



GESCHÄFTSBERICHT 2016/17





Bild: EZA Fairer Handel/FA. Hauch

Liebe Leserinnen und Leser,

Das wird nie etwas! Sätze wie diese – von außen an uns herangetragen oder verinnerlicht – sind es, die uns davon abhalten, Neues zu probieren oder uns dazu bringen, bei der ersten Hürde aufzugeben. Doch würde man sich immer vorschnell entmutigen lassen, käme man nicht ins Tun. Hätten sich vor 25 Jahren ein innovativer Schweizer Schokoladenhersteller und Pionierorganisationen des Fairen Handels bei den ersten Schwierigkeiten von einer damals völlig neuen Idee gleich wieder verabschiedet, wäre nie entstanden, was heute aus der Welt des Fairen Handels nicht mehr wegzudenken ist: Schokolade. Mit MASCAO lancierte die EZA vor 25 Jahren in Österreich die erste fair gehandelte Schokolade der Welt.

Ada Zárate von der Bio-Rohrzuckerkooperative Manuvirá aus Paraguay brachte zum Jubiläum die Geschichte ihrer Genossenschaft mit. Auch sie erzählt von Menschen, die beharrlich an ihrem Traum festhielten – allen „Ihr werdet scheitern!“ Prognosen zum Trotz. Mit einer eigenen Verarbeitungsanlage für ihr Bio-Zuckerrohr machten sie sich von Mühlenbesitzern unabhängig, die sich seit jeher auf Kosten der KleinproduzentInnen bereichert hatten.

Auch in Indien begegneten wir im Rahmen der EZA-Bildungsreise zum Ursprung der Baumwolle Menschen, die gegen den Strom schwimmen. Denn wie sollte man es sonst bezeichnen, wenn Kleinbäuerinnen und -bauern sich gegen die Übermacht von Saatgutkonzernen stemmen und darauf mit einem Modell von Landwirtschaft antworten, das auf den Erhalt der biologischen Vielfalt und auf Ernährungssouveränität setzt.

Beispiele wie diese zeigen, dass Veränderung möglich ist – im Sinne einer Gegenwart und Zukunft, die auf die Menschen achtet und sich um die Bewahrung der Natur sorgt, die sich für soziale Gerechtigkeit und ökologische Tragfähigkeit stark macht. Keine Selbstverständlichkeit – im Gegenteil.

„Wir leben nicht über unsere Verhältnisse,“ stellt der deutsche Soziologe Stefan Lessenich fest, „sondern über die Verhältnisse der anderen – und zugleich unter unseren Möglichkeiten (...) zur Änderung der Verhältnisse.“ Die sozialen und ökologischen Konsequenzen kapitalistischer Gewinn- und Wachstumslogik werden „einfach“ ausgelagert. Dass das auf Dauer nicht funktioniert – auch davon bekommen wir aktuell eine Ahnung.

Es geht also darum, an einer Änderung untragbarer Verhältnisse mitzubauen. Fairer Handel ist so ein Baustein. Doch es braucht viele. „Das wird nie etwas!“ gilt nur dann, wenn wir es gar nicht versuchen.

EZA Fairer Handel GmbH hat den Fairen Handel in Österreich begründet. Seit 1975 setzen wir eine alternative Wirtschaftsweise in die Praxis um. Gesellschafter sind die Aktion 3. Welt – A3W e.V. (40%) sowie die Katholische Männerbewegung Oberösterreich (23,33%), Österreich (20%) und Innsbruck (16,67%)

EZA Fairer Handel GmbH
Wenger Straße 5
5203 Köstendorf
Tel. +43 (0)6216 20 200
Fax +43 (0)6216 20 200 999
office@eza.cc · www.eza.cc

Mit besten Grüßen

ANDREA SCHLEHUBER, GESCHÄFTSFÜHRERIN

01

SCHWERPUNKTE INFORMATION BILDUNG

25 Jahre faire Schokolade

Den Auftakt im Herbst 2016 bildete ein besonderes Jubiläum. Seit 25 Jahren gibt es fair gehandelte Schokolade in Österreich, 1991 von EZA Fairer Handel unter der Marke MASCAO lanciert. Auf Einladung der EZA berichteten Joan Manuel Heredia Gonzales von der Kakaokooperative COOPROAGRO aus der Dominikanischen Republik und Ada Griselda Zárate Ibarrola von der Rohrzuckerkooperative aus Paraguay von 25.9. bis 5.10. aus erster Hand über die Arbeit ihrer Organisationen. Als ausgebildete Diplomlandwirte unterstützen beide mit einem Team aus landwirtschaftlichen Fachkräften die Basismitglieder ihrer jeweiligen Genossenschaft bei der Umsetzung der Kriterien des Bio-Landbaus und des Fairen Handels. Dabei wird ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt: „Nicht nur das Zuckerrohr wird auf den kleinen Parzellen biologisch angebaut, sondern auch das Gemüse, das die Familien für die eigene Versorgung verwenden,“ betonte Zárate.

Das Beispiel beider Organisationen zeigte eindrucksvoll, was möglich ist, wenn sich KleinproduzentInnen zusammentun und Zugang zu einem fairen Markt erhalten. So haben es die Mitglieder der Rohrzuckerkooperative Manduvirá geschafft, sich aus der Rolle der reinen RohstoffproduzentInnen zu befreien. Die eigene Zuckermühle wurde 2014 in Betrieb genommen. Damit liegt die gesamte Verarbeitungskette in der Hand der Bauern und Bäuerinnen. Das komme einer „süßen Revolution“ gleich, erläuterte Ada Zárate von Manduvirá. Denn normalerweise sind die ZuckerrohrproduzentInnen von einigen wenigen Mühlenbesitzern abhängig. „Es schien lange eine Utopie, dass die ZuckerarbeiterInnen in der gesamten Produktionskette das Sagen haben. Viele haben uns prophezeit, dass wir scheitern werden. Doch unser Traum ist Wirklichkeit geworden. Der Faire Handel hat entscheidend dazu beigetragen, dass wir zu ProtagonistInnen unserer eigenen Entwicklung werden konnten,“ so Zárate.

Fairer Handel stärkt KleinproduzentInnen in Lieferketten.

Joan Manuel Heredia von Cooproagro betonte die Bedeutung der Fairtrade-Prämie und schilderte konkrete Maßnahmen, die von den Kakaokleinbäuerinnen und -bauern damit umgesetzt werden. Dabei wurde deutlich, dass diese oft nicht nur den GenossenschaftlerInnen zu Gute kommen, sondern ganzen Dorfgemeinschaften. So wurden mit den Prämiegeldern aus Fairem Handel etwa eine Schule saniert, die Stromversorgung in den Dörfern verbessert und Brücken gebaut. „Gerade in der Regenzeit werden anschwellende Flüsse oft zu einem unüberwindbaren Hindernis. Im Krankheitsfall kommen die Betroffenen nicht schnell genug zum nächsten Arzt. Das kann lebensbedrohlich werden,“ erklärte Heredia. „Die Regierung kümmert sich oft nicht um notwendige Verbesserungen in abgelegenen Dörfern. Deshalb hat die Kooperative beschlossen, selbst aktiv zu werden.“

Das umfangreiche Programm der beiden Gäste startete mit der gesamtösterreichischen Weltladenkonferenz in Salzburg, an der 150 MultiplikatorInnen aus dem Weltladenbereich teilnahmen. Im Anschluss daran tourten die beiden – begleitet von EZA-MitarbeiterInnen – durch sechs Bundesländer. Ihre lebendigen Schilderungen bei öffentlichen Veranstaltungen, Weltladenbesuchen, Presseterminen bzw. Auftritten in Schulen machten Herausforderungen und Erfolge der beiden Genossenschaf-



Bild: EZA Fairer Handel/mawi

Ada Zárate von Manduvirá (Paraguay) und Joan Heredia von Cooproagro (Dominikanische Republik) gaben einen lebendigen Einblick in die Welt der Rohrzucker- und Kakaobäuerinnen und -bauern.

ten gleichermaßen nachvollziehbar. Rund 800 Menschen in 16 Städten bzw. Gemeinden konnten direkt erreicht werden. Bei der Durchführung der lokalen Veranstaltungen waren einmal mehr die Weltläden bewährte KooperationspartnerInnen. Gut verankert vor Ort schufen sie den entsprechenden Rahmen. Weiters gab es Kooperationen mit dem Grazer Fair Trade Shop Chic Ethic sowie Fairtrade Österreich anlässlich der Fairtrade Gemeinde Ernennung in Rankweil und der lokalen Fairtrade Gemeinde Gruppe Tragwein.

BIOSFAIR – Kosmetiklinie wird lanciert

Kakao ist nicht nur begehrter Rohstoff für Schokoladengenuss, sondern auch eine wertvolle Zutat für kosmetische Pflegeprodukte. Das schuf eine Brücke zum zweiten thematischen Schwerpunkt, den die EZA auf der Herbst-Weltladenkonferenz 2016 setzte: Der Lancierung von BIOSFAIR – einer bio-zertifizierten und veganen Kosmetiklinie aus Fairem Handel. „Eine wesentliche Grundidee in der Entwicklung war, hochwertige pflanzliche Rohstoffe aus Fairem Handel – bereits Teil unseres Sortiments – in die Rezepturen einfließen zu lassen,“ erklärte die für den Produktbereich zuständige EZA-Mitarbeiterin Elisabeth Holztrattner auf der Weltladenkonferenz. Die EZA holte dazu Maria Pieper, österreichische Pionierin im Bereich Natur- und Bio-Kosmetik, mit an Bord. Ihre langjährige Erfahrung und Kreativität mündeten in 12 besonderen Rezepturen. Die Pflegeprodukte für Gesicht, Körper und Haar werden in der Pieper Bio-Kosmetik-Manufaktur in Salzburg hergestellt.

Wirk- und Pflegeeigenschaften von über 20 pflanzlichen Rohstoffen von EZA-Partnerorganisationen kommen in BIOSFAIR zum Tragen, darunter wertvolles Argan- und Olivenöl, Kakaobutter, Kokosmilch, Rohrzucker, sowie Aufgüsse verschiedener Tees. BIOSFAIR kommt ohne tierische Bestandteile aus und ist damit vegan. Alle Produkte werden nach den in Österreich geltenden strengen Richtlinien für zertifizierte Biokosmetik hergestellt und sind mit dem Austria-Bio-Garantie-Siegel (ABG) ausgezeichnet. Im Rahmen der Weltladenkonferenz im September 2016 erläuterte Maria Pieper nicht nur die Besonderheiten bei der Erstellung der BIOSFAIR-Rezepturen, sondern gab

auch einen Einblick in ihren Werdegang, der von der Pädagogin über die Landwirtschaft zur Bio-Kosmetik führte und von einer intensiven Beschäftigung mit der Kraft der Pflanzen getragen ist.

Fairtrade Award für EZA Fairer Handel

Die Gütesiegelorganisation Fairtrade Österreich vergab am 17.11.2016 erstmals die Fairtrade Awards für herausragendes Engagement im Bereich der Bewusstseinsbildung. Sie wurden in den Kategorien Zivilgesellschaft, Hersteller/Lizenzpartner sowie Engagement am Arbeitsplatz vergeben. Die Bewerbung der EZA Fairer Handel in der Kategorie Hersteller/Lizenzpartner wurde mit dem 1. Platz ausgezeichnet.

EZA Fairer Handel hat 1975 den Fairen Handel in Österreich begründet und war 1993 erste Lizenznehmerin des Fairtrade-Gütesiegels. Mit ihren Handelspartnerschaften setzt sich die EZA als Gesamtunternehmen für menschenwürdige Arbeitsbedingungen ein, fördert ökologische Produktionsweisen und gewährleistet Transparenz entlang der Lieferkette. Bewusstsein für Fairen Handel, weltwirtschaftliche Zusammenhänge und ungerechte Handelsstrukturen zu schaffen und konkrete Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen ist seit Beginn eine wichtige Säule und Auftrag der EZA. Wo immer möglich bekommt dabei die Stimme der HandelspartnerInnen Raum.

„**Alle Gewinnerinnen und Gewinner haben sich auf besonders innovative und langfristige Art und Weise, glaubwürdig und reichweitenstark für den Fairen Handel eingesetzt,**“ betonte Hartwig Kirner, Geschäftsführer von Fairtrade Österreich. Der Jury gehörten Peter Launsky-Tieffenthal (Leiter der Sektion für Entwicklungszusammenarbeit und Entwicklungspolitik im Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres), Silvia Meißl (Chefredakteurin des Handelsmagazins CASH), Elfriede Schachner (Expertin für Entwicklungspolitik und ehemalige Geschäftsführerin von Südwind) sowie Peter Schnedlitz (Wirtschaftsuniversität Wien) an.

Gewinnerinnen des Fairtrade Awards: KFB Österreich in der Kategorie Zivilgesellschaft, vertreten durch Vorsitzende Veronika Pernsteiner, und EZA Fairer Handel in der Kategorie Hersteller/Lizenzpartner, vertreten durch Geschäftsführerin Andrea Schlehuber.

Bild: Fairtrade Österreich





Bilder: EZA Fairer Handel/AnG.Eilmansberger/mawi

Baumwollanbau und Lebensmittelproduktion gehen bei den Chetna-Bäuerinnen und -bauern Hand in Hand.

EZA Bildungsreise nach Indien

Die diesjährige EZA-Bildungsreise von 4. bis 19. Februar 2017 stand im Zeichen von Fair Fashion und führte nach Indien. Der Schwerpunkt des von der EZA organisierten Programms für 20 WeltladenmitarbeiterInnen umfasste Stationen der Bekleidungsherstellung ebenso wie Besuche bei langjährigen HandelspartnerInnen, von denen die EZA u. a. Modeaccessoires bezieht. Begleitet von einem Team der Genossenschaft Chetna Organic Farmers Association reiste die Gruppe zum Ursprung der Fairtrade- und bio-zertifizierten Baumwolle nach Odisha. Zahlreiche Treffen mit Kleinbäuerinnen und -bauern verschiedener Basisgenossenschaften schufen Raum zum Austausch und brachten den BesucherInnen aus Österreich die Arbeitsweise der Genossenschaft näher.

Ein ganzheitlicher Ansatz von Landwirtschaft ist dabei zentral. Bio-Baumwollanbau und die Produktion biologischer Lebensmittel für den eigenen Bedarf und den lokalen Markt gehen Hand in Hand. Die Tatsache, organisiert zu sein, gibt den Genossenschaftsmitgliedern Rückhalt. Sie werden im Bio-Landbau geschult, bei der Vermarktung ihres Produkts unterstützt und erhalten gentechnikfreies Baumwollsaatgut – ein seltenes und wertvolles Gut in einem Land, in dem gentechnisch manipuliertes Saatgut die Regel ist. Gemeinschaftsprojekte – finanziert u. a. aus den Prämiengeldern des Fairen Handels – verbessern die Infrastruktur in den Dörfern und erleichtern Arbeiten in der Landwirtschaft. Stabilere Einkommen, weniger Abhängigkeit von nur einem Produkt, eine bessere Ernährungs- und damit Gesundheitssituation sind nur einige der positiven Auswirkungen. Hochbetrieb herrschte in der anschließend besuchten Entkernungsanlage von Pratima, in der die geerntete Chetna-Baumwolle von den Samen befreit und zu Ballen gepresst wird.

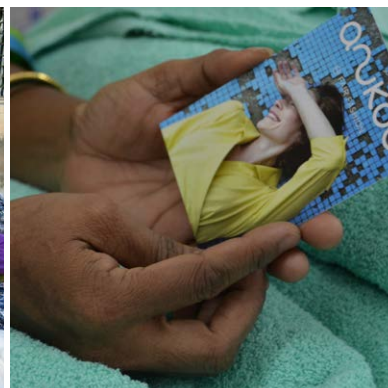
Bei Rajlaxhmi Cotton Mills, einer Textilfabrik mit Sitz in Kolkata, an der die Chetna Genossenschaft zu 10 Prozent beteiligt ist, gab es einen Einblick in die Stoffproduktion, den Zuschnitt, Druck und die Konfektion mit einem zusätzlichen Besuch in der nahegelegenen Färberei, in der nach G.O.T.S. Standards umweltschonend gefärbt wird. Gespräche mit Geschäftsführer und Miteigentümer Rajat Jaipuria und dessen Vater Rajendra standen ebenso auf dem Programm wie Interviews mit Nabanita Roy, die die Produktion der EZA-Kollektionen koordiniert und Meghanad Gharami sowie Sunatan Mundal, den Vertretern der beiden im Betrieb gut verankerten Gewerkschaften. Sie verhandeln die Löhne gemeinsam mit dem Management und setzen sich dafür ein, dass die Stimme der Beschäftigten gehört wird. Das eigene Unternehmen nach ökologischen und auch hohen sozialen Kriterien auszurichten, ist ein Anspruch, der Rajlaxhmi von anderen Textilbetrieben in der Branche abhebt. „Zusammen mit dem Blick auf die Umwelt müssen wir auch dafür sorgen, dass es den ArbeiterInnen gut geht. Denn ohne diesen Aspekt hat Bio-Baumwolle keinen Sinn,“ betonte Jaipuria.

Auch bei Creative Handicrafts, der zweiten Partnerorganisation der EZA im Konfektionsbereich, wird Bekleidung in einem anderen Kontext produziert als üblich – was ein Lokalausweis in Mumbai, dem Sitz der Organisation, zeigte. Hier stehen benachteiligte Frauen aus den Slums der Megacity im Mittelpunkt. Sie werden als Näherinnen geschult, sind in Selbsthilfegruppen und Kooperativen organisiert und entscheiden über die Preisgestaltung und die Verwendung des Gewinns mit. Damit sie in Ruhe ihrer Arbeit nachgehen können, wurden Tagesbetreuungen für die Kinder eingerichtet. Lalita Pawar, seit langem Näherin in einer der Kooperativen und im Leitungsgremium der Organisation vertreten: „Mir gefällt, dass Creative Handicrafts Frauen stärkt, dass sie Vertrauen gewinnen, dass es einen Ausweg gibt aus ihrer schwierigen Situation und sie unterstützt werden, diesen Weg auch zu gehen.“

In Kolkata standen Kontakte zu weiteren EZA-Partnerorganisationen auf dem Programm, darunter ein Besuch des Geschäfts von Sasha, eine Vermarktungsorganisation für Handwerk aus Fairem Handel. Einblick in die Arbeit von CRC (Craft Ressource Center) erhielt die Gruppe im Rahmen des Besuchs einer Lederwerkstätte.

EZA-Bildungsreise nach Indien: Begegnungen und Einblicke in die Entstehung der Bekleidung von Anukoo.

Bilder: EZA/Falger, Handelller/G, Elimansberger





Bilder: EZA Fairer Handel/rr/mawi

Gute und sichere Arbeitsbedingungen im Produktionszentrum von EMA eröffnen über 200 Menschen Zukunftsperspektiven.

Mit Swapna Das, Leiterin der indischen Fairhandelsorganisation EMA, ging es vor dem Besuch des EMA-Handwerkszentrums in den Gerbereikomplex am Stadtrand Kolkatas. Die Stadtregierung hatte die Ansiedlung von Gerbereien dorthin veranlasst, um Umweltbelastungen besser bekämpfen zu können, etwa durch eine zentrale Wasseraufbereitungsanlage. Die Besichtigung der Gerberei Sheong Shi Tannery zeigte die vielen Stufen des Gerbeprozesses. Eigentümer Patrick Lee verwies auf die Anstrengungen, die er unternimmt, um den Gerbeprozess umweltverträglicher zu gestalten. Deshalb habe er sich auch im Jahr 2010 bereit erklärt, für europäische Fairhandelsorganisationen, darunter die EZA, an der Entwicklung umweltfreundlicherer Rezepturen zu arbeiten. Das Ergebnis ist Leder, das ohne die Verwendung von Chrom, Schwermetallen und Formaldehyd auskommt. „Wir konnten an die 15 Chemikalien einsparen,“ betonte Lee. „Der Prozess ist allerdings dreimal so teuer, wie ‚normale‘ Gerbung.“

Umweltfreundlicher gegerbtes Leder wird u. a. im EMA-Handwerkszentrum in Baruipur, 40 Kilometer außerhalb Kolkatas, in sorgfältiger Handarbeit zu Taschen verarbeitet. Auch dort wurde die Gruppe aus Österreich herzlich empfangen und mit der 40-jährigen Geschichte der Organisation sowie den verschiedenen Handwerksabteilungen, in denen rund 200 Menschen arbeiten, vertraut gemacht. Bei EMA entstehen Lederprodukte und Schals, aber auch Räucherstäbchen und handgeglichene Kerzen. Letztere werden von einer Gruppe Gehörloser gefertigt. „Zu Beginn haben Menschen mit Beeinträchtigungen nur in einer eigenen Abteilung gearbeitet,“ erklärte Swapna Das, „doch heute sind viele von ihnen in verschiedenen Bereichen bei EMA beschäftigt. Wir konnten sie dank ihrer Fähigkeiten gut in die Gesamtorganisation integrieren.“

Perspektiven bauen – Gäste aus dem Libanon

Der diesjährige Weltladentag am 13. Mai 2017 wurde von den Weltläden in Österreich dazu genutzt, das Thema Flucht und Migration zu thematisieren, sich für einen menschenwürdigen Umgang mit jenen einzusetzen, die sich aufgrund von Krieg, Verfolgung, Klimawandel und wirtschaftlicher Perspektivlosigkeit auf den Weg machen, um sich anderswo eine Existenz aufzubauen und auf die Bedeutung fairer Handelsbeziehungen zu verweisen. In diesem Zusammenhang lud EZA Fairer Handel von 8.–16. Mai 2017 zwei Gäste der libanesischen Vermarktungsorganisation Fair Trade Libanon nach Österreich ein. Joe Abi Harb und Laurette Gerges stellten im Rahmen öffentlicher Veranstaltungen in sechs Städten ihre Arbeit vor, gingen auf den speziellen Kontext ihres vom syrischen Bürgerkrieg besonders betroffenen Landes ein und machten ihre wertvollen und von der EZA importierten Produkte wie Hummus Varianten, Auberginenaufstrich Baba Ganoush, rote Linsen und Kichererbsen einem breiteren Publikum bekannt.

KleinproduzentInnen im Libanon werden – so Joe Abi Harb – mit ihren Problemen mehrheitlich allein gelassen und stehen mit billigen Lebensmittelimporten in einem unfairen Wettbewerb. Das führe zu verstärkter Abwanderung. „Fair Trade Lebanon gibt vielen libanesischen Kooperativen Hoffnung und Unterstützung, dass sie ihre lokalen Produkte verkaufen können. Das ermutigt Bauern und Bäuerinnen in ihren Dörfern zu bleiben und verhindert Landflucht.“

Laurette Gerges von der Frauenkooperative Fourzol aus Zahlé repräsentierte eine der Genossenschaften, die über Fair Trade Lebanon ihre Produkte verkaufen. Ihr Dorf liegt in der Bekaa-Region, wo sich besonders viele Schutzsuchende aus Syrien aufhalten. Fair Trade Lebanon startete deshalb in Kooperation mit den Vereinten Nationen (UN Women) und dem libanesischen Sozialministerium ein Programm, bei dem geflüchtete syrische Frauen gemeinsam mit Frauen aus der Region in der Verarbeitung landwirtschaftlicher Produkte geschult werden. Auch die Kooperative Fouzol war unter der Leitung von Laurette Gerges am Programm beteiligt. Damit soll Spannungen vorgebeugt und Perspektiven für alle Beteiligten geschaffen werden.

Bilder: EZA Fairer Handel/er

Laurette Gerges von der Frauenkooperative Fourzol und Joe Abi Harb von Fair Trade Libanon zu Gast bei EZA Fairer Handel und in Weltläden.



02

PARTNERZUSAMMENARBEIT

Grundlage der Zusammenarbeit mit unseren HandelspartnerInnen ist die EZA-Partnerpolitik. Sie orientiert sich an den 10 Prinzipien der WFTO-World Fair Trade Organisation (www.wfto.com) und legt fest, welche Erwartungen die EZA an ihre Partnerorganisation hat bzw. was sich diese ihrerseits von der EZA im Rahmen einer fairen Handelspartnerschaft erwarten können. Bei Fairtrade-zertifizierten Produkten stellen die Fairtrade-Standards eine zusätzliche Grundlage für die jeweilige Kooperation dar. Im Sinne der Transparenz wird die Partnerpolitik auf der Website der EZA offengelegt. Der Onlineshop verweist mit dem Link „Die Menschen hinter dem Produkt“ vom Einzelprodukt auf die involvierten Partnerorganisationen.

Aktuell stehen hinter EZA-Produkten 147 aktive HandelspartnerInnen aus Lateinamerika, Afrika, Asien und dem Nahen Osten. Mit 88 PartnerInnen besteht eine direkte Handelsbeziehung, d. h. die Produkte werden von der EZA importiert. Im Sinne der Arbeitsteilung und Wirtschaftlichkeit kooperiert die EZA bei manchen Produkten aber auch mit anderen Organisationen des Fairen Handels, die für uns den Import mitübernehmen bzw. die Weiterverarbeitung von Produkten koordinieren. Das trifft bei insgesamt 59 PartnerInnen zu, mit denen uns eine indirekte Handelspartnerschaft verbindet.

Von den 147 PartnerInnen kommen 83 aus dem Lebensmittelbereich. Davon ist die überwiegende Mehrheit Fairtrade-zertifiziert. Fairtrade Standards, formuliert von Fairtrade International, gibt es für Handwerksprodukte – ausgenommen Fußbälle – nicht. Deshalb hat in diesem Bereich eine Mitgliedschaft bei der WFTO-World Fair Trade Organisation großes Gewicht. Mitglieder verpflichten sich zur Arbeit gemäß den 10 WFTO-Prinzipien und dokumentieren dies im Rahmen einer Selbstevaluierung, die in Folge extern überprüft wird. 44 Partnerorganisationen der EZA sind Teil dieses Systems. Zwei Lebensmittelpartner sind IMO-Fair for life-zertifiziert.



Bilder: EZA Fairer Händler

Nicht nur kulinarisch eine Besonderheit: Palmherzen von APROPAL aus Peru. Sie schaffen auch eine Alternative zu illegalem Kokaanbau. Sandra Essaine von APROPAL im Gespräch mit EZA-Mitarbeiterin Fabia de Freitas.

Bei einer Töpferwerkstatt von Moje in El Salvador wird Ton in Form gebracht, darunter die beliebten FriedenstänzerInnen – eine Produktanregung der EZA.

Bilder: EZA Fairer Handel



21 Organisationen sind in keinem der genannten Systeme präsent. Sie beliefern aber verschiedene europäische Pionierorganisationen des Fairen Handels – darunter die EZA –, die im Rahmen der EFTA-European Fair Trade Association eng kooperieren und sich verpflichten, Evaluierungen bei diesen Partnerorganisationen durchzuführen bzw. zu finanzieren.

Dieses Monitoring-System orientiert sich dabei ebenfalls an den 10 Prinzipien der WFTO. Das gilt auch für 14 Partnerorganisationen der EZA, die weder im Fairtrade- noch im WFTO-System verankert sind und auch keine EFTA-Mitglieder außer der EZA beliefern. Hier ist die EZA allein für Evaluierungen und Monitoring verantwortlich. Es handelt sich ausschließlich um Handwerksorganisationen, für die die Zusammenarbeit mit der EZA eine Tür zum Fairen Handel öffnet.

Neuaufnahmen und Beendigung von Handelspartnerschaften

Die Entscheidung über Neuaufnahmen und Beendigungen von Handelspartnerschaften erfolgt im Partnerkomitee der EZA. Folgende Organisationen wurden im Berichtszeitraum neu aufgenommen: Mitra Bali (Holz- und Keramikprodukte aus Indonesien), The Ants Craft (Naturfaserschals aus Indien), UNICAFEC (Bio-Kaffee aus Peru), Arum Dalu (Silberschmuck und Lampen aus Indonesien), Sierra Azul und UCOAAC (Bio-Kaffee aus Mexiko), PT Mega Inovasi Organik (Bio-Kokosblütenzucker aus Indonesien).

Mit zwei HandwerkspartnerInnen in Nicaragua bzw El Salvador wurde die Zusammenarbeit beendet. Eine Organisation hat sich aufgelöst, bei der anderen fanden die Waren keinen Absatz mehr. Im Lebensmittelbereich stellte ein Kaffeepartner in Mexiko seine Tätigkeit ein, ein zweiter in Uganda befindet sich in Umstrukturierung.

Besuche bei unseren Partnerorganisationen

Im Berichtszeitraum wurden 37 Partnerorganisationen in 11 Ländern von EZA-MitarbeiterInnen besucht. Der direkte Austausch vor Ort wird dazu genutzt, Informationen über die Arbeitsweise der PartnerInnen zu sammeln, neue Produkte kennen zu lernen bzw. gemeinsam zu entwickeln sowie die PartnerInnen über die aktuelle Situation der EZA zu informieren. Die EZA-Bildungsreise (siehe Kapitel 1) ist dabei ein spezielles Angebot an WeltladenmitarbeiterInnen, die danach die gemachten Erfahrungen in ihrer Arbeit in Österreich weitergeben.



Bilder: EZA Fairer-Handel/td

Bohnenqualität beginnt bei den Kaffeekleinbäuerinnen und -bauern der United Organic Coffee Growers in Uganda mit der Pflege ihrer Kaffeesträucher.

Im Lebensmittelbereich stand – wie jedes Jahr – eine Reise zu den KaffeeproduzentInnen in Mexiko und Guatemala auf dem Programm. EZA-Mitarbeiter Franz Denk besuchte in Guatemala die langjährige Partnerorganisation Ciasfa. In Mexiko gab es Kontakte mit VertreterInnen von ISMAM, CIRSA, FIECH, Juan Sabines, Tiemelonlá, Flor del Cafetal, Yaxcoffee, Sposel, UCOAAC und Sierra Azul.

„**Bemerkenswert ist der Umstand, dass die Genossenschaften wieder vermehrt Zulauf haben,**“ stellt Denk fest. Wichtige Motive seien die von den Kooperativen unterstützte organisierte Bekämpfung des Kaffeerosts, der Roya, sowie der im Fairtrade-Schema vorgeschriebene garantierte Mindestpreis, der im Berichtszeitraum zum Tragen kam. „Zu beidem haben unorganisierte Bauern und Bäuerinnen keinen Zugang,“ so Denk.

Eine weitere Kaffeereise führte Denk nach Uganda. Dort besuchte er u. a. die junge EZA-Partnerorganisation UOCG, die uns aufgrund der großen Schwierigkeiten Gumutindos und der daraus entstandenen Versorgungslücke, seit kurzem mit Rohkaffee für Kaffee Jambo beliefert. Für die Genossenschaft war die EZA der erste Exportkunde.

Birgit Cáliz reiste nach Honduras, wo sie die Frauenkooperative APROLMA, von der die EZA Rohkaffee für den Kaffee Adelante bezieht, und CAFEL, eine weitere Kaffeegenossenschaft, besuchte. APROLMA konnte die gesamte letzte Ernte zu guten Bedingungen, die der Faire und der solidarische Handel boten, verkaufen. „Die Frauen bestätigten mir, dass ihnen die ersten Verträge mit der EZA geholfen hätten, um neue KundInnen zu gewinnen,“ berichtet Cáliz. Auch CAFEL verzeichnet eine positive Entwicklung. „In den letzten vier Jahren seit meinem Besuch hat sich viel getan,“ stellt Cáliz fest. „Die Mitgliederzahl ist stark angewachsen, vor allem die Dienstleistungen der Kooperative und bessere Preise lassen Leute um Mitgliedschaft bei CAFEL ansuchen.“

Auf den Philippinen besuchte EZA-Mitarbeiterin Ingrid Madlmair PREDA. Der jahrzehntelange Einsatz für Kinderschutz sowie das Engagement zur Verbesserung der Lebenssituation von KleinproduzentInnen zeichnen diese Organisation aus. Im Rahmen der Entwicklung einer Trockenfruchtmischung wurde der Vor-Ort-Besuch genutzt, um den Warenfluss von den Bauern und Bäuerinnen in Mindanao zum Verarbeiter auf Cebu kennen zu lernen.

Auf Einladung der chilenische Partnerorganisation Sagrada Familia, von der die EZA Bio-Wein Lautaro bezieht, nahm Josef Denk aus dem Verkauf an den Feiern anlässlich des 20-jährigen Bestehens der Kooperative teil. „Weder der Staat noch der Markt haben für gerechten Handel gesorgt. Allein der Faire Handel hat uns weitergebracht,“ betonte Raúl Navarrete von Sagrada Familia. Die bessere Ausbildung der Kinder sei eine ganz direkte Auswirkung.

Reisen zu Handwerks- und Fair Fashion PartnerInnen

Die Produkt- und Designverantwortliche der EZA-Modemarke Anukoo, Katharina Mühlberger, besuchte Rajlakshmi Cotton Mills und Creative Handicrafts in **Indien**, um an den Anukoo-Kollektionen aus Fairtrade zertifizierter Bio-Baumwolle zu arbeiten.

EZA-Mitarbeiterin Julia Rupertsberger reiste zu HandwerkspartnerInnen nach Indien. Kontakte gab es zu Tara, Manjeen, Noah's Ark, Asha und The Ants Craft. Die Auswahl und Zusammenstellung neuer Schmuckkollektionen aber auch verschiedener Handwerkslinien für die kommende Saison standen im Fokus. Die Einladung zu einer Handwerksmesse in Bogotá durch die Exportförderungsstelle des kolumbianischen Außenhandelsministeriums wurde von Rupertsberger für Besuche bei bestehenden PartnerInnen und Kontakte zu unabhängigen Werkstätten – La Cucaracha, Estudio Vintage, Aborigenes, Llena de Gracia und Oxidos – genutzt. Im Fokus standen Schmuck- und Taschenkreationen sowie Metallarbeiten.

In Vietnam arbeitete Eva Mayrhuber aus dem Handwerkseinkauf mit Craft Link an der Entwicklung neuer Keramikformen und besuchte die Werkstatt, in der die Linien produziert werden. „Freudig wurden wir vom Ehepaar Kinh empfangen,“ so Mayrhuber. „Die Situation in der Keramikwerkstatt ist gut. Nicht zuletzt aufgrund unserer konstant guten Bestellungen. Wir sind einer der größten Kunden.“ Bei Mai Vietnamese Handicrafts entstanden Ideen für Osterschmuck aus Papier.

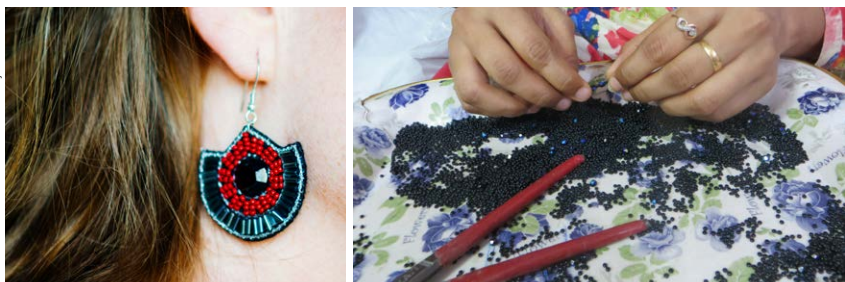
Die Teilnahme an der „New World Craft“ Kunsthandwerksmesse in Guatemala nutzte EZA-Mitarbeiter Gerhard Wimmer auch zum Besuch der EZA-HandwerkspartnerInnen COPAVIC, Pop Atziak und Aj Quen in Guatemala, sowie Semilla de Dios, Moje und Manos Amigas in El Salvador. Im Vordergrund stand das Thema Produktentwicklung, um die Marktchancen für die Handwerksorganisationen zu verbessern. „Im Vergleich zu früher arbeitet Copavic jetzt wesentlich mehr an neuen Designs,“ so Wimmer „Auch unabhängig von unseren Ideen wurden zahlreiche interessante, neue Gläser entworfen.“

In Ghana besuchte Wimmer die langjährige Partnerorganisation Kalangu, die die EZA mit Musikinstrumenten beliefert sowie Yuri Enga in Bolgatanga, wo Frauen die für die Region typischen Bolga-Körbe flechten. Strukturelle Probleme, die eine gute Zusammenarbeit erschweren, standen im Fokus.

Auf der Kunsthandwerksmesse SIAO in Burkina Faso erhielt Wimmer einen Einblick in die beeindruckende Vielfalt westafrikanischer Handwerkskunst und knüpfte Kontakte zu möglichen HandelspartnerInnen – so auch in Ägypten, wo Fair Trade Egypt – ein neuer Kontakt im Handwerksbereich – besucht wurde. „Ich bin sehr positiv beeindruckt von der Arbeit der Organisation, die Zusammenarbeit mit den einzelnen Werkstätten ist intensiv. Produktentwicklung, Qualitätssicherung und Marketing haben einen hohen Stellenwert,“ resumierte Wimmer.

Indian Art – ansprechende Schmuckkreationen entstehen bei vielen unserer indischen HandwerkspartnerInnen.

Bilder: EZA Fairer Handel/JKann Hackl



PartnerInnen begleiten, beraten, evaluieren, fördern

Die EZA-Monitoring-Verantwortliche Birgit Cáliz reiste im Berichtszeitraum nach Guatemala zur Evaluierung von drei Partnerorganisationen der EZA: Copavic (Recyclingglas), Pop Atziak (Hängematten) und Aj Quen (Hängematten, Jonglierbälle). Diskussionen und Workshops mit den HandwerkerInnen, Besuche in den Werkstätten, ein intensiver Austausch zur aktuellen Situation und den drängendsten Herausforderungen prägten den Aufenthalt. Entlang der 10 WFTO-Prinzipien des Fairen Handels wurden die Stärken der Organisationen ebenso thematisiert wie Schwachstellen, die es zu bearbeiten gilt. Wenngleich Geschichte und Entwicklung der evaluierten Organisationen sehr verschieden sind, kämpfen alle drei – in unterschiedlichem Ausmaß – mit einer schwieriger werdenden Marktsituation. Die EZA ist die bedeutendste Handelspartnerin.

Ihren Mittelamerika Aufenthalt nutzte Cáliz für einen Besuch bei der Handwerksorganisation Semilla de Dios in El Salvador, die Holzprodukte im farbenprächtigen Malstil von La Palma fertigen. Die Produktentwicklung, die in Zusammenarbeit mit der Holzfachschule Berchtesgadener Land initiiert wurde, war dabei ebenso Thema wie Nacharbeiten zur bereits erfolgten Erstüberprüfung.

Julian Fellner evaluierte in Kolumbien die EZA-Partnerorganisationen Oxidos (Metallverarbeitung) und La Cucaracha (Vermarktung von kolumbianischem Kunsthandwerk). In Workshops wurden das Konzept des Fairen Handels vorgestellt, die Strukturen und Abläufe innerhalb der Betriebe und Werkstätten sowie Maßnahmen bzgl Sicherheit am Arbeitsplatz diskutiert. Thema war auch die Zusammenarbeit der EZA-Partnerin La Cucaracha mit drei unabhängigen Microunternehmen, die von La Cucaracha bei der Umsetzung der Kriterien des Fairen Handels unterstützt werden. Erste Erfahrungen wurden ausgetauscht, Verantwortlichkeiten festgelegt.

In Kooperation mit anderen EFTA-Mitgliedern wurde das dreijährige Programm zur Förderung des nachhaltigen Quinoa-Anbaus unserer langjährigen Partnerorganisation Anapqui in Bolivien fortgeführt. Maßnahmen zur Eindämmung der Bodenerosion und zur Steigerung der Bodenfruchtbarkeit stehen dabei im Mittelpunkt.



Bilder: EZA Fairer Handel/mawi

Birgit Calix (EZA) mit MitarbeiterInnen von Aj Quen in Guatemala – die Tradition des Webens ist in der Kultur stark verwurzelt.

Jaishree von der indischen Partnerorganisation Manjeen zu Besuch bei EZA. Im Bild mit Eva Mayrhuber (li) und Julia Rupertsberger (re) bei der Musterauswahl.



Bilder: EZA Fairer Handel/erem

Besuche von unseren Partnerorganisationen

Durch Besuche in Österreich bekommen PartnerInnen die Möglichkeit, AkteurInnen des Fairen Handels hierzulande kennen zu lernen sowie direkte Rückmeldungen auf ihre Produkte und ihre Arbeit zu bekommen, aktuelle Neuigkeiten aus ihrem Umfeld aus erster Hand weiter zu geben und ihre Erwartungen an den Fairen Handel zu formulieren (siehe auch Kapitel 1).

VertreterInnen folgender EZA Partnerorganisationen waren zu Gast bei EZA: ACP (Nepal), Apropal (Peru), Arum Dalu (Indonesien), Asha (Indien), Coopragro (Dominikanische Republik), Fair Trade Lebanon (Libanon), Manduvira (Paraguay), Manjeen (Indien), MKS (Indien), Sagrada Familia (Chile).

Fairen Handel stärken und weiter entwickeln

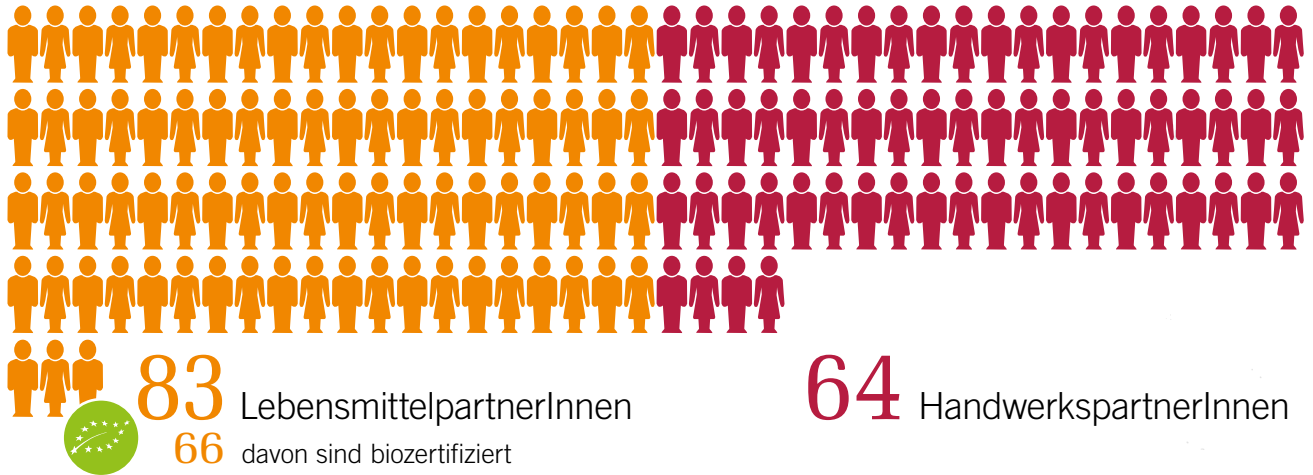
Auf europäischer Ebene nahm die EZA an Treffen der EFTA-European Fair Trade Association auf verschiedenen Arbeitsebenen teil. Zukünftig sollen die Kräfte zwischen den Pionierorganisationen des Fairen Handels noch besser als bisher gebündelt werden.

Die EFTA-Monitoring-Gruppe koordiniert weiterhin die gemeinsame Monitoringarbeit der einzelnen EFTA Mitgliedsorganisationen. Auf EFTA-Managerebene wurden jedoch neue Rahmenbedingungen festgelegt. Mittelfristig sollen alle Lieferanten/Partnerorganisationen entweder FLO-zertifiziert oder WFTO-Mitglied werden, um den Monitoring-Aufwand für die EFTA-Mitglieder zu reduzieren. Organisationen, die von der EFTA evaluiert werden, sollen dabei noch stärker auf eine zukünftige WFTO-Mitgliedschaft vorbereitet werden, um ihnen den Einstieg in die WFTO und das WFTO Fair Trade Garantie-System zu erleichtern. Die EZA sieht sich jedoch nach wie vor auch als Türöffnerin für Gruppen, die noch nicht im Fairen Handel und in einem der beiden Systeme (FLO und WFTO) verankert sind und wird das laufende Monitoring für speziell diese Organisationen beibehalten.

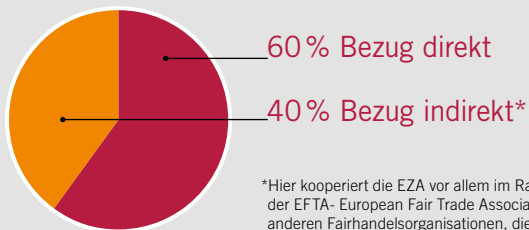
Die EFTA Monitoring Gruppe strukturierte im Berichtszeitraum die Aufgabenbereich neu: Die Fairdata Gruppe entwickelt die umfassende Datenbasis zu den EFTA Partnerorganisationen weiter, die EFTA Monitoring Gruppe wird bis auf weiteres Evaluierungen nicht-verifizierter Partnerorganisationen koordinieren. Zu dieser Gruppe zählen neben der EZA Fairer Handel (A), Artisans du Monde (F), die Gepa (D), Magasin du Monde (B), Oxfam Intermón (ES) und Oxfam Fair Trade (B). Die Koordination der Monitoring-Gruppe hat auf europäischer Ebene die EZA Fairer Handel übernommen.

Wie viele Partnerorganisationen stehen hinter den EZA-Produkten?

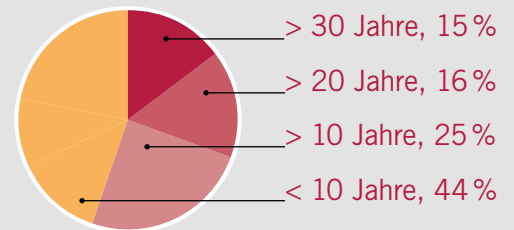
147 Partnerorganisationen



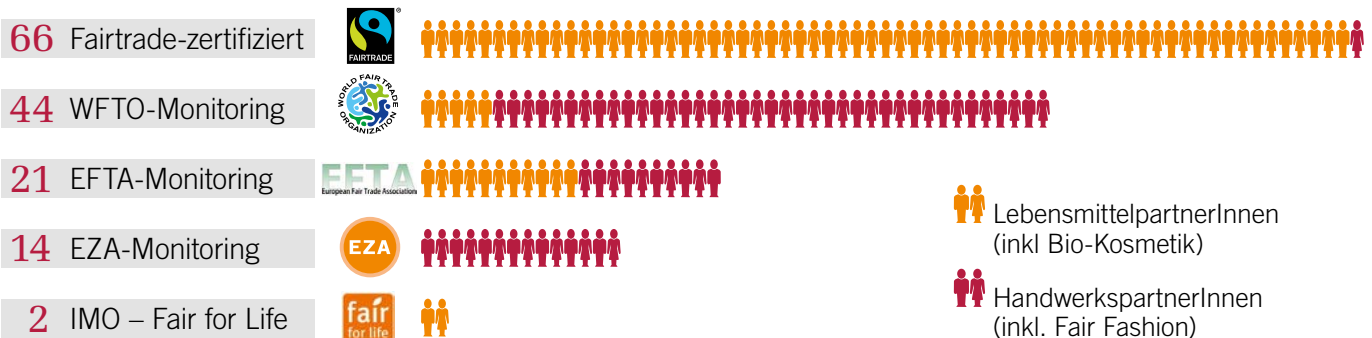
Bezug direkt/indirekt



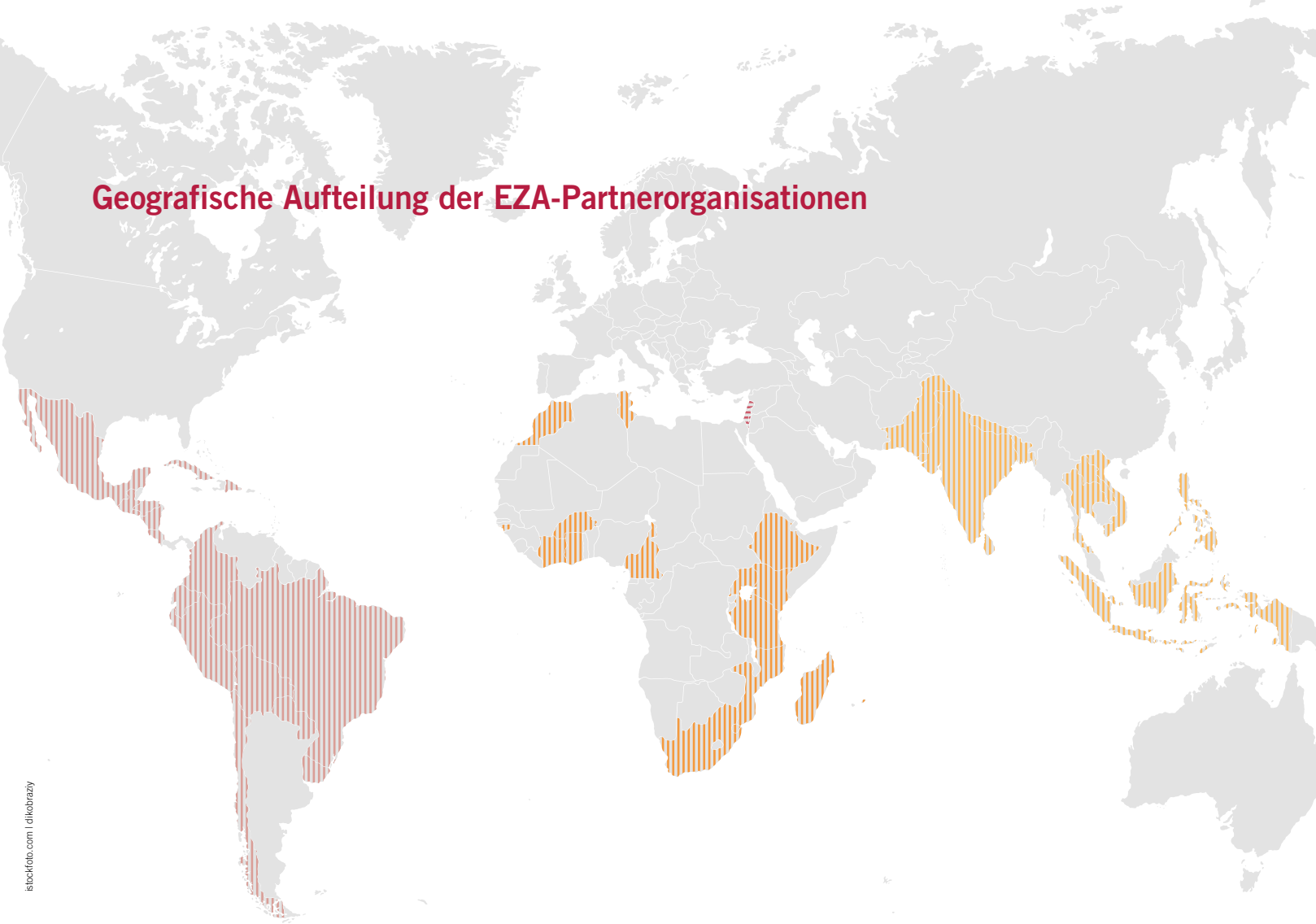
Dauer der Zusammenarbeit (direkte POs)



Zertifizierung/Monitoring der EZA-Partnerorganisationen



Geografische Aufteilung der EZA-Partnerorganisationen



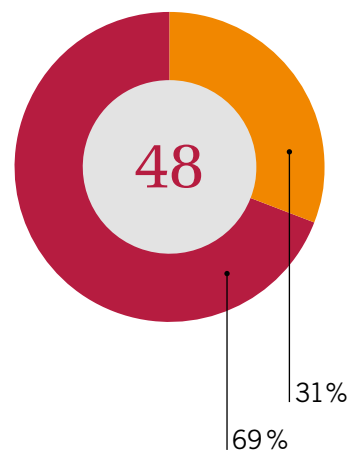
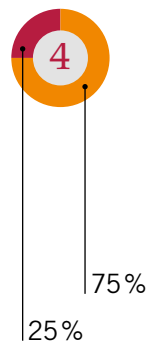
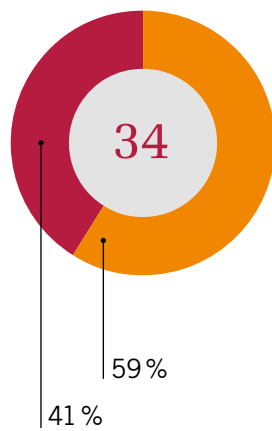
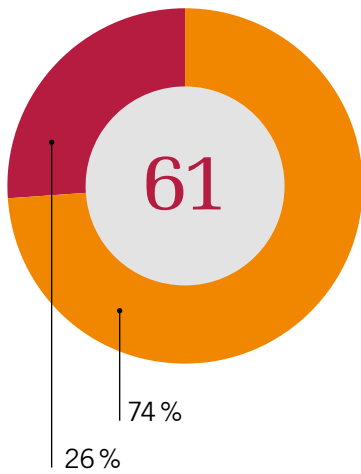
istockfoto.com | clickbrazy

Latinamerika

Afrika

Naher Osten

Asien



● LebensmittelpartnerInnen
 ● HandwerkspartnerInnen

03

UNSERE KUNDINNEN

Weltläden

Die Weltläden machen mit rund 5,0 Mio Euro 30,2 Prozent am Gesamtumsatz aus und bleiben damit wie bereits im Vorjahr die zweitstärkste Kundengruppe der EZA.

Sie verzeichnen ein leichtes Wachstum von 0,7 Prozent zum Vorjahr, das hauptsächlich aus der Einführung der neuen Kosmetiklinie BIOSFAIR resultiert. Auch im Bereich Kunsthandwerk zeigt sich ein gutes Plus zum Vorjahr. Rückläufig hingegen entwickelte sich die faire Mode. Da unser Hauptproduktionspartner für Fair Fashion, Craft Aid auf Mauritius, seine Bekleidungsproduktion einstellte, mussten wir die Herstellung der gesamten Baumwollkollektion kurzfristig zu unserem zweiten Konfektionspartner, Rajlakshmi in Indien, verlegen. Dieser konnte aber die Waren nicht mehr rechtzeitig produzieren, so dass es hier zu Lieferverspätungen kam und der geplante Umsatz nicht realisiert werden konnte. Spürbar in dieser Kundengruppe ist auch der starke Wettbewerb. Da das Mehr an anerkannten Lieferanten für die Weltläden nicht zu einem spürbaren Mehr an Umsatz der Weltläden insgesamt führt, wird die Marktsituation für die EZA schwieriger.

Lebensmitteleinzelhandel

Die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel belaufen sich auf 5,8 Mio Euro und stehen damit für 34,8 Prozent des EZA-Gesamtumsatzes. Dieser Kundenkanal legte um 0,5 Mio Euro zu und zeigt somit die größte Zuwachsrate von 9,5 Prozent. Positiv hat sich der Verkauf von EZA-Kaffees entwickelt (+5,99 Prozent Mengenzuwachs). 62 Prozent des EZA-Kaffeeumsatzes werden mittlerweile im Lebensmitteleinzelhandel getätigt. Aber auch unsere Schokoladen und die sonstigen Lebensmittel zeigten ein Plus.



Bilder: EZA Fairer Handel/Ulla Sjöbeck

**Handgemachtes aus Fairem
Handel – mit Sorgfalt von
unseren PartnerInnen gefertigt.**

Wohlfühlen in Bekleidung von Anukoo – aus Fairtrade-zertifizierter Bio-Baumwolle und wertvoller Alpkafaser.



Bild: EZA Feiner Hender/Thomas Licht

WiederverkäuferInnen

Diese Kundengruppe umfasst diverse Fachgeschäfte wie Bio-Läden, Verteiler, Gastronomiebetriebe und einzelne Mode-Boutiquen. Mit einem leichten Minus zum Vorjahr auf einen Umsatz von insgesamt rund 1,5 Mio Euro rangiert dieser Kundenkanal weiterhin auf Platz drei. Während die Umsätze von Kaffee und Kunsthandwerk gesteigert werden konnten, zeigten sich leichte Rückgänge bei Schokolade und Modeaccessoires.

EZA-eigene Weltläden & Fair Fashion Shop Anukoo

Die EZA-eigenen Weltläden entwickelten sich, wie bereits im Vorjahr, unterschiedlich: Während der Laden Salzburg (+0,8 Prozent) sowie der Laden 1080 Wien (+12,4 Prozent) ein Umsatzplus verzeichneten, verringerten sich die Umsätze des Ladens 1010 Wien (-2,0 Prozent) sowie jene des Fair Fashion Shops (-6,7 Prozent). Eine neue Sortimentsausrichtung und eine Renovierung des Ladens 1080 im Frühjahr 2016 ermöglichten die sehr positive Entwicklung des Fachgeschäftes in der Lerchenfelderstraße. Die zu späte Anlieferung der Mode wirkte sich negativ auf alle Läden, außer 1080 Wien, aus. Der gesamte Bereich steht für 1,3 Mio Euro bzw. 8,0 Prozent am Gesamtumsatz. Dabei ist zu berücksichtigen, dass – wie auch bei der Kundengruppe EndverbraucherInnen – dieser Betrag den Einzel- und Großhandelsumsatz umfasst, während die Umsatzzahlen aus den anderen Vertriebskanälen nur aus dem Großhandelsgeschäft resultieren.

Institutionen

Private und öffentliche Einrichtungen wie Bildungsstätten, Krankenhäuser, Bürogemeinschaften und große Einzelkunden, die Großaufträge platzieren, sowie die Umsätze, die wir als Co-Branding-Partnerin mit Göttin des Glücks (GDG) tätigen, bilden diese Kundengruppe. Auch hier zeigt sich vor allem die verspätete Anlieferung der Mode als Hauptgrund für den Umsatzrückgang von -12,9 Prozent auf 1,0 Mio Euro.

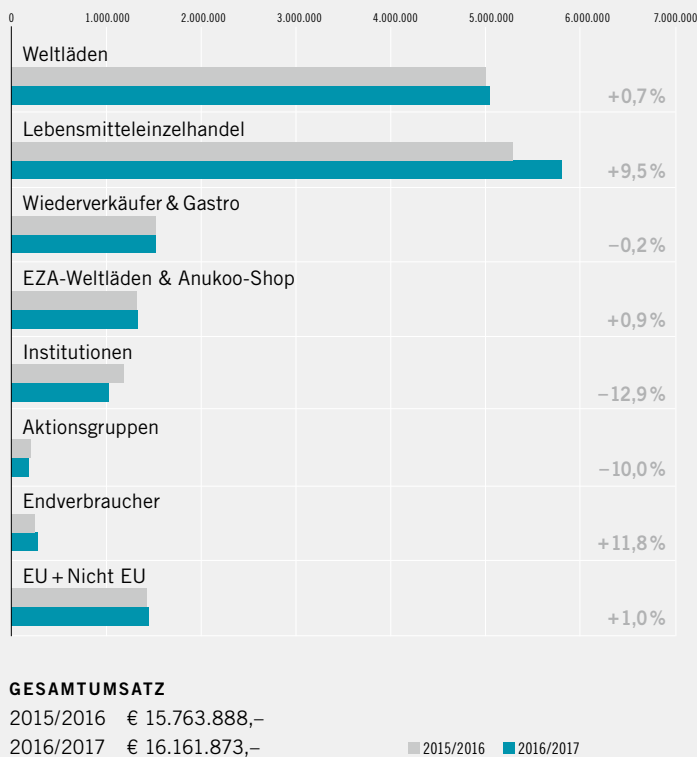
Aktionsgruppen

Der rückläufige Trend der letzten Jahre hält weiterhin an. Die Aktionsgruppen, die unsere Produkte ehrenamtlich verkaufen, weisen einen Umsatzrückgang von $-10,0$ Prozent auf 188.000 Euro auf. Aktionsgruppen tätigen ihre Einkäufe vermehrt direkt bei nahegelegenen Weltläden in der Region. Insgesamt verringert sich durch die gute Verfügbarkeit fair gehandelter Produkte die Notwendigkeit zur Organisation sogenannter „Weltbazare“. Das ehrenamtliche Engagement verlagert sich teilweise in andere gesellschaftliche Sektoren.

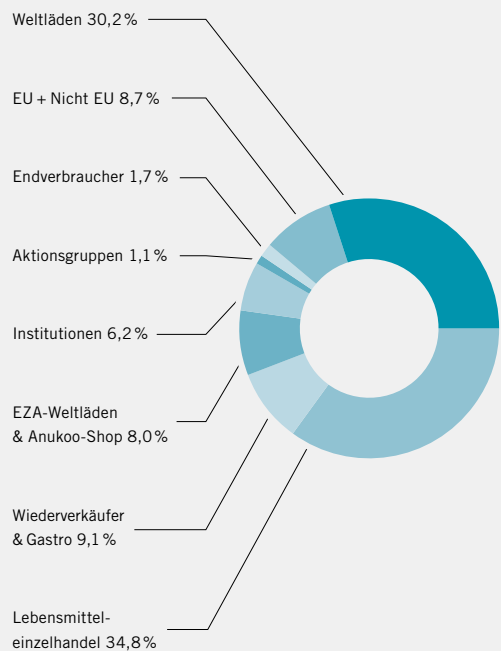
EndverbraucherInnen

Hierbei handelt es sich um KundInnen, die im Verkaufsraum an unserem Standort in Weng/Kösten-dorf oder im Online-Shop einkaufen. Beide Bereiche zusammen zeigen ein deutliches Plus von $11,8$ Prozent. Der Ausbau des Onlinebereichs sowie die Möglichkeit, mit Gruppenexkursionen die EZA zu besuchen und den Fairen Handel kennen zu lernen, wirkten sich positiv aus. Der Gesamtumsatz dieser Kundengruppe beläuft sich auf 284.000 Euro.

Umsätze Kundenkanäle



Der Umsatz setzt sich aus dem Verkauf von Produkten in folgenden Kundenkanälen zusammen:



Europäische Union & Schweiz

Verkäufe an europäische Fair Trade Organisationen in Deutschland, Belgien, Frankreich und der Schweiz sowie an Weltläden in Deutschland und Südtirol und an FairhandelspartnerInnen in Slowenien, Tschechien, der Slowakei und Polen bilden diese Kundengruppe. Die Produktbereiche Fair Fashion und Kunsthandwerk sowie Sonstige Lebensmittel waren besonders gefragt. Auf Fairhandelsmessen in Augsburg, Stuttgart und Bad Hersfeld fand unsere neue Kosmetiklinie BIOSFAIR Anklang.

Der im Jahr zuvor erzielte beträchtliche Umsatzzuwachs von 30 Prozent konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr gehalten bzw um 1 Prozent gesteigert werden und beläuft sich auf 1,45 Mio Euro. Da der Umsatz bei diesen Einkaufskooperationen mehrheitlich mit einer niedrigeren Marge einhergeht, wirkt sich dies unterproportional auf das Gesamtergebnis aus.

Bilder: Global Mamas/EZA Fairer Handel/Karin Hackl

Agnes Kwao von den Global Mamas in Ghana vor ihrem Ofen, in dem sie die Perlen für handbemalten Modeschmuck brennt.



04

UNSERE PRODUKTE

Kaffee

Die Produktgruppe Kaffee bleibt mit knapp 40 Prozent Anteil am Gesamtumsatz der EZA – das entspricht 6,5 Millionen Euro – die wichtigste Produktgruppe mit den größten Auswirkungen auf das wirtschaftliche Wohl unseres Unternehmens. Die Absätze verteilen sich hierbei auf nahezu sämtliche Kundengruppen. Der größte Umsatzanteil fällt mit 3,6 Millionen Euro auf den Lebensmitteleinzelhandel, gefolgt von den österreichischen Weltläden mit 1,3 Millionen Euro. Die Nicht-Verfügbarkeit des Kaffee Jambo aus Uganda – bereits im Vorjahr war es aufgrund massiver Regenfälle im Ursprungsland zu Lieferschwierigkeiten gekommen – blieb auch in der ersten Hälfte des Berichtszeitraums aufrecht. Teilweise konnte der Ausfall unseres drittichtigsten Kaffees durch andere EZA-Kaffees aufgefangen werden. Seit Jänner 2017 ist Kaffee Jambo wieder verfügbar. Positiv auf das Gesamtergebnis wirkte sich auch in diesem Jahr die im Herbst 2015 erfolgreiche Lancierung des Kaffee Adelante, ein Kaffee aus Frauenhand, aus. Insgesamt wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr 564 Tonnen Röstkaffee verkauft.

Schokolade

Das zweitwichtigste Sortiment in unserem Lebensmittelbereich bildet die Schokolade. Hier erhöhte sich der Umsatz um 1,8 Prozent auf 2,1 Millionen Euro. Der Großteil des Wachstums stammt aus dem Lebensmitteleinzelhandel. Mit der Rücknahme einer Preiserhöhung, die im vorangegangenen Geschäftsjahr zu starken Absatz- und Umsatzeinbrüchen geführt hatte, konnte der Abwärtstrend



Bilder: EZA-Fairer Handel/Ulrich Stadel/maw

Gemäldeausschnitte des Salzburger Malers Christian Valenta umhüllen die MASCAO-Schokoladen: Außen kunstvoll – innen genussvoll – rundum wertvoll.

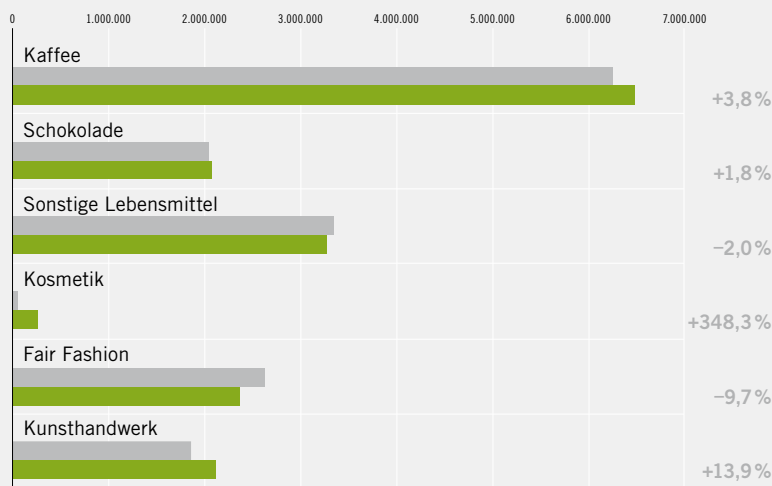
gestoppt werden. Die Mengen sind im Berichtszeitraum wieder gewachsen, gehen allerdings mit niedrigen Margen einher. Das 25-jährige Jubiläum der MASCAO-Schokolade wurde für einen Verpackungsrelaunch genutzt, der die Hochwertigkeit dieser Schokoladenlinie – von den Zutaten über die Rezeptur bis zur Verarbeitung in der Schweiz – noch deutlicher zum Ausdruck bringen soll. Die Kooperation mit dem Salzburger Künstler Christian Valenta findet darin ihren Niederschlag. Weiters wurde das Angebot um drei Single Origin Schokoladen – MASCAO Ecuador, Peru und Bolivien, in denen ausschließlich Edelkakaos verarbeitet werden – sowie um eine hochwertige Zartbitter-Kuvertüre erweitert.

90 Prozent des Lebensmittelumsatzes tätigt die EZA mit Produkten aus Fairem Handel UND kontrolliert biologischem Anbau.

Sonstige Lebensmittel

Hierbei handelt es sich um Produkte wie Tees, Kakao, Zucker, Nüsse, Trockenfrüchte, Aufstriche, Honige, Gewürze & Öle, Reis, Quinoa sowie diverse Getränke. Eine Erweiterung der Angebotspalette gab es durch Bio-Kokosöl, das die mittlerweile breite Palette von Kokosprodukten ergänzt, Bio-Zuckerl und Kaubonbons mit Rohrzucker aus Paraguay, einer Mischung wertvoller roter und weißer Königs-Quinoa von Anapqui aus Bolivien sowie Bohnen und Hummusvariationen von Fair Trade Libanon. Mit einem Umsatz von insgesamt 3,3 Millionen Euro fallen 19,7 Prozent des Umsatzes auf das breite Angebot der sonstigen Lebensmittel. Die umsatzstärksten Absatzkanäle sind dabei der Lebensmitteleinzelhandel mit 1,3 Millionen Euro bzw. die österreichischen Weltläden mit 1,1 Millionen Euro.

Umsätze Artikelgruppen

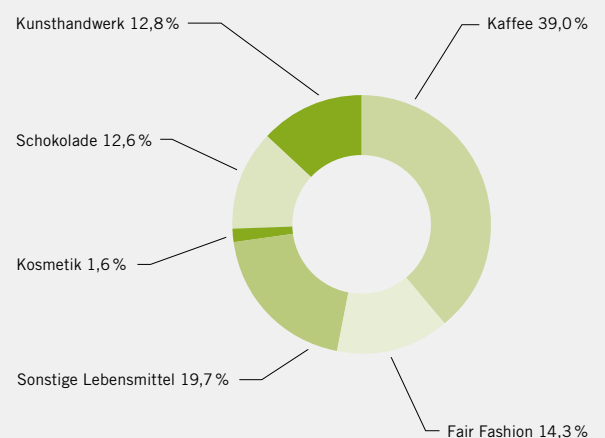


GESAMTUMSATZ

2015/2016 € 15.763.888,-
2016/2017 € 16.161.873,-

■ 2015/2016 ■ 2016/2017

Der Umsatz setzt sich aus folgenden Sortimentsbereichen zusammen:





Bilder: Fotolia/EZA Fairer Handel

BIOSFAIR-Kosmetik setzt auf hochwertige Zutaten, besondere Rezepturen und Fairen Handel.

Kosmetik

Mit der Lancierung einer Österreichneuheit, einer veganen, kontrolliert-biologischen und fair gehandelten Kosmetiklinie – unter der EZA-Marke BIOSFAIR – ist es uns gelungen, auf Anhieb in den meisten österreichischen Weltläden gelistet zu werden und einen Umsatz von 271.766 Euro zu erreichen. Die Linie ersetzt damit die Naturkosmetiklinie.

Wesentlich für den außerordentlich guten Start waren – neben den hochwertigen Bestandteilen und den hohen Standards – die Schulungen der Absatzmittler. Um das gewährleisten zu können, haben wir uns bei der Einführung bewusst auf die Weltläden konzentriert, ein Aufschließen der Linie auf weitere Absatzmittler ist in Planung.

Kunsth Handwerk

Dieses Sortiment umfasst Produktbereiche wie Wohnen & Deko, Küche & Tisch, Spiel & Sport und Musikinstrumente. Der Umsatz zeigt hier einen starken Anstieg von 13,9 Prozent und steht damit für 12,8 Prozent des EZA-Gesamtumsatzes. Die Verkäufe an Weltläden in Österreich und Deutschland sowie der Einkauf unserer europäischen FairhandelspartnerInnen wirkten sich hier besonders positiv aus. Die EZA ist damit in Europa weiterhin die größte Importeurin für Kunsthandwerk aus Fairem Handel.

Fair Fashion

Der Bereich Fair Fashion, der Bekleidung und Modeaccessoires (Schmuck, Taschen und Schals) umfasst, macht 2,4 Mio Euro bzw. 14,3 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Minus von –10,7 Prozent. Die Umsätze mit Modeaccessoires fielen um 4,8 Prozent auf 1,3 Millionen Euro. Das Minus ist vor allem auf geringere Umsätze in den österreichischen Weltläden zurückzuführen. Im Bekleidungsbereich mussten wir ebenfalls einen Rückgang hinnehmen. Hier sanken die Umsätze um –14,7 Prozent auf 1,1 Millionen Euro. Nachdem unser Hauptproduktionspartner für Fair Fashion, Craft Aid auf Mauritius, Konkurs angemeldet hatte, mussten wir die Produktion kurzfristig zu unserem zweiten Konfektionspartner, Rajlakshmi in Indien verlegen. Die Lieferung erfolgte jedoch verspätet, weshalb die Umsatzplanzahlen nicht mehr erreicht werden konnten und wir Terrain an den Mitbewerber verloren.

05

BILANZ

Aktiva

Die Werte der immateriellen Vermögensgegenstände sowie der Sachanlagen, mit Ausnahme der Betriebs- und Geschäftsausstattung, sind infolge der planmäßigen Abschreibungen gesunken. Die Steigerung der Betriebs- und Geschäftsausstattung beruht vorwiegend auf der Anschaffung neuer Verkaufsregale für den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Vorräte erhöhten sich zum Stichtag um rund 712.000 Euro. Dies beruht v.a. auf im Vergleich zum Vorjahr zeitlich frühere Warenverschiffungen im Lebensmittel- bzw. Handwerksbereich. Aber auch der teurere US-Dollar ließ den Warenwert steigen. Außerdem war auch wieder der Kaffee Jambo verfügbar, der aufgrund von Lieferausfällen im Vorjahr nicht auf Lager war. Die Forderungen haben leicht zugenommen. Die Kassenbestände sowie die Guthaben bei den Banken haben sich gegenüber dem Vorjahr verringert.

Durch das RÄG 2014¹ sind nun aktiv latente Steuern verpflichtend anzusetzen. Danach muss der unterschiedliche Besteuerungsbetrag, der zwischen der handelsrechtlichen und der steuerrechtlichen Bilanz besteht, mit der KÖST in Höhe von 25 Prozent besteuert werden. Dies nennt man aktiv latente Steuern. Sie müssen auch für die Vorjahre berechnet werden. In unserem Fall kommen sie zustande, weil die Rückstellungen für Abfertigungen und Jubiläumsgeld sowie die Abschreibung auf das Gebäude unterschiedlich berechnet werden. Daraus ergab sich eine Gutschrift in Höhe von 67.537 Euro.

Das Geschäftsjahr der EZA Fairer Handel GmbH umfasst den Zeitraum vom 1.7.2016 bis 30.6.2017.

¹ Im Jahr 2014 wurde ein Rechnungslegungsänderungsgesetz (RÄG) erlassen, das für jene Geschäftsjahre anzuwenden ist, die nach dem 31.12.2015 beginnen. Somit kamen die neuen Bestimmungen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2016/2017 erstmals in unserem Unternehmen zur Anwendung.

Mit feierlichem
Willkommens-
gruß werden bei
EMA in Indien
Gäste empfangen.

Bilder: EZA Fairer Handels/Inawi



Bilanz per 30.6.2017

alle Angaben in Euro	15/16	16/17	z.Vj.
Immaterielle Vermögensgegenstände	64.041	41.824	-53 %
Sachanlagen	2.082.141	2.019.025	-3 %
Finanzanlagen	1.099	1.099	0 %
ANLAGEVERMÖGEN	2.147.280	2.061.947	-4 %
Vorräte	6.083.699	6.795.778	10 %
Forderungen & sonstige Vermögensgegenstände	1.320.576	1.374.574	4 %
Kassenbestand & Guthaben bei Banken	361.181	204.380	-77 %
UMLAUFVERMÖGEN	7.765.456	8.374.732	7 %
Rechnungsabgrenzungsposten	40.755	53.990	25 %
Aktive latente Steuern	0	67.537	100 %
AKTIVA	9.953.491	10.558.207	6 %
Stammkapital	638.000	638.000	0 %
Gewinnrücklagen	0	0	
Bilanzgewinn/verlust kumuliert	884.323	896.690	1 %
EIGENKAPITAL	1.522.323	1.534.690	1 %
RÜCKSTELLUNGEN	862.687	879.350	2 %
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	2.409.206	3.101.106	22 %
Verbindlichkeiten Kleindarlehensaktion	3.751.288	3.736.956	0 %
sonstige Verbindlichkeiten	1.407.986	1.306.106	-8 %
VERBINDLICHKEITEN	7.568.481	8.144.168	7 %
Rechnungsabgrenzungsposten	0	0	
PASSIVA	9.953.491	10.558.207	6 %

Gewinn- und Verlustrechnung

alle Angaben in Euro	15/16	16/17	z.Vj.
Umsatzerlöse	15.763.888	16.161.873	2,5 %
sonstige betriebliche Erträge	85.575	110.070	22,3 %
Wareneinsatz	10.178.797	10.486.777	2,9 %
ERTRAG	5.670.667	5.785.166	2,0 %
Personalaufwand	3.182.518	3.209.873	0,9 %
Raumkosten	197.911	209.043	5,3 %
Vertriebskosten	1.165.520	1.227.263	5,0 %
Verwaltungskosten	852.197	777.256	-9,6 %
Abschreibungen	275.907	267.963	-3,0 %
Zinsergebnis	137.916	146.312	5,7 %
Körperschaftsteuer	2.098	2.626	20,1 %
Aktive latente Steuern	0	-67.537	100,0 %
AUFWAND	5.814.067	5.772.800	-0,7 %
JAHRESERGEBNIS	-143.400	12.367	1.259,6 %

DIE 10 PRINZIPIEN DER WFTO-WORLD FAIR TRADE ORGANISATION

Als Mitglied der WFTO orientiert sich die EZA als Gesamtunternehmen in ihrem Handeln an diesen 10 Prinzipien.



Passiva

Das Stammkapital beträgt 638.000 EUR. Der kumulierte Bilanzgewinn stieg um den Jahresgewinn von 12.367 Euro auf 896.690 Euro. Die Eigenkapitalquote beläuft sich somit auf 14,5 Prozent. Die Erhöhung der Rückstellungen ergibt sich vornehmlich aus der veränderten Abfertigungsrückstellung. Die im Vergleich zum Vorjahr frühzeitiger erfolgten Verschiffungen eines Teils der Waren, wurden vorwiegend mittels Bankverbindlichkeiten finanziert, was den Anstieg der Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten erklärt. Die Verbindlichkeiten aus der Kleindarlebensaktion verringerten sich geringfügig auf 3.736.956 Euro.

Gewinn- und Verlustrechnung

Mit einem Umsatz von knapp 16,2 Mio Euro erzielten wir ein Umsatzplus von 2,5 Prozent zum Vorjahr. Der Wareneinsatz stieg demgegenüber um 2,9 Prozent, was hauptsächlich dem teuren US-Dollar geschuldet ist.

Bei den Personalkosten haben wir weiterhin gespart. Trotz der jährlichen KV-Erhöhung ist es uns gelungen, den Anstieg auf 0,9 Prozent zu begrenzen. Möglich wurde dies v. a. durch den vermehrten Abbau von Urlauben sowie weniger Überstunden.

Die Raumkosten sind leicht gestiegen. Die Vertriebskosten erhöhten sich um 5 Prozent, was sich u. a. durch Werbemaßnahmen rund um die Einführung der BIOSFAIR-Kosmetik sowie im Lebensmitteleinzelhandel erklärt. Demgegenüber konnten die Transportkosten durch einen Umstieg auf einen neuen Frächter trotz Umsatzwachstum gesenkt werden. Bei den Verwaltungskosten resultieren die Einsparungen im Vergleich zum Vorjahr aus den Bereichen Kommunikationsgebühren und Produktentwicklung. Im Vergleichszeitraum 15/16 war hier die Entwicklung der Kosmetiklinie zum Tragen gekommen. Die Abschreibungen sanken, da keine größeren Investitionen getätigt wurden. Das Zinsergebnis liegt aufgrund der Finanzierung des höheren Vorratswerts über dem Vorjahr.

Im Geschäftsjahr 16/17 hatte die EZA 80 MitarbeiterInnen (in der Zentrale und den vier eigenen Läden), davon 51 weibliche und 29 männliche. Auf Vollzeit gerechnet, ergibt das im Jahresdurchschnitt einen Beschäftigungsstand von 61,5 Vollzeitkräften. Mit einem gewerkschaftlichen Organisationsgrad von über 90 Prozent ist die EZA Fairer Handel der bestorganisierte Handelsbetrieb im Bundesland Salzburg.

Die Alternative leben!

Transparent, solidarisch, weltoffen, fair.
Achtsam mit den Menschen und mit der Natur.



GESCHÄFTSBERICHT 2016/17

NATÜRLICH FAIR

