



GESCHÄFTSBERICHT 05/06



NATÜRLICH FAIR



EZA – natürlich fair

„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.“**

EZA Fairer Handel GmbH ist Österreichs größte Importorganisation für Fairen Handel und verfügt über 31 Jahre Erfahrung in diesem Bereich. 1975 wurde sie als EZA-Dritte Welt GmbH nach niederländischem Vorbild gegründet. Gesellschafter sind die Aktion 3.Welt-A3W e.V. (40%) sowie die Katholische Männerbewegung Oberösterreich (23,33%), Österreich (20%) und Innsbruck (16,67%).

* Auf diese gemeinsame Definition von Fairer Handel einigten sich im Dezember 2001 die VertreterInnen von FLO (Fair Labeling Organisation www.fairtrade.net), IFAT (The International Fair Trade Organisation www.ifat.org), NEWS! (Network of European Worldshops www.worldshops.org) und EFTA (European Fair Trade Association www.eftafairtrade.org)

AKTIVITÄTEN

JULI 2005

NEUES HAUS – NEUER NAME Das neue Geschäftsjahr der EZA begann am neuen Standort in Weng, in der Flachgauer Gemeinde Köstendorf. 25 Kilometer nördlich der Stadt Salzburg nahm die EZA im Juli 2005 im umweltfreundlichen Niedrig-Energie-Haus mit leicht verändertem Namen und neuem Logo als EZA Fairer Handel GmbH ihren Betrieb auf.

SEPTEMBER 2005

ERÖFFNUNGSFEST Zu einem Fest für Fairen Handel und zur Eröffnung der neuen Österreich Zentrale lud die EZA am 16. September 2005. Bei den weit über Tausend BesucherInnen stießen der Öko-Bau, die reichhaltige Palette fair gehandelter Waren im neuen Verkaufsraum sowie das multikulturelle Festprogramm auf breite Zustimmung.

Als GratulantInnen stellten sich u.a. Landeshauptfrau Gabi Burgstaller, der Köstendorfer Bürgermeister Josef Kroiss, Landtagsabgeordneter Michael Neureiter, der Vizepräsident der Arbeiterkammer Walter Androschin, der Vorsitzende der Katholischen Männerbewegung Österreichs Raimund Löffelmann, Pater Anton Ringseisen in Vertretung von Erzbischof Kothgasser, Superintendentin Luise Müller sowie mehr als Hundert VertreterInnen von Weltläden – den Fachgeschäften für Fairen Handel – ein. In Vertretung der EZA-Partnerorganisationen im Süden waren Moon Sharma, Shaista Habib Begum und Ram Ramasamy aus Indien präsent.

PRODUZENTENBESUCH Auf Einladung von EZA Fairer Handel waren Moon Sharma, Präsidentin der indischen Fair Trade Organisation TARA und Shaista Habib Begum, Perlenstickerin mit einer Heimwerkstätte in Old Delhi, im Anschluss an die Eröffnung der neuen EZA-Zentrale Gast in Österreich. Beide nahmen an der gesamtösterreichischen Weltladenkonferenz in Salzburg als ReferentInnen teil. Danach erwiesen sich einmal mehr zahlreiche Weltläden als verlässliche Kooperationspartner. Moon Sharma und Shaista Habib Begum besuchten Salzburg, Scheibbs, St. Pölten, Tulln, Graz und Wien und berichteten im Rahmen von Schulbesuchen, Journalistengesprächen, öffentlichen Veranstaltungen und Gesprächsrunden mit WeltladenmitarbeiterInnen über die Situation von HandwerkerInnen in Nordindien und die Perspektiven, die Fairer Handel eröffnet. Weltläden, die im Frühjahr 2005 an der EZA-

Die EZA-Reise im Frühjahr 2006 führte zu den Sisalflechterinnen im Machakos District in Kenia.



Reise nach Indien teilgenommen hatten, erhielten so die Möglichkeit, an ihren Erfahrungen direkt anzuknüpfen und den Gästen aus Indien „ihre Welt des Fairen Handels“ zu präsentieren.

OKTOBER 2005

AUSZEICHNUNGEN FÜR NEUBAU Die Unternehmenszentrale der EZA Fairer Handel GmbH in Weng/Köstendorf wurde am 6. Oktober mit dem Salzburger Landesenergiepreis ausgezeichnet. Die Verwendung von Holz und anderen natürlichen Baustoffen, Passivhausfenster, eine gute Dämmung und das umweltfreundliche Heizsystem, das auf der Nutzung von Sonnenenergie, der Abwärme aus den Büro- und EDV-Räumen sowie der Verwendung von Holzpellets beruht, fanden die Zustimmung der Jury. Diese zeigte sich beeindruckt, dass damit „annähernd ein Passivhaus errichtet werden (konnte)“, wobei positiv hervorgehoben wurde, dass dies sowohl für den Büro- als auch für den Lagerbereich gilt.

Aus allen Preisträgern wurde der Bau der EZA Fairer Handel auch zum Gewinner des Energy Globe Salzburg 2005 gekürt und erreichte im November 2005 in der Österreichausscheidung des Energy Globe Austria in der Kategorie Erde ebenfalls einen Platz unter den Preisträgern.

NOVEMBER 2005

NEUES DESIGN Die ersten Ergebnisse der umfassenden Verpackungsumstellung der EZA wurden im November 2005 sichtbar. Kaffee Orgánico wurde im neuen Design präsentiert. Sukzessive folgten weitere Produkte. Damit verschafft die EZA ihren Produkten einen zeitgemäßen Auftritt, der den hochwertigen Gehalt auf den ersten Blick vermitteln und die Wiedererkennbarkeit der Marke EZA erhöhen soll. Das Grundkonzept dafür wurde mit der Wiener Agentur Büro 16 ausgearbeitet, die Illustrationen stammen von Belicta Castelbarco.

FAIR SCHENKEN Alle Jahre wieder – und jedes Jahr deutlich mehr. Das trifft auf die Postwurfsendungen zum Thema „Fair Schenken“ kurz vor Weihnachten zu, in denen die EZA in Kooperation mit den Weltläden faire Geschenkideen mit Stil, Geschmack und Sinn vorstellt. 500.000 Haushalte in ganz Österreich wurden im November 2005 damit beschickt – 50.000 mehr als im Jahr davor.

DEZEMBER 2005

EZA-INFO 12/05 „Raum für Veränderung“ titelt das EZA-Info vom Dezember 2005. Es informiert u.a. über den Neubau der EZA, über Hintergründe und Ziele der Erneue-

rung des Verpackungsdesigns sowie über Partnerorganisationen aus Indien (Handwerk und Tee).

FEBRUAR/MÄRZ 2006

REISE NACH UGANDA/KENIA Die seit dem Jahr 2000 organisierten EZA-Reisen zu EZA-Partnerorganisationen im Süden führten bisher nach Mexiko, Nicaragua, Ghana, Sri Lanka und Indien. Im Februar/März 2006 ging es zwei Wochen nach Uganda und Kenia. Zunächst zur Gumutindo Co-operative Union, ein Zusammenschluss von Kaffee Kleinbauernfamilien, die im Osten Ugandas, an den vulkanischen Hängen des Mount Elgon Bio-Hochlandkaffee anbauen. Von den Höfen der Bäuerinnen und Bauern bis zur Weiterverarbeitung in Mbale konnten die BesucherInnen die einzelnen Schritte mitverfolgen und zeigten sich vom hohen Stellenwert der Qualitätssicherung auf allen Ebenen beeindruckt. Von Uganda ging es weiter nach Kenia zur engagierten Nicht-Regierungsorganisation Undugu Society mit Sitz in der Hauptstadt Nairobi. Sie stellte den BesucherInnen ihr Sozialprogramm für Straßenkinder vor und begleitete die Gruppe zu den Specksteinschnitzern in der Kisii-Region. Mit der Fair Trade Vermarktungsorganisation Mango True besuchten die Gäste aus Österreich Holzschnitzwerk-



„Österreich ist eine andere Welt: Hier gehen alle Kinder zur Schule, es gibt Wasser im Überfluss und selbst der abgelegenste Bauernhof ist noch auf ordentlichen Asphaltstraßen erreichbar, ... all das ist in Mexiko unvorstellbar!“

Ofelio Angeles Ortega
aus Mexiko zu Gast bei Richard Schweighuber, Bio-Bauer in Konradsheim bei Waidhofen.

stätten, mit VertreterInnen der Machakos Co-operative ging es in ein abgelegenes Dorf, wo Frauen mit dem Flechten von Sialtaschen ein wichtiges Geldeinkommen verdienen. Bei all diesen Besuchen wurde die zentrale Rolle engagierter Vermarktungsorganisationen deutlich. Sie stellen nicht nur eine Brücke zu den Importorganisationen in Europa dar, sondern sind für die HandwerkerInnen eine wichtige Stütze vor Ort.

APRIL 2006

FACHTAGUNG ZU FAIREM HANDEL Aus Anlass ihres 30-jährigen Bestehens lud die EZA Fairer Handel am 29. April 2006 zu einer Fachtagung ins Salzburger Kolpinghaus. „Kann man sich eine bessere Welt kaufen?“ – so der Titel der Veranstaltung. Christian Felber, freier Publizist und attack-Gründungsmitglied lenkte den Blick auf globale Zusammenhänge. Ernst Halbmayr, Bio-Bauer und engagierter Mitstreiter der IG-Milch, und Ofelio Angeles Ortega, Kaffeebauer aus Mexiko, sprachen über ihre Vorstellungen von Fairness im Handel. Zu „Kontrolle und Partnerschaft im Fairen Handel“ diskutierten als VertreterInnen europäischer und internationaler Netzwerke Gerd Nickoleit (gepa/EFTA), Stefan Durwael (IFAT) und Alfred Elbertse (FLO). Roopa Metha von der indischen Handwerksorganisation SASHA und Lan Tran Tuyet von Craft Link aus Vietnam beleuchteten handwerkliche Produktion im Spannungsfeld

von Ästhetik und Existenzsicherung. Der geplante Besuch von Mohammed Tanko Bitugu von der Handwerkskooperative Kalangu scheiterte an den österreichischen Einreisebestimmungen. Er wurde durch Bella Bello Bitugu vertreten, der in Österreich lebt, am Aufbau der Kooperative mitgearbeitet hat und als Konsulent seine Erfahrung an die EZA weitergibt. Nach intensiver und interessanter inhaltlicher Arbeit klang der Tag mit einem Fest im Salzburger Marmorsaal aus.

VIDEO „Im Reichtum der Kulturen“ ist eine weitere Videoproduktion von EZA Fairer Handel und Manfred Wimmer, die Eindrücke von Reisen zu EZA-Partnerorganisationen verarbeitet. Gewählt wurde dafür ein Beispiel aus Guatemala (Kaffee von CECAPRO) und eines aus Indien, das die handwerkliche Produktion thematisiert (Leder Taschen und Seidenstickerei von SASHA). Sie stehen stellvertretend für das Können und die Kreativität der Partnerorganisationen aus Lateinamerika, Afrika und Asien, die sich im Sortiment der EZA widerspiegeln und zeigen auf, wie Fairer Handel in unterschiedlichen kulturellen Kontexten wirkt. Das Video wurde im Rahmen der 30-Jahres Fachtagung präsentiert und allen Weltläden zur Verfügung gestellt. Es ist im EZA-Verleih erhältlich.

MAI 2006

PRODUZENTENBESUCHE Nach der Fachtagung im April 2006 absolvierten Roopa Metha aus Indien, Ofelio Angeles Ortega aus Mexiko und Bella Bello Bitugu in Vertretung von Mohammed Tanko Bitugu aus Ghana ein intensives Besuchsprogramm in ganz Österreich. Begleitet wurden sie dabei von MitarbeiterInnen der EZA. Die Veranstaltungen wurden zum überwiegenden Teil in Zusammenarbeit mit Weltläden durchgeführt, die dadurch die Möglichkeit bekamen, in ihrem lokalen Umfeld ihre Arbeit und ihr Engagement glaubwürdig und öffentlichkeitswirksam darzustellen.

In zahlreichen Begegnungen konnten die Gäste über ihre Organisationen, die Lebens- und Arbeitssituation der ProduzentInnen, die Herstellung der Produkte und die im Land vorherrschenden Rahmenbedingungen berichten. Umgekehrt wurde vielen Interessierten – sei es in Schulen, im Weltladen, im Gespräch mit JournalistInnen oder in öffentlichen Veranstaltungen – die Möglichkeit geboten, ihre Fragen ganz direkt und persönlich an die ProduzentenvertreterInnen zu stellen.

Ofelio Angeles Ortega, der Vorsitzende der Kaffeekooperative Yeni Navan konnte sich davon überzeugen, dass „sein“ Kaffee (Kaffee Orgánico) in jedem der besuchten Orte präsent war: in den Weltläden, an der Uni, in diversen Büros und Supermärkten. Aber auch das ausgeprägte Interesse an Yeni Na-



„Wir haben dazu beigetragen, dass sich das Einkommen der Handwerkerinnen erhöht hat, dass die Kinder in die Schule gehen. Wir sind in der privilegierten Situation, etwas tun zu können und so haben wir auch die Pflicht, uns für die Gesellschaft einzusetzen.“

Moon Sharma, TARA Projects, Indien

Im Bild: Shaista Habib Begum, TARA, Indien, demonstriert bei ihrem Aufenthalt in Österreich die Perlenstickerei.

van war ihm eine große Motivation. Für ihn, der das erste Mal außerhalb Mexikos unterwegs war, bot diese Reise durch Österreich unvergleichliche und vielfältige Eindrücke. Für Roopa Metha, der Vorsitzenden der Vermarktungsorganisation SASHA/Indien, war es ein besonderes Erlebnis, die Produkte ihrer Handwerksgruppen in der schönen Ambiente der Wiener Weltläden wieder zu finden. In kompetenter Weise konnte sie Fragen zur Rolle der Frauen in Indien und in ihrer Organisation sowie zum Konzept des Fairen Handels von SASHA, beantworten. Bella Bello Bitugu erntete für seine Präsentationen der Kalangu-Kooperative überdurchschnittliches Interesse von Jung und Alt.

Folgende Weltläden kooperierten im Rahmen des Besuchsprogrammes von Ofelio Angeles Ortega mit EZA Fairer Handel: Steyr, Weyer, Amstetten, Waidhofen, St. Pölten, Stammersdorf, 1080 und 1010 Wien, Scheibbs, Graz Citypark; weiters WeltHaus Graz und Solidarität mit Lateinamerika, Graz sowie die SPAR-Akademie Wien. Für das Programm mit Bella Bello Bitugu erfolgte die Zusammenarbeit mit den Weltläden Bischofshofen, Golling, Klagenfurt, St. Veit, Feldkirchen, Lienz und Saalfelden sowie der ARGE Weltläden. Roopa Metha wurde in St. Johann in Tirol, Vöcklabruck, Vorchdorf, Stadl-Paura, Linz, Bad Schallerbach, Freisadt und Wien (Kooperation 1080, 1010 und 1090) empfangen.

WORLD FAIR TRADE DAY Das europäische Netzwerk der Weltläden NEWS! startete 2005 eine dreijährige Kampagne zum Thema Kinderarbeit und Arbeitsbedingungen. Die Kampagne „Stand up for their Rights“ verfolgt das Ziel, vor allem Jugendliche und junge Erwachsene für die Situation von Gleichaltrigen in Ländern des Südens zu interessieren und sie für Fairen Handel zu sensibilisieren. 2006 stand das Thema Fussball – anlassbedingt – im Zentrum der Aktivitäten. Zu diesem Produktschwerpunkt stellte die EZA den Weltläden ein Materialienpaket zur Verfügung. Weiters dienten auch die im Mai in Kooperation mit zahlreichen Weltläden durchgeführten Produzentenbesuche zur Einstimmung auf und Vorbereitung dieses wichtigen Aktionstages.

JUNI 2006

PRAKTIKUM EINMAL ANDERS Als wir im Frühling 2006 die Anfrage unserer Partnerorganisation EMA (Indien) erhielten, ob wir bereit wären, einen Praktikanten zu empfangen, um ihm einerseits einen Einblick in den Fairen Handel in Österreich zu bieten, und andererseits die Chance zu geben, unseren KundInnen die indische Fair Trade Organisation EMA und deren Anliegen, Projekte und Produkte näher zu bringen, waren wir uns über den Ausgang dieses Vorhabens nicht ganz sicher. Nach Abschluss eines dreiwöchigen Aufenthalts von Sujaan Das, dem Sohn einer langjäh-

rigen EMA-Mitarbeiterin, konnten wir eine rundum positive Bilanz dieses Besuches ziehen: Nach einem dreitägigen Schnuppern bei EZA Fairer Handel besuchte der 20-jährige Student, der in seinen Sommerferien bei EMA arbeitet, elf Weltläden und ebenso viele Schulen von Vorarlberg bis in die Steiermark sowie ein Jugendcamp zu Fairem Handel am Attersee. In zahlreichen Vorträgen und Diskussionsrunden berichtete er über die Arbeit, Sozialprogramme und Philosophie von EMA, die Zusammenarbeit mit den ProduzentInnengruppen vor Ort und die einzelnen Schritte der Seiden- und Lederproduktion. Das von ihm mitgebrachte Bildmaterial wurde durch seinen fundierten Vortrag ergänzt. Sujaan Das konnte für sich zahlreiche Eindrücke sammeln. „Meine Vorstellungen von Österreich waren durch den Film Sound of Music geprägt. Dann dachte ich, Österreich ähnele Deutschland. Aber das stimmt nicht“, zog er am Ende seines Aufenthaltes Bilanz. Nicht nur sein Bild von Österreich habe klarere Konturen bekommen, auch das Umfeld eines nördlichen Fair-Handels-Partners bekam durch den Austausch mit den MitarbeiterInnen der EZA und vielen Weltläden ein deutlicheres Profil.



ZUSAMMENARBEIT

Mit dem wirtschaftlichen Wachstum der EZA steigt auch die Anzahl der Partnerorganisationen, mit denen die EZA kooperiert. Im Geschäftsjahr 2005/06 waren dies rund 130 Partnerorganisationen in 30 Ländern Lateinamerikas, Afrikas und Asiens. Die Bandbreite reicht von kleineren Handwerksvereinigungen mit unter 50 Mitgliedern über sozial engagierte Vermarktungsorganisationen, die mit verschiedenen Handwerksgruppen kooperieren und sie in der Weiterentwicklung ihrer Fähigkeiten unterstützen bis zu Kleinbauernzusammenschlüssen von bis zu über 40.000 Mitgliedern. Besonders bei sehr großen Bauernvereinigungen können die EZA bzw. Organisationen des Fairen Handels oft nur einen kleinen Teil der Ernte abnehmen. Dennoch werden auch durch die Abnahme von Teilmengen und deren angemessener Bezahlung Produktionsgemeinschaften gestärkt und Verbesserungen etwa im Bereich der Bildung, der Gesundheitsversorgung, der Ernährungs- und Einkommenssicherung erreicht, die ohne Fairen Handel undenkbar wären. Einen Teil der Waren bezieht die EZA direkt, bei Handwerk sind dies fast 100 Prozent, 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, Produkt-

beschaffung, 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.

FAIRNETZTER HANDEL

Die EZA ist aktives Mitglied zweier großer Zusammenschlüsse des Fairen Handels, der European Fair Trade Association (EFTA) sowie der International Fair Trade Association (IFAT). Die EZA arbeitet in diesen Netzwerken seit deren Gründung mit. Sie ermöglichen den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen fairen Importorganisationen im Norden (EFTA) sowie Importeuren im Norden und Produzentenorganisationen im Süden (IFAT), zum anderen erleichtern sie die gemeinsame Weiterentwicklung der Kriterien des Fairen Handels, ihre Standardisierung, Begleitung und Überprüfung. Gleichzeitig verpflichtet sich die EZA Fairer Handel als Mitglied dieser Netzwerke zur Übernahme und Einhaltung bestimmter Kriterien und Pflichten.

Im Rahmen der EFTA organisierte Importorganisationen zählen in vielen Ländern zu den Pionieren des Fairen Handels. Viele der heute bestehenden Partnerbeziehungen wurden über die Jahre von ihnen auf-

Bild links:

Gerhard Wimmer (li.), EZA, mit **Mohammed Tanko Bitugu** von der **Kalangu Co-operative** in Ghana bei einer Versammlung mit Kooperationsmitgliedern.

Bild rechts:

Franz Denk (Mitte) in Guatemala mit Mitgliedern der Kaffeebauernvereinigung **Cecapro**. Die mitgebrachten neu designten EZA-Kaffeeverpackungen werden begutachtet.



gebaut. Heutige Kriterien der Gütesiegelorganisationen leiten sich zum Teil aus diesen Erfahrungen ab.

Die EZA ist Gründungsmitglied der EFTA und nimmt an regelmäßigen Treffen der Lebensmittelverantwortlichen, Handwerksverantwortlichen, GeschäftsführerInnen und der Verantwortlichen für die Begleitung der Partnerorganisationen teil. In der EFTA Monitoring Gruppe wurde im Berichtszeitraum der standardisierte Fragebogen für Partnerorganisationen überarbeitet. Er dient dazu, Erstinformationen einzuholen und Veränderungen bei unseren Partnerorganisationen fortlaufend zu dokumentieren. Weiters wurde ein Evaluationsbogen erstellt, der in regelmäßigen Abständen und als Ergänzung zum Fragebogen aktuelle Entwicklungen erhebt und so zu einem möglichst detaillierten Profil unserer Partnerorganisationen beiträgt. Die EFTA betreibt eine gemeinsame, geschützte Datenbank, in die die aktuellen Informationen zu den verschiedenen PartnerInnen eingegeben werden und jederzeit für alle EFTA-Mitglieder abrufbar sind.

Als Mitglied der IFAT bringt die EZA ihre Erfahrung als Importorganisation des Fairen Handels in die internationalen Treffen ein. Die IFAT hat für ihre Mitglieder einen Prozess der Selbstevaluierung festgelegt. Die Mitglieder verpflichten sich zu regelmäßigen Berichten über ihre Unternehmens-

politik. Weiters wurde die gegenseitige Begutachtung dieser Selbstevaluierungen eingeführt. Dazu kommen stichprobenartige, externe Kontrollen. Produzentenseitig sind aktuell mehrheitlich Handwerksorganisationen in der IFAT Mitglied. Rund die Hälfte aller EZA-HandwerkspartnerInnen sind ihrerseits in das IFAT-System eingebunden.

Darüber hinaus ist die EZA Lizenznehmerin des FAIRTRADE-Gütesiegels. Es gewährleistet eine externe Kontrolle der Kriterien des Fairen Handels für einige ausgewählte Produkte vor allem im Lebensmittelbereich. Dazu müssen u.a. die Partnerorganisationen, von denen Waren bezogen werden, in einem internationalen Produzentenregister aufgenommen sein. 80 Prozent aller Lebensmittelpartner der EZA finden sich im internationalen FAIRTRADE-Register wieder.

NEUE PARTNERORGANISATIONEN

Am Anfang einer Handelsbeziehung steht für die EZA intensive Rechercharbeit. Zu wissen, wer unsere zukünftigen Partnerorganisationen sind, unter welchen Rahmenbedingungen sie leben und produzieren, ist dabei zentral. Innerhalb der EZA existiert ein sogenanntes Partnerkomitee, das über Aufnahme neuer Partnerorganisationen entscheidet.

Im Handwerksbereich wurden im Berichtszeitraum acht neue Partnerorganisationen

aufgenommen: Third World Craft aus Nepal (Filtzaschen), CRC aus Indien (Lederwaren und Textilien), Mikono aus Tansania (Holzfiguren), Mai Vietnamese Handicrafts aus Vietnam (Taschen), Mango True Mirage aus Kenia (Stein- und Holzfiguren), Agrocel aus Indien (T-Shirts aus Bio-Baumwolle), Maikaal aus Indien (T-Shirts aus Bio-Baumwolle), Craft Aid (T-Shirts aus Bio-Baumwolle).

Sechs neue Partnerorganisationen kamen im Lebensmittelbereich dazu: Sindyanna aus Israel (Gewürze), Coronilla aus Bolivien (Quinuapops), Masfa aus Malawi (Erdnüsse), Viña Chequen aus Chile (Wein), Cosatin aus Nicaragua (Honig), CDS aus Burkina Faso (Mangos für Mango-Fruchtriegel).

BESUCHE UND REISEN

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. Bei unseren Reisen ist uns wichtig, sowohl die Export- und Vermarktungsstruktur kennenzulernen als auch die ProduzentInnen selbst vor Ort zu besuchen, um ein möglichst vollständiges Bild der Handelskette zu gewinnen und Informationen aus erster Hand zu erhalten.



EZA-MitarbeiterInnen besuchten im Berichtszeitraum 15 EZA-Partnerorganisationen in 7 Ländern: Die Reisen gingen nach Mexiko zu UCIRI, Yeni Navan-Michizá, FIECH, ISMAM, Posi, (alle Bio-Kaffee), nach Guatemala zu Guaya'b (Honig und Kaffee) und CECAPRO, (Kaffee, zum Teil Bio-Kaffee), nach Vietnam zu Craft Link (Keramik, Seidenstickerei, Bambusarbeiten), nach Indien zu SASHA (Ledertaschen), nach Ghana zu Getrade und Kalangu (Trommeln, div. Holzarbeiten, Körbe), nach Kenia zu Undugu (Specksteinarbeiten), Mango True Mirage (Holz- und Sisalarbeiten), Machakos Co-operative Union (Sisaltaschen) und nach Uganda zur Gumutindo Co-operative Union (Bio-Kaffee).

VertreterInnen folgender Organisationen haben die EZA Fairer Handel im Berichtszeitraum besucht: Allpa (Peru; Schmuck, Chulukanas-Keramik), Pop Atziak (Guatemala; Hängematten), Getrade (Ghana; Djemben, Bolgakörbe), Sipa (Indien; Textilien, Glasfiguren, Speckstein), EMA (Indien; Musikinstrumente, Seidentücher, Lederartikel, u.a), TARA (Indien; Modeschmuck, Dekorgegenstände, Specksteinprodukte), SASHA (Indien; Ledertaschen, Seidenschals), Grameen Crafts (Indien; Keramik, Babytragetücher), Safrudi (Philippinen; Capiz- und Kokosfaserprodukte), CraftLink (Vietnam; Keramik, Bambusarbeiten, Seidenstickerei), Craft Aid (Mauritius; T-Shirts), ACP (Nepal; Filzarbeiten),

Sagrada Familia (Chile; Wein), Yeni Navan (Mexiko, Bio-Kaffee).

SPENDEN FÜR HURRIKANOPFER

Mehr als ein Jahr ist es her, dass Hurrikan Stan weite Teile Südmexikos heimgesucht hat. Vor allem unsere Partnerorganisationen ISMAM und POSI waren massiv von dieser Hurrikankatastrophe betroffen. Groß war auch die Anteilnahme seitens EZA, WELTLÄDEN und einiger KundInnen. Insgesamt konnten Euro 21.280,- an Spendengeldern gesammelt werden, darunter eine Spende der EZA von Euro 10.000,-. Die Gelder wurden zu je 50% an unsere beiden Handelspartner ausbezahlt.

Bei ISMAM wurde der gespendete Gesamtbetrag auf Beschluss der Delegiertenversammlung unter allen 930 Mitgliedsfamilien aufgeteilt, da beinahe alle Familien direkt oder indirekt von der Hurrikankatastrophe betroffen waren. Sie nützten das Geld für die Anschaffung von Nahrungsmitteln, da aufgrund vernichteter Ernten – neben den Kaffeegärten waren vor allem die Bohnen- und Maiskulturen massiv geschädigt bzw. vernichtet worden – die Betroffenen an Nahrungsmittelengpässen litten. Andere wiederum investierten das Geld für notwendige Reparaturen und Instandsetzungen vor allem der Wege zu den Kaffeegärten, die vielfach zerstört worden waren.

Auch bei POSI entschied sich die Delegiertenversammlung für die Auszahlung der

Zu Gast bei der Gumutindo Co-operative in Uganda. Andrea Stehrer, EZA, umringt von Kindern aus Buginyanya, die die eben mit der Digitalkamera gemachten Bilder bestaunen.

Spendengelder an betroffene Mitgliedsfamilien. Laut Bericht von POSI wurden die Gelder vor allem für die Wiederinstandsetzung der Kaffeegärten und Maßnahmen zur Förderung bzw. zum Wiederaufbau der Bodenfruchtbarkeit verwendet.



WELTLÄDEN Mit den Weltläden wurde ein Umsatz von 4,4 Mio Euro erzielt. Das Wachstum von 5,6% gegenüber dem Vorjahr resultiert zum einen aus einer Umsatzsteigerung der Weltläden mit EZA-Produkten, hier vor allem den kunsthandwerklichen Gegenständen. Zum anderen haben auch im abgelaufenen Geschäftsjahr weitere Weltläden eröffnet, sodass die Gesamtzahl auf 90 gestiegen ist. Mit 40,1% Anteil am Gesamtumsatz der EZA sind die Weltläden weiterhin unsere größte Kundengruppe.

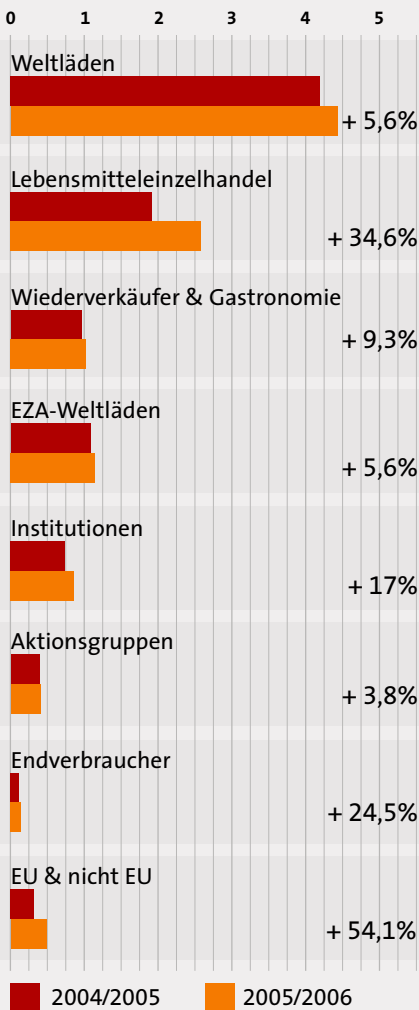
Die Weltläden setzen vielerlei Aktivitäten. Neben den langjährigen, mit großem Erfolg durchgeführten „Standards“, wie z.B. den Weltladentag im Mai und die Länderschwerpunktwochen im Herbst, greifen auch die vielen, vom Dachverband der Weltläden empfohlenen Werbeaktivitäten, an denen sich auch die EZA beteiligt hat (Hängematten, Outdoorkeramik, Schmuck). Die Bemühungen der Weltläden, mit einem eigenen Jugendprogramm vermehrt junge Menschen für den Fairen Handel zu interessieren, schlagen zudem mit vermehrten Fair Points (von SchülerInnen betriebene Verkaufsstellen in Schulen) zu Buche.

Durch verschiedenste Veranstaltungen, zu denen auch ProduzentenpartnerInnen der EZA als ReferentInnen geladen waren, tragen die Weltläden ganz maßgeblich zur Bewusstseinsbildung der Menschen hinsichtlich des Fairen Handels bei.

LEBENSMITTELEINZELHANDEL Dieser Kundenkanal verzeichnet mit 34,6% ein kräftiges Wachstum. Der Umsatz belief sich auf 2,6 Mio Euro. Der Zuwachs konnte hauptsächlich durch Erweiterung des EZA-Sortiments und durch die intensivere VorOrt-Betreuung erzielt werden. Neben den klassischen Einstiegsprodukten wie Kaffee, Tee und Schokolade finden unsere KundInnen mittlerweile ein breites Angebot an Lebensmitteln in eigenen EZA-Regalen. Folgende Supermärkte führen inzwischen EZA-Produkte: Interspar, Eurospar, SPAR Supermärkte, diverse Spar-Kaufleute, Spar Gourmet, Merkur, Billa, M-Preis, Adeg, diverse Adeg Kaufleute, E-Center, dm-Drogeriemärkte, Nah&Frisch (Kastner und Pfeiffer), Maximarkt, Winkler Märkte, Sutterlüty, Unimarkt, Prokaufland, Tabor, Wellas Park und andere sowie C+C Märkte (Pfeiffer und Kastner). Auch die Kampagnen der Gütesiegelorganisation FAIRTRADE tragen immer wieder dazu bei, neue Menschen für die Idee des Fairen Handels zu gewinnen.

EZA-WELTLÄDEN Aufgrund der guten Standorte, des ansprechenden Ladensigns und des fachkundigen Personals konnten die EZA-eigenen Weltläden ihre Umsätze um 5,6% steigern und zählen damit zu den umsatzstärksten Weltläden Österreichs und auch Europas. Der Außenumsatz aller drei Standorte (Salzburg, 1010 Wien, 1080 Wien) zusam-

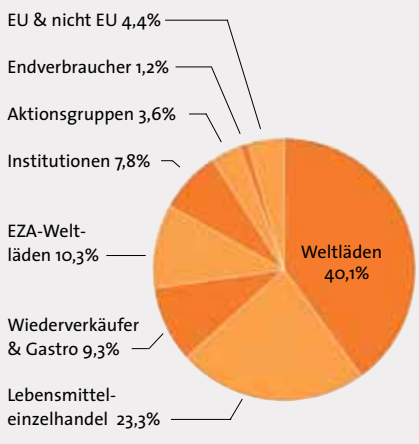
UMSÄTZE PRO KUNDENKANAL



GESAMTUMSATZ

2004/2005	9.476.593,-
2005/2006	10.781.728,-

ANTEIL AM UMSATZ



men betrug 1,1 Mio Euro und wurde zu rund 70% mit dem Verkauf von Kunsthandwerk erzielt.

WIEDERKÄUFERINNEN Bei diesen KundInnen handelt es sich vorwiegend um Bioläden. KonsumentInnen, denen Umweltverträglichkeit wichtig ist, legen meist auch Wert auf Sozialverträglichkeit. Hier wurde ein Umsatz von 1 Mio Euro erzielt, eine Steigerung von 9,3%.

INSTITUTIONEN Weitere private und öffentliche Einrichtungen haben ihren internen Konsum auf fair gehandelte Produkte umgestellt. So wird etwa in immer mehr Bildungshäusern und Bürogemeinschaften fair gehandelter Kaffee konsumiert. Aber auch unsere Großkunden erhöhten ihre Einkaufsvolumina. So bot Missio heuer im Rahmen seiner Jugendaktion 2005 wieder die sehr beliebten Pralinen von EZA an, während sich die Einkäufe der Dreikönigsaktion und der Salesianer Don Bosco sehr positiv auf den Handwerksumsatz auswirkten.

AKTIONSGRUPPEN Bei den Aktionsgruppen zeigt sich eine erfreuliche Zunahme von Jugendgruppen, die den Fairen Handel durch ihre Verkaufs- und Informations-tätigkeit unterstützen. Dies erklärt, warum der Umsatz trotz breiter Verfügbarkeit von EZA-Lebensmittel in Supermärkten seit langem wieder etwas ausgebaut werden konnte.

ENDVERBRAUCHERINNEN Eine gewaltige Umsatzsteigerung von 24,5% erzielten wir bei den EndverbraucherInnen. Trotz Übersiedlung und den Verlust der StammkundInnen aus Bergheim konnten durch ein erfolgreiches Eröffnungsfest und anschließende Werbemaßnahmen viele neue KundInnen aus der Umgebung des neuen Betriebsstandortes für die Idee des Fairen Handels gewonnen werden.

EUROPÄISCHE UNION Hierbei handelt es sich um eine Einkaufskooperation mit unsern europäischen Fairtrade-PartnerInnen. Dieser Umsatz stieg um 54,1%, ist jedoch mit einer deutlich niedrigeren Marge verbunden und weist daher niedrigere Auswirkungen auf die Ertragslage auf. Die Kooperation mit dem mit Hilfe der EZA gegründeten Weltladen in Ljubljana konnte erweitert werden, sodass auch die Fair Trade Bewegung in Slowenien mit Unterstützung der EZA wächst.



Umsatzsteigerungen konnten sowohl im Lebensmittelsegment als auch bei den kunsthandwerklichen Produkten erzielt werden. Dazu beigetragen haben bei den Lebensmitteln u.a. die neuen Verpackungen, beim Handwerk konnte die EZA durch entsprechende Sortimentsgestaltung die Attraktivität des Angebots erhöhen.

Erfreulich ist der hohe Anteil an Produkten aus kontrolliert-biologischem Anbau am Lebensmittelsortiment, der im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 70% ausgebaut werden konnte.

Der Umsatz setzt sich aus folgenden Sortimentsbereichen zusammen: Kaffee 33,4%, Schokolade 17,0%, restliche Lebensmittel 21,4% und Kunsthandwerk 28,2%.

KAFFEE Die EZA kaufte 485 Tonnen Rohkaffee bei ihren Partnerorganisationen in Mittelamerika und Uganda. Verkauft wurden 457 Tonnen Röstkaffee. Das entspricht einem deutlichen Zuwachs von 15,5%. Damit konnte die EZA die verkauften Kaffeemengen in den letzten fünf Jahren verdoppeln. Da der Kaffeemarkt durch hohen Preisdruck und große Markentreue gekennzeichnet ist, ist dieser Zuwachs umso erfreulicher. Die größten Steigerungen verzeichnet weiterhin der biologische Orgánico-Kaffee, aber auch die beiden anderen biologischen Kaffees Jambo und Mundo konnten neue KonsumentInnen begeistern. Zum Tragen kommt dabei auch die positive Resonanz auf das neue Verpackungsdesign.

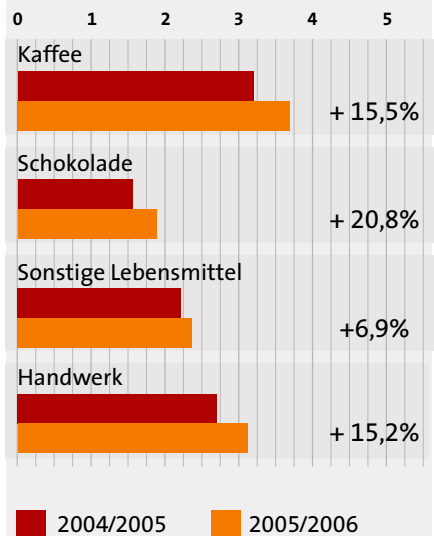
SCHOKOLADE Auch die Schokolade konnte einen Zuwachs von 20,8% verzeichnen, der vorwiegend aus dem Lebensmitteleinzelhandel resultiert. Im Weltladenbereich zeigen sich aufgrund der verstärkten Wettbewerbssituation leichte Rückgänge.

Auch heuer wieder war Missio im Rahmen seiner Jugendaktion einer unserer wichtigsten Schokolade-Kunden.

SONSTIGE LEBENSMITTEL Dieses Segment umfasst Reis, Tee, Orangensaft, Gewürze, Wein, Rum, Trockenfrüchte, Müsli, Honig, Zucker, Gummibärchen und andere. Hier wurde eine Steigerung von 6,9% erzielt. Besonders erfreulich entwickelte sich dabei der Verkauf der traditionellen thailändischen Duftreissorte Hom Mali aus biologischem Anbau.

KUNSTHANDWERK Die EZA arbeitet inzwischen mit 54 Handwerkspartnerorganisationen in Lateinamerika, Afrika und Asien zusammen. Für sie ist der Faire Handel oft die einzige Absatzmöglichkeit, da der lokale Markt nicht so viele Produkte in einer Qualität, die einen gewinnbringenden Preis erlauben würde, aufnehmen kann. Somit ist eine Steigerung des Kunsthandwerksumsatzes um 15,2% besonders erfreulich. Der Anteil am Gesamtumsatz beläuft sich damit auf 28,2%.

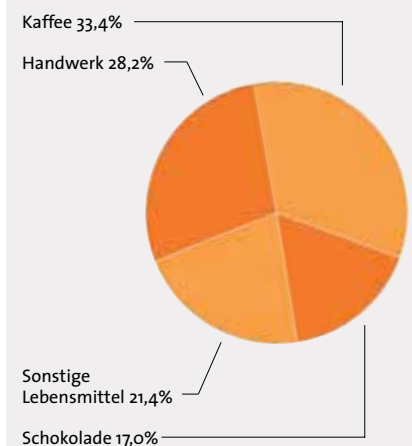
UMSÄTZE PRO ARTIKELGRUPPE



GESAMTUMSATZ

2004/2005	9.476.593,-
2005/2006	10.781.728,-

ANTEIL AM UMSATZ



Das Geschäftsjahr der EZA Fairer Handel GmbH umfasst den Zeitraum von 1.7.2005 bis 30.6.2006.

AKTIVA Die beiden größten Posten sind Sachanlagen, die den Neubau des Distributionszentrums in Weng/Köstendorf beinhalten, und Vorräte. Letztere sind im Geschäftsjahr 05/06 um 15,4 % gestiegen. Dies erklärt sich zum einen aus der Umsatzsteigerung, zum anderen aber auch dadurch, dass für den Lebensmitteleinzelhandel in kurzer Zeit große Mengen abrufbereit zu halten sind.

Der Anstieg der Forderungen resultiert aus den verlängerten Zahlungszielen, die gerade im Weltladenbereich zum Start oder zur Unterstützung von Umbau- und Umzugsunterstützung gewährt werden.

PASSIVA Im Geschäftsjahr 2005/06 wurde ein Gewinn von 76.600 Euro erzielt. Zusammen mit dem Vorjahresgewinn beläuft sich der kumulierte Bilanzgewinn auf 744.328 Euro. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten beinhalten den Kredit für den Neubau von 2 Mio Euro. Per 30.6.2006 beläuft sich der Stand der Kleindarlehensaktion auf 2.075.634 Euro, die der EZA von 622 DarlehensgeberInnen zur Verfügung gestellt wurden.

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG Der Umsatz stieg um 13,8 % auf 10.781.728 Euro. Die teils über dem FAIRTRADE-Mindestpreis liegenden Einkaufspreise für Kaffee sowie größere Bewertungen des Handwerks im Rahmen des Umzugs in den Neubau begründen den höheren Wareneinsatz.

Das Personal ist weniger als der Umsatz gestiegen, was eine verbesserte Personal/Umsatz-Quote mit sich bringt. Die Raumkosten sind gesunken und beinhalten die Pachtzahlung für den Grund in Köstendorf sowie die Mietzahlungen der drei eigenen EZA-Weltläden und die Mietzahlung für Bergheim bis Ende 2005. Der überproportionale Anstieg der Vertriebskosten ist vor allem durch Aktivitäten und den weiteren Ausbau des Vertriebsnetzes sowie die umsatzgebundene Erhöhung diverser Beiträge zu erklären. Weiters beinhalten sie die Kosten für die Bewerbung der neuen CD-Linie, sowie die Kosten für die Eröffnungs- und die 30-Jahr-Feier. Ebenfalls enthalten ist eine Spende in Höhe von 10.000 Euro an unsere ProduzentenpartnerInnen in Mexico nach der Hurrikan-Katastrophe. Die Abschreibungen sind durch den Neubau begründet, ebenso der Zinsanstieg. Angesichts der Tatsache, dass die EZA mit dem Neubau ihres Distributionszentrums die größte Investition in ihrer Firmengeschichte getätigt hat und rund um die Verlegung des Firmensitzes viele Kosten angefallen sind, sind wir mit dem vorliegenden Jahresergebnis sehr zufrieden.

Im Berichtszeitraum hatte die EZA 56 MitarbeiterInnen (in der Zentrale und den drei eigenen Weltläden), davon 37 weibliche und 19 männliche. Auf Vollzeit gerechnet ergibt das im Jahresdurchschnitt einen Beschäftigtenstand von 44,2 Vollzeitkräften.



BILANZ PER 30. 6. 2006

Alle Angaben in Euro	04/05	05/06	Vergleich
Immaterielle Vermögensgegenstände	5.328	3.594	-32,5%
Sachanlagen	2.444.090	2.399.480	-1,8%
Finanzanlagen	42.262	42.262	0,0%
ANLAGEVERMÖGEN	2.491.680	2.445.336	-1,9%
Vorräte	3.111.528	3.589.849	15,4%
Forderungen & so. Vermögensgeg.	970.389	1.272.770	31,2%
Kassenbestand & Guthaben bei Banken	118.321	56.814	-52,0%
UMLAUFVERMÖGEN	4.200.238	4.919.433	17,1%
Rechnungsabgrenzungsposten	76.632	79.765	4,1%
AKTIVA	6.768.550	7.444.534	10,0%
Stammkapital	378.000	378.000	0,0%
Gewinnrücklagen	123.628	123.628	0,0%
Bilanzgewinn/verlust kumuliert	667.727	744.328	11,5%
EIGENKAPITAL	1.169.355	1.245.956	6,6%
RÜCKSTELLUNGEN	404.258	418.085	3,4%
Verbindlichkeiten geg. Kreditinstituten	2.254.285	2.430.158	7,8%
Verbindlichkeiten Kleindarlehensaktion	1.756.300	2.075.634	18,2%
sonstige Verbindlichkeiten	1.184.352	1.244.513	5,1%
VERBINDLICHKEITEN	5.194.937	5.750.305	10,7%
Rechnungsabgrenzungsposten	0	30.188	
PASSIVA	6.768.550	7.444.534	10,0%

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Alle Angaben in Euro	04/05	05/06	Vergleich
Umsatzerlöse	9.476.593	10.781.728	13,8%
sonst. betriebliche Erträge	81.486	50.952	-37,5%
Wareneinsatz	5.409.540	6.463.608	19,5%
ERTRAG	4.148.539	4.369.072	5,3%
Personalaufwand	1.732.554	1.950.552	12,6%
Raumkosten	269.885	211.733	-21,5%
Vertriebskosten	862.016	1.072.177	24,4%
Verwaltungskosten	635.394	663.011	4,3%
Abschreibungen	196.624	253.646	29,0%
Zinsergebnis	82.405	107.147	30,0%
Steuern	33.245	34.206	2,9%
AUFWAND	3.812.123	4.292.472	12,6%
JAHRESERGEBNIS	336.416	76.600	-77,2%

AGEZ Die EZA Fairer Handel GmbH 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.

www.oneworld.at/agez

ARGE WELTLÄDEN Der Dachverband der österreichischen Weltläden (ARGE Weltläden) ist die Interessensvertretung der Fachgeschäfte für Fairen Handel. Dieser erhält jährlich 1,2 Prozent des Weltladenumsatzes der EZA zur 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 darin bestmöglich zu unterstützen ist für die EZA ein wichtiges Anliegen.

www.weltlaeden.at

BIO AUSTRIA Das Gütesiegel „Bio-Partner rund um die Welt.“ wird seit 1998 von Bio Austria 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 die EZA mit Bio Ernte Austria Salzburg im Rahmen der „bio&fairen Wochen“ in Salzburg.

www.bio-ernte.at

EFTA Die EZA ist Mitglied der European Fair Trade Association, ein Zusammenschluss von 11 alternativen Handelsorganisationen in neun europäischen Ländern. Kooperation in Fragen der Produktentwicklung, der Informationsbeschaffung über

und Begleitung von Partnerorganisationen im Süden sowie gemeinsame Lobbyarbeit zeichnen den Zusammenschluss aus. Die EZA nahm an insgesamt neun Treffen auf europäischer Ebene teil und war dabei selbst Gastgeberin für die GeschäftsführerInnen sowie für die HandwerkseinkäuferInnen. Weiters finanzierte die EZA auch im abgelaufenen Geschäftsjahr im Rahmen ihrer EFTA-Mitgliedschaft die Advocacy-Stelle der vier großen Netzwerke des Fairen Handels (EFTA, IFAT, NEWS!, FLO) in Brüssel mit, um den Anliegen des Fairen Handels auf EU-Ebene mehr Gehör zu verschaffen.

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 des FAIRTRADE-Siegels. Die Palette von EZA-Produkten mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel umfasst Kaffees, Tees, Schokoladen, Schokoauflauf, diverse Schokosnacks, Kakao, Zucker, Trinkkakaomischung, diverse Getränke, Reis, Honig und Fußbälle. Ein Teil der Lizenzgebühren, die die EZA für die Verwendung des Gütesiegels bezahlt, fließt in die intensive Öffentlichkeitsarbeit von FAIRTRADE Österreich, die dem Fairen Handel in den letzten Jahren eine starke Aufmerksamkeit verschafft hat, ein Teil fließt in die internationale Struktur von FLO-Fair Labeling Organisation, die die externe Kontrolle der Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels auf Seiten der Produzentenorganisationen und der Importorganisationen/Händler gewährleistet.

www.fairtrade.at

FAIR TRADE FORUM Die EZA 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. Im Berichtszeitraum beteiligte sich die EZA an der Ausarbeitung der „Grundsätze des Fairen Handels“, ein Positionspapier, das als gemeinsame Basis dient.

www.fairtradeforum.at

IFAT Die EZA ist Mitglied der International Fair Trade Association, 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 eigene Praxis des Fairen Handels schriftlich dokumentiert, den Mitgliedsorganisationen zur Verfügung gestellt und stichprobenartig extern überprüft. Die EZA nahm im abgelaufenen Geschäftsjahr an zwei Treffen der IFAT teil und arbeitete aktiv in der neuen IFAT Europa Gruppe mit. Denn während es bereits IFAT Regionalstrukturen in Lateinamerika, Afrika und Asien gibt, fehlen diese in Europa noch. Die Gruppe hat maßgeblich dazu beigetragen, dass die inhaltliche und organisatorische Basis für die Gründung von IFAT Europa geschaffen wurde (Vorbereitung der Gründungskonferenz von IFAT Europa, Definition von Inhalten und Anliegen, Festlegung der Statuten, Erstkontakte mit potentiellen IFAT-Mitgliedern in den osteuropäischen Ländern, ...).

www.ifat.org

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 setzte die EZA im Rahmen des Neubaus ihre Verpflichtung zu ökologischem Handeln weiter in die Praxis um. Die umweltfreundliche Unternehmenszentrale im Niedrig-Energie-Haus-Standard zeichnet sich u.a. durch ein sparsames Heizsystem, das auf Sonnenenergie, Holzpellets und Abwärmennutzung basiert, aus. Weiters bezieht die EZA Ökostrom, hat einen Großteil der Betriebsküche auf Produkte aus biologischer Produktion und/oder Fairem Handel umgestellt

und den Anteil der Bio-Produkte im Lebensmittelsortiment weiter ausgebaut.

www.klimabuendnis.at

SÜDWIND AGENTUR Die Organisation für entwicklungspolitische Informations-, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit ist eine wichtige Akteurin für den Fairen Handel. Zahlreiche Workshops und Ausstellungen integrieren Aspekte des Fairen Handels und werden so vor allem im schulischen Bereich zu lebendigen und motivierenden Säulen der Vermittlung. Im Geschäftsjahr 2005/06 unterstützte die EZA eine Guatemala-Ausstellung der Südwind Agentur. Weiters kooperierte die EZA im Berichtszeitraum vor allem mit dem unabhängigen regionalen Verein SÜDWIND-Entwicklungspolitik Salzburg im Rahmen des Projektes der „bio&fairen Wochen“ und beteiligte sich an einer Schulung für MultiplikatorInnen des Pädagogischen Instituts Salzburg in Saalfelden.

www.suedwind-agentur.at
www.suedwindsalzburg.at

WELTHAUS Welthaus ist eine entwicklungspolitische Einrichtung der katholischen Kirche in sieben österreichischen Landeshauptstädten.

Das Welthaus Graz kooperierte mit EZA und Weltläden im Rahmen von Veranstaltungen mit Moon Sharma und Shaista Habib Begum von der indischen Handwerksorganisation TARA sowie mit Ofelio Angeles Ortega, einem Kaffee Kleinbauern aus Oaxaca, Mexiko, die sich auf Einladung der EZA in Österreich befanden. Weiters kooperierte die EZA mit dem Welthaus Linz im Rahmen des Projektes der „bio&fairen Jausn“ und informierte im Rahmen einer MultiplikatorInnenschulung über den Fairen Handel.

www.welthaus.at

Impressum: Herausgeber und Medieninhaber (Verleger): EZA Fairer Handel GmbH., Redaktion: Andrea Reitingner, Andrea Schlehuber. Alle: Wenger Straße 5, 5203 Köstendorf, DVR Nr. 0419605, Telefon: 06216 20 200, Fax: 06216 20 200 999, E-mail: office@eza.cc, Homepage: www.eza.cc
Gestaltung: Atelier Dennis de Kort. Bilder: EZA/mawi/vj. Gedruckt auf 100% Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem österreichischen Umweltzeichen. Auflage 2.000, Erscheinungsdatum: 20.12.2006



Sujan Das, Indien

EZA

NATÜRLICH FAIR

EZA Fairer Handel GmbH

Wenger Straße 5
A-5203 Köstendorf, Austria
T: +43/6216/20200-0, F: -999
office@eza.cc, www.eza.cc



NATÜRLICH FAIR