

# GESCHÄFTS BERICHT 2003/04



*EZA-Entwicklungszusammenarbeit  
mit der Dritten Welt Ges.m.b.H.  
[www.eza3welt.at](http://www.eza3welt.at)*

GERECHT HANDELN – SINNVOLL KAUFEN.

**EZA3  
WELT**

DIE IMPORTORGANISATION FÜR FAIREN HANDEL.

# DER FAIRE HANDEL

**D**ie EZA-Dritte Welt Ges.m.b.H. ist Österreichs größte Importorganisation für Fairen Handel und verfügt über 29 Jahre Erfahrung in diesem Bereich. 1975 wurde sie nach niederländischem Vorbild gegründet. Gesellschafter sind die Aktion 3.Welt-A3W e.V., Horizont 3000 sowie die Katholische Männerbewegung Oberösterreich und Österreich.

*„Der Faire Handel – Fair Trade – ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Er leistet einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung, indem er bessere Handelsbedingungen bietet und die Rechte benachteiligter ProduzentInnen und ArbeiterInnen – speziell in den Ländern des Südens – sichert. Fair Trade Organisationen engagieren sich – gestärkt durch VerbraucherInnen – aktiv für die Unterstützung der ProduzentInnen, für Bewusstseinsbildung und Kampagnenarbeit, um die Regeln und Praktiken des konventionellen Handels zu verändern.“\**

\*Auf diese gemeinsame Definition von Fair Trade einigten sich im Dezember 2001 die VertreterInnen von FLO (Fair Trade Gütesiegel-Organisationen), IFAT (International Federation for Alternative Trade, s. S. 8), NEWS! (Vertretung der nationalen Weltladendachverbände in Europa) und EFTA (Vertretung von Fair Trade Importorganisationen, s. S. 8)



EZA-Entwicklungszusammenarbeit  
mit der Dritten Welt Ges.m.b.H.  
Plainbachstr. 8  
5101 Bergheim  
Tel.: +43 (0)662 45 21 78  
Fax: +43 (0)662 45 25 86  
E-Mail: office@eza3welt.at  
Homepage: www.eza3welt.at

## 1 | AKTIVITÄTEN

### SEPTEMBER 2003 WELTLADENKONFERENZ

**V**on 19.-21. September fand im Brunauer Zentrum in Salzburg eine gesamtösterreichische Weltladenkonzert statt, an der 94 Personen aus 48 Weltläden teilnahmen. Die ARGE-Weltläden, der Dachverband der Fachgeschäfte für Fairen Handel, stellte der EZA-Dritte Welt auch bei dieser Konferenz einen Tag zur Gestaltung und Organisation zur Verfügung. Im Zentrum stand diesmal Sri Lanka und die Einstimmung auf die für Oktober geplanten Schwerpunktwochen. Die TeilnehmerInnen wurden mit einer singhalesisch-tamilischen Begrüßungszeremonie willkommen geheißen. Das Sri Lanka Video „Begegnungen“ (siehe weiter unten) bot einen ersten Einblick in die Welt der EZA-Partnerorganisationen. Anschließend informierte der Sri Lanka Experte Walter Keller über Geschichte und aktuelle Situation des Landes sowie über die Hintergründe und Folgen des 20-jährigen Bürgerkrieges zwischen TamilInnen und SinghalesInnen und die Perspektiven für einen dauerhaften Frieden. Der Sozialarbeiter Godwin Rajendranath berichtete über die Situation der Teeplückerinnen und die Sozialprogramme auf der Bio-Teeplantage Idulgashena. Sarath Ranaweera, Agronom mit Spezialisierung im ökologischen Landbau erläuterte die Besonderheiten des biologischen Gewürz-anbaus am Beispiel des von ihm geführten Unternehmens Bio-Foods. Die Diskussionsrunden mit den Referenten am Nachmittag dienten der inhaltlichen Vertiefung, sodass die TeilnehmerInnen eine Fülle von Hintergrundinformationen für die Arbeit im Weltladen mitnehmen konnten. Der Sri Lanka Schwerpunkttag endete mit einer tamilischen Tanzvorführung – ein beeindruckendes Beispiel der reichhaltigen Kultur des Landes.

### VIDEO

Im Rahmen der Sri Lanka Reise von EZA- und WeltladenmitarbeiterInnen im März 2003 wurde gemeinsam von Manfred Wimmer, professioneller Amateurfilmer aus St. Johann i. Tirol und der EZA-Dritte Welt ein 45-minütiges Video mit dem Titel „Begegnungen –

Beispiele Fairen Handels in Sri Lanka.“ produziert. Das Video dokumentiert die Reise zu den TeeplückerInnen auf Idulgashena im Hochland der Uva-Region, zu Gewürzbauern und -bäuerinnen von Bio-Foods und Podie in der Zentralregion um Kandy und zu den Spielzeugproduzenten von Gospel House an der Westküste der Insel. Es wurde jedem Weltladen zur Verfügung gestellt und ist auch im EZA-Verleih erhältlich.

### EZA-INFO 09/03

„Fair handeln verändert“ titelte das EZA-Info vom September 2003. Berichte über die Partnerorganisationen in Sri Lanka bildeten den Schwerpunkt.

### WELTLADEN GRAZ CITYPARK

Der erste Weltladen Österreichs in einem Einkaufszentrum öffnete im September 2003 seine Türen. Damit soll getestet werden, wie ein Fachgeschäft für Fairen Handel an Standorten dieser Art funktioniert und inwieweit dadurch völlig neue Zielgruppen für den Fairen Handel gewonnen werden können. Da solche Investitionen teuer und risikoreich sind, haben sich der bestehende Weltladen in der Mandellstraße in Graz und die EZA zu einer Kooperation entschlossen. Das unternehmerische Risiko wurde zwischen beiden Vertragspartnern aufgeteilt, zudem finanzierte die EZA die Einrichtung.

### SPAR MESSE IN GRAZ

Die EZA-Dritte Welt präsentierte sich in Kooperation mit FAIRTRADE mit einem Produktstand und einem Vortrag über Fairen Handel auf der SPAR-Messe für die Steiermark und das südliche Burgenland in Graz. Das Produktsortiment (EZA-Kaffees, EZA-Schokoladen und EZA-Tees) überzeugte ebenso wie die Rahmengestaltung: Kassaye Adefris vom Weltladen Innsbruck röstete gemeinsam mit seiner Frau Wubayehu Kaffee, so wie sie es aus Äthiopien, ihrer früheren Heimat und dem Ursprungsland des Kaffees, kennen und boten ihn mit original äthiopischen Leckerbissen den Gästen an. FAIRTRADE warb für faire Bananen und sorgte für musikalische Umrahmung. Der Auftritt erfreute sich großer Zustimmung und brachte der EZA den ersten Platz für vorbildliche und originelle Produktpräsentation.

*„Im Fairen Handel ist für mich wichtig, dass ein Mindestpreis für unser Produkt garantiert wird, aber auch, dass wir dadurch bessere Chancen auf Bildung und auf Gesundheit haben.“*

*Ederaldo dos Santos Vieira, Orangenbauer, CEALNOR, Brasilien*

### FAIRE WOCHEN IN SALZBURG

Faire Wochen gab es im September/Oktober im Bundesland Salzburg. Das EU-kofinanzierte Projekt wird seit dem Jahr 2001 in verschiedenen Bundesländern regelmäßig durchgeführt. Es wird von der Südwind Agentur und der Gütesiegelorganisation FAIRTRADE getragen. Mit der Koordination des Programms in Salzburg war Südwind Entwicklungspolitik Salzburg betraut, die EZA-Dritte Welt war neben ERNTE-Verband, Klimabündnis u.a. ein starker Partner.

So konnte im Rahmen der Fairen Wochen ein zweiwöchiges Programm mit Bruno Alvarez, dem Geschäftsführer der Kaffeebauernvereinigung CECAPRO, umgesetzt werden.

Bei zahlreichen Veranstaltungen im Bundesland Salzburg berichtete Bruno Alvarez über seine Organisation, den biologischen Kaffeeanbau, die Auswirkungen der Kaffeekrise auf sein Land und die Kooperation mit EZA-Dritte Welt, die CECAPRO von Beginn an begleitet. Weiters beteiligte sich die EZA an der Gestaltung eines MultiplikatorInnenseminars zu Fairem Handel.

### OKTOBER 2003

#### SRI LANKA SCHWERPUNKT

An den Sri Lanka Schwerpunktwochen haben sich – mit unterschiedlicher Intensität – alle Weltläden beteiligt. Sie wurden dabei von der EZA nicht nur durch die vorbereitende Konferenz, sondern auch durch ein vielfältiges Materialienpaket unterstützt.

Godwin Rajendranath von der Idulgashena Teeplantage nützte seinen zehntägigen Aufenthalt in Österreich für den Besuch von Weltläden vor allem in Ostösterreich und überzeugte als Botschafter einer fairen Teekultur.

### NOVEMBER 2003

#### FAIR SCHENKEN

350.000 Haushalte wurden in Österreich mit dem Weihnachtspostwurf „Fair Schenken“ beschickt.

Die Kooperation zwischen EZA und Weltläden hat ein weiteres Mal dazu beigetragen, auf das reichhaltige Angebot in den Fachgeschäften für Fairen Handel hinzuweisen und so vielen Menschen die Suche nach einem geschmack- und zugleich sinnvollen Geschenk zu erleichtern.



**ORANGENERNTE BEI CEALNOR, Bahia, Brasilien.** – Bild: Jürgen Kleinke

### MÄRZ 2004

#### REISE NACH GUATEMALA

Sie haben mittlerweile Tradition: Die EZA-Reisen für WeltladenmitarbeiterInnen zu unseren Partnerorganisationen im Süden. Nach Mexiko, Nicaragua, Ghana und Sri Lanka folgte im März 2003 Guatemala. Besucht wurden die Kaffeebauernvereinigung CECAPRO, VertreterInnen der Honig- und KaffeeproduzentInnen von Guaya'b, WeberInnen und HandwerkerInnen von Pop Atz'iak und die Glasbläser von Copavic. Die TeilnehmerInnen bekamen darüber hinaus die Möglichkeit, sich über die Situation der Menschenrechte in Guatemala zu informieren. Die Auseinandersetzung mit den ProduzentInnen vor Ort, mit ihren Lebensgeschichten und Arbeitsbedingungen, mit einer wirtschaftlichen, politischen, sozialen und kulturellen Situation, die von starken Gegensätzen bis hin zu Rassismus gegenüber der Maya-Bevölkerung geprägt ist, hat bei den TeilnehmerInnen einen starken Eindruck hinterlassen. Die Erfahrungen können in der Weltladenarbeit weitergegeben werden.

### MAI 2004

#### WORLD FAIR TRADE DAY

Der World Fair Trade Day am 8. Mai wurde als Weltladentag wieder besonders von den Fachgeschäften für Fairen Handel für zahlreiche Aktivitäten genutzt. Die ARGE-Weltläden setzte diesmal den Akzent auf Brasilien. Vor allem

junges Publikum sollte angesprochen werden. Thematisiert wurden Programme zur Bekämpfung von Armut und Hunger sowie die Situation von Kleinbauern und -bäuerinnen in Brasilien. Auf Einladung der ARGE Weltläden und der EZA-Dritte Welt war der 24-jährige Ederaldo dos Santos Vieira von der Orangenbauernvereinigung Cealnor in Bahia zwei Wochen zu Gast in Österreich. Begleitet wurde er von Thomas Bauer, einem Österreicher, der in Bahia lebt und im Rahmen der Landarbeiterpastoral arbeitet. Merida Orangensaft, der Multifruchtsaft Batida del Mundo und die Cola-Alternative Guarinito mit dem koffeinhaltigen Guaraná aus dem Amazonasurwald waren die „brasilianischen Begleiter“ auf der Tour – EZA-Getränke, in denen nicht nur voller Geschmack, sondern auch Zukunftsperspektiven für ProduzentInnen im Süden und deren Kinder stecken.

### EZA-INFO 05/04

„Weil Fairness Power gibt“ titelte das EZA-Info vom Mai 2004 in Anspielung auf den Slogan, mit dem das neue Guarinito beworben wird. Es war die Schwerpunktnummer zum World Fair Trade Day und berichtet u.a. über die Partnerorganisationen, die hinter Guarinito und fair gehandelten Fruchtsäften stehen sowie über Reis aus Fairem Handel.

Impressum: Herausgeber und Medieninhaber (Verleger): EZA-Entwicklungszusammenarbeit mit der Dritten Welt Ges.m.b.H., Redaktion: Andrea Schlehner, Andrea Reitinger. Alle: Plainbachstr. 8, 5101 Bergheim, DVR-Nr. 0419605, Telefon: 0662 452178, Fax: 0662 452586, E-Mail: office@eza3welt.at, Homepage: www.eza3welt.at  
Bildnachweis Titelseite: Manfred Wimmer.

## 2 | UNSERE PARTNERINNEN IM SÜDEN

Die EZA-Dritte Welt GmbH. arbeitet mit rd. 100 Partnerorganisationen in 30 Ländern Lateinamerikas, Afrikas und Asiens zusammen. Die Bandbreite reicht von kleineren Handwerksvereinigungen mit unter 50 Mitgliedern bis zu Kleinbauernzusammenschlüssen von bis zu über 40.000 Mitgliedern.

Einen Teil der Waren bezieht die EZA direkt, bei Handwerk sind dies fast 100%, ein Teil wird über andere faire Importorganisationen an die EZA geliefert. Die Einbindung in ein internationales Netzwerk fairer Handelsorganisationen ist dabei zentral. Sie ermöglicht Kooperation u.a. in Fragen der Produktentwicklung, Produktbeschaffung, der Information über und Begleitung von Partnerorganisationen im Süden. Wesentlich ist, dass Transparenz vom Beginn der Produktionskette bis zum Verkaufsregal gewährleistet werden kann und die faire Handelsbeziehung jenen zu Gute kommt, die am Beginn dieser Kette stehen.

Die positive Umsatzentwicklung der EZA-Dritte Welt hat sowohl im Handwerks- als auch im Lebensmittelbereich dazu geführt, dass wir unseren Partnerorganisationen größere Mengen als bisher abnehmen konnten. Ein Beispiel ist Kaffee. Hier steigerte die EZA ihre Verkaufsmengen innerhalb von vier Jahren um ganze 60%. Angesichts anhaltend niedriger Kaffeepreise auf dem Weltmarkt ist der Zugang zum Fairen Handel oft der einzige Ausweg aus dem Ruin und eine Basis, auf der Zukunftsplanung möglich wird.

Besonders erfreulich ist die Entwicklung unserer Handwerksumsätze, die im abgelaufenen Geschäftsjahr um knapp 38% gesteigert werden konnten. Für Handwerksvereinigungen ist der Faire Handel oft ein erster „Türöffner“ in den Exportmarkt, für manche auch die einzige Möglichkeit, ihre Produkte zu angemessenen Preisen, mit der entsprechenden Begleitung und im Rahmen einer Handelspartnerschaft zu verkaufen, die auf die besonders schwierigen Rahmenbedingungen Rücksicht nimmt, unter denen die ProduzentInnen leben und arbeiten.

Über die Handelsbeziehung hinaus unterstützte die EZA im abgelaufenen Geschäftsjahr den Aufbau einer Holz-

werkstatt beim Movimiento Indígena Monimbó in Nicaragua, die Anschaffung von Nähmaschinen und die Einrichtung eines Büros bei Kalangu Co-operative in Ghana sowie die Einführung eines Total Quality Management Systems zur Qualitätssicherung im Gewürzbereich bei Podie in Sri Lanka.

Besuche von PartnerInnen aus dem Süden und Reisen von EZA-MitarbeiterInnen zu unseren Partnerorganisationen verstärken den direkten Kontakt und ermöglichen eine Auseinandersetzung über gegenseitige Erwartungen und die Entwicklung der fairen Handelsbeziehung.

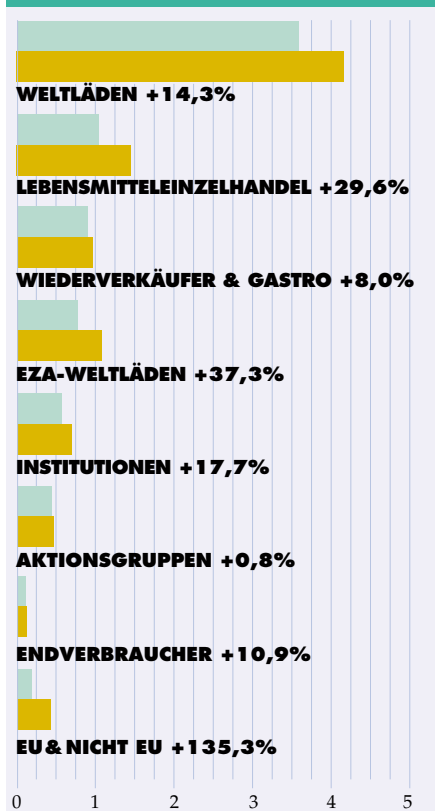
### REISEN ZU UNSEREN PARTNERINNEN

EZA-MitarbeiterInnen reisten im Berichtszeitraum nach Mexiko zu UCIRI, Yeni Navan-Michizá, FIECH, Tzajib Babi, ISMAM, Posi (alle Bio-Kaffee) und Xochipilli (Glas und Keramik), nach Guatemala zu Guaya'b (Honig und Kaffee), CECAPRO, (Kaffee, zum Teil Bio-Kaffee), Pop Atz'iak (Hängematten, Jonglierbälle u.a.), Copavic (Glas), nach Nicaragua zum Movimiento Indígena Monimbó (Hängematten) und Cerámica por la Paz (Keramik), nach Indien zu Tara (Modeschmuck, Dekorgegenstände, Specksteinprodukte), Tibetan Refugees (Taschen, Klanginstrumente, Modeschmuck), EMA (Musikinstrumente, Seidentücher, Lederartikel, u.a.), CRC (Lederwaren und Textilien), SKVIS (Seidenschals und Tücher) und Sipa (Textilien, Glasfiguren, Speckstein).

### BESUCHE AUS DEM SÜDEN

VertreterInnen folgender Organisationen haben die EZA-Dritte Welt im Berichtszeitraum besucht: Getrade (Ghana, Djemben, Bolgakörbe), Sipa (Indien, Textilien, Glasfiguren, Speckstein), Jute Works (Bangladesh, Jute- und Terracotta-Produkte), EMA (Indien, Musikinstrumente, Seidentücher, Lederartikel, u.a.), Sasha (Indien, Leder- und Seidenprodukte), Machakos (Kenia, Holz- und Steinwaren, Masken), Ciap (Peru, Strickaccessoires und Tonfiguren), Jilata (Bolivien, Strickwaren), Cealnor (Brasilien, Orangensaft), FIECH (Mexiko, Bio-Kaffee), CECAPRO (Guatemala, Kaffee, Bio-Kaffee), Idulgashena (Sri Lanka, Bio-Tee), Bio Foods (Sri Lanka, Bio-Gewürze).

### UMSÄTZE PRO KUNDENKANAL



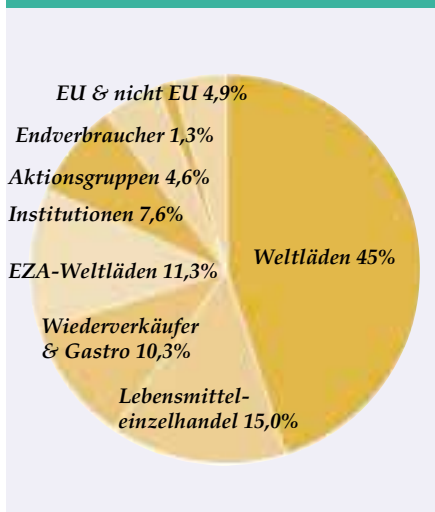
### UMSÄTZE PRO KUNDENKANAL

2002/2003 2003/2004

### GESAMTUMSATZ

2002/2003 7.547.700 Euro  
2003/2004 9.104.546 Euro

### ANTEIL AM UMSATZ



## 3 | UNSERE KUNDINNEN

In den letzten vier Geschäftsjahren hat die EZA ihren Umsatz um 85% gesteigert. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2003/04 allein konnten wir einen erfreulichen Umsatzzuwachs von 20,6% erzielen. Der Hauptgrund dafür liegt im Ausbau der stärksten Kundenkanäle Weltläden inklusive EZA-eigene Weltläden und Supermärkte, aber auch bei den Institutionen konnten weitere KundInnen gewonnen werden.

### WELTLÄDEN

Die Weltläden als unsere stärkste Kundengruppe verzeichneten auch dieses Jahr einen weiteren Umsatzanstieg von 14,3% auf knapp 4,2 Mio Euro. Dieser Zuwachs geht zum Großteil auf neu gegründete Weltläden zurück. Allein im letzten Jahr wurden 7 neue Weltläden eröffnet. Insgesamt gibt es inzwischen 79 Weltläden in Österreich, mit denen die EZA 45% ihres Gesamtumsatzes macht. Ein neues Ladenkonzept der ARGE Weltläden, nach dem bereits einige Umbauten und Neugründungen erfolgten, zeigt eine deutlich positive Wirkung auf den Umsatz. In Kooperation mit dem bestehenden Weltladen Graz wurde der erste Weltladen in einem Einkaufszentrum – im Shoppingcenter Citypark in Graz – eröffnet.

Die zunehmende Anzahl an Weltläden bedeutet auch für die EZA eine Herausforderung in Sachen Kundenbetreuung. Es müssen nicht nur immer mehr Bestellungen bearbeitet werden, auch der direkte Kundenkontakte muss aufrecht erhalten werden. Dem wird sowohl durch Vor-Ort-Betreuung als auch durch regelmäßige Treffen in der EZA – den Warenbörsen – Rechnung getragen. Bezüglich der Sortimentsbereiche haben die Weltläden vor allem unseren Kunsthandwerksabsatz maßgeblich gesteigert. Bei den Lebensmitteln weisen Kaffee und Schokolade eher geringe Steigerungen auf, alle anderen Lebensmittel aber konnten sehr gut verkauft werden.

Inhaltliche Schwerpunkte, die nahezu in ganz Österreich umgesetzt wurden, wie die Länderwochen zu Sri Lanka oder der Weltladentag mit einem starken Jugendakzent, sowie eine Fülle einzelner Weltladenaktivitäten wurden dazu genutzt, den Fairen Handel in

seiner ganzen Bandbreite darzustellen. Der Weltladen präsentiert sich als Ort des Verkaufs, der Information, der Begegnung mit PartnerInnen im Süden. Nicht zuletzt dadurch bieten die Fachgeschäfte für Fairen Handel eine Kompetenz, die von vielen KundInnen in ihrer Einzigartigkeit geschätzt wird.

### LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Dieser Kundenkanal ist mit 1,4 Mio Euro Umsatz inzwischen der zweitstärkste der EZA. 15% des EZA-Gesamtumsatzes resultieren aus diesem relativ jungen Segment. Hier erzielten wir im letzten Geschäftsjahr eine erfreuliche Steigerung von 29,6%. Der Zuwachs erfolgte hauptsächlich durch Erweiterung des EZA-Sortiments. Neben den klassischen Einstiegsprodukten wie Kaffee, Tee und Schokolade finden unsere KundInnen mittlerweile ein breites Angebot an Lebensmitteln in den EZA-Regalen. Folgende Supermärkte führen inzwischen EZA-Produkte: Interspar, Eurospar, diverse Spar-Kaufleute, Spar Gourmet, Merkur, M-Preis, Adeg (Contra, Magnet, diverse Adeg Aktiv), dm-Drogeriemärkte, Nah&Frisch (Kastner), Maximarkt, Sutterlüty, Winkler Märkte und andere. Die Fortführung der FAIR-TRADE-Kampagne hat auch im abgelaufenen Geschäftsjahr dazu beigetragen, neue KundInnen für die Idee des Fairen Handels zu gewinnen.

### EZA-WELTLÄDEN

Der imposante Zuwachs von 37,3% bei den EZA-eigenen Weltläden geht vorwiegend auf die Neugründung des EZA-Weltladens im 1. Bezirk in Wien zurück. Die Entscheidung, diesen dritten EZA-Weltladen zu eröffnen, hat sich als richtig erwiesen: Durch das attraktive Ladendesign und die zentrale Lage im Herzen Wiens konnten neue Käuferschichten gewonnen werden. Mit einem Jahresumsatz von 413.000,- Euro beweist auch dieser EZA-Weltladen die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines Geschäfts, das sich ausschließlich den Grundsätzen des Fairen Handels verschrieben hat.

Über den gestiegenen Kunsthandwerksabsatz freuen sich auch unsere Partnerorganisationen im Süden. Für sie ist der Faire Handel oft der einzige Markt mit Zukunftsperspektive.

### WIEDERVERKÄUFERINNEN

Diese KundInnen weisen heuer wieder eine Steigerung auf, nachdem sie im letzten Jahr eher stagnierten. Besonders die Lebensmittel, die immer mehr in Bio-Qualität angeboten werden, finden im Naturkostfachhandel großen Anklang. In Kooperation mit der Firma Bauernkörperl werden EZA-Produkte neuerdings auch in der Lagerhaus-Kette und vermehrt in der gehobenen Gastronomie angeboten.

### INSTITUTIONEN

Private und öffentliche Einrichtungen stellen verstärkt ihren internen Konsum auf fair gehandelte Produkte um. Hier wirken auch die Beschlüsse seitens der öffentlichen Hand, den Fairen Handel zu unterstützen. So wird in immer mehr Bildungsstätten, Krankenhäusern und Bürogemeinschaften fair gehandelter Kaffee konsumiert. Aber auch unsere Großkunden erhöhten ihre Einkaufsvolumina. So bot Missio heuer im Rahmen seiner Jugendaktion 2003 wiederum EZA-Schokopralinen an, während sich die Einkäufe der Dreikönigsaktion und der Salesianer Don Bosco sehr positiv auf den Handwerksumsatz auswirkten.

### AKTIONSGRUPPEN

Die Tatsache, dass die Erhältlichkeit fair gehandelter Produkte vor allem durch weitere Listungen bei Supermärkten ausgebaut werden konnte, machte es den Aktionsgruppen schwer, ihre Absätze zu steigern. Trotzdem ist ihre bewusstseinsbildende Arbeit, die sie ehrenamtlich erbringen, von unschätzbarem Wert für den Fairen Handel.

### ENDVERBRAUCHERINNEN

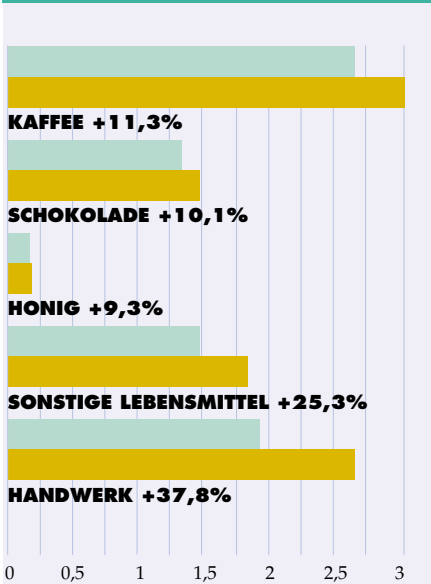
Durch verstärkte Bewerbung unseres Standorts in Bergheim konnte bei dieser kleinen Kundengruppe ein Zuwachs von 10,9% erzielt werden.

### EUROPÄISCHE UNION

Hierbei handelt es sich um Verkäufe an unsere europäischen Fair Trade-PartnerInnen. Durch Sortimentserweiterung und Qualitätsverbesserungen konnten wir den Verkauf an die anderen europäischen Fair Trader ausbauen. Dieser Umsatz ist jedoch nur mit niedrigen Margen verbunden, da es sich vor allem um eine Einkaufskooperation handelt.

## 4 | UNSERE PRODUKTE

### UMSÄTZE PRO ARTIKELGRUPPE



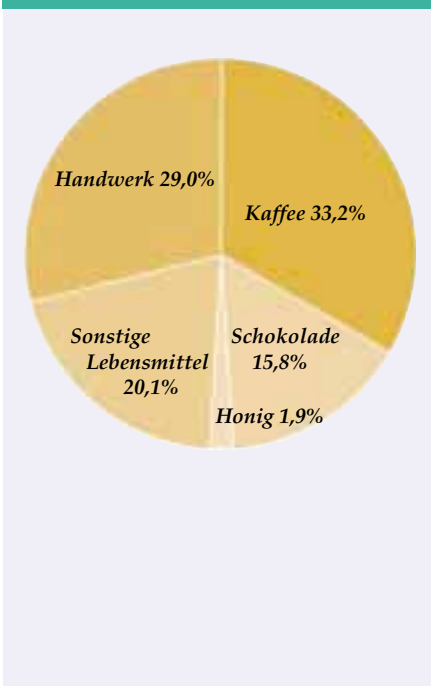
### UMSÄTZE PRO ARTIKELGRUPPE

2002/2003 2003/2004

### GESAMTUMSATZ

2002/2003	7.547.700 Euro
2003/2004	9.104.546 Euro

### ANTEIL AM UMSATZ



Der Umsatz resultiert aus drei Sortimentsbereichen, deren Gewicht annähernd gleich verteilt ist: Kaffee mit 33,2%, restliche Lebensmittel inklusive Schokolade mit 37,8% und Kunsthandwerk mit 29,0%.

### KAFFEE

Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr verzeichnete der Kaffeumsatz wieder ein erfreuliches Plus von 11,3%. So konnten die Einkaufsmengen von 350 auf 375 Tonnen gesteigert werden. Das Sortiment wurde durch den 500 grm Mundo Espresso in Bio-Qualität und durch den 500 grm Pueblo – beides Arabica Hochlandsorten – ergänzt. Für unsere PartnerInnen im Süden war der weitere Ausbau des Fairen Handels bei Kaffee umso wichtiger, als der Weltmarktpreis für ihr Produkt weiterhin auf sehr niedrigem Niveau von durchschnittlich 73,- USD für 45,4 kg Rohkaffee (der Arabica-Hochland Qualität) lag. Bei Produktionskosten von 80,- bis 100,- USD, je nach Land, bedeutete dies ein ständiges Minus. Die EZA bezahlte demgegenüber gemäß dem FAIRTRADE-Schema garantierte 126,- USD, sowie einen Zuschlag von 15,- USD für Kaffee aus kontrolliert-biologischem Anbau.

### SCHOKOLADE

Auch die Schokolade konnte weitere Zuwächse von 10,1% verzeichnen. Mit 15,8% Anteil am Gesamtumsatz ist Schokolade nach Kaffee die zweitwichtigste Produktgruppe. Auch heuer wieder war Missio im Rahmen seiner Jugendaktion ein wichtiger Schokoladenkunde.

### HONIG

Honig weist heuer zum zweiten Mal einen Zuwachs auf (+9,3%), wobei dieser weniger durch erhöhte Verkaufsmengen denn durch höhere Endverkaufspreise zustande kam. Nachdem im chinesischen konventionellen Honig Spuren von Antibiotika festgestellt worden waren, verlor dieser die Zulassung für den EU-Markt und das Angebot auf dem Weltmarkt verknappte sich. Dies führte zu einem extremen Preisanstieg. So erhöhte sich auch für die EZA der Preis pro Tonne fair gehandelten Honigs

von 1600,- USD auf 2900,- USD -. Die Differenz wurde selbstverständlich nicht zu Gänze an unsere KundInnen weitergegeben, doch war eine moderate Erhöhung der Endverkaufspreise nötig.

### SONSTIGE LEBENSMITTEL

Das Lebensmittelsortiment wurde um das Jugendgetränk „Guaranito“ und die Fruchtsaftmischung Batida del Mundo erweitert. Dazu kamen erste Produkte speziell für Milcheiweiß- und GlutenallergikerInnen: Eine Bio-Sojamilch aus Brasilien sowie Gluten freie Nudeln und Cracker – entwickelt in Kooperation mit der Salzburger Firma Bauernkörperl. Die Zutaten kommen von EZA-PartnerInnen (Bio-Quinoa aus Bolivien) und heimischen Bio-Bauern und -bäuerinnen. Passend zum Internationalen Jahr des Reises brachte die EZA zu den bestehenden Duftreissorten noch den Hom Mali rot, roten Vollkornreis in Bio-Qualität aus Thailand, auf den Markt und führte das Reis-Geschenkspaket mit fünf traditionellen Reissorten aus Thailand und Laos als fixen Sortimentsbestandteil wieder ein.

### KUNSTHANDWERK

Den größten Zuwachs mit 37,8% konnten wir im Kunsthandwerksbereich erzielen. Gerade in diesem Segment wird von den KundInnen ein schneller Wechsel der Produkte – angepasst an aktuelle Trends – erwartet. Dies ist nicht nur eine große Herausforderung für die EinkäuferInnen der EZA, sondern vor allem auch für unsere Partnerorganisationen, die neue Designs entwickeln müssen und die ProduzentInnen, die diese umsetzen. Die Verkaufssteigerungen im abgelaufenen Geschäftsjahr beweisen eindrucksvoll, dass viele unserer PartnerInnen im Süden – trotz oft schwierigster Rahmenbedingungen – diesen Anforderungen gewachsen sind. Ladeneuerrundungen, -umgestaltungen und Umzüge in frequenterere Verkaufslagen sind neben Schwerpunktaktionen die Hauptursachen für den Umsatzanstieg in den Weltläden. Den größten Zuwachs konnte der EZA-eigene Weltladen im 1. Bezirk in Wien verzeichnen, der allein 70% seines Umsatzes mit Kunsthandwerk tätigte. Aber auch die Einkäufe der anderen europäischen Fair Trader wirkten sich hier sehr positiv aus.

## 5 | ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

Das Geschäftsjahr der EZA-Dritte Welt Ges.m.b.H. umfasst den Zeitraum vom 1. Juli 2003 bis 30. Juni 2004.

### AKTIVA

Die Abnahme des Anlagevermögens ist vor allem durch verringerte Investitionen zu erklären. Als Vorbereitung für die Finanzierung unseres neuen Distributionszentrums in Weng/Kösten-dorf wurde in die Erhaltung des Altbestandes nur noch wenig investiert.

Der Anstieg der Forderungen ist in Zusammenhang mit dem Umsatzanstieg und längeren Zahlungszielen für neue Weltläden zu sehen.

### PASSIVA

Das Geschäftsjahr 2003/2004 wurde mit einem Gewinn von 425.951,- Euro abgeschlossen. Dadurch konnte der kumulierte Bilanzverlust beglichen und ein Bilanzgewinn aufgebaut werden. Das Eigenkapital beläuft sich somit auf 832.939,- Euro. Aufgrund der hohen Arbeitsintensität bauten sich Rückstellungen für noch nicht verbrauchte Urlaube auf. Aufgrund der guten Eigenkapitalausstattung und des sehr erfreulichen Anstiegs der Kleindarlehen-aktion auf insgesamt 1.529.528,- Euro war weniger Finanzierung durch Kreditinstitute nötig, weshalb diese um 29,5% reduziert werden konnten.

### GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Der Umsatz wurde um 20,6% gesteigert. Aufgrund diesmal günstiger US-Dollar Kurschwankungen, des wachsenden Anteils von Kunsthandwerk am Gesamtumsatz durch Steigerungen und Neugründungen im Weltladenbereich, haben die Erträge in noch höherem Ausmaß zugenommen. Erfreulich ist dabei für unsere PartnerInnen im Süden, dass Waren im Wert von 5.451.233,- Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr eingekauft werden konnten.

Bei den Aufwendungen fielen besonders die Vertriebs- und Personalkosten ins Gewicht. Aufgrund weiterer Anstellungen im Zuge des neuen EZA-eigenen Weltladens in Wien und im Lagerbereich erhöhten sich die Personalausgaben. Per 30.6.04 beschäftigte die EZA 36,9 Arbeitskräfte auf Vollzeit gerech-

BILANZ PER 30.6.2004			
alle Angaben in Euro	02/03	03/04	Vergleich
Immaterielle Vermögensgegenstände	11.229	9.124	-18,7%
Sachanlagen	496.587	463.449	-6,7%
Finanzanlagen	42.553	42.262	-0,7%
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>550.369</b>	<b>514.835</b>	<b>-6,5%</b>
Vorräte	2.533.536	2.548.008	0,6%
Forderungen & so. Vermögensgeg.	715.176	922.986	29,1%
Kassenbestand & Guthaben bei Banken	68.242	390.720	472,6%
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>3.316.954</b>	<b>3.861.714</b>	<b>16,4%</b>
Rechnungsabgrenzungsposten	14.445	75.678	423,9%
<b>AKTIVA</b>	<b>3.881.768</b>	<b>4.452.227</b>	<b>14,7%</b>
Stammkapital	378.000	378.000	0,0%
Gewinnrücklagen	123.628	123.628	0,0%
Bilanzverlust kumuliert	-94.640	331.311	450,1%
<b>EIGENKAPITAL</b>	<b>406.988</b>	<b>832.939</b>	<b>104,7%</b>
<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>	<b>230.741</b>	<b>354.987</b>	<b>53,8%</b>
Verbindlichkeiten geg. Kreditinstituten	1.005.852	709.106	-29,5%
Verbindlichkeiten Kleindarlehenaktion	1.401.729	1.529.528	9,1%
sonstige Verbindlichkeiten	836.458	1.025.667	22,6%
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>3.244.039</b>	<b>3.264.301</b>	<b>0,6%</b>
<b>PASSIVA</b>	<b>3.881.768</b>	<b>4.452.227</b>	<b>14,7%</b>

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG			
alle Angaben in Euro	02/03	03/04	Vergleich
Umsatzerlöse	7.547.700	9.104.546	20,6%
sonst. betriebliche Erträge	91.010	72.458	-20,4%
Wareneinsatz	4.786.670	5.451.233	13,9%
<b>ERTRAG</b>	<b>2.852.040</b>	<b>3.725.771</b>	<b>30,6%</b>
Personalaufwand	1.255.720	1.506.523	20,0%
Raumkosten	193.824	230.446	18,9%
Vertriebskosten	623.543	816.313	30,9%
Verwaltungskosten	434.878	508.617	17,0%
Abschreibungen	126.647	124.501	-1,7%
Zinsergebnis	70.952	78.802	11,1%
Steuern	4.748	34.618	629,1%
<b>AUFWAND</b>	<b>2.710.312</b>	<b>3.299.820</b>	<b>21,8%</b>
<b>JAHRESERGEBNIS</b>	<b>141.728</b>	<b>425.951</b>	<b>200,5%</b>

net. Der Umsatzanstieg ging auch mit erhöhten Transportkosten einher, die neben den gestiegenen Werbeausgaben den Großteil der Erhöhung der Vertriebskosten erklären. Die größeren Volumina erforderten auch höhere Lagerkapazitäten. So mussten neben dem Hauptlager noch zwei weitere Lager angemietet

werden. Die Koordination der verschiedenen Lager wiederum erhöhte den Verwaltungsaufwand. Mit dem Umzug in unser neues Distributionszentrum im August 2005 erwarten wir hier eine deutliche Senkung. Aufgrund des Gewinns waren heuer erstmals auch größere Körperschaftssteuerbeträge fällig.

*„Die wichtigste Energie ist der Mensch –  
und mit ihm ein denkend Herz.“*

*Joe Kemptner*

### AGEZ

Die EZA-Dritte Welt ist Mitglied der AGEZ-Arbeitsgemeinschaft Entwicklungszusammenarbeit und versteht sich als Teil des entwicklungspolitischen Netzwerkes in Österreich. Vonseiten der AGEZ wird Fairer Handel als wichtiger Aspekt der Entwicklungszusammenarbeit und der internationalen Wirtschaftsbeziehungen berücksichtigt, darüberhinaus spielt die AGEZ eine zentrale Rolle bei der Formulierung von Positionen zu aktuellen Fragen der Nord-Süd Beziehungen. Sie leistet dazu wertvolle Lobbyarbeit auf nationaler Ebene. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erschien anlässlich des UN-Jahres zu Reis eine Kurier-Sonderbeilage. Die EZA-Dritte Welt war neben weiteren AGEZ-Mitgliedsorganisationen im Redaktionsteam vertreten und gestaltete das Thema „Reis aus Fairem Handel“.

[www.oneworld.at/agez](http://www.oneworld.at/agez)

### ARGE-WELTLÄDEN

Eine enge Kooperation verbindet die EZA-Dritte Welt mit dem Dachverband der österreichischen Weltläden. Dieser erhält jährlich 1,2% des Weltladenumsatzes der EZA zur weiteren Stärkung der Weltladenstruktur. Weiters besteht eine vertraglich vereinbarte Kooperation, die die Bereiche Promotion, Kommunikation, Weiterbildung und inhaltliche Schwerpunktsetzung beinhaltet. Die Förderung von professionellem Verkauf verknüpft mit entwicklungspolitischer Informations-, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit erachten wir für die Verbreitung und Akzeptanz des Fair Trade Konzeptes für unverzichtbar. Die Weltladen-Bewegung in ihrer Einzigartigkeit bestmöglich zu unterstützen ist für die EZA ein wichtiges Anliegen.

[www.weltlaeden.at](http://www.weltlaeden.at)

### BIO-ERNTE AUSTRIA

Das Gütesiegel „Die Bio-Bauern. Partner rund um die Welt.“ wird seit 1998 vom ERNTE-Verband für Produkte vergeben, die aus Fairem Handel und aus kontrolliert-biologischem Anbau stammen. Es ist Ausdruck einer weltweiten Partnerschaft von Biobauern und -bäuerinnen, die sich für eine ökologisch und sozial nachhaltige Wirtschaftsweise einsetzen. Im Berichtszeitraum kooperierte EZA mit ERNTE-Salzburg im Rahmen der

Fairen Wochen, initiierte den Austausch zwischen Bio-Bauern aus dem Süden und Bio-Bauern und -bäuerinnen in Salzburg und unterstützte die ERNTE-Oberösterreich-Initiative „Bio faires Frühstück“.

[www.bio-ernte.at](http://www.bio-ernte.at)

### EFTA

Die EZA-Dritte Welt ist Mitglied der European Fair Trade Association, ein Zusammenschluss von 11 alternativen Handelsorganisationen in neun europäischen Ländern. Gemeinsame Lobby- und Kampagnenarbeit, Kooperation in Fragen der Produktentwicklung und Informationsbeschaffung über und Begleitung von Partnerorganisationen im Süden zeichnen den Zusammenschluss aus. Die EZA nahm im abgelaufenen Geschäftsjahr an insgesamt sechs Treffen auf europäischer Ebene teil.

[www.eftafairtrade.org](http://www.eftafairtrade.org)

### FAIRTRADE

Der unabhängige Verein wird von Organisationen aus dem entwicklungspolitischen, kirchlichen, sozialen und dem Umweltbereich getragen. Durch die Vergabe eines Gütesiegels ist auch kommerziellen AnbieterInnen die kontrollierte Teilnahme am Fairen Handel möglich. Weiters gewährleistet das Gütesiegel die rasche Erkennbarkeit fair gehandelter Produkte im Supermarkt neben solchen aus herkömmlichem Handel. Die EZA ist von Beginn an Lizenznehmerin von FAIRTRADE. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde die Palette der EZA-Produkte mit dem FAIRTRADE-Gütesymbol neuerlich erweitert und umfasst heute Kaffees, Tees, Schokoladen, Schokoaufstrich, Kakao, Zucker, Trinkkakao-Mischung, Säfte, das Getränk Guarano, Reis und Fußbälle. Durch eine seit 2001 hohe Präsenz in der Öffentlichkeit hat FAIRTRADE dem Fairen Handel eine starke Aufmerksamkeit verschafft.

[www.fairtrade.at](http://www.fairtrade.at)

### FAIR TRADE FORUM

Die EZA-Dritte Welt ist Teil des Fair Trade Forums. Seine Gründung im Jahr 2002 geht auf die Initiative der ARGE-Weltläden zurück und versammelt Akteure, die sich verstärkt im Bereich des Fairen Handels engagieren. Ziel des Forums ist neben Informationsaustausch auch das Anliegen, bei zentralen Fragen

des Fairen Handels mit einer Stimme in der Öffentlichkeit aufzutreten.

[www.fairtradeforum.at](http://www.fairtradeforum.at)

### IFAT

Die EZA ist Mitglied der International Federation for Alternative Trade, einer weltweiten Vereinigung von rd. 150 alternativen Handels- und Produzentenorganisationen. Sie bietet ein breites Diskussionsforum zu Fragen des Fairen und Problemen des konventionellen Handels. Darüberhinaus verpflichten sich alle IFAT-Mitglieder zu einem sogenannten Self Assessment. Dabei wird anhand gemeinsamer Kriterien und im Abstand von zwei Jahren die Praxis des Fairen Handels schriftlich dokumentiert und den Mitgliedsorganisationen zur Verfügung gestellt. Die EZA nahm im abgelaufenen Geschäftsjahr an der europäischen IFAT-Konferenz in Barcelona teil.

### KLIMABÜNDNIS

Auch im abgelaufenen Geschäftsjahr unterstützte die EZA den Öko-Staffellauf. Gemeinsam mit FAIRTRADE trägt das Klimabündnis die Idee von Fairem Handel und Klimaschutz jeden Sommer durch das gesamte Bundesgebiet. Als Klimabündnisbetrieb stellte die EZA auf Öko-Strom um und erweiterte das Sortiment an Bio-Produkten aus Fairem Handel.

[www.klimabuendnis.at](http://www.klimabuendnis.at)

### SÜDWIND AGENTUR

Die Organisation für entwicklungspolitische Informations-, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit führt seit 2001 in Kooperation mit regionalen und lokalen AkteurInnen das EU-kofinanzierte Projekt der Fairen Wochen (getragen von Südwind Agentur und FAIRTRADE) durch und trägt so zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades von Fairem Handel bei. Die EZA hat im Geschäftsjahr 2003/04 aktiv an den Fairen Wochen in Salzburg teilgenommen und kooperierte dabei eng mit dem regionalen Verein SÜDWIND-Entwicklungspolitik Salzburg. (siehe Aktivitäten). Weiters informierte die EZA auf Einladung von SÜDWIND Niederösterreich Süd bei einer Veranstaltung der Niederösterreichischen Landesregierung über Fairen Handel.

[www.fairewochen.at](http://www.fairewochen.at),

[www.suedwind-agentur.at](http://www.suedwind-agentur.at),

[www.suedwindsalzburg.at](http://www.suedwindsalzburg.at)