen Situation nur geringfügig abweicht. Unter Punkt 4 werden die verschiedenen

relevanten Anforderungen beschrieben. Wenn Sie bei der Lösungsfindung Unterstützung brauchen, wenden Sie sich bitte an uns. Wir stehen gerne mit Rat und Tat zur Seite.

Unter Punkt 8 und 9 gibt es eine Auflistung der wichtigsten Argumente und Antworten auf öfters genannte Einwände.

Es ist wichtig, schon im Vorfeld eine gute Stimmung zu erzeugen, niemanden zu überfordern und positive Zugänge zu schaffen. Es sollte niemand den Eindruck haben, für ihn oder sie würde sich etwas zum Schlechteren verändern.

3. Analyse der Situation

3.1 Welcher Kaffee wird verwendet?

- a. Kaffee gemahlen zum Aufbrühen
- b. Kaffee in ganzer Bohne (oder gemahlen) für Espressomaschine
- c. Löskaffee oder ganze Bohne für Automaten
- d. Kaffee Tabs oder Pads

3.2 Wo wird der Kaffee zubereitet?

Im Folgenden werden verschiedene Varianten aufgelistet, es gibt natürlich auch Mischformen dieser Varianten.

3.2.1 Zubereitung in den einzelnen Büros und für Besprechungen/Veranstaltungen zentral

- a. MitarbeiterInnen besorgen individuell
- b. Zentraler Einkauf

3.2.2 Bedarf an Heißgetränken wird über eine Kantine, Cafeteria abgewickelt

- a. Ausschank in Tassen – Zubereitung in der Espressomaschine
- b. Zubereitung von aufgebrühtem Kaffee in Thermoskannen für Besprechungen

Oft wird die Kantine nicht betriebsintern geführt sondern ausgelagert. Das heißt, auch die BetreiberInnen müssen miteinbezogen werden und einverstanden sein.

3.2.3 Jede/r bedient sich selbst an einem Automaten

- a. Befüllbar mit ganzer Bohne
- b. Befüllbar mit Löskaffee

Auch bei Automatenkaffee gibt es unterschiedliche Varianten. Im Allgemeinen denken wir an große Geräte, die irgendwo am Gang stehen, z.B. in Krankenhäusern, Universitäten usw. Hier gibt es beide Varianten, Betrieb mit ganzer Bohne oder Löskafee.

Eine im Moment boomende Form ist, auch bei kleineren Firmen mit Automaten zu arbeiten. Hintergrund ist, dass immer mehr Arbeitszeit auch beim Kaffeekochen eingespart werden soll. Niemand muss sich darum kümmern und vor allem ist der Kaffee jederzeit verfügbar, wenn beispielsweise KundenInnen kommen. Außerdem wird nicht so viel weggeschüttet, denn aufgebrühter Kaffee bricht sehr schnell (wird ungenießbar) oder wird kalt, wenn er nicht in Thermoskannen gefüllt wird.

Bei Automaten ist es so, dass eine Fremdfirma die Automaten aufstellt und damit aber auch gleichzeitig das Service und oft auch die Befüllung übernimmt. Das heißt in diesem Fall muss der Automatenaufsteller einverstanden sein und die Qualität bestätigen. Die Sorten sind meistens bis zu einem gewissen Grad vorgegeben, je nachdem was die Automatenfirma im Programm hat. Die Bezahlung erfolgt meist über individuellen Münzeinwurf, es ist Verhandlungssache wieviel pro Tasse an Standgebühr an den bezahlt wird, der den Standplatz zur Verfügung stellt. Manchmal ist auch der Betriebsrat involviert.

Hier gibt es wieder eine Fremdfirma, mit der ein Gespräch geführt werden muss. Bei Widerständen seitens des Aufstellers kann aber relativ schnell gewechselt werden, und je mehr Automatenaufsteller FAIRTRADE Kaffee anbieten, umso leichter wird damit die Umstellung. Ein Erfolg hat insofern große Folgewirkungen, da dann auch andere Kunden dieser Firma leicht auf FAIRTRADE umsteigen können.

Bei Fremdfirmen ist vielleicht der Weg zur Umstellung ein wenig hürdenreicher, allerdings lohnt sich der Erfolg umso mehr und kann dem Fairen Handel große Chancen eröffnen. Als Kunde hat man ja das Recht, Anforderungen an seine Lieferanten zu stellen, und je mehr FAIRTRADE Kaffee gewünscht wird, desto eher werden sich diese Firmen darauf einrichten bzw. durch mehr FAIRTRADE Anbieter auch in Zugzwang geraten.

Mittlerweile gibt es auch Kaffee-Tabs, welche vom ökologischen Standpunkt nicht unbedingt ratsam und im Vergleich zu allen anderen Kaffeeprodukten extrem teuer sind. Trotz allem erfreut sich diese Variante großer Beliebtheit. FAIRTRADE Kaffee-Pads, die ökologisch unbedenklich sind, werden von verschiedenen Firmen angeboten.

3.3 Wo wird der Kaffee eingekauft?

3.3.3 Sie kaufen selbst ein - Einzelhandel, C&C-Märkte

Man kann FAIRTRADE Produkte in verschiedenen Supermärkten kaufen, in allen Weltläden, in verschiedenen Drogerien und Reformhäusern, Naturkostläden, Bioläden, anderen Fach- oder Feinkostgeschäften, im Versand und in C&C-Märkten. Den aktuellen Stand, welche Produkte in welchen Geschäften erhältlich sind, entnimmt man am besten der FAIRTRADE Produktsuche (www.fairtrade.at).

3.3.4 Zustellung

Der Lebensmittelhandel und verschiedene Firmen bieten ein Zustellservice an. Es gibt hier in den einzelnen Regionen Österreichs verschiedene Anbieter und man muss individuell abklären, ob FAIRTRADE Kaffee geliefert werden kann. Sollte ein Anbieter FAIRTRADE Kaffee noch nicht im Sortiment führen, ist es oft so, dass er eine Geschäftsverbindung mit einer der Firmen hat, die FAIRTRADE Kaffee führen.

3.3.5 Zustellung und Serviceleistungen

Wenn die Zustellung direkt durch eine Kaffeefirma erfolgt - in der Gastronomie ist das üblich - gibt es sehr unterschiedliche Kilopreise. Der Preis in der Gastronomie ist viel höher als sonst aufgrund bestimmter Serviceleistungen und der Mitlieferung von Werbemitteln (Tassen, Zucker, Sonnenschirme, Firmenschilder usw.). In der Gastronomie ist es üblich, dass eine Firma z.B. jede Woche liefert und von dem/der jeweiligen Mitarbeiter/in auch die Maschineneinstellung und Ähnliches kontrolliert wird. Teilweise gibt es auch Vereinbarungen bezüglich Bereitstellung von Maschinen, was oft die Verrechnung eines Tassenpreises zur Folge hat statt der verwendeten Kaffeemenge.

So können teure Investitionskosten für eine gute Espressomaschine gespart werden. Beim Ankauf einer solchen Maschine werden immer öfter Serviceverträge abgeschlossen. Die Firma ist dann zuständig, dafür zu sorgen, dass die Einstellung der Maschine auch für eine neue Kaffeeseite perfekt ist, denn wie Kaffee schmeckt, hängt maßgeblich von seiner Zubereitung ab.

3.4 Welche Menge wird verwendet und wie sind die preislichen Konditionen?

Preisvergleiche nicht ohne Grundlage

Am besten findet man zuerst heraus, wie die preislichen Konditionen bei der derzeit verwendeten Kaffeeseite sind. Es hat sich oft herausgestellt, dass es durchaus möglich ist, ein ähnliches Preisangebot für ein FAIRTRADE Produkt zu finden. Den Verkaufspreis von FAIRTRADE Kaffee bestimmt nicht FAIRTRADE (beim Gütesiegel ist festgelegt, welchen Preis die ProduzentInnen im Süden für ihren Kaffee erhalten) sondern die anbietende Firma. Und so gelten hier die gleichen Mechanismen wie bei normalem Kaffee. Um ein realistisches Bild zu bekommen, kann FAIRTRADE Kaffee preislich nicht mit Billigkaffeeseiten verglichen werden.

Service und Mengen sind ausschlaggebend

Wenn Sie also die derzeitigen Konditionen bezüglich Preise herausgefunden haben, erkundigen Sie sich auch über die Art des Bezuges und auch über die Menge innerhalb eines bestimmten Zeitraumes, ob ganze Bohne, gemahlener Kaffee oder Löskaffee. Am besten ist es den ungefähren Jahresverbrauch zu ermitteln.

Bei Großverbrauchern wenig Preisunterschied

Offt ergibt sich kein preislicher Nachteil bei der Umstellung. In Zeiten wo der Weltmarktpreis sehr tief ist, wird der Unterschied zwischen FAIRTRADE und normalem Kaffee etwas deutlicher, da die Kaffeebauern im FAIRTRADE System einen garantierten Mindestpreis erhalten.

Preis pro Tasse

Der Anteil des Einkaufspreises von Röstkaffee pro Tasse liegt unter 1 Cent, denn aus 1 kg Kaffee kann man ca. 130 Tassen zubereiten. FAIRTRADE Kaffee kostet kaum mehr als ein qualitativ vergleichbarer Kaffee, der auf konventionellem Wege hergestellt wurde. D.h. eine Verteuerung des Kaffees im Betrieb kann vor diesem Hintergrund nicht gerechtfertigt werden, denn die meisten Kosten entstehen durch andere Faktoren.

Preisunterschied genau prüfen

Die Berechnungen der Jahresmenge ist wichtig, um den tatsächlichen Preisunterschied innerhalb einer gewissen Periode anschauen zu können. Oft wird festgestellt, dass ein Preisunterschied im ganzen Jahr z.B max. 200 Euro ausmacht. Pro Jahr gesehen ist das wirklich eine gute Investition in die Zukunft der Menschen im Süden. Man muss sich vor Augen halten, dass der herkömmliche Kaffee im Vergleich zu seinen Produktionskosten eigentlich viel zu billig auf den Markt kommt. Bei FAIRTRADE kann man sicher sein, dass nicht nur die evtl. Mehrkosten sondern ein wesentlich größerer Anteil vom Endverkaufspreis zu den ProduzentInnen kommt.

3.5 Welche Sorten werden verwendet?

Der Kaffeemarkt wird von großen Konzernen beherrscht (Nestlé, Procter & Gamble, Jacobs, Eduscho/Tchibo). Die Firma Meinl ist ein heimischer Röster mit einem relativ hohen Marktanteil. Im Handel sind jeweils auch Eigenmarken etabliert, die großen Handelsketten betreiben entweder eigene Röstereien oder rösten ihren Kaffee bei anderen, verpacken aber unter dem eigenen Markennamen (Hofer, Spar, ...).

Es gibt auch viele kleinere heimische Röstereien. Sie sind meist eher regional etabliert, in der Gastronomie aber stark vertreten. Sie zeichnen sich durch gutes Service und individuelle Betreuung aus. In den letzten Jahren ging zum Leidwesen dieser österreichischen Firmen der Trend zu italienischen Anbietern wie Illy, Segafredo, Lavazza usw.

Zuerst stellt sich also die Frage, **welcher Markenkaffee** verwendet wird. Die nächste Frage ist: **Welche Sorte?** Es gibt nicht z.B. den Jacobs Kaffee, sondern milde Sorten, kräftige Mischungen, Espresso, entkoffeiniert und natürlich in ganzer Bohne oder gemahlen, wobei auch der **Mahlgrad** für die Zubereitung ausschlaggebend ist. Bei gemahlenem Kaffee ist es daher oft auch wichtig, v.a. wenn besonders große Mengen auf einmal aufgegossen werden, die Frage des gewünschten Mahlgrades zu klären.

Bei Automatenlöskaffee und bei Kaffeegetreidemischungen (wird in Seniorenheimen oder Krankenhäusern verwendet) für Großverbraucher ist die Firma Nestlé marktführend. Sie bietet mittlerweile auch FAIRTRADE Löskaffee für Automaten an.

4. Vergleichbares Angebot FAIRTRADE

4.1 Bedarf in Haushaltsmengen

Beim Einkauf für Büros kann die Produktsuche von FAIRTRADE (www.fairtrade.at)Hilfestellung leisten bei der Frage, wo die einzelnen Produkte erhältlich sind. Gerade in diesem Fall könnte die Verbesserung des Services und des Arbeitsaufwandes durch eine Person für die einzelnen Leute sogar ein Ansporn sein, künftig FAIRTRADE Kaffee zu verwenden. Man kauft ihn zentral ein, bekommt ihn dadurch etwas günstiger und erspart sich die Einzeleinkäufe.

Es gibt auch Großmärkte die FAIRTRADE Kaffee führen, bzw. auch Lebensmittelzusteller.

4.2 Angebot, Serviceleistungen, Ansprechpartner

Auf www.fairtrade.at finden Sie unter „Unternehmen & Institutionen“ alle Informationen, die sie zu den einzelnen Produkten benötigen. Die meisten Partnerfirmen bieten ein Lieferservice für FAIRTRADE Produkte an.

4.3 Sorte und Geschmack

Das FAIRTRADE Produktangebot ist nicht ganz mit dem des kommerziellen Handels vergleichbar, denn die Firmen Hornig, Meinl, Saeco, Darboven-Idee Kaffee etc. haben jeweils nur ein oder zwei Sorten FAIRTRADE Kaffee. Es gibt diese zwar in ganzer Bohne, gemahlen und als Pads in unterschiedlichen Verpackungsgrößen, aber man braucht schon ein wenig Hintergrundinformation, um den Kaffee auszuwählen.

Anders ist das bei der EZA GmbH, denn sie ist schon seit 30 Jahren tätig und hat ein reichhaltiges Angebot an gemahlene Kaffees, ganzer Bohne und Pads. Allerdings ist sie nicht wie eine Kaffeerösterei ausschließlich auf dieses Produkt spezialisiert. Sie führt nicht nur fair gehandelten Kaffee sondern auch andere besiegelte Produkte (bzw. andere fair gehandelte Produkte, für die es noch kein FAIRTRADE Gütesiegel gibt). Bei der EZA können verschiedenste FAIRTRADE Produkte von einem Lieferanten bezogen werden, was manchmal ein Wettbewerbsvorteil ist. Allerdings bietet die EZA kein Gastroservice an (Maschine, Geschirr etc.).

4.4 Qualität

Die Qualität von FAIRTRADE-Produkten ist generell sehr hoch. Die ProduzentInnen von FAIRTRADE-Produkten werden auch bei der Qualitätskontrolle und Weiterbildung unterstützt. Kaffee aus Kleinbauernanbau gehört qualitativ weltweit zu den besten Kaffees und ist mit auf Plantagen kultiviertem nicht zu vergleichen. Im Hochland werden vorwiegend Arabica-Sorten angebaut, für diese ist der Weltmarktpreis grundsätzlich höher als für Robustas. Der Anteil an Arabicas ist im Fairen Handel sehr hoch. Es ist natürlich im Interesse der ProduzentInnen, gute Qualität zu liefern und damit langfristig an FAIRTRADE-lizenzierte Unternehmen verkaufen zu können.

Off führt auch schon die (traditionelle) Einstellung der ProduzentInnen (z.B. keine Ausbeutung der Erde sondern Leben im Einklang mit dieser) zu hervorragender Qualität und naturnahem Anbau. Größtenteils wird der Kaffee ohne Einsatz von Chemikalien und im Mischanbau kultiviert und trotz großer Nachfrage nicht Biozertifiziert, was die verschiedensten Gründe haben kann. Wenn man zu FAIRTRADE Produkten greift, kann man sich darauf verlassen, Qualitätsprodukte mit Ursprungsgarantie zu kaufen.

Jeder Lizenznehmer von FAIRTRADE ist daran interessiert, dass seine FAIRTRADE Kaffeesorte mindestens gleich gute Qualität hat wie seine anderen am Markt befindlichen Sorten. Und jeder Röster der jahrelang ein gutes Image aufgebaut hat, der sein Röstverfahren vielleicht sogar patentieren hat lassen, hat größtes Interesse dieses Image weiterhin zu verbessern. Die FAIRTRADE Kaffees haben daher abgesehen von den hochqualitativen Rohstoffen auch eine ausgezeichnete Weiterverarbeitung erfahren.

4.5 Automatenkaffee

Für Automaten, bei denen ganze Bohne verwendet wird, kommen alle FAIRTRADE Lizenznehmer in Frage, die ganze Bohne im Sortiment haben.

Auch für Automaten mit Löskaffee gibt es das richtige Produkt. Jede Automatenfirma kann fair gehandelten Löskaffee beziehen. Eine Liste der Automatenkaffee-Anbieter finden Sie auf www.fairtrade.at, unter „Unternehmen & Institutionen“.

5. Verkostung, Entscheidungsfindung, Einführung

Wer ist entscheidungsberechtigt?

Wichtig ist im Vorfeld zu klären, wer darüber bestimmen kann, ob ein Kaffee in Frage kommt oder nicht. Im normalen Alltag ist es eigentlich unüblich großartige demokratische Entscheidungsprozesse beim Kaffeeinkauf abzuhalten. Wenn auf FAIRTRADE umgestellt werden soll, wird hier oft sehr großer Wert auf Mitbestimmung gelegt.

Viele positive Stimmen beeinflussen das Klima

Es ist natürlich wichtig, dass möglichst viele für den Gedanken, Kaffee mit FAIRTRADE Gütesiegel zu verwenden, gewonnen werden. Die Geschmacksfrage ist allerdings kompliziert und sollte möglichst unaufwendig geprüft werden. Denn die Geschmacksfrage ist sehr subjektiv und auch bei konventionellem Kaffee sind die Meinungen nicht einhellig. Folgende Vorgangsweise hat sich bewährt.

Erst nach Klärung der Rahmenbedingungen ...

Nach Überprüfung, ob alle Fragen, organisatorische, preisliche usw. zur Zufriedenheit gelöst werden konnten, wird festgestellt, welcher Kaffee am ehesten in Frage kommt. Niemand wird einen Kaffee einkaufen, ohne ihn vorher getestet zu haben. Je mehr Möglichkeiten es gibt, desto schwieriger wird meistens die Entscheidung. Also ist es günstig, sich bereits aufgrund der Rahmenbedingungen bestimmte Firmen auszusuchen und dann zu verkosten.

... sollte der Kaffee getestet werden

Es ist wichtig, eine der in Frage kommenden FAIRTRADE Sorten mit den normalerweise verwendeten Maschinen auf die gewohnte Art und Weise zubereitet, zu testen. EntscheidungsträgerInnen und involviertes Küchenpersonal sollten informiert werden. Da die Zubereitung besonders wichtig ist (man kann z.B. denselben Kaffee stärker oder schwächer aufbrühen; auch die Einstellung der Kaffeemaschine spielt eine wichtige Rolle), ist es eine gute Möglichkeit die Verkostung von der jeweiligen Kaffeefirma durchführen zu lassen, da diese die optimale Maschineneinstellung bewerkstelligen kann. Sollten von den Testpersonen keine gravierenden Unterschiede festgestellt werden, spricht nichts gegen die Einführung.

Ein positiver Zugang dieser Personen ist wichtige Voraussetzung, denn wenn jemand dagegen sein sollte, aus welchen Gründen auch immer, hört man als häufigstes Gegenargument, um eine Umstellung zu verhindern, der Kaffee würde nicht schmecken. Der Geschmack ist allerdings nicht von fairen Handelsbedingungen abhängig!

Bitte vergleichen Sie also nicht FAIRTRADE Kaffee als solches mit konventionellem Kaffee, denn die Art der Handelsbeziehung hat keinen Einfluss auf den Geschmack. FAIRTRADE Kaffee kommt aus den gleichen Anbauländern wie konventioneller Kaffee und wird auch in verschiedenen Röstereien geröstet. Geschmacksunterschiede haben verschiedenste Ursachen, die aber von der Sorte und Zubereitung abhängen und nicht vom Fairen Handel.

Geschmäcker sind verschieden

Bitte bedenken Sie, es gibt immer unterschiedliche Meinungen zum Geschmack eines Kaffees, das ist bei jeder Kaffeesorte so. Bei einem Umstieg auf ein FAIRTRADE Produkt ist ausschlaggebend, dass es den meisten gleich gut schmeckt, wie der früher verwendete Kaffee. Am besten probieren Sie einen, von dem Sie wissen, dass er beliebt ist und den Sie selber auch schon getrunken haben.

Oftmals wurde eine Umstellung vorgenommen und erst nach einiger Zeit darauf hingewiesen, dass es sich um FAIRTRADE Kaffee handelt. Das hat sich bei großen Vorurteilen mancher Leute als sinnvoll herausgestellt.

6. Kommunikation

Nach erfolgreicher Einführung ist es wichtig, dass die MitarbeiterInnen oder Gäste informiert werden. Eine Firma oder ein Betriebsrat kann mit Stolz auf die Sozial- und Umweltverträglichkeit im Einkauf hinweisen und damit die soziale und ökologische Verantwortung der Firma unter Beweis stellen. Es gibt mittlerweile auch spezifische Auszeichnungen für ökologisches Handeln, bei denen die Verwendung von FAIRTRADE Produkten ein Kriterium ist wie z.B. beim Klimabündnis, dem Umweltzeichen für Tourismusbetriebe und der Grünen Haube.

7. Weitere Produkte

Dieser Leitfaden bezieht sich vor allem auf die Umstellung von Kaffee, da das Sortiment hier auch am größten ist. Das heißt nicht, dass eine Umstellung von Schwarz- oder Grüntee nicht ebenso sinnvoll ist, bei Früchte- oder Kräutertee gibt es kein Gütesiegel von FAIRTRADE, da sie nicht unbedingt im Süden angebaut werden. Weiters gibt es fair gehandelten Orangensaft, fair gehandelte Süßwaren wie Schokoladen, Bonbons oder Kakao. Bei den Schokoladen gibt es auch kleine Tafeln oder Schokoriegel, die für den Verkauf in Kantinen gut geeignet sind. FAIRTRADE Produktkörbe oder andere Produkte wie Pralinen, Schokohasen bzw. Schokonikolaue werden mittlerweile gern als Geschenke verwendet. Außerdem gibt es Schokonaps und Zuckersticks, die als Beigabe zu Kaffee oder Tee sehr beliebt sind. Auch FAIRTRADE Bananen und Baumwollprodukte wie z.B. T-Shirts werden von manchen Firmen für ihre MitarbeiterInnen eingekauft.

8. Argumente für die Verwendung von FAIRTRADE-Produkten

Kleinbauern und -bäuerinnen werden gezielt gefördert

Im Fairen Handel werden im Kaffeeanbau die Kleinbauern und -bäuerinnen gezielt gefördert. Gerade dafür sollte es bei uns offene Ohren geben. Die Strukturen sind sehr ähnlich, auch bei uns entsprechen die Preise der landwirtschaftlichen Produkte oft nicht den Produktionskosten, Subventionen wie bei uns sind im Süden undenkbar. Wobei bedauerlicherweise auch innerhalb der EU die großflächige Anbauweise gegenüber der kleinflächigen im Fördersystem bevorzugt wird. Aufgrund der Konkurrenz billiger produzierter Produkte in der EU, ist es oft auch für die Bauern und Bäuerinnen bei uns schwierig ihre Landwirtschaft weiterzuführen. Ein wesentlicher Unterschied zum Süden besteht darin, dass Sozialversicherung, Schulbesuch der Kinder usw. trotzdem selbstverständlich sind.

Arbeitsrechtliche Standards werden eingehalten

Bei der Ernte von Orangen, Tee oder z.B. Bananen oder in der Weiterverarbeitung wird im FAIRTRADE System die Situation Lohnabhängiger besonders berücksichtigt. Hier wird darauf geachtet, dass sie sich gewerkschaftlich organisieren können, die Einhaltung arbeitsrechtlicher Mindeststandards wird überprüft und anderes mehr (ILO-Konventionen). Das heißt, gerade Personen, die sich mit der Situation von ArbeitnehmerInnen beschäftigen, sollten ein offenes Ohr dafür haben und Solidarität über die Kontinente hinweg leben. Die weltweite Vernetzung dürfen wir nicht nur der Wirtschaft überlassen, wir sollten unseren Blick über unsere eigene Situation hinaus schärfen.

Wieviel vom Endverkaufspreis bekommen tatsächlich die Kaffeebauern?

Der Mindestpreis von FAIRTRADE beträgt 125 US \$ Cent/lb, wobei pro britischem Pfund 10 US \$ Cent Sozialprämie und gegebenenfalls 20 \$ Cent Bioprämie hinzukommen. Der Weltmarktpreis für „Other Mild Arabicas“ lag 2007 im Jahresdurchschnitt bei 123,20 US \$ Cent/lb, doch erhalten die Kaffeebauern und -bäuerinnen normalerweise nicht den ganzen Weltmarktpreis, weil sie von Zwischenhändlern abhängig sind, während die Vertragspartner FAIRTRADE direkt bei den Kooperativen einkaufen. Zudem schwankt der Kaffeepreis am

Weltmarkt stark, weshalb feste Abnahmepreise und langfristige Handelsbeziehungen ein großes Plus für die ProduzentInnen bedeuten.

Der Endverkaufspreis von Kaffee setzt sich allerdings aus vielen anderen Kosten zusammen. Da ist der Transport, die Röstung, die Verpackung, die Spanne für den Verkauf und schließlich 20% Mehrwertsteuer. Ein weiterer Faktor ist der Dollarkurs, der zwar auf die ProduzentInnen keine Auswirkungen hat, aber für uns im Einkauf den Preis beeinflusst.

Im Allgemeinen lässt sich sagen, dass es für Kaffee lange Zeit keine Teuerungen gab, während viele andere Rohstoffe teurer wurden. Und verglichen mit anderen Produkten was Aufwand des Anbaus, Transport und Weiterverarbeitung betrifft, ist Kaffee im Grunde genommen viel zu billig. Mit unseren Lohnkosten berechnet würde ein Kilo Kaffee das zifache kosten.

Trotzdem geht es noch immer vielen anderen schlecht

Das Besondere am FAIRTRADE System ist, das jeder Mensch durch die Veränderung seiner Konsumgewohnheiten tatsächlich zu einer Veränderung beitragen kann. Zum Zeitpunkt des Einkaufs ist das Geld schon bei den ProduzentInnen angekommen und nach ihren Prioritäten sinnvoll eingesetzt worden. Natürlich erfasst das FAIRTRADE System derzeit nur eine Minderheit der Kleinbauern und -bäuerinnen, aber das liegt hauptsächlich daran, dass immer noch zu wenig Leute über FAIRTRADE Bescheid wissen. Allerdings ist der Umsatz von besiegelten Produkten ständig im Anwachsen, einerseits durch die Etablierung neuer Produkte und andererseits durch Erhöhung der Marktanteile. Das langfristige Ziel muss trotz allem eine Veränderung des ungerechten Handelssystems insgesamt sein.

9. Welche Vorurteile können uns begegnen?

„Das ist zu teuer“

„Wir haben Budgetschwierigkeiten und können uns Mehrkosten nicht leisten. Bei höheren Einkaufspreisen müssen wir den Preis für die Tasse Kaffee erhöhen.“

Sehr oft wird vorschnell davon ausgegangen, dass durch eine Umstellung ein Mehrpreis entsteht. Oft wird diese Annahme nicht einmal sachlich überprüft – siehe oben.

„Der Kaffee schmeckt nicht“

Die Produktpalette von Kaffee mit FAIRTRADE Gütesiegel ist bereits sehr groß, da viele verschiedene Anbieter existieren und diese den Kaffee in der unterschiedlichsten Varianten anbieten. Es gibt sortenreine und gemischte Kaffees, gemahlene Kaffee und ganze Bohne, Pads, milde und kräftige Sorten, entkoffeinierten Kaffee, Espresso, Cappuccino und Löskaffee - jeweils in unterschiedlichen Verpackungsgrößen. Einer der meistverkauften FAIRTRADE Kaffees gewann sogar den Konsumententest vor den anderen gängigen Marken.

So sollte es jedenfalls möglich sein, einen Kaffee zu finden, der einerseits schmeckt und andererseits auch entsprechend handhabbar ist. Ausprobieren ist also bestimmt von Erfolg gekrönt. FAIRTRADE Kaffees schmecken nicht anders als normale Markenkaffees, nur der Handelsweg ist ein anderer.

Jeder Kaffee, den wir hier trinken kommt aus der sogenannten 3. Welt. Der Geschmack von Kaffee hängt von verschiedenen Faktoren ab, vom Rohstoff (z.B. Arabica- oder Robusta-Sorten), Anbaugebiet und Klima, von der Mischung, der Röstung (verschiedene Röstereien haben spezielle Röstverfahren), aber auch von der Intensität der Röstung und schließlich von der Zubereitung und Dosierung. Ob also Kaffee z.B. stark oder mild schmeckt, hängt keinesfalls mit dem FAIRTRADE Siegel zusammen.

„Der Kaffee ist für unsere Maschinen nicht geeignet“

Diesem Vorurteil begegnet man oft. Natürlich ist es richtig, dass verschiedene Faktoren zusammenpassen müssen, aber diese sind eben zu klären. ExpertInnen für Espressomaschinen haben oftmals die hohe Qualität und Einsetzbarkeit der FAIRTRADE Sorten bestätigt. Einige Punkte spielen in der Zubereitung eine Rolle und die Maschineneinstellung und Wasserqualität ist wichtig für das Endprodukt. Dies ist aber bei normalem Kaffee genau so. Wichtig ist auch die Abstimmung des Mahlgrades sowohl bei Espresso, als auch bei aufgebrühtem Kaffee.

Auch bei Automaten wurden ausgezeichnete Erfolge erzielt.

„Wer weiß ob das Ganze wirklich stimmt.“

FAIRTRADE ist ein Gütesiegel für Fairen Handel. Es wurde in Österreich etabliert, um den KonsumentInnen die Sicherheit einer unabhängigen Kontrolle zu ermöglichen. FAIRTRADE handelt selbst nicht mit Produkten, sondern garantiert die Einhaltung der international festgelegten Kriterien des Fairen Handels.

FAIRTRADE Lizenznehmer (Vertragspartner, die Produkte mit Gütesiegel vermarkten) können nur bei einer im Produzentenregister eingetragenen Gruppe die Rohstoffe einkaufen. Wer in dieses Register aufgenommen wird, muss bereits eine Reihe von Anforderungen erfüllen und wird natürlich weiterhin überprüft. Da es mehr Gruppen gibt, die aufgenommen werden wollen, als der Absatz in Europa es ermöglicht, werden schon bei der Aufnahme strenge Anforderungen gestellt. Und natürlich haben diese PartnerInnen großes Interesse nicht wieder von der Liste genommen zu werden.

Aufgrund einer lückenlosen Kontrolle vom Lizenznehmer zu den ProduzentInnen können die eingekauften Mengen genau abgeglichen werden. Die Lizenznehmer verpflichten sich vertraglich alle ihre Zahlen quartalsweise offenzulegen und werden von FAIRTRADE Österreich und unabhängigen Wirtschaftsprüfern geprüft. Es wird z.B. festgestellt, ob die Verpackungsmenge mit den eingekauften Rohstoffen übereinstimmen. Für jedes verkaufte Kilo Kaffee wird für diese Kontrollzwecke von den Partnerfirmen eine Lizenzgebühr an FAIRTRADE bezahlt.

Die Kontakte mit den ProduzentInnen werden von der Dachorganisation FLO (Fairtrade Labelling Organizations) International für alle 25 Siegelinitiativen weltweit gemeinsam bewerkstelligt.

Haben Sie noch weitere Fragen?



**Koordination für Fair Essen
in den Gewerkschaften**

Gewerkschaft PRO-GE

Johann-Böhm-Platz 1, 1020 Wien
www.proge.at

Gerhard Riess

Tel.: 01/534 44 695590
Fax: 01/53444 103508
E-Mail: gerhard.riess@proge.at



FAIRTRADE Österreich

Neulinggasse 29/17, 1030 Wien
www.fairtrade.at

Gertraud Akgün-Krenn

Tel.: 01/533 09 56 13
Fax: 01/533 09 56 11
E-Mail: gertraud.krenn@fairtrade.at

Barbara Weinmann

Tel.: 01/533 09 56 19
Fax: 01/533 09 56 11
E-Mail: barbara.weinmann@fairtrade.at

