



EZA

**Fair für mich.
Fair für alle.**



**GESCHÄFTSBERICHT
2021/2022**



VORWORT

Ein spannendes, ereignisreiches und vor allem intensives Jahr liegt hinter uns. Gerade haben wir die Nachwirkungen der Corona-Pandemie verdaut, trifft uns bereits der Krieg zwischen Russland und der Ukraine, dessen Dauer und Ausgang ungewiss ist. Wir sind von der Inflation und den damit verbundenen Preissteigerungen und Veränderungen der Kaufgewohnheiten stark betroffen.

Im vergangenen Jahr stiegen insbesondere die Preise für Rohkaffee stark an, sodass auch wir unsere Preise anpassen mussten. Die Erhöhungen kamen direkt unseren Partnerorganisation zugute.

Wir konnten in dieser Zeit viele Projekte umsetzen. Ein neues ERP-System macht uns ab sofort zukunftsfit und wir haben zwei neue Vertriebsprojekte ins Leben gerufen: Einerseits haben wir in der letzten Wintersaison zum ersten Mal ein Projekt im solidarischen Nordhandel gestartet, indem wir Südfrüchte aus Spanien verkauft haben; andererseits vertreiben wir nun Rohkaffee an Kleinröstereien.

Die herausfordernden Zeiten haben auch ihre guten Seiten: man wird wachsam, kreativ und setzt sich umso stärker für den Fairen Handel ein. Das gesamte Team der EZA hat sich den Herausforderungen gestellt und erfolgreich gemeistert. In diesem Bericht zeigen wir Ihnen die Themen, die uns im vergangenen Jahr begleitet haben. Ich freue mich auf das kommende Jahr, das nicht weniger zukunftsweisend ausfallen wird!

Daniela Kern

Geschäftsführerin

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniela Kern'.

IMPRESSUM

EZA FAIRER HANDEL GMBH

Wenger Straße 5
5203 Köstendorf

T +43 6216 20 200

E office@eza.at

W www.eza.at

Für den Inhalt verantwortlich: Daniela Kern, MBA

Redaktion & Text: Laura Laban, MA

Grafik: Laura Laban, MA

Bilder: S. 3: EZA Fairer Handel/MO; S. 7: v.l.n.r.: EZA Fairer Handel, EZA Fairer Handel, Dieter Schewig Fotodesign; S. 9: John Schnobrich on Unsplash; S. 11: istockfoto.com/dikobraziy; S. 13: Luzia Amon/Jana Westerhaus; S. 17: EZA Fairer Handel/MO; S. 18: EZA Fairer Handel/MS; S. 19: Ulla Sladek; S. 20: Ulla Sladek; S. 21: EZA Fairer Handel/LL; S. 23: EZA Fairer Handel/MO; S. 24: EZA Fairer Handel/MO; S. 27: EZA Fairer Handel/MO; S. 33: Ulla Sladek; S. 34: v.l.n.r., v.o.n.u.: EZA Fairer Handel/MO, Battlecreek Coffee Roasters on Unsplash, Adem Ay on Unsplash, EZA Fairer Handel.

Druck: Klimaneutraler Druck auf Recyclingpapier von WIRmachenDRUCK GmbH, Mühlbachstraße 7, 71522 Backnang, Deutschland

INHALTS- VERZEICHNIS

Das ist die bunte Welt der EZA. 6

Ein Großer Schritt in die Digitalisierung 8

Zahlen und Fakten zu unseren Partnerorganisationen 10

Unterstützung für unsere Partnerorganisationen. 12

Faire Handelspraktiken auf dem Prüfstand 14

Climate Justice – Let’s Do It Fair 16

Sri Lanka im Ausnahmezustand 18

Einkauf im Handwerk nach wie vor von der Krise bestimmt. 19

Kaffeepreis Hauptthema im Lebensmitteleinkauf. 20

EZA-Tag unter dem Motto der Klimagerechtigkeit. 22

Vom Schauraum zum Shop 23

Südfrüchte: Erstes Projekt im solidarischen Nordhandel. 25

Umsätze nach Artikelgruppen 28

Umsätze nach Kundenkanälen. 29

Bilanz per 30. Juni 2022 30

Gewinn- und Verlustrechnung 32

Kurz gesagt 34

DAS IST DIE BUNTE WELT DER EZA

Als hundertprozentige Fairhandelsorganisation kaufen und vertreiben wir ausschließlich fair gehandelte Produkte. Das bedeutet, dass wir bei jedem Produkt überprüfen, welche Zertifizierung besteht, oder ob die produzierende Organisation fair produziert.

Unsere höchste Priorität ist der direkte Kontakt zu unseren Partnerorganisationen. Wir arbeiten mit den Menschen zusammen, fragen sie nach ihren Bedürfnissen und beraten sie in der Produktgestaltung. Wir informieren unsere Partner:innen regelmäßig über die aktuelle Situation in unserem Land und unserem Unternehmen.

Fairer Handel bedeutet in erster Linie, dass die Menschen, die die Produkte herstellen, eine bessere Bezahlung bekommen. Fairer Handel geht aber noch viel weiter, denn wir setzen uns dafür ein, dass die produzierenden Menschen sich ihr Leben finanzieren können, sie dazu befähigt sind, die Produkte selbstständig herzustellen, und sie das notwendige Wissen dafür erlangen.

TEIL VON MEHREREN SYSTEMEN

Im Lebensmittelbereich setzen wir auf das FAIRTRADE-Siegel, das verifiziert, dass das Produkt fair hergestellt wurde. Die unabhängige Organisation FLOCert überprüft die Bedingungen in den Produktionsländern regelmäßig und stellt

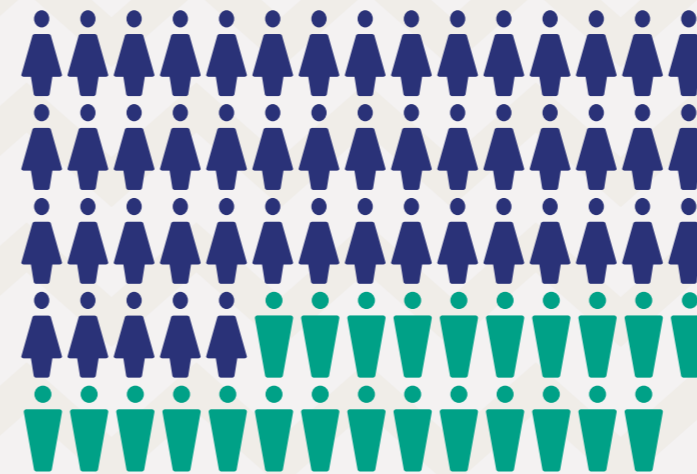
sicher, dass die FAIRTRADE-Prämie dort ankommt, wo sie ankommen soll: in sozialen oder ökologischen Projekten, in der Schaffung von Infrastruktur, oder direkt bei den Produzent:innen.

Unser Kunsthandwerk und unsere Mode handeln wir nach den Prinzipien der World Fair Trade Organization (WFTO). In Zusammenhang mit einer Mitgliedschaft bei dieser richtet sich das Gesamtunternehmen an den 10 Prinzipien der WFTO aus. Diese Ausrichtung wird regelmäßig überprüft.

Alle Partnerorganisationen, die für diese Zertifizierungen zu klein sind, prüfen wir gemeinsam mit unseren EFTA-Partnerorganisationen über ein eigenes Monitoring-System.

VERSPRECHEN AN KUND:INNEN

Unseren Kund:innen versprechen wir höchste Transparenz: unsere Produkte sind bis zu ihrem Ursprung rückverfolgbar. Damit können sie sich sicher sein, woher das jeweilige Produkt kommt und wer es produziert hat. Wir möchten ein Bewusstsein für die Herkunft schaffen und zugleich die höchste handgearbeitete Qualität anbieten. Unsere Produkte tragen eine Seele in sich, die sich in der bunten Welt der EZA widerspiegelt. Wir leben für den Fairen Handel und wollen diese Euphorie mit unseren Kund:innen teilen!



51 Mitarbeiterinnen 23 Mitarbeiter

Köstendorf

Hauptsitz

In Köstendorf am Wallersee in Salzburg befindet sich unser Hauptsitz mit allen Büroräumlichkeiten. Unser Zentrallager ist auch hier angesiedelt. Der angeschlossene Shop führt die größte Auswahl an unseren Produkten.

FAIR FÜR MICH. FAIR FÜR ALLE.



Weltladen Salzburg
Linzergrasse 64



Weltladen 1010 Wien
Lichtensteg 1



Weltladen 1080 Wien
Lerchenfelder Straße 18–24

EIN GROSSER SCHRITT IN DIE DIGITALISIERUNG

Das ERP-System ist das Herzstück einer jeden Organisation, die Warenwirtschaft betreibt. Nachdem wir bei der EZA bereits seit über 20 Jahren das System Navision verwendet hatten, wurde im vergangenen Jahr auf Microsoft Dynamics Business Central umgestellt. Für einen Wechsel gab es einen zentralen Grund: Microsoft stellte den Support für Navision ein. Ein neues System war daher zwingend notwendig.

Das neue System ist sehr umfassend. Es beinhaltet Warenwirtschaft, Lagerwirtschaft, das Kassensystem, die Finanzbuchhaltung wird darin geführt und wir verarbeiten unsere Rechnungslegung im Business Central. Die Projektdauer zur Umstellung wurde für ein halbes Jahr angesetzt und ein weiteres halbes Jahr wurde für Optimierungen, Fehlerbehebungen und laufende Verbesserungen anberaumt.

Die größte Herausforderung war die neue Oberfläche: im alten System wurde lokal gearbeitet, wohingegen das neue System browserbasiert ist und jede:r Mitarbeiter:in sich die Oberfläche individuell nach eigenen Ansprüchen konfigurieren kann. Die Umgewöhnung auf das neue System war für unsere Mitarbeiter:innen fordernd, insbesondere deshalb, weil das neue System komplexer ist und mehr technisches Know-how verlangt.

Vorteile sind die Übersichtlichkeit der Warenbestände, es gibt Artikelkarten mit allen Infos zu den Artikeln und alle Informationen können im selben System abgerufen werden. Insgesamt ist das System sehr dynamisch und fördert agiles Arbeiten.

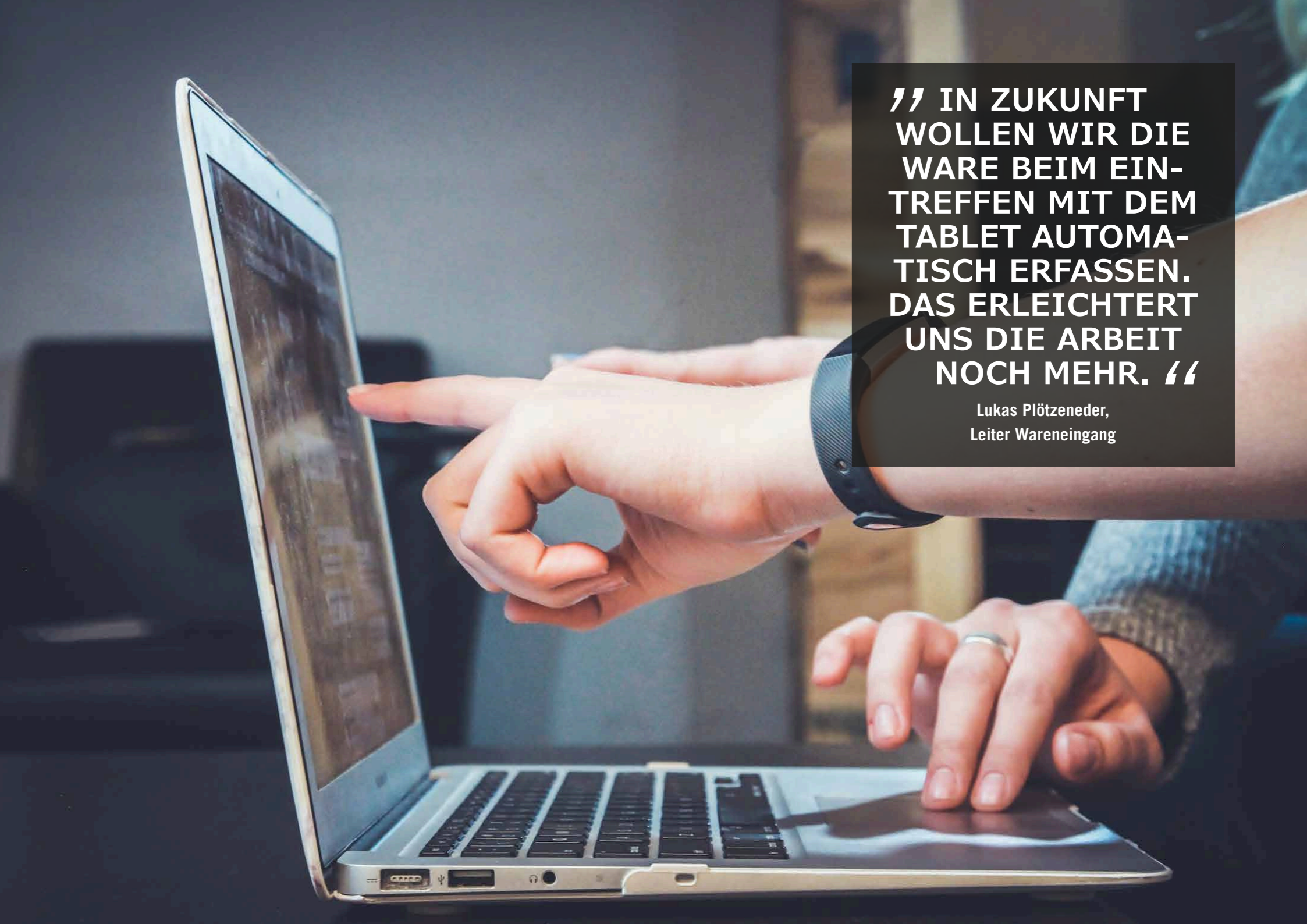
Mittlerweile wird das System von allen Mitarbeiter:innen genutzt, da es alle Informationen beinhaltet, die für das tägliche Arbeiten benötigt werden. Lageraktivitäten etwa, wie Warenübernahme und Warenausgang, werden in diesem System durchgeführt. Im Wareneingang funktioniert das Arbeiten damit gut und die Prozesse sind ausformuliert.

Learnings, die wir aus dem Projekt mitgenommen haben, sind ein flexibles Zeitmanagement, damit plötzlich auftretende Fehler nicht zum Problem werden, und ein gutes Stressmanagement in fordernden und überfordernden Zeiten.

Derzeit findet die Umgewöhnungsphase statt und die Prozesse werden laufend optimiert. Insgesamt fördert das neue System ein transparentes Arbeiten, die Fehlersuche erweist sich als einfacher als je zu vor und wir sind einen weiteren Schritt in Richtung Digitalisierung und hybrides Arbeiten gegangen. Wir wachsen gemeinsam mit unserem System und wir treiben den Prozess der Verbesserung weiter voran.

„ IN ZUKUNFT WOLLEN WIR DIE WARE BEIM EINTREFFEN MIT DEM TABLET AUTOMATISCH ERFASSEN. DAS ERLEICHTERT UNS DIE ARBEIT NOCH MEHR. “

Lukas Plötzeneder,
Leiter Wareneingang



ZAHLEN UND DATEN ZU UNSEREN PARTNERORGANISATIONEN

136 Partnerorganisationen



80 Lebensmittelpartner:innen

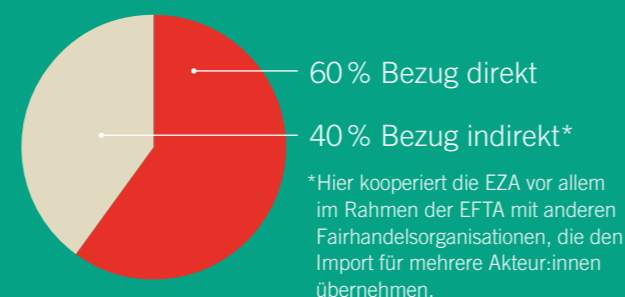
67 davon sind biozertifiziert

56 Handwerkspartner:innen

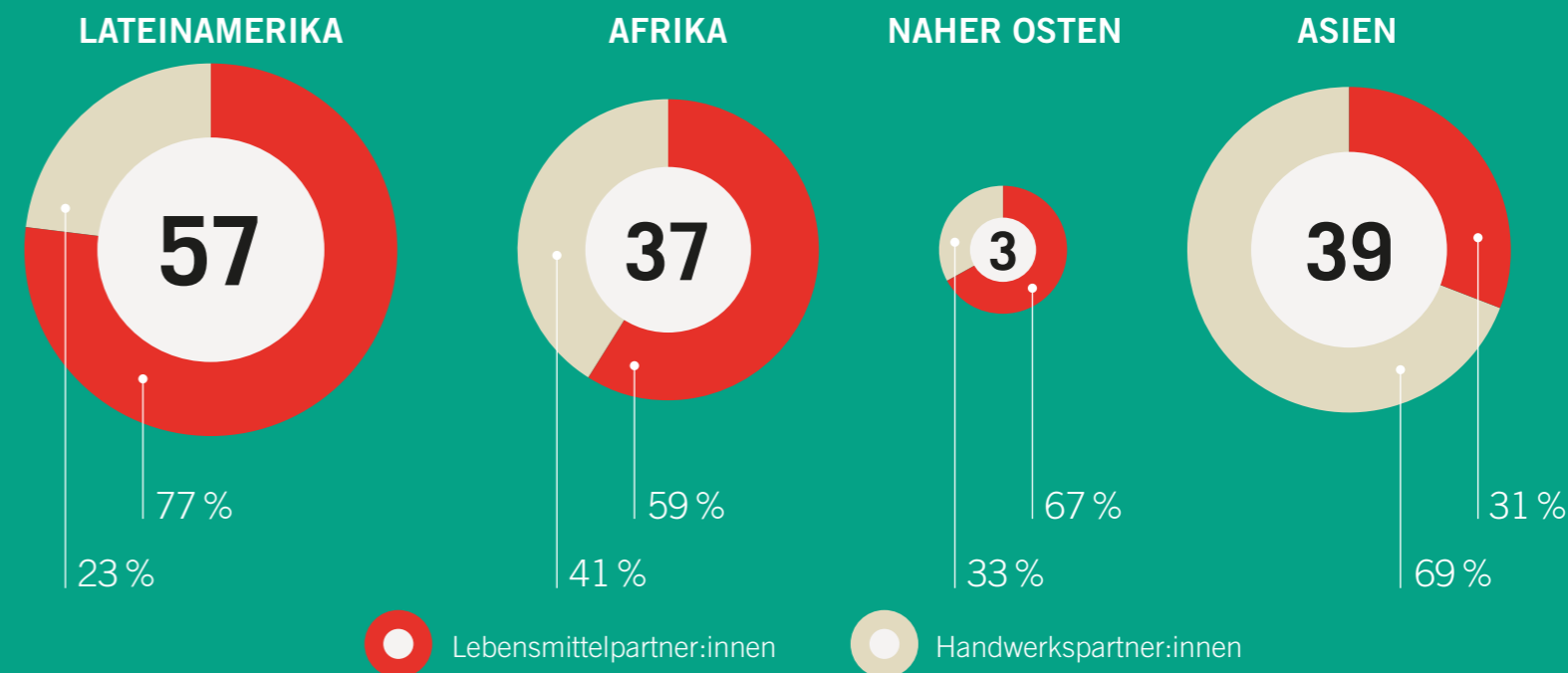
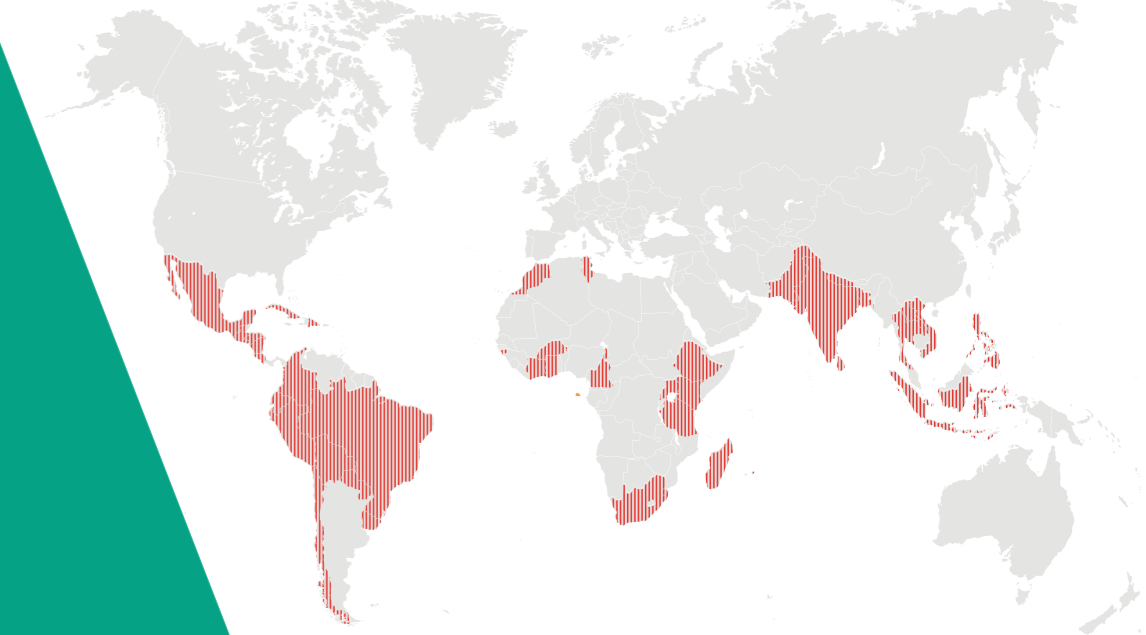
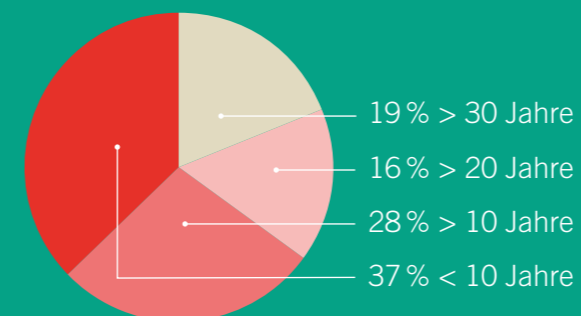
ZERTIFIZIERUNG/MONITORING



BEZUG UNSERER PRODUKTE



DAUER DER ZUSAMMENARBEIT (MIT DIREKTEM BEZUG)



UNTERSTÜTZUNG FÜR UNSERE PARTNERORGANISATIONEN

Im Rahmen der Partnerzusammenarbeit konnten die letzten Spendenprojekte aus dem Covid-Soforthilfe-Fonds der ARGE Weltläden abgeschlossen werden. Die Organisationen Asha in Indien und Y-Development in Thailand konnten mehrere Maßnahmen mit den Projekten umsetzen. Asha unterstützte mit Spenden über 8.000 Euro Handwerkerinnen und ihre Familien mit Lebensmittelpaketen, Unterstützungszahlungen und insgesamt 24 Nähmaschinen. Für Y-Development konnten 4.000 Euro Spenden gesammelt werden, die für Schulungen und die Herstellung von wiederverwendbaren Masken und Gesichtsvisieren verwendet wurden.

Nachdem vier Werkstätten von unserer Partnerorganisation Bawa Hope in Nairobi, Kenia, von einem Brand zerstört wurden, gab es einen Spendenaufruf für deren Wiederaufbau. Wir konnten rund 4.000 Euro an Spendengeldern von den Weltläden sammeln, die zu einem Teil für den Aufbau der Werkstätten und den Ankauf von Maschinen, und zum anderen Teil für Lebensmittelpakete für die vom Brand betroffenen Produzent:innen von Bawa Hope aufgewendet wurden.

Ein weiteres Spendenprojekt haben wir gemeinsam mit dem Weltladen Hard organisiert. Das Projekt kam unserer Partnerorganisation Qhana

in Bolivien zugute, die unsere Alpakakleidung stricken. Der Weltladen hat dafür gemeinsam mit der Gemeinde Hard insgesamt rund 10.000 Euro zur Verfügung gestellt. Damit konnten acht Handstrickmaschinen und drei Nähstrickmaschinen angekauft werden. Ziel des Projekts war die Einkommensverbesserung der Strickerinnen.

START UND BEENDIGUNG DER ZUSAMMENARBEIT

Im letzten Jahr wurden vier neue Partnerorganisationen auf Beschluss des EZA-Partnerkomitees aufgenommen:

- ▶ Bundikakemba Growers Cooperative Society Ltd (BGCSL) produziert Bio-Kakao in Uganda
- ▶ Cooperative Producteur Cacao du Sambirano (COPROCASA) produziert Bio-Kakao in Madagaskar
- ▶ Suminter in Indien ist ein neuer Lieferant für Bio-Kardamom und Zusatzlieferant für weitere Gewürze
- ▶ Ellilta in Äthiopien stellt Schmuck aus recycelten Patronenhülsen her

Vier Partnerschaften wurden im vergangenen Geschäftsjahr auf Beschluss des EZA-Partnerkomitees beendet und laufen nun aus:

- ▶ uSisi in Südafrika

- ▶ Arum Dalu Mekar in Indonesien
- ▶ Kishor Exports in Indien
- ▶ Golden Palm Crafts in Sri Lanka

Im letzten Fall wurde uns die Einstellung des Betriebs bekannt gegeben. Golden Palm hat die Auswirkungen der Pandemie leider nicht überstanden.

EFTA-ASSESSMENTS – EVALUIERUNGEN DES FAIREN HANDELS

Im Rahmen unserer Mitarbeit in der Monitoring-Gruppe der EFTA (European Fair Trade Association) haben wir erstmals ein virtuelles EFTA-Assessment als Pilot für La Cucaracha in Kolumbien entwickelt und umgesetzt. Das Assessment dient zur Qualitätssicherung und überprüft die Einhaltung der Prinzipien bei Organisationen, die sich auf keinem anderen Weg einem Monitoring unterziehen.

Auch vor Ort konnten wieder Assessments durchgeführt werden. Im Mai 2021 haben wir nach fast zwei Jahren Pandemie das erste Vor-Ort-EFTA-Assessment mit Hilfe eines von uns ausgebildeten Consultants aus Guatemala durchgeführt. Nach dieser ersten positiven Erfahrung wird mit dem Consultant Oscar Cabrera auch in Zukunft zusammengearbeitet werden.

„ EINE GROSSE UNTERSTÜTZUNG IM LETZTEN JAHR WAR UNSERE PRAKTIKANTIN LUZIA. MIT IHRER HILFE KONNTEN WIR UNSERE DATENBANKEN FÜR DAS LAUFENDE MONITORING AKTUALISIEREN. “

Birgit Calix,
Partnerorganisationen im Süden



FAIRE HANDELS- PRAKTIKEN AUF DEM PRÜFSTAND

Im Rahmen unserer Mitgliedschaft bei der World Fair Trade Organisation (WFTO) führten wir im Frühjahr 2022 ein Self Assessment durch. Dabei wurden wir zu den Praktiken in unserem Unternehmen und in der Zusammenarbeit mit unseren Partnerorganisationen befragt und ein ausführlicher Bericht wurde erstellt.

Das Self Assessment orientiert sich an den zehn Prinzipien der WFTO. Für jedes Prinzip gab es eine Schlussbewertung von fünf Stufen (ambitioniert – erfüllt – verbesserungswürdig – nicht erfüllt – nicht anwendbar). Von insgesamt 156 Compliance-Kriterien konnten 144 auf die EZA angewendet werden. Das Ergebnis zeigt, dass wir die meisten Kriterien erfüllen.



Wir erfüllen den Großteil der Kriterien beispielsweise beim Prinzip 10 (Schutz der Umwelt). Im Bereich „Kontinuierliche Verbesserung“ streben wir an, unsere Verpackung so umweltfreundlich wie möglich weiterzuentwickeln. Das setzen wir bereits um, indem wir kein Aluminium bei Kaffeeverpackungen verwenden und eine heimkompostierbare Folie bei unseren Schokoladen eingeführt haben. Verbesserungswürdig ist das Angebot an Aus- und Weiterbildungen für Mitarbeiter:innen der EZA.

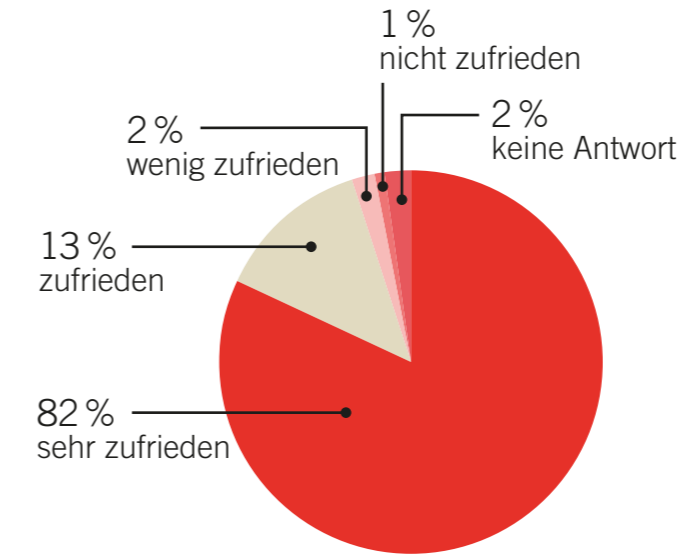
In weiterer Folge wurden unsere Partnerorganisationen befragt, wie zufrieden sie in der Zusammenarbeit mit der EZA sind (sehr zufrieden – zufrieden – wenig zufrieden – nicht zufrieden). Dieses sogenannte Reverse Assessment wurde von März bis Mai 2022 durchgeführt. Die Befragung

fand zu den WFTO-Prinzipien 1, 2, 3, 4, 8 und 10 statt, weil nur diese Kriterien auf die Zusammenarbeit mit unseren Partnerorganisationen zutreffen. Insgesamt konnte ein überwiegend positives Ergebnis erzielt werden.

Sehr positive Rückmeldungen kamen beispielsweise im Bereich Transparenz und Verantwortung: „Die regelmäßigen Updates der EZA geben uns ein klares Bild, insbesondere während der Pandemie. Wir werden regelmäßig über den Betrieb und die Verkaufssituation

während der Pandemie informiert“. Weniger zufrieden waren unsere Partnerorganisationen im Bereich Aus- und Weiterbildung. Dieser hat stark unter der Corona-Pandemie und den vielen Einschränkungen bei den internationalen Reisen und Vor-Ort-Besuchen gelitten.

Im Rahmen des sogenannten Peer Visits werden die Ergebnisse unseres Self Assessments und Reverse Assessments im kommenden Geschäftsjahr überprüft und an die WFTO rückgemeldet. Für die EZA übernimmt Marie-Claire Pellerin, Geschäftsführerin der Schweizer Fairhandelsgesellschaft Claro den Peer Visit. Wir werden uns im kommenden Jahr insbesondere den Kriterien widmen, die verbesserungswürdig oder nicht erfüllt sind.



- 1 CHANCEN FÜR BENACHTEILIGTE PRODUZENT/INNEN** (Icon: Key)
- 2 TRANSPARENZ UND RECHENSCHAFTS-PFLICHT** (Icon: Clipboard with magnifying glass)
- 3 FAIRE HANDELSPRAKTIKEN** (Icon: Thumbs up and people)
- 4 FAIRE BEZAHLUNG** (Icon: Scales with dollar sign)
- 5 KEINE AUSBEUTERISCHE KINDERARBEIT; KEINE ZWANGSARBEIT** (Icon: People with chains)
- 6 VERSAMMLUNGSFREIHEIT; KEINE DISKRIMINIERUNG; GESCHLECHTER-GERECHTIGKEIT** (Icon: People)
- 7 GUTE ARBEITSBEDINGUNGEN** (Icon: Gears and heart)
- 8 AUS- UND WEITERBILDUNG** (Icon: Puzzle pieces)
- 9 FÖRDERUNG DES FAIREN HANDELS** (Icon: Megaphone)
- 10 SCHUTZ DER UMWELT** (Icon: Hand holding a plant)

DIE ZEHN GRUNDSÄTZE DES FAIREN HANDELS

CLIMATE JUSTICE LET'S DO IT FAIR



Der Faire Handel besteht nicht nur darin, sich für eine faire Bezahlung einzusetzen. Es geht vielmehr auch um Bewusstseinsbildung, um Weiterentwicklung und um nachhaltiges Wirtschaften. In den Gesprächen mit unseren Partnerorganisationen stellen wir deshalb auch immer die Frage: „Wie wirkt sich der Klimawandel auf eure Arbeit aus?“ Bei der Antwort sind sich alle einig: Er ist bereits seit vielen Jahren spürbar – nicht nur durch höhere Temperaturen, sondern insbesondere durch die Unberechenbarkeit des Wetters. Dadurch sind Ernten bedroht oder verändert, es gibt Überschwemmungen oder lange Dürrephasen.

MEHR GERECHTIGKEIT FÜR DIE VOM KLIMAWANDEL BETROFFENEN

Wir können, neben der Unterstützung von Klimaprojekten, gegen das Problem ansteuern, indem wir eine Bewusstseinsbildung schaffen. „Climate Justice – Let's Do It Fair“ lautet der Titel einer Kampagne, die wir im letzten Jahr mit unseren Partnerorganisationen im Fairen Handel aus Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien gestartet haben. Im Zuge der Kampagne fordern wir mehr Klimagerechtigkeit und setzen und für Handelsgerechtigkeit ein.

In einem ersten Schritt wurde dafür eine Umfrage bei unseren Partnerorganisationen durchgeführt. Sie wurden ausführlich zu den Auswirkungen des Klimawandels auf ihre tägliche Arbeit befragt. Santiago Paz López, Co-Geschäftsführer der Kakao-Kooperative Norandino sagte dazu: „Es wird viel über den Klimawandel geredet, aber in der Praxis tut niemand etwas dagegen. Niemand gibt sein Wirtschaftswachstum auf. Wir müssen ernsthaft über das Thema sprechen“.

Es wurden die Auswirkungen des Klimawandels auf die lokalen Gemeinschaften und auf die Unternehmenstätigkeit erhoben. Darunter wurden etwa abnehmende Wasserressourcen, Schädlingsbefall oder Abwanderung in die Städte aufgrund extremer Wetterereignisse als Folgen genannt. Insbesondere in der Landwirtschaft gab es Veränderungen aufgrund des Wassermangels und dem darauffolgenden Schädlingsbefall oder dem Verdorren der Pflanzen.

STRATEGIEN, UM DIE AUSWIRKUNGEN DES KLIMAWANDELS BEWÄLTIGEN ZU KÖNNEN

In weiterer Folge wurden Strategien ausgearbeitet, wie sich unsere Partnerorganisationen dem Klimawandel anpassen können, um die

Auswirkungen zu bewältigen. Dazu zählen beispielsweise Initiativen zur Aufforstung, Drainagesysteme zum Sammeln von Wasser oder die Diversifizierung des Anbaus. Um die Auswirkungen zu verringern, wurden zusätzliche Maßnahmen identifiziert, wie die Nutzung erneuerbarer Energien, die Verwendung nachhaltiger Verpackungen oder die Reduktion des CO₂-Ausstoßes bei Transport und Logistik.

ROLLE DES FAIREN HANDELS

Unsere Rolle zeigt sich in zweierlei Hinsicht: Einerseits unterstützen wir nachhaltiges Wirtschaften und setzen uns dafür ein, dass die Produkte, die wir beziehen, nachhaltig und widerstandsfähig angebaut und produziert werden. Darum sind fast alle unserer Produkte Bio-zertifiziert. Andererseits schaffen wir Bewusstsein bei den Konsument:innen, verantwortungsvoll mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen und zu umweltfreundlichen Produkten zu greifen.

Zusätzlich wollen wir ein Netzwerk schaffen, das den Austausch ermöglicht und mit dem wir gemeinsam wachsen können. „Der Faire Handel unterstützt uns beim Umweltschutz und schafft ein Netzwerk, sodass wir mit diesem globalen Problem nicht alleine dastehen. Ich habe das Gefühl, dass ich nicht alleine daran arbeite, sondern dass es eine große Gemeinschaft ist, die sich um die Umwelt kümmert und darauf achtet, dass Nachhaltigkeit immer mehr Bestandteil unser aller Auftrag wird“, sagt Norm Bunnak von unserer Partnerorganisation Village Works in Kambodscha.

Die Kampagne wurde in Österreich gemeinsam mit den Weltläden im September 2021 lanciert. Dafür wurde ein eigenes Logo mit dem Claim „Climate Justice – Let's Do It Fair“ entwickelt, das in einem Paket mit vier kurzen Videoclips zum Thema, einer Dokumentation der Umfrage in

Form eines weiteren Videoclips, Bildelementen, Schaufensterfolien und weiteren Werbematerialien ausgespielt wurde.

AUCH IN ZUKUNFT ZEICHEN SETZEN

Im kommenden Jahr wird die Kampagne weitergeführt werden. Der Schwerpunkt wird dabei auf der Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft und dem Konsum gelten. Unsere deutsche Partnerorganisation GEPA hat im letzten Jahr bereits das Faire Frühstück eingeführt, bei dem fair gehandelte Produkte zum Frühstück konsumiert werden. Gerade beim Frühstück konsumieren wir Produkte, die zu einem großen Teil aus dem globalen Süden stammen: Kaffee, Kakao, Tee. Hier möchten auch wir ansetzen und Bewusstsein für ein faires Frühstück schaffen.

www.letsdoitfair.org



SRI LANKA IM AUSNAHMEZUSTAND



Unser Team vom Lebensmitteleinkauf traf Bernard Ranaweera, Vorsitzender von SOFA, bei der Biofach-Messe im Frühjahr 2022.

Unsere Partnerorganisationen in Sri Lanka hat es in diesem Jahr besonders hart getroffen. Neben der Pandemie, die die ganze Welt beherrscht hat, ist in dem Inselstaat eine Wirtschaftskrise mit gravierenden sozialen Folgen ausgebrochen. Auslöser war eine Staatspleite, worauf Importe verboten wurden, Lebensmittelkosten gestiegen sind und die Währung an Wert verloren hat. Unsere Partnerorganisationen waren und sind zudem von Materialknappheit und hohen Benzinpreisen betroffen.

MELDUNGEN AUS SRI LANKA

Die Organisation Gospel House Handicrafts stellt für die EZA Holzspielzeug her. Ihnen mangelte es an Farben und Verpackungsmaterial und durch den ungünstigen Wechselkurs gab es eine große finanzielle Unsicherheit. Shiran Karunaratne, der Geschäftsführer der Organisation, betonte, dass Bestellungen frühzeitig abgeschickt werden sollten, weil der Transport länger als sonst benötigte.

„Die Nichtverfügbarkeit von Treibstoff und Gas ist zum größten Problem geworden und stört die alltäglichen Aktivitäten aller Menschen. Im Moment ist der Transport unserer grünen Teeblätter zu den Fabriken kaum möglich und der Strom auf der ganzen Insel fällt täglich für mehr als vier

Stunden aus“ berichtete Bernard Ranaweera, Vorsitzender von SOFA, im Frühjahr 2022.

Die Mitarbeiter:innen der Organisation haben trotz alledem versucht, die wesentlichen Aktivitäten fortzusetzen und die Aufträge zu erfüllen. „Wir sind überzeugt, dass wir uns auch in dieser schwierigen Situation auf unsere langjährige Partnerschaft verlassen können. Sie ist die einzige Unterstützung, die wir haben.“

Tyrell Fernando, Geschäftsführer von PODIE, war im Sommer 2022 zu Gast in Köstendorf. Tyrell sah auch die Lösung in laufenden Bestellungen: „Inmitten all dieser Krisen können wir einerseits auf Unterstützung von NGOs hoffen. Um uns aber selbstständig weiterentwickeln zu können, müssen wir etwas verkaufen. Deshalb rufe ich euch dazu auf, unsere Produkte weiterhin zu kaufen, damit wir als Organisation weiterarbeiten können“.

WIR BLEIBEN AM LAUFENDEN

Diesem Auftrag gehen wir nach und bestellen auch weiterhin bei unseren Partner:innen. Auch wir sind von unseren Kund:innen abhängig und werden im kommenden Jahr die Situation im Blick behalten. Der Faire Handel ist unser Werkzeug, um unsere Partnerorganisationen in Sri Lanka zu unterstützen.

Die Nachwirkungen der Coronakrise haben im Handwerkseinkauf auch in diesem Geschäftsjahr Besuche bei den Partner:innen verhindert. Der einzige Besuch, der empfangen wurde, war von Suntoy aus Südafrika im Frühling 2022.

Die meisten Produzentengruppen waren von der Krise stark betroffen. Das betraf insbesondere die Produktion: es war eine große Herausforderung, die Bestellungen termingerecht produzieren zu können. In weiterer Folge gab es Verspätungen im See- und Luftverkehr, insbesondere bei den Lieferungen aus Asien.

Trotz der, nach wie vor, angespannten Situation konnten wir durch die gute Zusammenarbeit mit unseren Partner:innen und Speditionen unsere Lieferungen rechtzeitig empfangen. Ein weiterer

Erfolg war es, die Verkäufe von Handwerksprodukten trotz der Schließungen im Einzelhandel zu steigern.

Unsere Partnerorganisation Selyn aus Sri Lanka hat sich die Corona-Pandemie zum Anlass genommen und eine Kollektion an Real-Life-Heroes gestaltet. Die bunten Puppen aus Baumwolle stellen die Menschen dar, die während der Krise unsere Alltagsheld:innen waren und den Kampf gegen die Pandemie angeführt haben. Mit den Puppen können Eltern ihren Kindern die Wichtigkeit der alltäglichen Arbeit vor Augen führen, darunter Ärzt:innen, Krankenhelfer:innen, aber auch Menschen, die für Lieferdienste, Müllabfuhr oder den Lebensmitteleinzelhandel arbeiten.



EINKAUF IM HANDWERK NACH WIE VOR VON DER KRISE BESTIMMT

KAFFEE- PREIS HAUPT- THEMA IM LEBENS- MITTEL- EINKAUF



Eine Berg- und Talfahrt hat der Kaffeepreis im letzten Jahr unternommen und damit den internationalen Markt durcheinandergerüttelt. Im Zeitraum von Jänner 2021 bis Jänner 2022 hat sich der Preis für Rohkaffee an der Kaffeebörse verdoppelt. Im Jänner 2022 stand der Preis bei 240 USD. Diese Preisentwicklung hat auch uns beim Kaffeeinkauf getroffen.

Nachdem wir über die Dauer von fünf Jahren keine Erhöhung unserer Kaffeepreise vorgenommen hatten, wurde es im letzten Geschäftsjahr notwendig, die Preise für alle Kaffees anzuheben. In diesem Zeitraum wurden Inflationsanpassungen und Preissteigerungen von der EZA getragen. Die Gründe für die Preiserhöhung lagen aber nicht allein beim Weltmarktpreis des Kaffees, sondern auch daran, dass die Kosten für Dienstleistungen, Verpackungen und Transport gestiegen waren. Daraus ergab sich eine Preiserhöhung unseres Kaffees um durchschnittlich 20 Prozent. Mittlerweile ist der Kaffeepreis an der Börse wieder gesunken. Eine Vorschau ist aufgrund der volatilen internationalen Situation für uns schwierig.

Ein gestiegener Kaffeepreis bedeutet auf den ersten Blick mehr Einkommen für die Bäuerinnen und Bauern. Auf den zweiten Blick wird aber sichtbar, dass sehr viel an Preiserhöhungen

bei Zwischenhändlern oder internationalen Konzernen hängengeblieben ist. Aus diesem Grund ist für uns der direkte Handel mit den Kooperativen vor Ort so wichtig: Wir beziehen den Kaffee direkt ohne Zwischenhändler:innen und die Bezahlung kommt direkt bei den Kooperativen und in weiterer Folge bei den Kaffeebäuerinnen und -bauern an. Inklusiv Bio-, Fairtrade- und Qualitätsprämien konnten wir um ca. 60 Prozent mehr bezahlen.

NEUES KLEID FÜR COMPAÑERA

Im letzten Jahr haben wir einen Relaunch der Verpackung unserer Compañera-Schokoladen durchgeführt. Unsere Partneragentur d.signwerk hat die Gestaltung der gesamten Linie vorgenommen. Die Schokolade verkauft sich besser als zuvor. Zusätzlich wurde für alle Qualitätsschokoladen aus Schweizer Produktion eine neue Folie eingeführt, die sich über den Hauskompost entsorgen lässt. Damit setzen wir einen weiteren Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Der Schokoladenverkauf jedoch eher rückläufig.

Nach der erfolgreichen Testphase mit der Compañera-Schokolade haben wir entschieden, im kommenden Jahr weitere Verpackungen von Kaffee und Schokolade sukzessive auf ein neues und modernes Design umzustellen.



“ DURCH DIE DIREKTEN BEZIEHUNGEN DER EZA IM FAIREN HANDEL PROFITIEREN DIE KOOPERATIVEN, BÄUERINNEN UND BAUERN DIREKT VON PREIS-ERHÖHUNGEN. “

Michael Scherndl,
Einkaufsleiter Lebensmittel

EZA-TAG UNTER DEM MOTTO DER KLIMA- GERECH- TIGKEIT

Von 24. bis 26. September 2021 fand die jährliche, von der ARGE-Weltläden organisierte, Weltladenkonferenz in Salzburg statt. Ein Tag wurde von uns organisiert und stand unter dem Zeichen „Climate Justice – Let's Do It Fair!“. Zu diesem Anlass luden wir Personen zur Diskussion, die sich mit Klimagerechtigkeit und dem Klimawandel beschäftigen.

Der Vormittag war geprägt von der Klimaschutzbewegung. Dabei sprachen Florian Schlederer, Co-Autor des Buches „Ändert sich nichts, ändert sich alles“ und Mitorganisator des Klimavolksbegehrens und Brigitte Grahl, die sich mit den Herausforderungen in der Klimakommunikation beschäftigt, über ihre Motivation, sich in der Klimaschutzbewegung zu engagieren und über die Hürden und Chancen in ihrer Bewegung.

Bereits zum zweiten Mal wurden in diesem Jahr Personen aus dem globalen Süden digital zugeschaltet. Zu Beginn des Nachmittags sprachen Suranjit Ratna und Bertha Gity Baroi von der langjährigen EZA-Partnerorganisation CORR – The Jute Works aus Bangladesch von den zunehmenden Herausforderungen, die die Klimakrise für die Menschen in Bangladesch bedeutet. Extremwetter, Dürren und Überflutungen häufen sich vor Ort und erschweren die Lebensbedingungen der Menschen. Die Organisation

legt seit vielen Jahren einen starken Fokus auf Umwelt- und Klimaschutz. Sie setzt auf Auf- forschung und führte neue, natürliche Materialien in der Produktion ein, die den Extremwetter- bedingungen besser standhalten.

Taurino Reyes, Leiter der mexikanischen Bio- Zertifizierungsstelle Certimex (Certificadora Mexicana), berichtete von den Erfahrungen mexikanischer Kleinbäuerinnen und -bauern. Der biologische Landbau und der Erhalt der Bio- diversität als klimafreundlicher Ansatz im Anbau von Produkten, wie etwa Kaffee, sind wichtige Themen in seiner Arbeit. Rosa Maribel Méndez Hernández, Tochter eines Kaffeebauern der EZA-Partnerorganisation SPOSEL aus Mexiko, erzählte von ihrem Kleinunternehmen, das biologischen Dünger herstellt, und von den Chancen für junge Menschen in der Region.

Der EZA-Tag bei der Weltladenkonferenz hat viel positives Feedback bekommen. Rund 75 Prozent der Weltläden haben danach das Thema aufgegriffen und werden den Klimaschutz auch in Zukunft fest in ihrer Verkaufskommunikation verankern.

Im Oktober 2022 fand der EZA-Fachtag unter dem Motto „Kakao mit Zukunft“ mit dem Schwerpunkt der Lieferkette des Kakaos statt, bei der wir Gäste aus Peru zu Besuch hatten.

Der ehemalige Schauraum in unserer Zentrale in Köstendorf wurde im Sommer 2021 zum Shop umgestaltet. Ab sofort ist dort nicht mehr das gesamte EZA-Sortiment zu finden, sondern ausgewählte Produkte werden ansprechend präsentiert. Damit wurde ein erster Schritt für eine stärkere Präsenz für Endkund:innen in Köstendorf gesetzt.


In Zukunft ist geplant, mehr Bekanntheit in der Region zu erlangen. Bereits jetzt sind wir Mitgliedsbetrieb bei der Plusregion (Köstendorf, Neumarkt am Wallersee und Straßwalchen), über die wir an verschiedenen Aktionen teilnehmen und mehr Menschen in der Region erreichen wollen.



„ ICH KOMME SEIT VIELEN JAHREN IN UNSER FERIENHAUS UND ALS BESUCHERIN NACH WENG. SEIT 2005 DAS VERKAUFSLOKAL DER EZA IM NEUEN GEBÄUDE ERÖFFNET WURDE, BIN ICH REGELMÄSSIG KUNDIN UND FINDE DORT IMMER WIEDER ETWAS NEUES, KLEINE GESCHENKE UND NATÜRLICH DEN WUNDERBAREN KAFFEE! “

**Carla Politzer,
Kundin aus Kremsmünster**

VOM SCHAU- RAUM ZUM SHOP



„ MIT DER SÜDFRÜCHTE-AKTION TRAGEN WIR ZU BESSEREN PREISEN UND MENSCHENWÜRDIGEN ARBEITSBEDINGUNGEN BEI. MIT DEN WELTLÄDEN HABEN WIR ENGAGIERTE VERKAUFSTELLEN AN UNSERER SEITE. “

Gerd Haslinger, Vertriebsleiter
Weltläden und Großverbraucher:innen

Orangen, Mandarinen und Zitronen sind die Vitaminbomben in der Winterzeit. Sie reifen im Herbst und Winter heran, sodass wir sie den ganzen Winter über genießen können. Die meisten Südfrüchte, die bei uns genossen werden, kommen aus Spanien. Dort werden Einwanderer und Einwanderinnen aus Nordafrika als illegale Erntehelfer:innen auf dem Feld eingesetzt. Ihnen steht kein Recht auf eine Aufenthaltsgenehmigung zu und ihr Alltag ist geprägt von Ausbeutung.

Unsere spanische Partnerorganisation Oxfam Intermón hat sich das zum Anlass genommen, um die Arbeitsbedingungen im eigenen Land zu verbessern. Daraus ist das Projekt des solidarischen Nordhandels entstanden, bei dem sich die EZA Fairer Handel im Winter 2021/22 erstmalig beteiligt hat. Bei dem Projekt ist eine Direktvermarktungsinitiative und eine Stiftung für Migrant:innen involviert, die sich für einen Mehrpreis für die Südfrüchte einsetzen. Die direkte Vermarktung sorgt dafür, dass der höhere Preis ein sicheres Einkommen ermöglicht.


AKTION EIN GROSSER ERFOLG

An sechs Terminen von November 2021 bis März 2022 konnten Kartons zu je drei Kilogramm Orangen oder Mandarinen und Kartons

zu 3,5 Kilogramm Orangen-Zitronen-Mix in teilnehmenden Weltläden vorbestellt werden. Danach wurden alle Bestellungen gesammelt nach Spanien gesendet, wo die Früchte direkt geerntet und versendet wurden. Ungefähr zwei bis drei Wochen später konnten die Kund:innen ihre Bestellungen abholen.

Auch hinsichtlich der Qualität konnten die Südfrüchte unsere Kund:innen begeistern. Sie stammen aus biologischem Anbau, wurden von Hand gepflückt und haben einen idealen Reifegrad. Außerdem wurde kein Wachsüberzug verwendet und die Früchte wurden in keiner Form konserviert, was auch die Schale verwendbar macht. Das überzeugte die Kund:innen, weshalb die Aktion ein großer Erfolg war.

Durch die unkomplizierte Abwicklung und das ansprechende Angebot konnten in der gesamten Saison rund 67 Tonnen Südfrüchte verkauft werden. Somit wurde beschlossen, dass es die Aktion auch in der Saison 2022/23 wieder geben wird. In der neuen Saison werden dafür die Prozesse optimiert: Auf unserer Website können alle teilnehmenden Abholstationen eingesehen werden. Über ein Online-Formular können unsere Kund:innen ihre Südfrüchte direkt in den ausgewählten Laden bestellen und zwei Wochen später dort abholen.

 www.eza.cc/suedfruechte

SÜD- FRÜCHTE: ERSTES PROJEKT IM SOLIDA- RISCHEN NORD- HANDEL

NEUER VERKAUFS- ZWEIG: ROH- KAFFEE FÜR KLEIN- RÖSTE- REIEN

Der Trend zeichnet sich bereits seit ein paar Jahren ab: Kaffee-Kleinröstereien schießen in ganz Österreich in die Höhe. Das Besondere am neuen Trend ist, dass der Kaffee schonend, im Langzeitverfahren und in kleinen Mengen geröstet wird und somit ein besonderes Aroma entwickelt, das in der industriellen Produktion nicht entsteht. Zu kaufen gibt es den Kaffee dann im eigenen Rösterei-Laden, im eigenen Café, online, oder im regionalen Lebensmitteleinzelhandel.

HÖCHSTE QUALITÄT FÜR ANSPRUCHSVOLLE KUND:INNEN

Gute Qualität in der Tasse fängt aber bereits beim Rohstoff an. Die Röstereien wollen den besten Rohkaffee für ihre Röstung. Bisher wurde der Kaffee im Ausland bestellt – mit hohen Transportkosten und langen Lieferzeiten. Das haben wir uns zum Anlass genommen und bieten seit 2022 hochqualitativen Rohkaffee direkt ab Lager in Köstendorf am Wallersee an. Die Röstereien bekommen den Rohkaffee in den typischen Jutesäcken innerhalb weniger Tage geliefert.

Wir bieten dabei nicht nur höchste Qualität für unsere Kund:innen, sondern auch die höchsten Zertifizierungen: Der Kaffee ist sowohl mit dem EU-Bio- als auch dem Fairtrade-Siegel zerti-

fiziert. Wenn die Röstereien selbst zertifiziert sind, können sie ihren Kund:innen höchste Bio-Qualität und Transparenz gewährleisten. Viele der Kaffeesorten sind zudem direkt gehandelt. Sie tragen das Direct-Trade-Siegel der EZA Fairer Handel, welches garantiert, dass der Kaffee direkt und ohne Umwege bei der jeweiligen Kooperative gekauft wird. Der Kaffee ist bis zu seinem Ursprung rückverfolgbar, ohne unnötigen Zwischenhandel. Angeboten werden Arabica-Hochland- und Robusta-Kaffeesorten aus Lateinamerika, Afrika und Asien.

ONLINESHOP UND KAFFEE-WISSEN

Für den Verkauf wurde eine neue Website lanciert, auf der wir, neben dem Verkauf, unser Kaffeewissen teilen und über den fairen Handel informieren. Ein Verkaufsaußendienstmitarbeiter ist für die Kundenakquise und den Vertrieb ausschließlich für das Rohkaffee-Projekt angestellt worden.

Der Kaffee im Jutesack wird in Mengen von 30 bis 70 kg (je nach Ursprung) mit Versand nach Österreich und Bayern angeboten. Im kommenden Jahr ist geplant, in der Szene der Kleinröster:innen Fuß zu fassen und ein Bewusstsein für fairen Biokaffee zu schaffen.

➔ www.rohkaffee.at

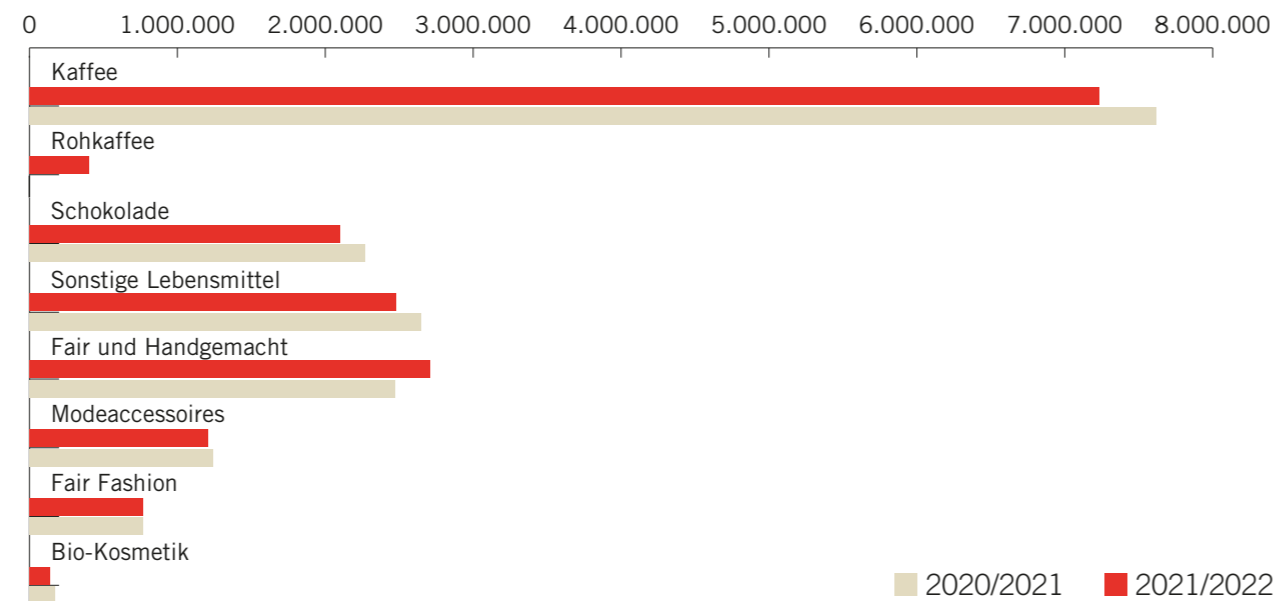
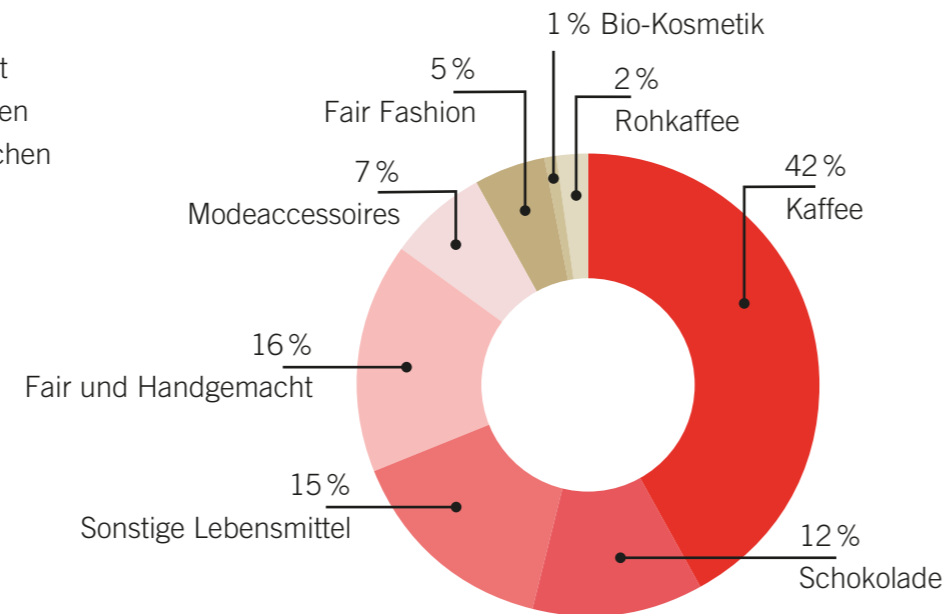


“ KLEIN-
RÖSTER:INNEN
KENNEN SICH SEHR
GUT MIT KAFFEE
AUS. DA IST VIEL
VORWISSEN
GEFRAGT. ”

Michael Schölzl, Vertrieb für
Rohkaffee in der EZA

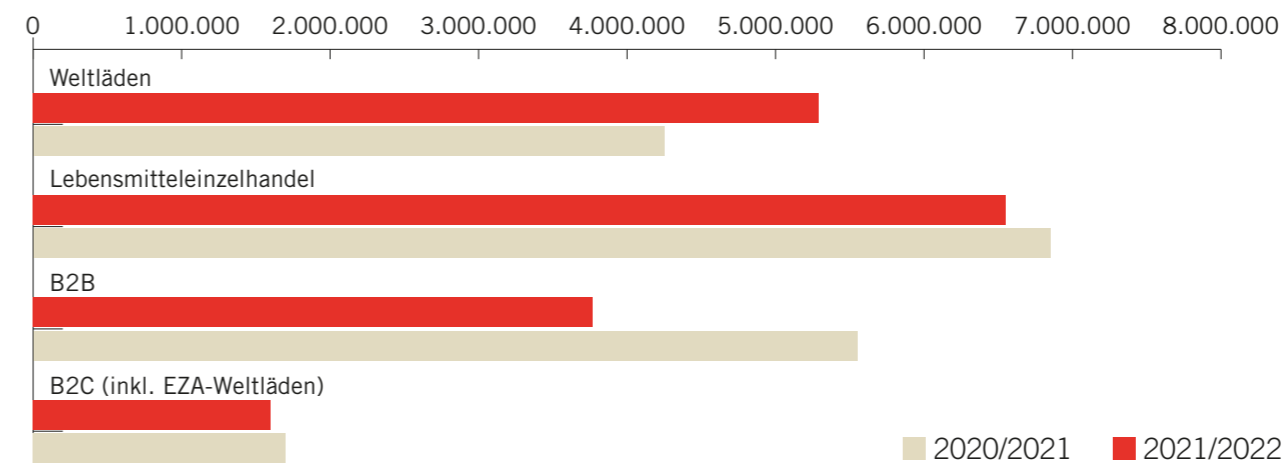
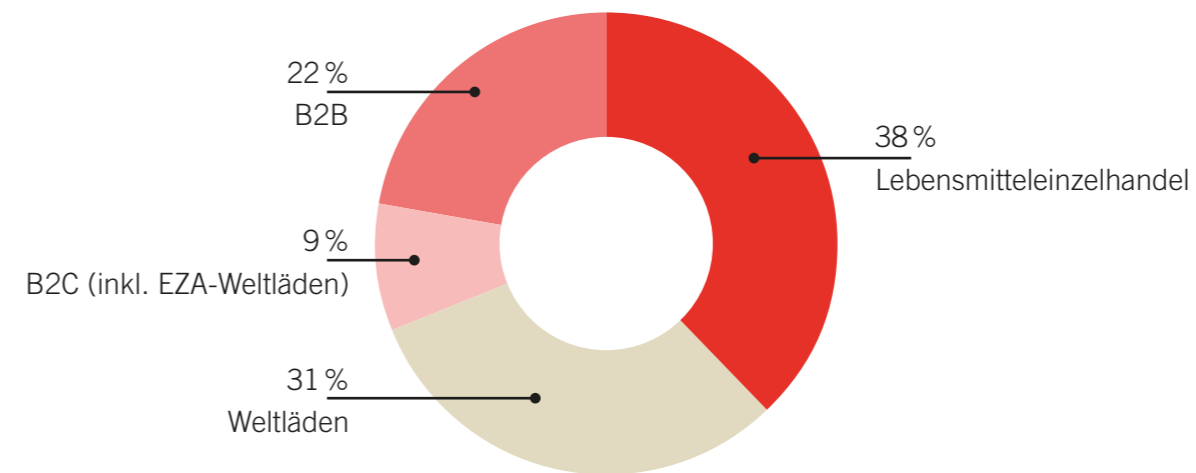
UMSÄTZE NACH ARTIKEL- GRUPPEN

Der Umsatz setzt sich aus folgenden Sortimentsbereichen zusammen:



28

UMSÄTZE NACH KUNDEN- KANÄLEN



29

BILANZ PER 30. JUNI 2022

alle Angaben in Tausend Euro	2020/21	2021/22	Veränd.
Immaterielle Vermögensgegenstände	336	426	26,9 %
Sachanlagen	1.628	1.480	-9,1 %
Finanzanlagen	0	0	0,0 %
Anlagevermögen	1.964	1.907	-2,9 %
Vorräte	5.952	8.609	44,6 %
Forderungen & sonstige Vermögensgegenstände	1.363	1.297	-4,8 %
Kassenbestand & Guthaben bei Kreditinstituten	502	71	-85,8 %
Umlaufvermögen	7.817	9.978	27,6 %
Aktive Rechnungsabgrenzung	22	42	93,9 %
Aktive latente Steuern	107	87	-18,8 %
Aktiva	9.910	12.013	21,2 %
Eigenkapital	1.900	1.848	-2,8 %
Investitionszuschüsse	2	43	2.130,5 %
Rückstellungen	1.103	840	-23,9 %
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.146	1.646	43,7 %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.093	1.993	82,4 %
sonstige Verbindlichkeiten	4.667	5.644	20,9 %
Passiva	9.910	12.013	21,2 %

AKTIVA

Der Wert der Vorräte liegt zum Stichtag stark über dem Vorjahr. Der höhere Bestand resultiert zum einen aus der Kaffeepreiserhöhung bis zu 100 Prozent und zum anderen aus der früheren Anlieferung der Container.

Aufgrund des höheren Liquiditätsbedarfs haben sich die Banksalden verringert bzw. zu einer Ausnutzung der Warenkreditlinie geführt.

PASSIVA

In den Investitionszuschüssen ist die awsförderung für die Umstellung des ERP-Systems enthalten.

Der Rückgang der Rückstellungen resultiert im Wesentlichen aus der Umgliederung der Abfertigungsansprüche der im Geschäftsjahr 2022/23 ausscheidenden Mitarbeiter:innen in der Höhe von 181 TEUR in die sonstigen Verbindlichkeiten.

Der Anstieg der Verbindlichkeiten bei Kreditinstituten kommt aus der Ausnutzung der Warenkreditlinie.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind aufgrund der höheren Vorräte von Lebensmitteln angestiegen. Die Erhöhung der sonstigen Verbindlichkeiten ergibt sich aus den Kleindarlehensgeber:innen.

Umgliederung bei den Verbindlichkeiten: Es wurden die Verbindlichkeiten der Kleindarlehensaktion in die sonstigen Verbindlichkeiten umgegliedert. Die Summe der sonstigen Verbindlichkeiten ist damit um 20,9 Prozent angestiegen.

Das Geschäftsjahr der EZA Fairer Handel GmbH umfasst den Zeitraum von 01.07.2021 bis 30.06.2022.

„ AN DER EZA SCHÄTZE ICH DEN SEHR WERTSCHÄTZENDEN UMGANG MIT DEN PRODUZENT:INNEN UND DASS DIE BEGEGNUNGEN MIT IHNEN IMMER AUF AUGENHÖHE STATTFINDEN; DEN AUSTAUSCH MIT DEN WELTLÄDEN UND DIE VIELEN HINTERGRUNDINFORMATIONEN ZU DEN PRODUKTEN UND PRODUZENT:INNEN. DIESES WISSEN IST VON GROSSER WICHTIGKEIT FÜR DIE TÄGLICHE ARBEIT IM WELTLADEN. ICH SCHÄTZE EURE AKTIONEN, WIE DEN SOLIDARISCHEN HANDEL MIT DEN SÜDFRÜCHTEN, DA DIESE NICHT NUR NEUKUND:INNEN, SONDERN AUCH EINE NEUE PERSPEKTIVE FÜR DEN FAIREN HANDEL BEDEUTEN.“

Gertrude Jaksch-Fliegenschnee,
Weltladen Baden

GEWINN- UND VERLUST- RECHNUNG

alle Angaben in Tausend Euro	2020/21	2021/22	Veränd.
Warenumsatz	17.197,0	17.154,9	-0,2 %
Erlösschmälerungen und Skonti	-550,5	-847,7	54,0 %
sonstiger betrieblicher Ertrag	443,7	327,4	-26,2 %
Nettoumsatz	17.090,2	16.634,6	-2,7 %
Wareneinsatz	-10.834,1	-10.920,2	0,8 %
Rohertrag	6.256,1	5.714,4	-8,7 %
Personalaufwand	-3.594,0	-3.444,6	-4,2 %
Afa	-280,0	-290,4	3,7 %
sonstiger betrieblicher Aufwand	-2.264,6	-1.903,8	-15,9 %
Summe Kosten	-6.138,6	-5.638,8	-8,1 %
Operatives Betriebsergebnis	117,5	75,6	-35,7 %
Zinsaufwand/Ertrag	-114,5	-106,2	-7,2 %
Betriebsergebnis	3,0	-30,6	-1.120,0 %
KöSt	-8,8	-1,8	-79,5 %
Latente Steuern	22,8	-20,0	-187,7 %
Jahresergebnis	17,0	-52,3	-407,6 %

Der Warenumsatz liegt auf Vorjahresniveau.

Durch Umgliederungen zwischen sonstigen betrieblichen Erträgen und sonstigen betrieblichen Aufwendungen verringert sich der Nettoumsatz zum Vorjahr um 456 TEUR.

Durch interne Organisationsmaßnahmen konnten Personalkosten im Vergleich zum Vorjahr eingespart werden.

Bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen (Kosten) gab es im Vergleich zum Vorjahr einige Umgliederungen in die sonstigen betrieblichen Erträge.



KURZ GESAGT



Auch dieses Jahr führen wir wieder unsere Südfrüchte-Aktion durch. Dieses Jahr können unsere Kund:innen direkt über ein Online-Formular ihre Bestellungen aufgeben. Das erleichtert jede Bestellung und hat bereits Auswirkungen gezeigt: wir konnten in der ersten Bestellrunde im November 2022 eine Rekordmenge von rund 25 Tonnen Südfrüchte ausliefern.



Im vergangenen Jahr wurde nach der Pensionierung von Andrea Reitingner die Abteilung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit umgestellt auf Marketing. Der neue Schwerpunkt ist Werbung im digitalen Bereich, um neue und jüngere Zielgruppen ansprechen zu können.



Bereits im Jahr 2020 wurde die Stelle für Qualitätssicherung eingerichtet. Im vergangenen Geschäftsjahr konnten Prozesse eingeführt und die Qualitätssicherung auf ein solides Fundament gestellt werden. Nun können wir die Qualität unserer Lebensmittel direkt bei der Ankunft im Lager testen und auf Qualitätsschwankungen rasch reagieren.



Seit dem Geschäftsjahr 2021/22 lassen wir unseren Kaffee wieder in Österreich rösten. Die Rösterei Sacher's in der Nähe von Wien röstet unseren Orgánico Espresso für den Lebensmitteleinzelhandel. Damit verkürzen sich auch unsere Transportwege und wir sparen CO₂ ein.

