

GESCHÄFTSBERICHT 2012/13



Liebe Leserinnen und Leser!

**Bilanz ziehen: Im herkömmlichen Wirtschaftsleben zählt nach wie vor** zu allererst der monetäre Gewinn eines Unternehmens als Indikator für Erfolg. Wie dieser zustande gekommen ist, ob er dazu beigetragen hat, gesellschaftlichen Nutzen zu stiften oder etwa nur dem „Shareholder Value“ dient – darüber geben Wirtschaftsbilanzen keine Auskunft. Während die Bilanzlegung der wirtschaftlichen Daten für Unternehmen verpflichtend ist, unterliegt die Berichterstattung über soziale und ökologische Auswirkungen unternehmerischen Handelns dem Gebot der Freiwilligkeit. Warum eigentlich? Ist es weniger bedeutsam zu wissen, ob Menschen- und Arbeitsrechte entlang der Herstellungskette von Gütern eingehalten werden, ob natürliche Ressourcen geschont oder auf immer zerstört werden?

**Der Geschäftsführer unseres Partnerbetriebes Craft Aid auf Mauritius**, Gabriel Kamudu, bringt das vorherrschende Business getriebene Denken auf den Punkt und formuliert demgegenüber eine Alternative, wenn er meint: „Für fast jedes Unternehmen auf der Welt zählt am Ende des Tages wie viel Geld mit der Herstellung eines Produktes gemacht werden kann. Bei uns geht es um die Frage, welchen Unterschied die Herstellung eines Produktes im Leben der Menschen bewirkt, die bei Craft Aid arbeiten.“ Auch für die EZA geht es um die Frage, was wir mit unserem Handeln bewirken. Mit dem vorliegenden Bericht möchten wir Ihnen einen Einblick in die Aktivitäten des letzten Geschäftsjahres geben. Die intensive Auseinandersetzung mit unseren HandelspartnerInnen im Süden steht dabei auf den unterschiedlichen Ebenen – von der Gestaltung der Handelsbeziehungen über das Monitoring, die Produktentwicklung bis hin zur Informations- und Bildungsarbeit – im Zentrum.

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

**Dies soll jedoch nicht die Bedeutung einer tragfähigen wirtschaftlichen Basis schmälern**, ganz im Gegenteil. Wir brauchen sie, damit wir unser Verständnis von Fairem Handel überhaupt leben können. Nach den diesbezüglich sehr herausfordernden beiden Geschäftsjahren 2010/11 sowie 2011/12 ist uns mit dem aktuellen Ergebnis, das einen bescheidenen Gewinn ausweist, die weitere Stabilisierung unseres Unternehmens gelungen. Die Zahlen des laufenden Geschäftsjahres geben Anlass zur Annahme, dass wir diesen Weg fortsetzen können.

**Damit können wir an dem weiterarbeiten, was uns wichtig erscheint:** Unseren PartnerInnen im Süden verlässlicher Rückhalt sein, Produktalternativen anbieten, die auf einem ganzheitlichen Verständnis von Qualität gründen, Fairen Handel ins Gespräch bringen und ihn gemeinsam mit anderen weiterentwickeln, ungerechte Strukturen aufzeigen und Veränderung einfordern. Für all das setzen wir unsere Kraft ein. Für all das wünschen wir uns so viele MitstreiterInnen und WegbegleiterInnen wie möglich.

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

Mit besten Grüßen



ANDREA SCHLEHUBER, GESCHÄFTSFÜHRERIN





# 01

## INFORMATION, BILDUNG & PARTNERZUSAMMENARBEIT

### Auf den Spuren des Kaffees

Wie jedes Jahr im Herbst lud die EZA auch im Berichtszeitraum eine Vertreterin einer EZA-Partnerorganisation für ein sogenanntes Dialogprogramm nach Österreich ein. Aufgrund der Turbulenzen auf dem Kaffeeweltmarkt (starker Preisanstieg) und ihren unterschiedlichen Auswirkungen auf Kleinbauerngenossenschaften des Fairen Handels fiel die Wahl auf einen Gast einer EZA-Kaffee-kooperative.

**Margarita Carbajal Santos von Yeni Navan aus Mexiko tourte von 12. – 25. September 2012** durch Österreich. Die Mutter von fünf Kindern, Kaffeebäuerin, Gründungsmitglied der Genossenschaft, Bio-Promotorin und verantwortliche Koordinatorin für das Kaffeeerneuerungsprojekt, das u. a. von EZA und mit Mitteln der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit unterstützt wird, beeindruckte im Vortrag und Gespräch und verstand es, die Lebensrealität von Kleinbauernfamilien anschaulich darzustellen. Das Pflanzenerneuerungsprojekt wurde in seiner Vielschichtigkeit präsentiert und deutlich gemacht, dass es nicht um bloße Ertragssteigerung auf den kleinen Kaffeeparzellen geht, sondern um eine ganzheitliche Praxis angepasster und nachhaltiger Landwirtschaft.

Mit einer Veranstaltung im Salzburger Bildungshaus St. Virgil (mexikanische Bio-Bäuerin trifft Salzburger Bio-Bäuerin Heidi Eisl im Gespräch) startete Carbajal das Programm. Es folgten Besuche in sieben Bundesländern. Die Reise führte in Begleitung von EZA-MitarbeiterInnen von Salzburg über Linz, Tragwein (FAIRTRADE-Gemeinde in OÖ), Amstetten, Wien, Graz, Gleisdorf, Innsbruck, Imst, Bregenz und Götzis nach Dornbirn. Pressetermine, öffentliche Diskussionsveranstaltungen und die Teilnahme an der Konferenz anlässlich des 30. Geburtstag des Weltladendachverbands, standen auf der dichten Agenda.

„Der Faire Handel, die Mitgliedschaft in der Kooperative Yeni Navan, haben für uns einfache Mitglieder viele Vorteile mit sich gebracht. Wir haben dadurch unser Recht auf Land durchsetzen und verteidigen können. Beides hat unser Leben in sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Hinsicht bereichert. Wir schützen und erhalten unsere Umwelt und wir wissen um den Wert einer intakten Natur und gesunder Nahrung,“ so eine der zentralen Botschaften Carbajals.

Ein Fenster in die Welt des Kaffees öffnete die mexikanische Bio-Kaffeebäuerin Margarita Carbajal

Die Weltläden erwiesen sich in den verschiedenen Bundesländern einmal mehr als engagierte KooperationspartnerInnen. Doch auch die Einbindung der FAIRTRADE-Gemeinde Tragwein in Oberösterreich stieß auf beeindruckende Resonanz. Der Gemeindesaal war bis auf den letzten Platz gefüllt. Insgesamt wurden durch die Veranstaltungen über 500 Menschen erreicht.

### Mit dem Essen spielt man nicht

Die zerstörerischen Auswüchse eines profitgetriebenen Wirtschafts- und Finanzsystems wurden in den letzten Jahren so sichtbar wie selten zuvor. Agrarische Rohstoffe wie Weizen, Mais, Reis und Soja, aber auch Kaffee, Kakao und Zucker wurden zum lukrativen Spielball im Spekulationsgeschäft.

**Haben die einen Weizen im Portfolio, fehlt er den anderen auf dem Teller.** Wer sind die Akteure in diesem Geschäft? Wie agieren sie auf den Finanzmärkten? Wie funktionieren Rohstoffmärkte und Börsenspekulation? Welche Faktoren beeinflussen das Hochschnellen und Fallen der Preise? Und welche Regulierungsmöglichkeiten gibt es, um Rohstoffmärkte zu stabilisieren? Diesen Fragen ging die Ökonomin Cornelia Staritz von der Österreichischen Forschungsstiftung für Internationale Entwicklung ÖFSE im April 2013 auf Einladung der EZA im Rahmen eines Seminartages in Salzburg nach. Rund 70 TeilnehmerInnen vor allem aus dem Weltladenbereich folgten den spannenden Ausführungen und versuchten sich in interaktiven Einheiten an den Zusammenhängen zwischen physischem Markt und Termingeschäften. Das Fazit einer Teilnehmerin: „Tatsächlich hat mich am meisten fasziniert, dass bei diesem „trockenen“ Thema die Zeit wie im Flug vergangen ist ... Ein wirklich gelungener Tag!“

### Durch Fairness soziale Werte schaffen

Information aus  
erster Hand bot ein  
Kleinbauernvertreter  
aus Sri Lanka

**Bernard Ranaweera, Präsident der Small Organic Farmers Association aus Sri Lanka**, war auf Einladung von EZA Fairer Handel im Mai 2013 zu Gast in Österreich. „Kleinbäuerinnen und -bauern in Sri Lanka zählen zu den benachteiligtsten Gruppen der Gesellschaft,“ stellte der 59-jährige Ranaweera fest. „Sie verfügen über geringe Flächen, geringe Einkommen, wenig Bildung und erhalten keinerlei Unterstützung.“ Das zu ändern, ist das erklärte Ziel der SOFA (Small Organic Farmers Association). Dem Mainstream-Modell einer industrialisierten und auf chemischen Inputs basierenden Landwirtschaft hält die Organisation einen ganzheitlichen Ansatz entgegen. Heute sind es an die 2.500 Familien, die ihre Gewürz- und Teegärten biologisch bewirtschaften. „Es geht aber nicht nur darum, ökologisch sinnvoll zu wirtschaften,“ so Ranaweera. „Wir müssen auch soziale Werte schaffen“. Der Aufbau einer starken Organisation und der Zugang zu Fairem Handel spielen dabei eine wichtige Rolle. Die Erträge und Einkommen seien über die Jahre gestiegen, durch die Prämien-gelder des Fairen Handels konnten zahlreiche zusätzliche Vorhaben realisiert werden. „Wir haben Kindergärten eingerichtet, Straßen verbessert, Versammlungshäuser gebaut, in die Wasserversorgung investiert, Computerkurse für Jugendliche organisiert und vieles mehr,“ berichtet Ranaweera.

**Seit 1999 bezieht die EZA Gewürze, etwas später auch Schwarz- und Grüntees** von den Bäuerinnen und Bauern der SOFA. Weiterverarbeitet und fertig verpackt werden alle Produkte beim Verarbeitungsbetrieb Bio-Foods in Sri Lanka. Ranaweera nahm als Referent an einem Gewürzseminar, organisiert von EZA Fairer Handel, teil und nützte den Aufenthalt zum intensiven Austausch mit EZA-MitarbeiterInnen, Engagierten aus dem Weltladenbereich und interessierten MedienvertreterInnen.



Bilder: EZA Fairer Handel

**Bernard Ranaweera**  
sprach über Tee und Gewürze  
aus Fairem Handel – hier im  
Weltladen 1080 Wien

In der Werkstatt von Sergio Wacha aus Mosambik entstehen originelle und kunstvolle Holzskulpturen.

Bild: EZA Fairer Handel



### Besuche bei unseren Partnerorganisationen

**Langfristige und verlässliche Handelsbeziehungen sind für die EZA ein wichtiges Kriterium.** EZA-MitarbeiterInnen nützen die Präsenz vor Ort, um an neuen Produkten zu arbeiten, Informationen über die Arbeitsweise der PartnerInnen und Herstellungsprozesse zu sammeln und sie über den Fairen Handel zu informieren. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 43 Partnerorganisationen in 9 Ländern besucht.

**Die Fashion Verantwortliche, Katharina Mühlberger, reiste zu Craft Aid auf Mauritius, Rajlakshmi und Sasha in Indien, Allpa, Minka, Raymisa und CIAP in Peru sowie nach Bolivien zu Awayu, Coproca, Qhana, Señor de Mayo und Q'Antati und arbeitete an den Kollektionen unserer Modemarke Anukoo für das Jahr 2014.**

**Eva Mayrhuber aus dem Handwerkseinkauf** besuchte in Begleitung der Designerin Ursula Guttman die langjährigen Partnerorganisationen Sasha, EMA und CRC in Indien. Hier ging es um die Entwicklung neuer Ledertaschen für die kommende Saison. Andrea Stehrer reiste nach Thailand zu Werkstätten der Handwerksorganisation Y-Development und nach Indien zum langjährigen Partner Tara sowie zu Noah's Ark, einer sozial engagierten Vermarktungsorganisation mit Sitz im nordindischen Moradabad, die im Berichtszeitraum als neue Partnerin aufgenommen wurde. Die Förderung kleiner Werkstätten und die Bewahrung traditioneller Handwerkstechniken – in der Region ist vor allem die Kunst der Metallverarbeitung verbreitet – ist für die MitarbeiterInnen von Noah's Ark ein besonderes Anliegen.

**Besucht wurden  
43 Partnerorganisationen  
in neun Ländern**

**Weitere Besuche führten nach Kolumbien zu den Handwerksorganisationen** La Cucaracha, die u.a. geschmackvollen Schmuck aus Seidenkokons fertigen, sowie zu Sapia. Auf Einladung von Agroexport Guatemala reiste EZA-Mitarbeiter Gerhard Wimmer nach Guatemala zur Kunsthandwerksmesse in Antigua. Rund 120 verschiedene Gruppen aus Zentralamerika präsentierten dort ihre Produkte, darunter auch Partnerorganisationen der EZA. Kontakte gab es im Rahmen der Messe





Bild: EZA Fairer Handel

Handgewobene Stoffe für das „Himmelbett der Götter“. Gerhard Wimmer (li) zu Gast bei Heriberto Reyes in einer Werkstätte in San Sebastián, El Salvador, wo Stoffe für Hängematten entstehen

und anschließend zum Glasbläserbetrieb Copavic und den Handwerkervereinigungen Pop Atziak und Aj Quen (alle Guatemala), sowie zu den salvadorianischen Initiativen La Semilla de Dios und Exporsal, die Hängematten und bemalte Kleinmöbel herstellen, und UCA Ruffati, die sich auf die Verarbeitung alter Autoreifen zu originellen Taschen spezialisiert haben.

**Auch neue Partnerorganisationen auf dem afrikanischen Kontinent wurden besucht**, darunter Baobart in Mozambique – eine junge und sehr engagierte Organisation im Fairen Handel, die im selben Jahr auch von der EZA-Monitoringverantwortlichen Birgit Calix im Rahmen einer Erstevaluierung mit den Kriterien des Fairen Handels näher vertraut gemacht wurde. Baobart arbeitet mit kleinen Werkstätten auf dem Land zusammen, die Holz- und Hornschmuck, Holzskulpturen und Batiken herstellen. Dazu Handwerkerkäufer Gerhard Wimmer: „Baobart leistet eine sehr gute Basisarbeit, braucht aber dringend mehr Kunden um sämtliche Ausgaben finanzieren zu können. Die HandwerkerInnen haben ein phantastisches Können, doch sie benötigen auch Impulse für neue Designs.“

Kreativität und traditionelle Techniken finden im Handwerk ihren Ausdruck

**In Südafrika besuchte Wimmer die Organisation „Zimele Developing Community Self Reliance“.** Die 2006 gegründete südafrikanische NGO verfolgt das Ziel durch die Vermarktung traditioneller Handwerksprodukte benachteiligten Frauen eine faire Einkommensmöglichkeit zu eröffnen. „Für die meisten bedeutet dieses Einkommen den einzigen direkten Zugang zu Geld, weil sie ansonsten nur auf kleinen Grundstücken zur Eigenversorgung der Familie verschiedene Kulturpflanzen anbauen,“ berichtet Wimmer. Die Frauen verarbeiten Filz und Perlen zu bunter Weihnachtsdeko, Zimele kauft das Rohmaterial und schult die Frauen regelmäßig in der Umsetzung neuer Designideen.

### Zu den Wurzeln des Kaffees

**Im Lebensmittelbereich stand auch im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder eine Reise** zu den KaffeeproduzentInnen in Mexiko und Guatemala auf dem Programm. Wichtige Herausforderungen sind – je nach Genossenschaft unterschiedlich – ein verbessertes Kostenmanagement, die weitere Stärkung der Organisationen und der Kampf gegen die Pilzkrankheit Roya, die den Kaffeepflanzen zunehmend zusetzt – so die Eindrücke des EZA-Kaffeeverantwortlichen Franz Denk. Darüber hinaus wird auf die Erneuerung alter Kaffeepflanzen großes Augenmerk gelegt, ist sie doch Basis für eine zukünftig verbesserte Produktivität der kleinen Kaffeegärten. Das von EZA und mit Mitteln der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit unterstützte Kaffeeerneuerungsprogramm der

Partnerorganisation Yeni Navan erweist sich in diesem Zusammenhang als sehr positives Beispiel. Bei einem Lokalaugenschein in der Region Norte konnte sich Franz Denk davon persönlich überzeugen: „Die Parzellen in dieser Region sind sehr gut bearbeitet. Das Renovierungsprogramm wird voll angenommen und auch die von mir besichtigte Demonstrationsparzelle ist in vorbildlichem Zustand. Die Erträge liegen jetzt schon über 10 Quintal (1 Quintal = 45,4 kg) pro ha und werden weiter steigen. Von Vorteil ist für die Leute auch, dass die Region über einen guten Boden und ausreichend Niederschläge verfügt. So ist auch die Grundnahrungsmittelversorgung sehr gut.“ Andere Genossenschaften sind auf die Arbeit Yeni Navans aufmerksam geworden, und zeigen Interesse am Austausch und ähnlichen Vorhaben.

**Franz Denk besuchte in Guatemala die langjährigen Partnerorganisationen Ciasfa** (ehemals Cecapro) und Guaya'b sowie Manos Campesinas. In Mexiko gab es Treffen mit VertreterInnen von ISMAM, Redcafes, POSI, Mascafé, CIRSA, Tzajib Babi, FIECH, Paluchen, Juan Sabines, Uciri, 21 de Septiembre, Flor del Cafetal und Yeni Navan/Michiza.

**Auch Birgit Cáliz aus dem Bereich Partnerzusammenarbeit und -monitoring begab sich in die Welt** des Kaffees und besuchte die neue EZA-Partnerorganistaion CAFEL im äußersten Westen von Honduras. Dass das kein „Spaziergang“ ist, beschreibt sie in ihrem Bericht: „In unserem Geländewagen brauchen wir für 40 km fast 2 Stunden. Der Weg führt durch Bachläufe, hat tiefe Spurrinnen und an zwei Stellen haben Erdrutsche die halbe Straße weggerissen.“ Dank ihrer Genossenschaft haben die Mitglieder heute die Kontrolle über die Vermarktung ihres biologisch produzierten Rohkaffees zu fairen Bedingungen. Herausforderungen gibt es jedoch mehr als genug. Die Folgen des Klimawandels ist eine davon. „Heute haben wir mit vielen Kaffeekrankheiten und Schädlingen zu kämpfen, die es zuvor in unserer Region nicht gab. Die Pflanzen stehen unter Stress, und das macht sie anfällig!“ wird „Don Hector“ zitiert. Nicht nur die gestiegene Durchschnittstemperatur, auch die unregelmäßigen Niederschläge werden zum Problem. Der Klimawandel wird als Tatsache anerkannt. CAFEL geht es darum, diesen so gut wie möglich zu bewältigen, ohne den Kaffeeanbau, Hauptwirtschaftssektor in dieser Bergregion, zu gefährden. Aber auch die gestiegenen Produktionskosten stellen eine der großen Sorgen der ProduzentInnen dar. Umso wichtiger sind faire und verlässliche Vermarktungsnetzwerke.

### Bei den BaumwollpflanzlerInnen

**Eine Reise zu den Baumwollbauern und -bäuerinnen** der Chetna Organic Farmers Association (COFA) im indischen Odisha, organisiert von FAIRTRADE-Österreich, eröffnete der EZA-Mitarbeiterin Andrea Reitinger im Berichtszeitraum einen Lokalaugenschein am Anfang der Herstellungskette der Baumwollbekleidung. Die Ernte der Kleinbauernvereinigung wird u.a. im indischen Betrieb Rajlakshmi, Partnerorganisation der EZA, zu Bekleidung verarbeitet, die unter der EZA-Marke Anukoo in Österreich erhältlich ist.

Baumwolle gedeiht bei den Chetna FarmerInnen zwischen Linsensträuchern. Gut für die Bodenfruchtbarkeit und die Eigenversorgung mit einem wichtigen Grundnahrungsmittel.

Bilder: EZA Fairer Handel

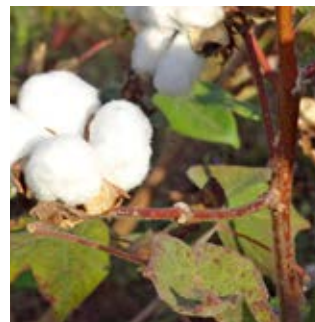




Bild: EZA Fairer Handel

Frauen aus dem indischen Dorf Kumkal wollen sich der Chetna Baumwoll-Kooperative anschließen, um von deren Leistungen zu profitieren.

**COFA setzt auf biologischen Landbau und Fairen Handel und schult die Mitglieder** in der nachhaltigen Nutzung der kleinen Anbauflächen. Die Kulturen der PflanzlerInnen sind ausschließlich vom Regenwasser abhängig. Künstliche Bewässerung gibt es nicht. Ein durchdachtes System von Pflanzengemeinschaften trägt dazu bei, dass die Bodenfruchtbarkeit erhalten bleibt, Schädlinge nicht überhand nehmen und zusätzliche Feldfrüchte für den eigenen Verbrauch geerntet werden können. Herausragend ist das Engagement der COFA im Bereich des Saatguts. Aktuell werden die Mitglieder mit biologischem Saatgut von der Genossenschaft versorgt. Parallel dazu arbeitet man in Pilotprojekten daran, dass die Bauern und Bäuerinnen in die Lage versetzt werden, ihr eigenes Saatgut zu ziehen. Die Rahmenbedingungen im armen Odisha aber auch in anderen Bundesstaaten Indiens, in denen die COFA tätig ist, sind denkbar schwierig. Mrunal Lahankar, eine von 130 Angestellten der Organisation, hat eine klare Botschaft: „Gebt uns einen Markt. Wenn wir diesen haben, können wir ganz viel bewirken.“

#### PartnerInnen begleiten, beraten, evaluieren

**Als Mitglied der European Fair Trade Association** ([www.european-fair-trade-association.org](http://www.european-fair-trade-association.org)) arbeitet die EZA u.a. in der EFTA-Monitoring Gruppe aktiv mit. Im Rahmen dieser Kooperation hat sich die EZA verpflichtet, drei Partnerevaluierungen pro Jahr durchzuführen bzw. zu finanzieren. Dabei wird die Umsetzung der Standards fairer Produktions- und Handelsbeziehungen einer gemeinsamen Analyse unterzogen. Die Ergebnisse der Evaluierungen werden mit anderen EFTA-Mitgliedsorganisationen geteilt.

**Die EZA Monitoringverantwortliche Birgit Cáliz reiste im Berichtszeitraum nach Südafrika**, wo die potentielle Partnerorganisation Nobunto (Handwerksprodukte) evaluiert wurde und nach Mozambik zu Baobart, einer neuen Handelspartnerin der EZA, die sich auf die Zusammenarbeit mit KunsthandwerkerInnen spezialisiert hat. In Form von Workshops, Einzel- und Gruppeninterviews erfolgte ein intensiver Austausch zu den Kernprinzipien des Fairen Handel und eine Dokumentation der Arbeitsweise Baobarts. „Das Ergebnis dieser Evaluierung ist für uns von größtem Wert“, so Maura Mendes, Mitbegründerin von Baobart. Nicht zuletzt drückten die TeilnehmerInnen ihre Hoffnung aus, dass ihnen die Evaluierung dabei helfen wird, sich als Fairhandelsorganisation zu beweisen, sich gut im Fairen Handel zu etablieren und weitere FairhandelspartnerInnen zu finden.



**Zusätzlich beauftragte die EZA eine EFTA Evaluierung der indischen Partnerorganisation Sasha** im Mai 2013. In diesem Fall wurde die Evaluierung von einer mit den Vor-Ort-Bedingungen und den Evaluierungskriterien vertrauten externen indischen Beraterin durchgeführt.

### PartnerInnen fördern

**Neben der Weiterführung der Förderung des Kaffeeerneuerungsprogrammes** der mexikanischen Kooperative Yeni Navan (mit zusätzlichen Fördergeldern vonseiten der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit), unterstützte die EZA im Berichtszeitraum den Holzzertifizierungsprozess der indonesischen Handwerksorganisation Pekerti finanziell. Dieser Prozess, der u. a. die Rückverfolgbarkeit des Holzes von der Herkunft bis zum fertigen Produkt beinhaltet, wurde aufgrund geänderter gesetzlicher Rahmenbedingungen in Indonesien notwendig.

Wir unterstützen PartnerInnen dabei, die hohen Anforderungen europäischer Märkte zu erfüllen

**Darüber hinaus brachte die EZA gemeinsam mit der indischen Partnerorganisation Sasha** ein Vorhaben im Bereich der Bekleidungsherstellung auf den Weg, das sowohl über EZA-Eigen- als auch Fremdmittel (vonseiten der Salzburger Landesregierung und der Weltläden) realisiert werden soll. Im Fokus dabei steht die Herstellung von Seidentextilien. Das Projekt zielt auf den Aufbau einer transparenten und an den Kriterien des Fairen Handels orientierten, durchgehenden Produktionskette von der Seidenverarbeitung bis zum fertigen Seidentextil ab. Weiteres wichtiges Ziel ist die Umsetzung internationaler Qualitätsstandards als Voraussetzung für den Zugang und den Verkauf der Kleidungsstücke auf den internationalen Märkten und damit der mittel- und langfristigen Sicherung der Einkommen all jener ProduzentInnengruppen, die in diesen Prozess involviert sind.

### Besuche von unseren Partnerorganisationen

**Durch Besuche in Österreich bekommen PartnerInnen die Möglichkeit**, AkteurInnen des Fairen Handels hierzulande kennen zu lernen sowie direkte Rückmeldungen auf ihre Produkte und ihre Arbeit in ihren Organisationen zu bekommen und aktuelle Neuigkeiten aus ihrem Umfeld aus erster Hand weiter zu geben. VertreterInnen von 12 Organisationen aus 10 Ländern waren zu Gast bei EZA Fairer Handel: José Victor Pop (Aj Quen/Guatemala), Ram Ramasamy (Sipa/Indien) Roopa Mheta (Sasha/Indien), Margarita Carbajal Santos (Yeni Navan/Mexiko), Gabriel Kamudu (Craft Aid/Mauritius), Revita Shresta & Samita Maharjan (ACP/Nepal), Maura Mendes (BaobArt/Mozambik), Humberto Aruquipa (Qhana/Bolivien), Sebastian Rozario (CORR Juteworks/Bangladesch), Leo D'Souza & Rajesh Salaskar (Asha/Indien), Bernard Ranaweera (SOFA/Sri Lanka), Vedastus Ngaiza (KCU/Tansania).

### Partnerpolitik und Partnerorganisationen

**Im Berichtszeitraum wurde auch die Partnerpolitik der EZA überarbeitet** und an unsere HandelspartnerInnen kommuniziert. Angestoßen wurde dies durch eine Selbstevaluierung der EZA, in der

Maura Mendes,  
Mitbegründerin von BaobArt  
in Mosambik, engagiert  
sich für die Förderung von  
KunsthändlerInnen

Bilder: EZA Fairer Handel



auch das Feedback der HandelspartnerInnen eingeholt wurde. Mit der neuen EZA-Partnerpolitik liegt uns eine noch klarere Handlungsanleitung vor. Für unsere PartnerInnen bedeutet das Papier eine umfassende Orientierung und Entscheidungshilfe hinsichtlich ihrer Kooperation mit der EZA. Damit dies von allen EZA-PartnerInnen ausdrücklich und verbindlich wahrgenommen wird, wurde und wird mit allen bestehenden wie zukünftigen EZA-Partnerorganisationen eine Kooperationsvereinbarung (Memorandum of Understanding) abgeschlossen. Nicht zuletzt bietet die EZA-Partnerpolitik eine wichtige Orientierungshilfe für alle im Fairen Handel engagierten Personen, Initiativen und Organisationen: Sie legt klar und offen dar, welchen Beitrag die EZA zur Umsetzung der internationalen Fair-Handels-Prinzipien leistet.

Elf Organisationen aus 10 Ländern wurden als neue PartnerInnen der EZA aufgenommen.

**Die Entscheidung über Neuaufnahmen und Beendigungen von Handelspartnerschaften** erfolgt im Partnerkomitee der EZA. Die Zusammenarbeit mit der südafrikanischen Handwerksorganisation Inspirations of Africa endete, da sich die Organisation aufgrund insgesamt zu geringer Nachfrage aus dem Handel mit Handwerksprodukten verabschiedete und sich auflöste. Neu aufgenommen wurden MSS (Zucker aus Mauritius), SEKEM (Datteln aus Ägypten), Serendipalm (Palmöl aus Ghana), Mieses del Sur (Honig aus Mexiko), Tzeltal Tzotzil (Honig aus Mexiko), Consorcio Vinícola (Wein aus Chile), Golden Palm (Holzspielzeug aus Sri Lanka), Comercio Solidario (Bio-Honig aus Argentinien), Ecookim (Kakao aus Cote d'Ivoire), Noah's Ark (Schmuck, Weihnachtsdeko und Metallgegenstände aus Indien) sowie Zimele (Handwerk aus Südafrika).

**Damit zählte die EZA mit Stand Ende Juni 2013 insgesamt 164 HandelspartnerInnen.** 63 davon beliefern die EZA mit Handwerk und Fair Fashion. 35 Handwerksorganisationen sind Mitglied in der WFTO-World Fair Trade Organisation, eine ist FAIRTRADE-zertifiziert. Von den 101 LebensmittelpartnerInnen befinden sich 85 im FAIRTRADE-Produzentenregister, zwei Organisation sind Fair for Life zertifiziert.

### Fairen Handel stärken und weiter entwickeln

**Auf europäischer Ebene nahm die EZA an sechs Treffen der EFTA-European Fair Trade Association teil,** darunter zwei Treffen der Monitoring-Verantwortlichen. Hier standen die Weiterentwicklung des EFTA-Evaluierungssystems, der Austausch zu gemeinsamen Partnerorganisationen sowie die Arbeit rund um das Thema eines existenzsichernden Lohnes ("living wage"), der als erklärtes Ziel der EFTA formuliert wurde, im Vordergrund.



Bilder: EZA Fairer Handel

Menschen auf dem Land eine Perspektive bieten – das ist eines der Ziele von BaobArt in Mosambik

Margarita Carbajal Santos  
von der mexikanischen  
Kaffeekooperative Yeni Navan  
mit dem neuen Espresso  
Italiano von EZA

Bild: EZA Fairer Handel



**Auf internationaler Ebene bringt sich die EZA v.a. über diese Mitarbeit in der EFTA** aktiv in die Arbeit der WFTO-World Fair Trade Organisation ein ([www.wfto.com](http://www.wfto.com)). Gemeinsam mit der deutschen Fairhandelsorganisation gepa gab die EZA im Rahmen der Monitoring Gruppe intensiven Input zur Ausarbeitung des WFTO Guarantee Systems. Das Konzept soll sicherstellen, dass die 10 zentralen Standards der WFTO von den Mitgliedsorganisationen eingehalten und umgesetzt werden. VertreterInnen der EZA haben an der Konferenz der WFTO-Europe sowie der internationalen WFTO-Konferenz in Rio, Brasilien, teilgenommen.

**Darüber hinaus beteiligt sich die EZA regelmäßig an schriftlichen Konsultationsprozessen**, die von FAIRTRADE-International angestoßen werden, wenn es um die Einführung neuer oder die Veränderung bestehender FAIRTRADE-Standards geht. Zu fünf Prozessen dieser Art nahm die EZA im Berichtszeitraum Stellung.

**Die EZA versteht sich in Österreich als Teil des entwicklungspolitischen Netzwerks** und war im abgelaufenen Geschäftsjahr im Forum Fairer Handel sowie in der Plattform der Clean Clothes Kampagne vertreten. Dies entspricht unserem Selbstverständnis, nicht nur Produktalternativen anzubieten, sondern uns dafür einzusetzen, dass Missstände in herkömmlichen Produktions- und Handelszusammenhängen aufgezeigt sowie faire Arbeits- und Handelsbedingungen eingefordert werden.

### Fairen Handel verbreiten

**In der Verbreitung des Fairen Handels in Österreich sind unsere PartnerInnen aus dem Süden** sowie die Weltläden unsere stärksten Verbündeten. Neben der Besuchstour unseres mexikanischen Gastes Margarita Carbajal Santos im Herbst 2012 konnte Bernard Ranaweera, Vertreter der Kleinbauerngenossenschaft SOFA aus Sri Lanka, im Frühjahr 2013 für einen einwöchigen Aufenthalt in Österreich gewonnen werden. (siehe Seite 3 und 4)

**Mit Vorträgen zum Fairen Handel, zur Unternehmenspolitik der EZA** und im Speziellen zum Konzept der fairen Mode war die EZA u.a. bei der attac Sommerakademie in Goldegg, der Pädagogischen Hochschule Oberösterreich, bei Fortbildungen für biofaire ReferentInnen in Kooperation mit Bio-Austria, bei diversen Veranstaltungen von Weltläden zum Thema ökofaire Mode, bei Veranstaltungen rund um Rio+20 sowie im Rahmen der Fair Trade Akademie präsent. An unserem Standort in Köstendorf konnten wir insgesamt 37 Gruppen (SchülerInnen und Erwachsene) zu Hausführungen und Diskussionen zum Fairen Handel empfangen.



# 02

## UNSERE KUNDINNEN

### Weltläden

**Die Weltläden sind mit 34,5% Anteil am Gesamtumsatz weiterhin die umsatzstärkste Kundengruppe.** Umso erfreulicher ist es, dass hier der Umsatz um 2,8% auf 5,53 Mio € gesteigert werden konnte. Die Zuwächse resultieren aus dem Kaffee, den sonstigen Lebensmitteln – durch neue Produkte bzw. den Aufbau einer neuen Produktlinie bei Tee – und der fairen Mode. Ein neuer Weltladen eröffnete in Schärding.

**Die EZA war auch im abgelaufenen Geschäftsjahr mit Abstand stärkster Lieferant** im Weltladenbereich – wengleich auch heuer wieder neue Mitanbieter dazugekommen sind. Doch auch das wirtschaftliche Gesamtumfeld hat sich durch die Finanzkrise und ihre Folgen verändert. So ist eine Verlagerung von Kunsthandwerk hin zu Lebensmitteln verbunden mit einer deutlichen Reduzierung der Einzelbonumsätze feststellbar. Mit insgesamt 16 Waren- und Informationsbörsen in vier Regionen (Salzburg, Wien, Steiermark, Vorarlberg) sowie zusätzlichen Seminarangeboten pflegt die EZA den inhaltlichen Austausch mit den Fachgeschäften für Fairen Handel.

### Lebensmitteleinzelhandel

**Der Umsatzzuwachs von 4,0% auf 4,65 Mio €** ergibt sich aus dem Kaffee und vor allem aus den Zuwächsen von sonstigen Lebensmitteln. Durch die Schwerpunktsetzung auf die Produkte Reis, Chutney, Kakao und Knabberereien konnten auch neue KundInnen gewonnen werden.

### WiederverkäuferInnen

**In dieser Kundengruppe, bei der es sich vorwiegend um Bioläden und Distributeure handelt,** konnte ein Umsatzplus von 5,7 % erzielt werden. Die von EZA angebotenen Fachseminare (siehe Weltläden) standen auch für Interessierte aus dem Wiederverkäuferbereich offen.



Bild: EZA fairer Handel, Thomas Licht

Die Seele baumeln lassen –  
in einem Kleid von  
Anukoo Fair Fashion

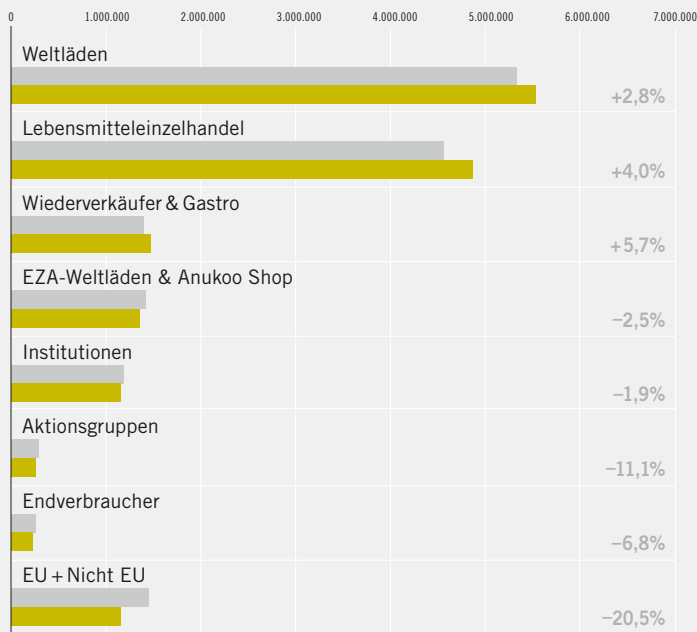
**EZA-eigene Weltläden & Anukoo Fair Fashion Shop**

Die EZA-eigenen Weltläden in Salzburg, Wien 1010 und 1080 blieben mit ihren Umsätzen hinter dem Vorjahr zurück. Vor allem für den Wiener Raum erklärt sich der Rückgang teilweise aus einer zunehmenden Verschlechterung des Standortes (1080) sowie im Verlust von KundInnen durch langwierige Bautätigkeiten in unmittelbarer Nähe des Ladens (1010), die bis dato nicht zurückgewonnen werden konnten. Der Anukoo Fair Fashion Shop in Wien 1060 zeigte zwar einen erfreulichen Umsatzanstieg von 8,5 %, konnte damit aber den Rückgang in den anderen drei EZA-Geschäften nicht zur Gänze auffangen. Der Rückgang beläuft sich insgesamt auf 2,5 %.

**Institutionen**

Neben den Einkäufen vieler privater und öffentlicher Einrichtungen, wie Bildungsstätten, Krankenhäuser und Büroeinrichtungen, wirken sich bei dieser Kundengruppe vor allem die Großaufträge einiger Einzelkunden aus. In diesem Umsatz spiegeln sich auch die Großaufträge von Missio mit seiner Jugendaktion und der Dreikönigsaktion. Die Rückgänge beim Verkauf der Schokolade führten zu einem Umsatzrückgang von 1,9 % in diesem Kundenkanal.

**Umsätze Kundenkanäle**

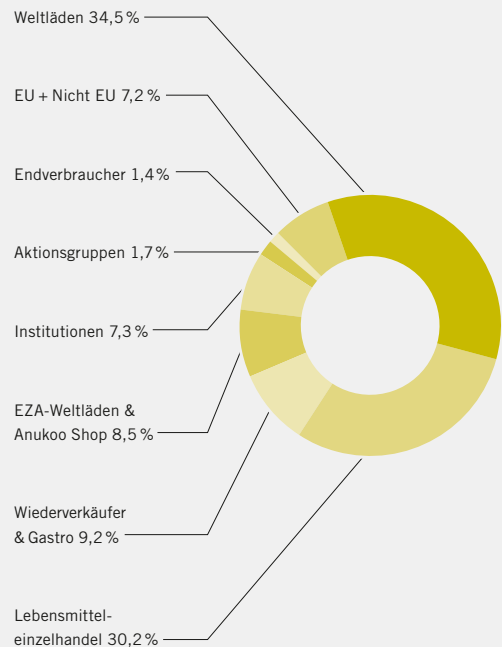


**GESAMTUMSATZ**

2011/2012 € 15.642.113,-  
 2012/2013 € 15.638.354,-

■ 2011/2012 ■ 2012/2013

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



### Aktionsgruppen

Durch die **Flächendeckung des Weltladennetzes werden die meisten Aktionsgruppen** (Menschen, die im Rahmen von Bazaren die Produkte ehrenamtlich verkaufen) über diese Struktur betreut, sodass die Anzahl der Gruppen, die direkt bei der EZA einkaufen, rückläufig ist. Dazu kommt, dass immer mehr EZA-Produkte im herkömmlichen Lebensmittelhandel gut erhältlich sind und dadurch die verkaufsbezogenen Aktivitäten der Aktionsgruppen sinken. Dies erklärt den Umsatzrückgang von 11,1%.

### EndverbraucherInnen

Unser Standort in **Köstendorf empfängt EinzelkundInnen aus der Region ebenso wie Gruppenexkursionen**, die an Vorträgen zu Fairem Handel und am Produktsortiment der EZA Interesse zeigen. Der Umsatzrückgang von 6,8% erklärt sich v.a. dadurch, dass eine regionale Großveranstaltung, die im Jahr zuvor stattgefunden hatte, im Berichtszeitraum nicht stattfand.

### Europäische Union & Schweiz

Die **Verkäufe an unsere europäischen Partnerorganisationen** in Deutschland und der Schweiz haben sich gut entwickelt. Sie beziehen Teile ihres Fair Fashion- und Kunsthandwerkssortiments über die EZA. Aber auch jüngere Fair Trade Importorganisationen aus Slowenien, Tschechien, der Slowakei und Polen kaufen über uns ein.

Im Vorjahr bezogen die italienischen und deutschen Partner einen Container Kaffee über uns, im Berichtszeitraum 12/13 fand dieser Einkauf nicht über uns statt. Dies erklärt das hohe Umsatzminus von 20,5%. Da der Vorteil dieser strategisch angelegten Einkaufskooperation für uns in der Senkung der anteiligen Fixkosten und weniger in der Generierung von Deckungsbeiträgen liegt, wirkt sich dieser Umsatzeinbruch nicht in gleicher Relation auf die Gesamtmenge aus. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde auch die Direktbetreuung von deutschen Weltläden ausgebaut. Mit einem Wachstum von über 20% werden mittlerweile mehr als 80 Läden vor allem im süddeutschen Raum direkt (auch vor Ort) betreut.



Bilder: EZA Fairem Handel

Traditionelles Kunsthandwerk, modernes Design – beides bekommt im Sortiment der EZA Raum



# 03

## UNSERE PRODUKTE

### Kaffee

**Kaffee steht für 37,3% des gesamten Umsatzes.** Bis ins Frühjahr 2012 lag der Weltmarktpreis für Kaffee auf hohem Niveau. Dazu kommen im Fairen Handel zusätzliche Prämien für gemeinschaftliche Vorhaben der Genossenschaften sowie für die biologische Qualität des Kaffees. Weiters entrichtet die EZA – je nach Provenienz des Kaffees – darüber hinausgehende Qualitätszuschläge. Zwischen der Vertragsunterzeichnung mit den ProduzentenpartnerInnen und dem effektiven Verkauf des Kaffees an die EndkonsumentInnen liegen mehrere Monate. Änderungen im Preisgefüge werden deshalb immer erst mit entsprechender Verzögerung wirksam, weshalb auch im Berichtszeitraum eine Verkaufspreiserhöhung nötig war, um für die EZA wirtschaftlich tragfähige Margen zu gewährleisten. Dies wurde von KonsumentInnenseite angenommen.

**Das EZA-Kaffeesortiment wurde um den „Espresso Italiano“**, einer Mischung hochwertiger Arabica-Bohnen von Kleinbauerngenossenschaften aus Guatemala, Mexiko, Peru und Uganda, ergänzt. Die typisch italienische Espressoröstung in Verbindung mit entsprechender Bohnenqualität erzielte bereits bei der Einführung ein sehr positives Echo. Weiters realisierte die EZA im Auftrag der ARGE-Weltläden exklusiv für die Fachgeschäfte des Fairen Handels die Regionenkaffees „fairArlberg“ (für das westlichste Bundesland) und „fairschnaufpause“ (für Tirol). Die Absatzmengen über das gesamte EZA-Kaffeesortiment – 100 % fair und bio – konnten von 545 auf 554 Tonnen Röstkaffee gesteigert werden.

Ganzheitliche Qualität –  
besonderer Genuss.  
Bereits 85 % unserer fair  
gehandelten Lebensmittel  
stammen aus kontrolliert  
biologischem Anbau

Wertvolles Palmöl – bio & fair –  
aus Ghana, liebevoll gefertigtes  
Filzhandwerk aus Südafrika



Bilder: Dr. Bronner, EZA, Fairer Handel



### Schokolade

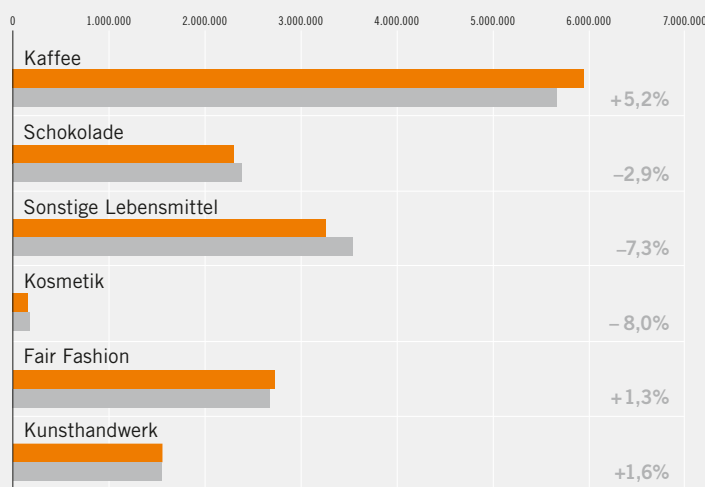
**Das zweitwichtigste Sortiment im Lebensmittelbereich bildet die Schokolade.** Mit 2,31 Mio € machte sie 14,4% des Gesamtumsatzes aus. Die umsatzstarken Sorten Mascao und Compañera, die für knapp die Hälfte des Sortiments stehen, werden in der Schweiz hergestellt und unterliegen somit dem immer noch teuren Schweizer Franken Kurs. Die dadurch notwendig gewordene Verkaufspreiserhöhung wurde nicht von allen KundInnen akzeptiert, so dass geringere Mengen verkauft wurden. Dies erklärt den Umsatzrückgang von 2,9%, der auch durch die Einführung der Produktlinie „Cariño“, die in Deutschland hergestellt wird, nicht zur Gänze aufgefangen werden konnte.

### Sonstige Lebensmittel

**Hierbei handelt es sich um Produkte wie Tee, Kakao, Zucker, Nüsse, Schokoaufstriche, Honig, Gewürze & Öle, Reis und Quinoa.** Alle diese Sortimente weisen gute Umsatzzuwächse auf. Der Rückgang von 7,3% erklärt sich alleine aus dem Verkauf eines Containers Rohkaffee (die Kaffee-Rohware wird statistisch im Bereich „sonstige Lebensmittel“ geführt) an die deutsche Fairhandelsorganisation gepa und die italienische CTM, der im Jahr zuvor, aber nicht mehr im Geschäftsjahr 12/13 stattgefunden hatte.

**Das Sortiment wurde um einige Neuheiten erweitert,** darunter Fruchtgummis, Macadamianussöl, Macadamianüsse sowie das „StudentInnenfutter“ Wiffzack und Blitzgscheit – eine Mischung aus Nüssen und Trockenfrüchten – neue Gewürzkompositionen und Keksvariationen. In allen Keksen wird das biologische und fair produzierte Palmfett von Serendipalm aus Ghana verwendet – das Ergebnis eines Prozesses, dem die Diskussion um die verheerenden ökologischen und sozialen Folgen herkömmlicher Palmfettgewinnung vorangegangen war.

### Umsätze Artikelgruppen

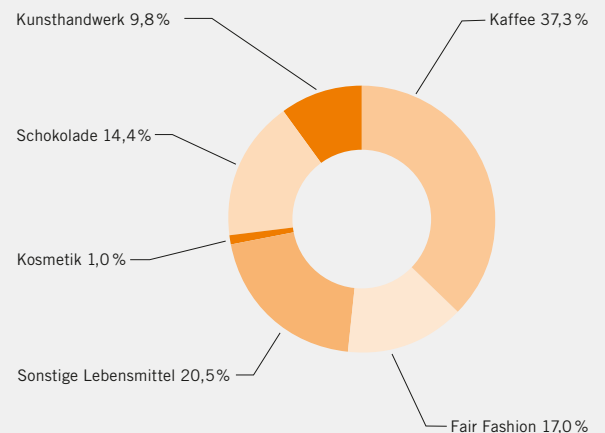


#### GESAMTUMSATZ

2011/2012 € 15.642.113,-  
 2012/2013 € 15.638.354,-

■ 2011/2012 ■ 2012/2013

Der Umsatz setzt sich aus folgenden Sortimentsbereichen zusammen:



Bilder: IZA Fairer Handel



Im südafrikanischen Betrieb Zimele findet Siyanda Jika einen menschenwürdigen Arbeitsplatz und unser „Warm ums Herz“ Tee seine Verpackung.

**Im Teebereich konnte eine attraktive neue Linie entwickelt werden**, die auf Anhieb Anklang fand: Fair gehandelter Rotbuschtee aus Südafrika wird mit Gewürzen aus Sri Lanka oder Hibiskustee aus Kenia gemischt. Die Einzelprodukte kommen von unseren Partnerorganisationen in den jeweiligen Anbauländern – allesamt Kleinbauern und -bäuerinnen. Das Produkt wird in Südafrika von einem sozialökonomischen Betrieb fertig verpackt. Dadurch bleibt ein Großteil der Wertschöpfung in den Ursprungsländern – gelebte Süd-Süd-Nordkooperation.

### Kosmetik

**Die Umsatzentwicklung der nach BDIH-Standard zertifizierten Naturkosmetiklinie** zeigte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr rückläufig. Dies liegt vor allem am begrenzten Raumangebot in den Weltläden (dem Hauptabsatzmittler für diese Produktgruppe) aber auch an der starken Konkurrenz des konventionell gehandelten Naturkosmetiksortiments des Mitbewerbs in den Drogeriemärkten. Mit € 167.706,- erzielte dieses Produktsegment 1,05 % des Gesamtumsatzes.

### Fair Fashion

**Der Bereich Fair Fashion, der Bekleidungstextilien, Schmuck und Taschen** umfasst, macht inzwischen 2,72 Mio € bzw. 17,0 % des Gesamtsortiments aus. Der Zuwachs von 1,3 % resultiert aus den Verkäufen der Bekleidungstextilien nach Deutschland, den Verkäufen von Schmuck und Taschen an unsere europäischen Fair Trade PartnerInnen und dem Anukoo Fair Fashion Shop in 1060 Wien. Neben der Leitmesse für ökofaire Mode in Österreich – der Wear Fair in Linz – ist die Modemarke Anukoo auf der Innatex und der Fairen Messe in Augsburg und München vertreten. Die Mode wird darüber hinaus über regionale Modeschauen in Bayern, Wien und Salzburg den Weltläden präsentiert.

### Kunsthandwerk

**Dieses Sortiment umfasst die Produktbereiche Wohnen, Geschenke und Musikinstrumente.** Das Umsatzplus von 1,6 % resultiert aus den Verkäufen an unsere europäischen Fair Trade PartnerInnen.



# 04

## BILANZ

Das Geschäftsjahr der  
EZA Fairer Handel  
GmbH umfasst den  
Zeitraum vom 1.7.2012  
bis 30.6.2013.

### Aktiva

**Der Wert der Sachanlagen ist infolge der Abschreibungen gesunken.** Die Vorräte lagen am Stichtag um 7 %, d.h. rund 460.000 €, unter dem Vorjahr. Bei den Lebensmitteln sank der Wert aufgrund der niedrigeren Vorräte für Schokolade und des gesunkenen Weltmarktpreises für Kaffee. Aber auch die Handwerksvorräte nahmen aufgrund höherer Lagerdrehung ab. Die Forderungen lagen leicht unter dem Vorjahr. Die gesunkenen Vorräte führten zu einer Verkürzung der Bilanzsumme.

### Passiva

**Das Stammkapital beträgt 638.000 €.** Der Bilanzgewinn erhöhte sich um den Jahresgewinn von 32.254 € auf 616.924 €. Die Eigenkapitalquote beläuft sich damit auf 12,9%. Die Verbindlichkeiten gegenüber den Kreditinstituten sanken um 16%. Dies erklärt sich durch die Rückzahlungen der Investitionskredite für den Bau unseres Lager- und Bürogebäudes und den geringeren Finanzbedarf infolge der gesunkenen Vorräte. Die Kleindarlehen zeigen einen Rückgang um 8% auf rund 3,0 Mio €. Dies erklärt sich v.a. aus der Tatsache, dass ein Jahr lang keine neuen Kleindarlehen aufgenommen werden durften, da die Finanzmarktaufsicht eine Änderung unseres alternativen Finanzierungsmodells forderte. Deshalb konnten die Abgänge auch nicht durch neue Darlehen ausgeglichen werden. Mit der Aufnahme der sog. Rangrücktrittsklausel in die Kleindarlehensverträge im Zuge der Erfüllung der Vorgaben der Finanzmarktaufsicht kann diese Finanzierungsform nun aktiv weitergeführt werden und findet weiterhin Anklang. Die sonstigen Verbindlichkeiten stiegen um rund 256.000 €. Dabei handelt sich um stichtagsbezogen höhere Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung.

### Gewinn- und Verlustrechnung

**Der Umsatz verblieb auf Vorjahresniveau.** Der Wareneinsatz verringerte sich um 4,9%. Im Zuge des Rückgangs des Kaffeeweltmarktpreises und der Verbesserung der ehemals niedrigen Schokoladen-Marge konnte eine Ertragssteigerung von insgesamt 518.000 € erzielt werden.

Die Personalkosten stiegen um 8,9% an. Dies erklärt sich aus der KV-Erhöhung, der Schaffung einer zusätzlichen Halbtagesanstellung im Bereich Verkaufsaußendienst, einer Abfertigungsauszahlung und einer Erhöhung der Abfertigungsrückstellungen um 236.000 €. Die Raumkosten stiegen um 43 %, hauptsächlich weil im Vorjahr die Pachtzahlung für das Grundstück, auf dem unser Gebäude steht, ausgesetzt worden war. Die Vertriebskosten stiegen um 8,6% im Zuge wieder vermehrt geleisteter Werbungsausgaben sowie höherer Transportkosten durch die Rückkehr von einer Spedition zur ökologischeren Bahn. Die Verwaltungskosten nahmen aufgrund von größeren Bereinigungen des Kunsthandwerkslagers und eines notwendigen Fassaden-Anstrichs um insgesamt 16,6% zu. Die Abschreibungen stiegen um 1,7%, Neuinvestitionen wurden nur moderat getätigt und fallen in die Bereiche EDV Ausstattung und Fuhrpark für den Außendienst. Bei den Zinszahlungen konnten rund 38.600 € bzw. 19,7% eingespart werden.

Die deutlich verbesserte Ertragssituation erlaubte uns, nach den großen Einsparungen des Vorjahres im Geschäftsjahr 12/13 wieder einige Ausgaben zu tätigen, die notwendig waren, um den Geschäftsgang weiterhin voranzutreiben. Dies führt zu einem Jahresergebnis von 32.254 €.

Im Berichtszeitraum hatte die EZA 75 MitarbeiterInnen (in der Zentrale und den vier eigenen Läden), davon 51 weibliche und 24 männliche. Drei Lehrlinge befinden sich in Ausbildung. Auf Vollzeit gerechnet ergibt das im Jahresdurchschnitt einen Beschäftigungsstand von 61,8 Vollzeitkräften.

### Bilanz per 30.6.2013

alle Angaben in Euro	11/12	12/13	z.Vj.
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.616	24.953	1444%
Sachanlagen	2.406.094	2.361.327	-2%
Finanzanlagen	36.494	36.494	0%
<b>ANLAGEVERMÖGEN</b>	<b>2.444.204</b>	<b>2.422.774</b>	<b>-1%</b>
Vorräte	6.269.287	5.808.155	-7%
Forderungen & sonstige Vermögensgegenstände	1.376.768	1.313.923	-5%
Kassenbestand & Guthaben bei Banken	97.470	144.690	48%
<b>UMLAUFVERMÖGEN</b>	<b>7.743.525</b>	<b>7.266.768</b>	<b>-6%</b>
Rechnungsabgrenzungsposten	63.982	48.264	-25%
<b>AKTIVA</b>	<b>10.251.711</b>	<b>9.737.806</b>	<b>-5%</b>
Stammkapital	638.000	638.000	0%
Gewinnrücklagen	0	0	
Bilanzgewinn/verlust kumuliert	584.670	616.924	6%
<b>EIGENKAPITAL</b>	<b>1.222.670</b>	<b>1.254.924</b>	<b>3%</b>
<b>RÜCKSTELLUNGEN</b>	<b>633.195</b>	<b>682.665</b>	<b>8%</b>
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	3.811.343	3.205.978	-16%
Verbindlichkeiten Kleindarlehsaktion	3.259.843	3.013.393	-8%
sonstige Verbindlichkeiten	1.324.660	1.580.846	19%
<b>VERBINDLICHKEITEN</b>	<b>8.395.846</b>	<b>7.800.217</b>	<b>-7%</b>
Rechnungsabgrenzungsposten	0	0	
<b>PASSIVA</b>	<b>10.251.711</b>	<b>9.737.806</b>	<b>-5%</b>

### Gewinn- und Verlustrechnung

alle Angaben in Euro	11/12	12/13	z.Vj.
Umsatzerlöse	15.642.113	15.638.354	0,0%
sonst. betriebl. Erträge	89.249	86.962	-2,6%
Wareneinsatz	10.617.214	10.092.704	-4,9%
<b>ERTRAG</b>	<b>5.114.148</b>	<b>5.632.612</b>	<b>10,1%</b>
Personalaufwand	2.642.847	2.879.155	8,9%
Raumkosten	153.570	220.809	43,8%
Vertriebskosten	1.058.236	1.149.018	8,6%
Verwaltungskosten	805.109	938.843	16,6%
Abschreibungen	249.503	253.803	1,7%
Zinsergebnis	196.413	157.752	-19,7%
Körperschaftsteuer	-2.644	978	-137,0%
<b>AUFWAND</b>	<b>5.103.034</b>	<b>5.600.358</b>	<b>9,7%</b>
<b>JAHRESERGEBNIS</b>	<b>11.114</b>	<b>32.254</b>	<b>190,2%</b>

» „Wir müssen uns unverzagt vorstellen, wie eine bessere Gesellschaft und ein tatsächlich gerechtes und nachhaltiges Wirtschaften aussehen könnte.

Wir benötigen utopische Entwürfe, wir brauchen Träume, wir müssen Verwegenes atmen. (...)  
Die Vorstellung des Gelingens wirkt enorm motivierend.“

Ilija Trojanow

GESCHÄFTSBERICHT 2012/13



NATÜRLICH FAIR

