

EZA PARTNERPOLITIK

Stand März 2014

1) Definition

Als PARTNER/INNEN / PARTNERORGANISATIONEN bezeichnet die EZA in erster Linie die HandelspartnerInnen in Afrika, Asien, Lateinamerika und dem Nahen Osten, die – direkt oder indirekt – die Produkte bzw. Rohstoffe für das EZA-Sortiment liefern, und meint somit die ProduzentInnen und ihre Organisationen im Globalen Süden. Mit dieser Begrifflichkeit soll der partnerschaftlichen Handelsbeziehung im Sinne der Fair-Handels-Definition Rechnung getragen werden, die da lautet:

„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.“¹

2) Wer sind die EZA-Partnerorganisationen?

Aktuell zählt die EZA insgesamt **160 Partnerorganisationen** (siehe Tabelle 1). Davon liefern 92 Organisationen direkt an die EZA, sprich die EZA tritt als direkte Einkäuferin bzw. Handelspartnerin auf und wickelt den Import der Waren unter den Bedingungen des Fairen Handels selbst ab. Im Fall der indirekten Partnerorganisationen werden die Produkte (meist zusammengesetzte Lebensmittelprodukte wie z. B. Schokoladen oder Müsliriegel, aber auch Trockenfrüchte, Nüsse) vorrangig über andere Fair-Handels-Häuser meist EFTA²-Mitglieder bezogen. In diesen Fällen tritt die EZA nicht als Käuferin auf, versucht aber auf anderen Wegen Direktkontakte herzustellen (z. B. durch Besuche vor Ort oder Einladung von VertreterInnen dieser Organisationen in die EZA) bzw. holt Informationen zu den Organisationen und ihren Mitgliedern / ProduzentInnen ein.

Ziel der EZA ist es möglichst direkte Handelsbeziehungen mit ihren Partnerorganisationen einzugehen. Allerdings ist das aufgrund der benötigten Mengen und logistischen Herausforderungen (z. B. bei Zutaten für zusammengesetzte Lebensmittel) oder der begrenzten Ressourcen innerhalb der EZA nicht immer möglich bzw. sinnvoll. In diesen Fällen bezieht die EZA ihre Produkte vorrangig über andere Fair-Handels-Häuser (EFTA-Kooperation, WFTO-Mitglieder und/oder spezialisierte Fair-Handels-Importeure).

¹ Diese Definition wurde gemeinsam von den wichtigsten internationalen Fair-Handels-Netzwerken (FLO – Fairtrade Labelling Organization, IFAT – heute WFTO – World Fair Trade Organization, NEWS – Network of European Worldshops und EFTA – European Fair Trade Association) entwickelt.

² EFTA = European Fair Trade Association (Zusammenschluss von zehn der ältesten Importorganisationen des Fairen Handels aus Europa, siehe www.eftafairtrade.org)

Die EZA Fairer Handel arbeitet mit einer großen Vielfalt von Partnerorganisationen hinsichtlich ihrer Größe (von der Primärproduzentengruppe bis zum Dachverband mehrerer Kooperativen), Organisationsform, inhaltlicher Ausrichtung, Zielgruppen (Kleinbauern und -bäuerinnen, HandwerkerInnen, ArbeiterInnen auf Plantagen oder in Betrieben), Sektorzugehörigkeit (formeller vs. informeller Sektor), etc. zusammen. Im Großen unterscheiden wir zwischen folgenden Gruppen von Partnerorganisationen:

- 1) **Vereinigungen von HandwerkerInnen, Kleinbauern und -bäuerinnen** (Kooperativen, Selbsthilfegruppen, Genossenschaften, und ihre Dachverbände und ähnliche Organisationsformen), die sich durch die möglichst direkte und umfassende Beteiligung aller Betroffenen (z. B. Mitbestimmung, gemeinschaftliche Besitzformen und Beteiligungen, etc.) und das Bemühen um eine gemeinschaftliche Entwicklung ihrer Organisationen und der Lebensumstände ihrer Mitglieder auszeichnen;
- 2) **Vermarktungs- und Exportorganisationen des Fairen Handels**, die die KleinproduzentInnen und HandwerkerInnen bei der Vermarktung ihrer Produkte unterstützen und ihnen Unterstützung im Bereich der Fortbildung, Produkt- und Designentwicklung, technischen Ausrüstung und bei der Weiterentwicklung ihrer Organisationen, Gruppen und Werkstätten bieten UND auf die Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien innerhalb dieser Gruppen achten;
- 3) **FAIRTRADE-zertifizierte Plantagen** (bei Tee)
- 4) **Private Unternehmen mit sozialer Ausrichtung**, die sich zur Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien in ihrem Betrieb bzw. hinsichtlich der Kooperation mit externen ProduzentInnen verpflichten; wichtige Kriterien sind hier die Zahlung fairer Löhne (in der Regel der Fälle über dem verpflichtenden Sektor- oder Mindestlohn) an die angestellten ArbeiterInnen und ProduzentInnen, soziales Engagement und Verantwortungsbewusstsein gegenüber den Angestellten und ArbeiterInnen und die vorbildliche Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen³. Ziel der Zusammenarbeit ist, den Fairen Handel auch im privaten Sektor zu verankern und bekannt zu machen und dadurch langfristig Veränderungen im privaten Sektor bzw. innerhalb der ausgewählten privaten Unternehmen zu erreichen.

Die oben vorgenommene Auflistung ist durchaus im Sinne einer klaren Prioritätensetzung der EZA hinsichtlich der Auswahl der potentiellen Partnerorganisationen zu verstehen. So gibt es seitens der EZA eine klare Präferenz für die Unterstützung von und Zusammenarbeit mit Vereinigungen von Kleinbauern und -bäuerinnen bzw. HandwerkerInnen, den so genannten Primärproduzentengruppen und deren Zusammenschlüssen. Dies liegt vor allem darin begründet, dass die EZA...

- der Förderung von KLEINPRODUZENT/INNEN oberste Priorität einräumt.
- in der direkten Beteiligung, Mitbestimmung und dem „Empowerment“ der ProduzentInnen einen wichtigen Auftrag des Fairen Handels sieht.

³ Die ILO-Kernarbeitsnormen umfassen folgende Normen: 029 Zwangsarbeit, 087 Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechts, 098 Vereinigungsrecht und Recht zu Kollektivverhandlungen, 100 Gleichheit des Entgelts, 105 Abschaffung der Zwangsarbeit, 111 Diskriminierung, 138 Mindestalter, 182 Verbot und unverzügliche Maßnahmen zur Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit; darüber hinaus gelten die Normen: 001 geregelte Arbeitszeit, 131 Mindestlohn und 155 Arbeits- und Gesundheitsschutz;

- PrimärproduzentInnen und ihre von ihnen getragenen Organisationen und Strukturen in besonderer Weise unterstützt.

Tabelle 1: Überblick über EZA-Partnerorganisationen – ges. 160 (Stand März 2014)

	LA	Asien	Afrika	Naher Osten	Gesamt
Direkte PO	39	32	19	2	92
Indirekte PO	35	11	21	1	68
Lebensmittel	53	12	24	3	92
Handwerk	21	31	16	0	68
Zusammenschlüsse von ProduzentInnen	54	7	14	0	75
Vermarktungsorganisationen	15	28	19	3	65
Plantagen / priv. Betriebe	5	7	5	0	17
NGOs	1	0	2	0	3
Kategorie A-Partner	26	15	5	1	47
Kategorie B-Partner	20	15	9	1	45
Kategorie C-Partner	28	13	26	1	68

3) Ziel der Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen

Die von den EZA-Partnerorganisationen unterstützten Menschen – HandwerkerInnen, Kleinbauern und -bäuerinnen sowie ArbeiterInnen auf ausgewählten, von FAIRTRADE zertifizierten Plantagen (vor allem im Teebereich) und Angestellten in sozial engagierten Betrieben zählen zu den wirtschaftlich und sozial Benachteiligten und werden durch den Fairen Handel und die EZA im besonderen in ihrem Bemühen unterstützt, ihre Lebenssituation zu verbessern. Dahinter steht die Überzeugung, dass benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen durch die Herstellung von Produkten guter Qualität den Ansprüchen des Marktes gerecht werden und so ihre wirtschaftliche und soziale Position stärken können. Wir als Handelsunternehmen sehen uns verpflichtet für die notwendigen und entsprechenden Rahmenbedingungen zu sorgen.

Um dies zu erreichen strebt die EZA in jedem Fall **langfristige und verlässliche Handelsbeziehungen** mit ihren Partnerorganisationen an. Um die bestehenden PartnerInnen bestmöglich unterstützen zu können, **verfolgt die EZA in der Partnerzusammenarbeit den Ansatz der Vertiefung bestehender Partnerbeziehung vor der Aufnahme neuer PartnerInnen**. Im konkreten Fall bedeutet das, dass die EZA danach trachtet neue Produkte mit bestehenden Partnerorganisationen zu entwickeln, und nicht neue Produkte von immer neuen Organisationen zu beziehen. Somit stellt die Aufnahme von neuen Partnerorganisationen immer erst die zweite Option vor der Entwicklung neuer Produkte mit bestehenden PartnerInnen dar.

4) Unterstützung der EZA-Partnerorganisationen

Die EZA Fairer Handel unterstützt die ProduzentInnen im Rahmen der ihr gebotenen Möglichkeiten durch:

- 1) den **Bezug von unter fairen Bedingungen produzierten Produkten**, Waren und Rohstoffen (z. B. Rohkaffee) zu den Bedingungen des Fairen Handels;
- 2) **regelmäßige Unterstützung und Inputs** in den Bereichen Produkt- und Designentwicklung, Qualitätssicherung, Informationen zu aktuellen Marktentwicklungen und Trends auf dem österreichischen Markt (siehe Punkt 11) im Rahmen unserer Möglichkeiten – verstärkt für Partnerorganisationen der Kategorie A und entsprechend der aktuellen Schwerpunktbildung innerhalb des EZA-Gesamtsortiments;
- 3) **Informationsarbeit und Bewusstseinsbildung** bei unseren Partnerorganisationen hinsichtlich der Fair-Handels-Kriterien (*Fair Trade Compliance*);
- 4) **laufendes Monitoring hinsichtlich der Einhaltung der 10 WFTO Prinzipien**⁴ innerhalb der Partnerorganisationen und in der Zusammenarbeit mit den PrimärproduzentInnen; punktuell finden Vor-Ort-Evaluierungen⁵ von Partnerorganisationen statt. Im Rahmen dieser Evaluierungen werden Workshops mit Angestellten und ProduzentInnen durchgeführt, um diese über die Bedeutung der einzelnen WFTO Prinzipien und ihrer Umsetzung zu informieren.
- 5) (in sehr eingeschränktem Maß) **finanzielle Unterstützung von Projekten** unserer HandelspartnerInnen meist mit Spendengeldern der österreichischen Weltläden und externer GeldgeberInnen (z. B. Finanzierung von Infrastrukturprojekten für die Verarbeitung / Aufbereitung von Produkten / Rohstoffen des Fairen Handels, Maßnahmen zur Qualitätssicherung, soziale und kommunale Projekte zur Verbesserung der Lebenssituation der ProduzentInnen und ihrer Gemeinschaften). Finanzielle Förderungen der EZA Fairer Handel beschränken sich auf EZA-Partnerorganisationen und deren PrimärproduzentInnen (siehe EZA Projektförderung – Anhang 1).
- 6) auf Anfrage durch unsere Partnerorganisationen durch die **Vertretung ihrer Interessen in wirtschaftlicher, sozialer und politischer Hinsicht** gegenüber Dritten (z. B. Referenzschreiben, Lobbying, Protestbriefe an offizielle Stellen);
- 7) **Informations- und Bewusstseinsarbeit für die breite Öffentlichkeit** mit dem Ziel die Bevölkerung in Österreich und darüber hinaus über die Anliegen des Fairen Handels zu informieren, den Fairen Handels als alternative Kauf- und Handlungsmöglichkeit vorzustellen und damit neue Kundengruppen für den Kauf fair gehandelter Produkte zu gewinnen;

⁴ 10 WFTO Prinzipien = von der WFTO (World Fair Trade Organization) ausgearbeiteten und international anerkannten 10 Prinzipien des Fairen Handels – siehe Punkt 5.

⁵ Für diese Vor-Ort-Evaluierungen hat die EFTA (European Fair Trade Association) ein eigenes EFTA Fair Trade Assessment Tool entwickelt. Diese Methode wird von allen EFTA-Mitgliedsorganisationen vor allem für Partnerorganisationen, die keinem der internationalen Fair-Handels-Netzwerke angehören, angewandt. EFTA-Mitgliedsorganisationen führen diese Assessments in enger Kooperation und Absprache aus und tauschen sich über die Ergebnisse untereinander aus. So gelingt es eine relativ große Zahl von Partnerorganisationen gemeinsam und in regelmäßigen Abständen von 3 – 5 Jahren zu evaluieren.

5) Kriterien für die Partnerzusammenarbeit

Als Gründungsmitglied der World Fair Trade Organisation (WFTO, siehe auch www.wfto.com), European Fair Trade Association (EFTA, siehe auch www.eftafairtrade.org) und Lizenznehmerin der ersten Stunde von FAIRTRADE Österreich (siehe auch www.fairtrade.at) fühlt sich die EZA Fairer Handel den internationalen Fair-Handels-Kriterien, wie sie von der WFTO entwickelt bzw. in einem gemeinsamen Positionspapier von WFTO und FLO (FAIRTRADE LABELLING ORGANISATION, siehe www.fairtrade.net) festgehalten wurden umfassend verpflichtet. Sie bilden die Basis für unser Engagement im Sinne der ProduzentInnen und unsere alltägliche Arbeit.

In diesem Sinne **verpflichtet sich die EZA zur Einhaltung und Umsetzung der von der WFTO entwickelten 10 Fair-Handels-Prinzipien** („10 WFTO Principles“) und bewertet und verfolgt deren Umsetzung durch die EZA-Partnerorganisationen in Afrika, Asien, Lateinamerika und dem Nahen Osten. Die **10 WFTO-Prinzipien gelten hierbei als Anforderungen, die die EZA an alle ihre PartnerInnen stellt**. Im Folgenden eine Auflistung der Umsetzung der WFTO-Prinzipien durch die EZA (eigener Verantwortungsbereich) und unsere Erwartungshaltung gegenüber den EZA-Partnerorganisationen (im Verantwortungsbereich der Partnerorganisationen) – siehe auch Anhang 2 „10-WFTO Grundsätze“.

Prinzip 1: Chancen für wirtschaftlich benachteiligte ProduzentInnen schaffen

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- **Auswahl der Partnerorganisationen:** Potentielle EZA-Partnerorganisationen sind Zusammenschlüsse wirtschaftlich und sozial benachteiligter ProduzentInnen oder Organisationen, deren Ziel die Förderung und Unterstützung ihrer Mitglieder / PrimärproduzentInnen ist. Die Ausrichtung der potentiellen Partnerorganisation im Sinne dieses Grundprinzips wird im Zuge der Erstevaluierung (vor Aufnahme als Handelspartnerorganisation) durch das EZA-Partnerkomitee (siehe EZA-Partnerkomitee, Punkt 9) überprüft.
- **Präferenz von Vereinigungen von Kleinbauern und -bäuerinnen und HandwerkerInnen**, so genannten Primärproduzentengruppen und deren Zusammenschlüssen vor anderen Organisationsformen von Fair-Handels-PartnerInnen
- **Partnerorganisationen des Globalen Südens:** Tatsache ist, dass es auch im Globalen Norden benachteiligte ProduzentInnen gibt. Allerdings legt die EZA ihren Fokus im Sinne des ursprünglichen Fair-Handels-Konzepts auf benachteiligte ProduzentInnen aus den Ländern des Globalen Südens.
- **Marktzugang und möglichst direkte Handelskontakte** unter Ausschaltung jenes Zwischenhandels, der die ProduzentInnen benachteiligt und ausbeutet, um den ProduzentInnen die Vorteile des Fairen Handels möglichst unmittelbar zukommen zu lassen. In jenen Fällen, wo der direkte Handelskontakt / Bezug der Produkte aus wirtschaftlichen und/oder logistischen Gründen nicht möglich ist, werden die Produkte in erster Linie über andere Fair-Handels-Häuser – allen voran den EFTA-Mitgliedsorganisationen - bezogen. Dort, wo die Waren nicht direkt von

den ProduzentInnen bezogen werden können, gewährleistet die EZA transparente Abläufe und sorgt dafür, dass die Handelspartnerschaft den ProduzentInnen am Anfang der Handelskette zugutekommt.

- **Langfristige und verlässliche Zusammenarbeit:** Wird eine neue Organisation durch das Partnerkomitee aufgenommen, gilt dies als klare Absichtserklärung eine langfristige Handelsbeziehung mit der neuen Partnerorganisation einzugehen. Grundsätzlich gilt die Handelspartnerschaft (wenn nicht anders festgelegt) als unbefristet und wird aufrecht gehalten, soweit dies die wirtschaftliche Situation der EZA zulässt, die Produkte auf dem österreichischen Markt verkäuflich sind, und es keine inhaltlichen Gründe gibt, die eine Beendigung der Handelspartnerschaft nahe legen. Nur so gelingt es, in einen tatsächlichen Austausch zu treten, der die Verwirklichung fairer Handelsbeziehungen immer wieder überprüft und eine gemeinsame Weiterentwicklung ermöglicht.
- **Größtmögliche Wertschöpfung in den Produzentenländern:** Große Bedeutung wird einer möglichst hohen Wertschöpfung (bei entsprechender Qualität) und dem Aspekt der Arbeitsbeschaffung und Beschäftigung der ProduzentInnen in den Produktionsländern beigemessen. Aus diesem Grund gilt unser Hauptaugenmerk dem Import von im Ursprungsland gefertigten Waren und Produkten (immer unter der Einschränkung, dass dies logistisch und wirtschaftlich möglich und sinnvoll ist).
- **Regelmäßige Bestellungen** und konstante Bestellvolumina seitens der EZA werden angestrebt, da diese die wirtschaftliche Grundlage unserer Partnerorganisationen und deren Arbeit mit den PrimärproduzentInnen vor Ort darstellen und einen Beitrag zur nachhaltigen Einkommenssicherung der ProduzentInnen leisten sollen. Tatsache ist aber auch, dass die EZA-Bestellmengen von der Nachfrage auf unseren Zielmärkten abhängig sind.
- **Produkt- und Designentwicklung:** Um unseren bestehenden Partnerorganisationen möglichst konstante und langjährige Bestellungen zu ermöglichen, leistet die EZA Unterstützung in den Bereichen Produkt- und Designentwicklung, Qualitätssicherung und informiert ihre Partner über sich abzeichnende Trends und neue Anforderungen des Marktes (siehe auch unter Prinzip 8 „Capacity Building“ - Kompetenzaufbau). Die kontinuierliche Entwicklung des EZA-Sortiments wird dabei als Voraussetzung für die langfristige Zusammenarbeit und Unterstützung der ProduzentInnen (bzw. ihre Einkommenssicherung) und Basis der Handelsbeziehung gesehen. Allerdings kann die EZA aufgrund ihrer eingeschränkten Möglichkeiten nicht alle Partnerorganisationen in derselben Weise unterstützen. Aus diesem Grund wurde eine Kategorisierung der bestehenden PartnerInnen vorgenommen (siehe Punkt 11 und 12).

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- Hauptzielgruppe unserer Partnerorganisationen sind wirtschaftlich, sozial und politisch benachteiligte ProduzentInnen bzw. deren Gruppen und Organisationen.
- Ziel unserer Partnerorganisationen muss die Verbesserung der Arbeits-, Einkommens- und Lebenssituation benachteiligter ProduzentInnen sein – neue Einkommensmöglichkeiten und Arbeitsplätze sollen geschaffen und erhalten werden. Diese Zielsetzungen sollten im „Mission Statement“ der Organisation festgehalten sein.

- Verpflichtung zur Einhaltung und Umsetzung der 10 WFTO-Prinzipien, der ILO-Kernarbeitsnormen⁶ und zutreffenden nationalen Gesetzgebung.
- direkte Zusammenarbeit mit und aktive und - im Sinne des Fairen Handels - umfassende Unterstützung der Produzentengruppen im Herkunftsland
- Langfristige Zusammenarbeit und kontinuierliche Begleitung von Produzentengruppen, die von regelmäßigen Aufträgen begleitet wird;
- möglichst umfassende Beteiligung und Einbindung der ProduzentInnen in die Organisation (formell durch die direkte Beteiligung von ProduzentenvertreterInnen oder informell durch die kontinuierliche und enge Zusammenarbeit mit den ProduzentInnen und ihre Einbeziehung in jene Belange, die sie unmittelbar betreffen, wobei ersterem aus Sicht der EZA klare Präferenz eingeräumt wird);
- Neben der Produktion für den Exportmarkt sollte womöglich auch die **Produktion für den lokalen bzw. nationalen Markt** angestrebt werden, um einer einseitigen Abhängigkeit von einem Produkt und/oder Markt vorzubauen. Die Produktion von Grundnahrungsmitteln sollte zusätzlich zum Anbau von "Cash-Crops" gefördert und ermöglicht werden. Dies wird als wichtiger Beitrag zur Ernährungssicherung benachteiligter ProduzentInnen gesehen!

Prinzip 2: Transparenz und Verantwortlichkeit

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- **Jahresberichte:** Alle EZA-Partnerorganisationen – direkte wie indirekte - erhalten einmal jährlich den EZA-Jahresbericht in seiner englischen bzw. spanischen Übersetzung, um über die laufende Arbeit und aktuellen Entwicklungen innerhalb der EZA informiert zu sein. Der Jahresbericht umfasst die Unternehmensbilanz, Verkaufs- und Informationsschwerpunkte des letzten Jahres, Entwicklungen der einzelnen Produktgruppen und Verkaufskanäle.
- **Self Assessment:** Als Mitglied der WFTO ist die EZA zur Durchführung des so genannten Self Assessments (Selbstevaluierung) verpflichtet, im Rahmen dessen die eigene Arbeit und Umsetzung der 10 WFTO-Prinzipien durch die EZA evaluiert werden. Im Rahmen dieses Self Assessments werden unsere direkten Partnerorganisationen eingeladen, die EZA anhand der WFTO-Prinzipien aus ihrer Sicht und konkreten Erfahrung heraus zu evaluieren (**Reverse Assessment**). Die Ergebnisse des Self Assessments werden im Self Assessment Report zusammengefasst und allen direkten Partnerorganisationen, WFTO-Mitgliedern und übrigen Stakeholdern der EZA übermittelt. Ebenso werden die Ergebnisse des Reverse Assessments und daraus resultierenden Maßnahmen allen direkten Partnerorganisationen zur Kenntnis gebracht.
- **Preiskalkulationen:** Als Fair-Handels-Organisation verpflichten wir uns zu transparenten Preiskalkulationen gegenüber KundInnen und Partnerorganisationen / ProduzentInnen. Konkrete Preiskalkulationen werden auf Anfrage übermittelt und erläutert.
- **Informationseinholung:** Alle zwei Jahre erhebt die EZA die aktuellen Entwicklungen und den Stand der Umsetzung der 10 WFTO-Kriterien ihrer direkten Partnerorganisationen mit Hilfe des EFTA-Fragebogens. Die so gesammelten Informationen dienen neben dem laufenden Monitoring der

⁶ siehe Fußnote S. 2

Aktualisierung der EZA-Partnerbeschreibungen und Informationen zu den Partnerorganisationen für unsere KundInnen in Österreich (siehe www.eza.cc /ProduzentInnen).

- **Rückmeldungen zum Verkauf / Akzeptanz der Produkte:** Die EZA-Partnerorganisationen erwarten sich Informationen und direkte Rückmeldung zu den gelieferten Produkten bzw. Mustern und ihrer Akzeptanz auf dem österreichischen Markt. Die EZA verpflichtet sich im Rahmen ihrer Möglichkeiten zu allgemeinen Rückmeldungen, die den Partnerorganisationen helfen ihre Produkte weiter zu entwickeln und zu verbessern, um so ihre Aufträge abzusichern bzw. zu steigern. Auf Anfrage werden seitens des Einkaufs auch detaillierte Rückmeldungen gegeben.
- **Informationen zur EZA** sind Teil des Besuchsprogramms im Rahmen der Produzentenreisen von EZA-MitarbeiterInnen und Besuchen von EZA-Partnerorganisationen in der EZA in Köstendorf / Weng. Im Rahmen dieser Besuche werden Informationen über Preiskalkulationen, Verkaufserfolge, Produktentwicklung, Qualitätssicherung und die Umsetzung der 10 WFTO-Prinzipien ausgetauscht. Darüber hinaus verpflichtet sich die EZA zur Informationsoffenheit bei konkreten Anfragen unserer PartnerInnen.

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- **umfassende Informationen zur Organisation:** transparente und wahrheitsgetreue Darstellung der Ausrichtung, Zielsetzungen, Struktur, den aktuellen Entwicklungen innerhalb der Organisation und der Zusammenarbeit mit den Produzentengruppen
- **regelmäßige Updates** zu den Entwicklungen innerhalb der Partnerorganisation (alle zwei Jahre sind alle EZA-Partnerorganisationen aufgefordert den EFTA-Fragebogen auszufüllen bzw. zu aktualisieren).
- **Informationen zu den Produzentengruppen und Produktionsprozessen**
- **Offenlegung detaillierter Preiskalkulationen des FOB-Preises⁷** und Auskunft über die Entlohnung der PrimärproduzentInnen
- gelebte **Transparenz und Beteiligung der relevanten Stakeholder:** Informationen über die interne Entscheidungsstruktur, Preise, Löhne und Produktionsmethoden haben für alle zugänglich zu sein. Transparenz ist eine wichtige Voraussetzung für jede Form der Partizipation!
- Die unterschiedlichen **Modelle der Partizipation/Interessensvertretung von Lohnabhängigen** müssen klar identifizierbar und in den Organisationen/Gruppen/Institutionen/Betrieben verankert sein. Vor allem in Organisationen / Betrieben mit lohnabhängigen Beschäftigten sind in Bezug auf eine unabhängige Interessensvertretung die ILO-Konventionen 87 (Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechts) und 98 (Vereinigungsrecht und Recht zu Kollektivverhandlungen) sicherzustellen.
- **Informationen zur Produktionskette und Rückverfolgbarkeit der Produkte** bis hin zu den PrimärproduzentInnen (inkl. Informationen zur Herkunft der verwendeten Rohstoffe). Wo immer möglich, ist Rohstoffen / Inhaltsstoffen aus Fairem Handel der Vorrang zu geben. Ziel ist eine möglichst integrale, den Kriterien des Fairen Handels entsprechende

⁷ FOB-Preis = „Free-on-Board“ Preis oder Einkaufspreis, zu dem die EZA die Produkte kauft (ohne Bezugs- bzw. Transportkosten)

Produktionskette von den PrimärproduzentInnen über die Vermarktungsorganisationen bis hin zur EZA!

- Übermittlung von Jahresberichten (wenn vorhanden), Selbstdarstellungen, Self Assessments und anderen relevanten Dokumenten auf Anfrage

Prinzip 3: Faire Handelspraktiken

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- **rechtzeitige Information zu den Bestellungen:** Bestellvolumina, Zeitpunkt der Bestellung und Lieferfristen
- **klare Bestellungen, Verträge** und umfassende Produktspezifikationen
- **entsprechende Lieferfristen**, die die Produktionskapazität der Partnerorganisation und Produzentengruppen berücksichtigen
- **korrekte Bezahlung** und Einhaltung der Zahlungsfristen
- **Leistung von Vorauszahlungen** (bis zu 60% des Auftragswertes) oder Zugang zu alternativen Finanzierungsquellen (z. B. Shared Interest, Root Capital) auf Anfrage der Partnerorganisation, die auftragsbezogen vergeben werden;
- Weitere Informationen – siehe auch Anhang 3 **„EZA´s General Purchase Conditions“**

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- **Umsetzung fairer Handelspraktiken** (wie oben angeführt) gegenüber den Produzentengruppen und PrimärproduzentInnen
- **rechtzeitige Information über mögliche Verzögerungen** in der Produktion bzw. Lieferung der bestellten Produkte
- Als Fair-Handels-Organisation ist die EZA an Produkten interessiert, die unter den Bedingungen des Fairen Handels hergestellt und bezogen werden. Kann eine Partnerorganisation die Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien durch ihre (Vor-)LieferantInnen / ProduzentInnen nicht gewährleisten, sind diese Produkte klar als „nicht aus Fairem Handel“ zu kennzeichnen.

Prinzip 4: Zahlung eines fairen Preises

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- **Faire Bezahlung:** Die ProduzentInnen haben ein Recht auf eine faire Bezahlung für die Herstellung von Produkten hoher Qualität. Der Qualitätsbegriff umfasst dabei nicht nur die sorgfältige Produktion von Rohstoffen, sondern auch deren kompetente und kreative Verarbeitung sowie die soziale und ökologische Qualität des Produkts.
- **Garantierte Mindestpreise:** Bei FAIRTRADE-zertifizierten Produkten gelten für die EZA die von FLO⁸ festgelegte Preisstandards (siehe www.fairtrade.net) bezüglich FAIRTRADE-Mindestpreis und Prämienzahlungen. Der FAIRTRADE-Mindestpreis ist ein Preis, der die Produktionskosten unter fairen, sozial und ökologisch nachhaltigen Bedingungen abdeckt. FAIRTRADE spricht in diesem Zusammenhang vom *COSP* (= *Cost of Sustainable Production* / Kosten einer nachhaltigen Produktion).

⁸ FLO = FAIRTRADE Labelling Organization (Dachverband der FAIRTRADE-Initiativen)

- Für Produkte, die das FAIRTRADE Gütesiegel nicht tragen (wie z. B. Handwerksprodukte), gilt eine **Orientierung an den von den Partnerorganisationen festgelegten FOB⁹-Preisen.**
- Weitere Infos – siehe auch Anhang 4 „EZA´s Pricing Policy“

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- **Zahlung fairer Löhne und fairer Preise auf Basis einer transparenten Preiskalkulation:** Ein fairer Preis muss die Produktionskosten auf Basis einer fairen Entlohnung voll abdecken und sollte darüber hinaus eine entsprechende Marge für die Produzenten- bzw. Partnerorganisation beinhalten. Als faire Entlohnung gilt für die EZA als unterster Richtwert eine Entlohnung, die den offiziellen Mindestlohn nicht unterschreiten darf bzw. diesen überschreiten sollte. Uns ist bewusst, dass vielerorts der offizielle Mindestlohn als unzureichend zu bezeichnen ist. Andererseits ist es in den Ländern des Globalen Südens weit verbreitete Realität, dass vor allem ProduzentInnen des informellen Sektors unter Mindestlohn entlohnt werden. Somit stellt die Durchsetzung der Zahlung auf Basis des offiziellen Mindestlohnes für viele ProduzentInnen des informellen Sektors eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation dar. Somit gilt: Für den informellen Sektor sollte zumindest der offizielle Mindestlohn als Berechnungsbasis für die Bezahlung der PrimärproduzentInnen gelten und NICHT unterschritten werden. Für den formellen Sektor erwartet sich die EZA die Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen, entsprechender nationaler Arbeitsabkommen bzw. die Zahlung auf Basis des geltenden Sektorlohnes. Zusätzliche Angebote und Leistungen für Angestellte und ProduzentInnen werden begrüßt. Dasselbe gilt für jede Art der Gewinnbeteiligung bzw. Gewinnausschüttung an die Angestellten und ProduzentInnen insbesondere im Fall von privaten Unternehmen und Betrieben.
- Langfristiges Ziel der EZA ist hingegen die **Umsetzung eines „Living Wages“** (siehe unten).
- **pünktliche und verlässliche Zahlung** der (Primär-) ProduzentInnen und / oder Angestellten und ArbeiterInnen
- **Einbindung der ProduzentInnen** in die Preiskalkulation
- **Informationen zur Berechnungsgrundlage für die Bezahlung** der ProduzentInnen (Stücklohn vs. Fixlohn, auf Basis Mindestlohn, über Mindestlohn, „living wage“, Anwendung des Fair Wage Guides¹⁰, etc.)
- **Informationen zur Einkommenssituation der ProduzentInnen** (saisonale Produktion vs. kontinuierliche Produktion, Regelmäßigkeit der Bestellungen, etc.)
- **Transparenz** hinsichtlich der Lohn- und Preisstruktur
- **Umsetzung des Prinzips Fairer Preis** (laut WFTO-Definition) – siehe Anhang 2 – 10-WFTO-Grundsätze

Aus Sicht der EZA sollte die Zahlung eines „Living Wages“ langfristiges Ziel aller Fair-Handels-Akteure sein! Dafür setzt sich die EZA im Rahmen ihrer Möglichkeiten innerhalb diverser Fair-Handels-Netzwerke bzw. im Austausch mit ihren Partnerorganisationen ein. Ein „Living Wage“ hat derart gestaltet zu sein, dass ProduzentInnen ihre Grundbedürfnisse (Wohnung, Nahrung, Bildung,

⁹ FOB = Free on Board (entspricht dem Einkaufspreis der EZA exkl. Transport- und Importkosten)

¹⁰ Fair Wage Guide = eine von World of Good entwickelte Methode zur Berechnung eines fairen Preises, siehe www.fairtradecalculator.com;

Gesundheit, Vorsorge, ...) befriedigen können, und die Möglichkeit erhalten, für ihre Zukunft vorzusorgen. Klar ist, dass diese Verantwortung nicht allein bei den EZA-Partnerorganisationen und auch nicht allein bei der EZA Fairer Handel liegt, sondern die gesamte Kette mit allen AkteurInnen betrifft. Tatsache ist auch, dass es sich bei diesem Anspruch um ein langfristiges Ziel und einen Prozess handelt. Die Umsetzung kann nur Schritt für Schritt mit den jeweiligen Partnerorganisationen und unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen erfolgen.

Im Jänner 2013 wurde die EFTA-Studie zur aktuellen Problematik / Situation inkl. möglicher Lösungsansätze für die Umsetzung des Anspruchs auf Zahlung fairer Preise und Löhne (auf Basis des „living wages“) präsentiert. Auf Basis der Ergebnisse dieser Studie wird die EZA nächste Schritte und Möglichkeiten im eigenen Bereich und in Kooperation mit unseren Partnerorganisationen diskutieren und festlegen.

Prinzip 5: Verbot von Kinderarbeit und Zwangsarbeit

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- Die Umsetzung dieses Kriteriums ist durch die österreichische Gesetzgebung gesetzlich vorgeschrieben. Insofern beschränkt sich die EZA hier auf die **Bewusstseinsbildung unter den Partnerorganisationen und ProduzentInnen** in den Produzentenländern. Dies kann nur in Kooperation mit unseren HandelspartnerInnen vor Ort erfolgen.
- Die **Prüfung der Einhaltung** dieses Punktes wird bei Besuchen vor Ort besonderes Augenmerk gewidmet.

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- **Schutz der Kinder und Einhaltung der Kinderrechte:** Den Kindern darf aufgrund einer eventuellen Mithilfe auf den Familienbetrieben bzw. in Familienwerkstätten der Zugang zu Bildung nicht vorenthalten werden. Darüber hinaus dürfen Kinder keine ihre Gesundheit gefährdende, noch ihrem Alter nicht entsprechende Arbeiten verrichten.
- **Bewusstseinsbildung und Monitoring** zum Thema Kinderarbeit (bzw. Mithilfe der Kinder bei der Ernte bzw. Produktion) und Kinderrechte unter den Produzentengruppen und (Primär-) ProduzentInnen.
- **Ausarbeitung einer verschrifteten Politik** zum Thema Kinderarbeit und ihre Bekanntmachung unter den ProduzentInnen.
- **Verbot der Zwangsarbeit** in jeder denkbaren Form

Prinzip 6: Verpflichtung zu Nicht-Diskriminierung, Gendergerechtigkeit und Versammlungsfreiheit

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- **Diskriminierungen jeder Art** (innerhalb der EZA und durch Angestellte der EZA) **werden nicht toleriert.** Sollte ein Fall der Diskriminierung bekannt werden, ist dem durch die Geschäftsführung bzw. den Betriebsrat umgehend nachzugehen und dies zu unterbinden.
- Wir wollen dem **Genderaspekt besondere Aufmerksamkeit schenken**, verstehen dies aber primär als Auftrag an uns, unsere Wahrnehmung gegenüber Frauen und ihrer jeweiligen Situation – innerhalb unseres eigenen Einflussbereiches / Betriebes und bei unseren Partnerorganisa-

tionen - zu schärfen. Die Situation und Stellung der Frau in den unterschiedlichen Partnerorganisationen sollte kontinuierlich zum Thema gemacht und dokumentiert werden. Wir wollen Projekte und Versuche unserer Partner, die dazu beitragen, die **Partizipation der Frauen zu fördern, ihnen die Kontrolle über ihre Arbeit, ihr Leben und ihr Einkommen selbst zu übertragen und die Ungleichheit zwischen Männern und Frauen auszugleichen**, unterstützen.

- Organisationen, die sich gezielt und umfassend für eine Verbesserung der Situation der Frauen / Produzentinnen einsetzen, sollen von uns **gezielt unterstützt und hinsichtlich der Auftragsvergabe bevorzugt werden**.
- Innerhalb der Belegschaft sollten Frauen – über die gesetzlichen Regelungen zum Schutz der Frauen vor allem werdender und stillender Mütter hinaus – und Männer die **Möglichkeit bekommen, Beruf und Familie gut miteinander in Einklang zu bringen** (z. B. durch flexible Arbeitszeiten, Möglichkeit zur Heimarbeit, etc.)
- Es gilt der Grundsatz: **Gleicher Lohn für gleiche Arbeit!**
- Die EZA hat einen **aktiven Betriebsrat**, der die Anliegen aller MitarbeiterInnen vertritt. Zudem steht jedem und jeder MitarbeiterIn frei sich **gewerkschaftlich zu organisieren bzw. zu engagieren**.

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- Die HandelspartnerInnen respektieren gleichermaßen Menschen unterschiedlicher politischer Meinungen, Religion, Kultur, Geschlecht und Herkunft und anerkennen das Recht auf Meinungs- und Organisationsfreiheit.
- Es gilt der Grundsatz: **Gleicher Lohn für gleiche Arbeit!**
- Besonderes Augenmerk ist auf die **Partizipation und die Rechte von Frauen** zu legen.
- Ziel ist die Schaffung von **Chancengleichheit** für benachteiligte ProduzentInnen, Frauen wie Männer.
- **Organisations- und Versammlungsfreiheit:** Allen ProduzentInnen muss die Möglichkeit geboten werden, sich zu organisieren, um ihre Interessen vertreten und Rechte einfordern zu können bzw. in entsprechender Form an den sie betreffenden Entscheidungen teilzuhaben bzw. gehört zu werden. Die Form der Organisation der ProduzentInnen / Angestellten ist von der jeweiligen Situation und Organisationsform des Partners abhängig und reicht von direkter Beteiligung innerhalb einer Kooperative über die Gründung von Betriebsräten / Produzentenvertretungen bis hin zu informellen Beteiligungsformen bei vor allem Vermarktungsorganisationen. Klar ist, dass die EZA direkten Beteiligungs- und Mitbestimmungsmöglichkeiten den Vorzug vor anderen informellen Modellen der Partizipation gibt. Diese Situation wird für die jeweilige Partnerorganisation erhoben und im Partnerkomitee evaluiert.

Prinzip 7: Gewährleistung guter Arbeitsbedingungen

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- Die Einhaltung der gesetzlichen Sicherheitsbestimmungen und Arbeitsrechte ist für die EZA selbstverständlich.

- Die EZA bemüht sich um ein **wertschätzendes und kooperatives Arbeitsklima** und einen **fairen Umgang miteinander**. Die Umsetzung eines guten Arbeitsklimas ist dabei auch Aufgabe jedes und jeder Einzelnen.
- Die EZA schafft die notwendigen Voraussetzungen dafür, dass sich ihre MitarbeiterInnen best möglich entfalten, einbringen und realisieren können (z. B. durch gezielte Fortbildungen, entsprechende Ausstattung am Arbeitsplatz, flexible Arbeitszeiten, etc.).

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- Menschenwürdige Arbeitsbedingungen unter Nutzung angepasster Technologien und Materialien und unter Einhaltung gesunder und sicherer Produktions- und Arbeitspraktiken sind zu garantieren (Richtlinien sind die ILO-Kernarbeitsnormen¹¹).

Prinzip 8: „Capacity Building“ (Kompetenzaufbau)

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- Innerhalb des eigenen Betriebes bietet die EZA ihren MitarbeiterInnen die **notwendige fachliche Aus- und Fortbildung** um den übertragenen Aufgaben- und Arbeitsbereich bestmöglich bewältigen zu können.
- **Markt-, Produkt- und Designentwicklung:** Im Rahmen ihrer Möglichkeiten unterstützt die EZA ihre Partnerorganisationen im Süden dabei, ihre Produkte den hohen Anforderungen des europäischen Marktes anzupassen und weiterzuentwickeln, um langfristig am Markt bestehen zu können. Dies gilt für den Lebensmittelbereich ebenso wie für Produkte aus dem kunsthandwerklichen Bereich, der Naturkosmetik und - in den letzten Jahren verstärkt - dem Fair Fashion Bereich. Ebenso bedeutend ist die Vermittlung aktueller Entwicklungen auf den Zielmärkten und die Anforderung seitens der KonsumentInnen an die Produktqualität.
- **Kenntnis der Fair-Handels-Kriterien:** Die EZA unterstützt neue und junge Partnerorganisationen dabei, die Kriterien des Fairen Handels kennen zu lernen und innerhalb der eigenen Organisation und den Produzentengruppen umzusetzen.
- **Fair-Handels-Workshops und Vor-Ort-Evaluierungen:** Weiters werden Vor-Ort-Evaluierungen durchgeführt, die auf einem starken dialogischen und partizipativen Ansatz beruhen. Unter breiter Beteiligung der (Primär-) ProduzentInnen werden ausgewählte Organisationen evaluiert, Erfolge ebenso festgehalten wie Schwachstellen und an deren Behebung gemeinsam gearbeitet.
- **Informations- und Bildungsarbeit** zu den Themen des Fairen Handels bzw. den Partnerorganisationen und ProduzentInnen der EZA in Österreich

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- **Umfassende Schulungen der ProduzentInnen:** technische Beratung, Design- und Produktentwicklung, Produktionstechniken, Schulungen zu den Kriterien des Fairen Handels, etc. entsprechend der jeweiligen Situation, konkreten Bedarfs der ProduzentInnen und Anforderungen des Marktes;

¹¹ Siehe Fußnote S. 2

- **Maßnahmen des Empowerments:** Darüber hinausgehende Förderungen und Schulungen zur Stärkung des Selbstwertgefühls der ProduzentInnen bzw. hinsichtlich ihrer Rechte und Pflichten und notwendigen Kenntnisse zur Verbesserung der allgemeinen Lebens- und Arbeitssituation sind erwünscht.

Prinzip 9: Förderung des Fairen Handels

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- **Informations- und Öffentlichkeitsarbeit** über die EZA-Partnerorganisationen **in Österreich** (Erstellung von Partnerbeschreibungen, Organisation von Produzentenbesuchen und -touren, Pressearbeit, Erstellung div. Infomaterialien, usw.)
- **Organisation von Vorträgen, Seminaren und Fortbildungsveranstaltungen** zum Thema Fairer Handel
- **Mitarbeit in diversen internationalen Fair-Handels-Netzwerken und nationalen Foren des Fairen Handels**
- Die EZA lebt das **Konzept eines „offenen Hauses“**. Auf diese Weise sollen Schulgruppen, Exkursionen und andere interessierte Personengruppen die Möglichkeit bekommen, die EZA zu besuchen und zu erfahren, wie die EZA die Fair-Handels-Kriterien in die Praxis umsetzt.
- **Schulungen der Partnerorganisationen und (Primär-) ProduzentInnen** zu den Kriterien des Fairen Handels (siehe unter Prinzip 8 oben)

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- Im Grunde gelten die oben aufgeführten Punkte auch für unsere Partnerorganisationen. Gleichzeitig wissen wir, dass nicht all unsere PartnerInnen in der Lage sind, diese Punkte zu erfüllen. Die wichtigste Aufgabe unserer PartnerInnen sehen wir in diesem Zusammenhang darin, die **ProduzentInnen über die Kriterien des Fairen Handels zu informieren** und sie über ihre Rechte und Pflichten hinsichtlich der Umsetzung dieser Kriterien im eigenen Einflussbereich (z. B. Gruppe, Werkstätte, Familienbetrieb) aufzuklären.

Prinzip 10: Respekt für die Umwelt

Welchen Beitrag leistet die EZA?

- Die EZA setzt sich in ihrem eigenen Wirkungsbereich für die *Einhaltung möglichst hoher ökologischer Standards* ein (z. B. im Bereich Transport, Verpackung, Beschaffung, Energie, etc. – siehe auch ökologisches Leitbild der EZA). Ein weithin sichtbares Beispiel dafür ist das im Standard eines Niedrigenergiehauses gebaute Betriebsgebäude der EZA und der hohe Anteil an bio-zertifizierten Lebensmittelprodukten (akt. über 80%).
- **Bevorzugung nachhaltig produzierter Produkte:** Der Handel der EZA umfasst Lebens- und Genussmittel, Mode-, Handwerks- und Kosmetikartikel. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die soziale UND ökologische Nachhaltigkeit der Produktion gelegt.
- **Bevorzugung ökologisch nachhaltig produzierender Organisationen** zum einen, weil der Markt in Österreich nach ökologisch nachhaltigen Produkten verlangt; zum anderen aber auch aus der Überzeugung, dass wir dadurch einen wirksamen Beitrag dazu leisten,

dass die ökologische Situation in den Ländern des Globalen Südens schrittweise verbessert werden kann.

Welche Erwartungen hat die EZA an ihre Partnerorganisationen?

- Die PartnerInnen der EZA handeln unter **Rücksichtnahme auf die Umwelt**.
- Die **gesetzlichen Richtlinien und EU-Richtlinien zur Produktsicherheit und zum Schutz der KonsumentInnen sind einzuhalten**. Gleichzeitig bedeutet die Umsetzung dieser strengen EU-Richtlinien eine massive Verbesserung der Arbeitsbedingungen hinsichtlich der Gesundheit der ProduzentInnen, die täglich im Produktionsprozess stehen.
- Die Produktion sollte **möglichst energiesparend, nachhaltig, gesundheits- und umweltverträglich** erfolgen.
- **Verantwortlicher Umgang mit Ressourcen und Produktionsabfällen**: Es sollten möglichst erneuerbare und lokale Rohstoffe verwendet werden. Die Wiederverwertung und -verwendung von Rohstoffen im Produktionsprozess sind anzustreben.
- **Vorrang für organisch-biologischen Anbau und umweltverträgliche Produktionsmethoden** unter Berücksichtigung der aktuellen Rahmenbedingungen vor Ort

6) Verpflichtung zur Einhaltung der oben angeführten Kriterien

Im Zuge der Partnerevaluierung durch das Partnerkomitee (siehe Pkt. 9) werden potentielle Partnerorganisationen über die EZA-Partnerpolitik und ihre Verpflichtung zur Einhaltung der unter Punkt 5 genannten Kriterien informiert. Damit eine potentielle Partnerorganisation als EZA-PartnerIn aufgenommen werden kann, muss eine unterschriebene Verpflichtungserklärung (siehe Anhang 5 – Memorandum of Understanding) des zukünftigen EZA-Partners/in vorliegen. Bereits bestehende EZA-Partnerorganisationen erhalten die neu überarbeitete EZA-Partnerpolitik mit der Bitte, ihre Kenntnisnahme und Verpflichtung zur Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien mit ihrer Unterschrift zu bestätigen.

7) Überprüfung der Einhaltung der FH-Kriterien

Die EZA verpflichtet sich, die Einhaltung der unter Punkt 5 genannten Kriterien in regelmäßigen Abständen zu überprüfen. Diese Überprüfung erfolgt:

- a) Bei FAIRTRADE-zertifizierten PartnerInnen durch die jährlich durchgeführten Inspektionen durch FLO-Cert (unabhängige Zertifizierungsstelle von FAIRTRADE International, externe Kontrolle)
- b) Bei indirekten HandelspartnerInnen liegt aus Sicht der EZA die Kontrolle über die Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien in erster Linie bei der beziehenden Fair-Handels-Organisation, die im Direktkontakt zu der Produzentenorganisation steht. Zusätzlich werden weitere Informationen seitens der EZA eingeholt.
- c) In allen Fällen fordert die EZA für ihre (direkten wie indirekten) Partnerorganisationen alle zwei Jahre eine Aktualisierung des EFTA-Fragebogens zur Überprüfung der Einhaltung der WFTO-Prinzipien an. **Dies gilt für ALLE EZA-**

Partnerorganisationen (direkte wie indirekte, FLO-zertifizierte wie Mitgliedsorganisationen der WFTO).

d) Im Rahmen der EFTA-Kooperation wird angestrebt, **alle relevanten Partnerorganisationen alle 3 Jahre** nach der Methode des EFTA Fair Trade Assessments vor Ort **hinsichtlich der Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien zu evaluieren**. Davon ausgenommen sind nur FLO-zertifizierte Partnerorganisationen. Die im Rahmen dieser Evaluierung identifizierten Mängel werden in Kooperation mit der Partnerorganisation im Rahmen des Follow-up-Prozesses aufgegriffen und bearbeitet. Ziel ist die Erfüllung der Fair-Handels-Kriterien bestmöglich zu prüfen und gegenüber den KundInnen des Fairen Handels zu gewährleisten.

Zu Beginn jeder neuen Handelsbeziehung wird im Rahmen der Aufnahme einer neuen Partnerorganisation die Umsetzung der Fair-Handels-Kriterien durch das Partnerkomitee der EZA überprüft. Dies gilt für ALLE potentiellen HandelspartnerInnen der EZA (direkte wie indirekte).

8) Auswahl potentieller Partnerorganisationen

Fairer Handel – wie er von der EZA in die Praxis umgesetzt wird – orientiert sich an den unter Punkt 5 genannten Kriterien. Sie stellen gleichzeitig die Entscheidungsbasis dafür dar, mit welchen potentiellen Partnerorganisationen eine Handelsbeziehung eingegangen wird, und an welche Regeln und Richtlinien sich die HandelspartnerInnen in der weiteren Zusammenarbeit unter der Prämisse des fairen Handels zu halten haben. Sie erfüllen darüber hinaus weitere wichtige Aufgaben:

- Sie garantieren unseren KundInnen, dass alle von der EZA angebotenen Produkte unter fairen Bedingungen erzeugt und vertrieben werden.
- Sie dienen unseren HandelspartnerInnen als Entscheidungshilfe, ob sie eine Zusammenarbeit mit der EZA unter den Kriterien des Fairen Handels eingehen wollen und können. Gleichzeitig **übernehmen die EZA-Partnerorganisationen damit die Verantwortung über die Umsetzung der Fair-Handels-Kriterien in ihrem eigenen Wirkungsbereich**, ihrer Zusammenarbeit mit den ProduzentInnen und innerhalb der Produzentengruppen (siehe auch Anhang 5 „Memorandum of Understanding“).

Wann immer die Kriterien angewandt werden, müssen die damit beauftragten Personen der EZA (Geschäftsführung, Partnerkomitee und Einkauf) Entscheidungen treffen. Dabei gilt es folgendes zu bedenken:

- Der spezifische wirtschaftliche, politische, soziale und kulturelle Kontext, in dem die einzelnen HandelspartnerInnen stehen und zu sehen sind, ist sehr unterschiedlich und muss bei der Evaluierung des/der Partners/Partnerin berücksichtigt werden.
- Einzelne HandelspartnerInnen können aus den unterschiedlichsten Gründen möglicherweise die unter Pkt. 5 genannten Kriterien nicht von Beginn an vollständig erfüllen; es kann in bestimmten Fällen aber Sinn machen, einzelne PartnerInnen zur sukzessiven Umsetzung der Kriterien zu motivieren. Während dieses Prozesses müssen die Organisationen von der EZA begleitet und überprüft werden.

Grundvoraussetzung für das Eingehen einer Handelsbeziehung ist deren wirtschaftliche Tragfähigkeit. Eine Handelsbeziehung kann somit nur dann eingegangen werden, wenn ein potentiell interessantes und verkäufliches Produkt vorliegt. Wird ein Produkt als interessante Ergänzung zum bestehenden EZA-Sortiment gesehen, wird in einem zweiten Schritt die potentielle Partnerorganisation hinsichtlich der unter Punkt 5 angeführten Kriterien geprüft.

Prozedere bei der Partnerauswahl:

1. **Einholung von Basisinformationen** zur potentiellen Partnerorganisation (durch Einkauf HW bzw. LM) mittels EFTA-Fragebogen
2. **Prüfung durch den Einkauf** – Ersteinschätzung der potentiellen Partnerorganisation
3. **Nur für Handwerk: Möglichkeit EINER ersten Probestellung** nach positiver Ersteinschätzung (zur Überprüfung der Export- und Importabwicklung, Produktqualität, Marktakzeptanz, etc.)
4. **Weitergehende Recherche** zur potentiellen Partnerorganisation durch die Abteilung „Partnerorganisationen im Süden“ und Erstellung der Partnerkomitee-Vorlage
5. **Information der potentiellen Partnerorganisation** über die EZA (Selbstdarstellung), EZA-Partnerpolitik und konkreten Erwartungshaltung seitens der EZA hinsichtlich der Einhaltung und Umsetzung der Kriterien wie unter Punkt 5 beschrieben
6. **Diskussion im EZA-Partnerkomitee** (siehe Punkt 9) und Entscheidungsfindung
7. **Information der potentiellen Partnerorganisation** bezüglich Aufnahme bzw. Ablehnung durch das EZA-Partnerkomitee
8. **Unterzeichnung des Memorandums of Understanding (MoU) für alle direkten Partnerorganisationen** nach erfolgter Aufnahme durch das EZA-Partnerkomitee (darin verpflichten sich EZA und EZA-Partnerorganisation zur Einhaltung und Umsetzung der unter Punkt 5 aufgeführten Kriterien)
9. **Offizieller Beginn der Handelsbeziehung** und Platzierung der ersten regulären Bestellung

Bei **indirekten Partnerorganisationen** liegt die **Hauptverantwortung hinsichtlich der Erfüllung der Fair-Handels-Kriterien bei der die EZA beliefernden Fair-Handels-Organisation**. Aus diesem Grund wird in jenen Fällen, in denen die EZA ihre Produkte über Dritte und nicht direkt bezieht, der beliefernden Fair-Handels-Organisation die EZA-Partnerpolitik mit dem Hinweis übermittelt, dass die EZA sich die Einhaltung und Kontrolle der unter Pkt. 5 genannten Kriterien durch die betreffende Organisation und ihre VorlieferantInnen erwartet. Um diesem Faktum mehr Nachdruck und Verbindlichkeit zu verleihen, werden die EZA beliefernde Fair-Handels-Organisationen ebenfalls dazu angehalten, das „Memorandum of Understanding“ (siehe Anhang 5) zu unterzeichnen.

9) Das EZA-Partnerkomitee¹²

Das Partnerkomitee ist ein **EZA-internes Entscheidungsgremium**. Es arbeitet auf **Grundlage der vorliegenden EZA-Partnerpolitik** und in enger Kooperation mit den Abteilungen Einkauf und Verkauf.

Das Partnerkomitee besteht aus **3 fixen Mitgliedern** (derzeit: Andrea Schlehüser - Geschäftsführung, Andrea Reitinger - Information & Öffentlichkeitsarbeit und Birgit Calix - Partnerorganisationen im Süden). Diese Personen vertreten die Abteilungen Geschäftsführung, Info & Partnerorganisationen im Süden. Des Weiteren ist der Einkauf durch die zuständige EinkäuferIn vertreten. Die **Koordination des Partnerkomitees** liegt bei der/dem Zuständigen der Abteilung „Partnerorganisationen im Süden“.

Aufgaben des EZA-Partnerkomitees sind die Umsetzung der EZA-Partnerpolitik, alle relevanten Entscheidungen hinsichtlich Aufnahme neuer EZA-Partnerorganisationen und der Beendigung von Handelspartnerschaften, Fragen der Partnerzusammenarbeit (inkl. Evaluierungen von EZA-Partnerorganisationen) und inhaltliche Stellungnahmen zum Fairen Handel.

10) Abteilung Partnerorganisationen im Süden

Um dem Bereich der Partnerauswahl, Partnerzusammenarbeit und des laufenden Monitoring innerhalb der EZA zu stärken und zu verankern, wurde 2005 eine eigene Abteilung „Partnerorganisationen im Süden - Partner Attending“ geschaffen. Zu den Aufgaben dieser Abteilung zählen u. a.:

- Informationseinholung zu den EZA-Partnerorganisationen und Aufbereitung der Informationen in Form von EZA-Partnerbeschreibungen
- Koordination des EZA-Partnerkomitees
- Erstellung der Partnerkomitee-Unterlage
- Desk- und Vor-Ort-Evaluierungen (potentieller) EZA-Partnerorganisationen
- Laufendes Monitoring der EZA-Partnerorganisationen
- Weiterentwicklung und Umsetzung der EZA-Partnerzusammenarbeit (gemeinsam mit Einkauf HW & LM)
- Mitarbeit in der EFTA Monitoring Gruppe
- Input zu Monitoringfragen innerhalb der WFTO
- Betreuung von Partnerbesuchen (inkl. Koordination der EZA-Produzenten-Touren)
- Abwicklung von Projekten der Partnerförderung

11) Schwerpunktbildung in der Partnerzusammenarbeit

Tatsache ist, dass die EZA als Generalimporteure für Fairen Handel eine **große Bandbreite an fair gehandelten Produkten** anbietet. Um ihren KundInnen diese breite Palette an Produkten bieten zu können, werden aktuell Rohstoffe und Waren von 162 aufgenommenen Partnerorganisationen (siehe Punkt 2) bezogen. Dies **verlangt nach einer klaren Schwerpunktsetzung** in der Partnerzusammenarbeit. Als Basis dafür haben wir den Weg der **Kategorisierung unserer HandelspartnerInnen** gewählt. Die Kategorisierung wird in diesem Zusammenhang **NICHT** als inhaltliche Beurteilung (hinsichtlich der Erfüllung der

¹² siehe auch Anhang 6 - Geschäftsordnung EZA-Partnerkomitee

Fair-Handels-Kriterien) gesehen, sondern spiegelt die Verantwortung der EZA gegenüber ihren HandelspartnerInnen, die Bedeutung der EZA-Partnerorganisationen für die Partnerzusammenarbeit, die konkrete Handelsbeziehung und das EZA-Sortiment wieder. **Um die Intensität der Partnerzusammenarbeit und die Bedeutung der einzelnen Partnerorganisationen aus Sicht der EZA vor allem für diese transparent zu machen und um unrealistische Erwartungshaltungen ihrerseits an die EZA zu vermeiden, wurden drei Kategorien eingeführt, die sich wie folgt definieren:**

Kategorie A:

- direkte HandelspartnerInnen mit einem Einkaufsvolumen über 25.000,- € / Jahr
- strategische HandelspartnerInnen, die die Produkte für eines der EZA-Kernsortimente direkt an die EZA liefern (z. B. Kaffee, Fair Fashion, aber auch Arganöl), bzw. für die es keinen Ersatzlieferanten/in gibt

Kategorie B:

- direkte HandelspartnerInnen mit einem Einkaufsvolumen zwischen 25.000,- und 5000,- € / Jahr
- direkte HandelspartnerInnen mit einem Einkaufsvolumen unter 5000,- € / Jahr, die aus inhaltlichen Gründen besonders unterstützt werden sollen (vorbildliche Umsetzung der Fair-Handels-Kriterien bzw. herausragende Bedeutung der Organisation für die involvierten PrimärproduzentInnen)
- indirekte HandelspartnerInnen mit großer Bedeutung für das EZA-Kernsortiment (z. B. strategische Handelspartnerorganisationen der Gepa bzw. Claro wie Conacado und El Ceibo); In diesem Zusammenhang kommt vor allem dem EFTA Partner Attending eine besondere Bedeutung zu. Dabei übernimmt eine EFTA-Mitgliedsorganisation die inhaltliche und einkaufsseitige Hauptverantwortung über eine Handelspartnerorganisation und damit die Informationspflicht gegenüber den übrigen EFTA-Mitgliedern. Die Erfüllung dieser Aufgabe wird mit einer EFTA Partner Attending Marge von den übrigen EFTA-Mitgliedern abgegolten bzw. unterstützt.

Kategorie C:

- direkte HandelspartnerInnen mit einem Einkaufsvolumen unter 5000,- € / Jahr
- LieferantInnen für Produkte zur Ergänzung des EZA-Sortiments
- Zusatz- bzw. ErsatzlieferantInnen (für den Fall, dass LieferantInnen der Kategorie A + B nicht liefern können)
- indirekte HandelspartnerInnen mit geringer Bedeutung für das EZA-Sortiment (z. B. Honig- oder Kakaolieferanten aus dem Lieferantenpool der Gepa)

Jede dieser Kategorien unterscheidet sich in Intensität und Umfang der Partnerzusammenarbeit. So dürfen sich Partnerorganisationen der Kategorie A der intensivsten Kooperation der EZA sicher sein. Gleichzeitig wird seitens der EZA bei dieser Gruppe von Partnerorganisationen das größte Augenmerk auf die inhaltliche Begleitung und Erfüllung der Fair-Handels-Kriterien gelegt. Dies ist für die betroffenen Partnerorganisationen mit besonderen Verpflichtungen gegenüber der EZA verbunden (Kooperationsbereitschaft, Transparenz, Engagement bei der Umsetzung der Fair-Handels-Kriterien, etc.). Einen Überblick über die

Zuordnung der EZA-Partnerorganisationen gibt die Tabelle in Anhang 7: Liste der EZA-Partnerorganisationen und ihre Kategorisierung.

12) Inhalte der EZA-Partnerzusammenarbeit

Die **Intensität und Inhalte der Partnerzusammenarbeit basieren auf der wirtschaftlichen bzw. inhaltlichen Bedeutung der jeweiligen EZA-Partnerorganisation** im Sinne der oben vorgenommenen Kategorisierung, wobei sich die Bedeutung von Partnerorganisationen für die EZA im Laufe der Handelsbeziehung durchaus ändern kann (aufgrund veränderter Ansprüche des Marktes, Nachfrage, herausragender Entwicklungen innerhalb von Partnerorganisationen, neuer Schwerpunktsetzungen seitens der EZA, etc.). Somit spiegelt die vorgenommene Zuteilung (siehe Anhang 7) den aktuellen Stand, der jährlich überprüft und aktualisiert werden soll.

Für ALLE DIREKTEN EZA-Partnerorganisationen gilt, dass sich die EZA zur Einhaltung der unter Punkt 5 genannten Kriterien bekennt. Umgekehrt wird von allen EZA-Partnerorganisationen die Einhaltung dieser Kriterien verlangt und regelmäßig überprüft (Einholung bzw. Aktualisierung des EFTA-Fragebogens alle 2 Jahre).

Für ALLE INDIREKTEN EZA-Partnerorganisationen gilt, dass sich die EZA gegenüber ihren Lieferanten (EFTA-Mitglieder und andere Fair-Handels-Häuser) für die Einhaltung der unter Punkt 5 genannten Kriterien einsetzt und deren Umsetzung durch die jeweilige Produzentenorganisation voraussetzt. Auch in diesen Fällen erfolgt das laufende Monitoring über die zweijährliche Einholung bzw. Aktualisierung des EFTA-Fragebogens (direkt oder mit Unterstützung der die EZA beliefernden (Fair-Handels-) Organisation).

Inhalte der EZA-Partnerzusammenarbeit unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Bedeutung (Kategorisierung)

Betrifft	Inhalte der Partnerzusammenarbeit
I) ALLE EZA-Partnerorganisationen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Erstevaluierung und Aufnahme durch das EZA-Partnerkomitee ➤ regelmäßige Überprüfung der Einhaltung der Fair-Handels-Kriterien unter Punkt 5 durch die EZA-Partnerorganisationen (alle 2 Jahre) – laufendes Monitoring ➤ Zusendung des EZA-Jahresberichts und der EZA-Selbstdarstellung in engl. bzw. spanischer Sprache ➤ Übermittlung relevanter Information (Anlass bezogen)
II) ALLE DIREKTEN EZA-Partnerorganisationen	<p>Zusätzlich zu den unter I) genannten Punkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Information zur EZA-Partnerpolitik und Unterzeichnung des MoU ➤ Verpflichtung der EZA zur Einhaltung der unter Punkt 5 genannten Kriterien gegenüber ihren Partnerorganisationen ➤ Information über die laufenden Entwicklungen

	<p>innerhalb der EZA – Zusendung der aktualisierten EZA-PPP (1x jährlich),</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Übermittlung relevanter Informationen zu: EZA-Partnerpolitik und Partnerzusammenarbeit, Einkaufs- und Reklamationspolitik, relevanten (EU-) Richtlinien, Marktanforderungen, Entwicklungen des EZA-Sortiments, Umsatzzahlen, etc. ➤ Aufforderung zur Teilnahme am <i>EZA-Reverse Assessment</i> (alle 2 Jahre im Rahmen des <i>EZA Self Assessments</i>) ➤ Übermittlung des EZA Self Assessment Reports und Anfrage des SA Reports jener Partnerorganisation, die Mitglied bei der WFTO sind; ➤ Information zu den zu erwarteten Bestellmengen und Bestellzyklen ➤ Allgemeine Rückmeldungen zu den übersandten Mustern – detaillierte Rückmeldungen nur auf Anfrage!
<p>III) Partnerorganisationen der Kategorie A</p>	<p>Zusätzlich zu den unter I) und II) genannten Punkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ regelmäßige Besuche vor Ort (v. a. durch die EZA-EinkäuferInnen) ➤ regelmäßige EFTA-Assessments (für alle EZA-Partnerorganisationen, die nicht FAIRTRADE-zertifiziert sind) durch die EZA, andere EFTA-Mitgliedsorganisationen oder von EZA/EFTA-Mitgliedern beauftragten lokalen AuditorInnen (alle 3 - 5 Jahre) ➤ umfassende Unterstützung bei der Produkt- und Designentwicklung ➤ Fallweise: Unterstützung von Projekten von Partnerorganisationen (je nach finanzieller Möglichkeit) ➤ Einholung von Musterkalkulationen der drei wichtigsten Produkte mit JEDER Bestellung
<p>IV) Partnerorganisationen der Kategorie B</p>	<p>Zusätzlich zu den unter I) und II) genannten Punkten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ bei Bedarf Besuche vor Ort (v. a. durch die EZA-EinkäuferInnen) ➤ wenn möglich EFTA-Assessments (für alle EZA-Partnerorganisationen, die nicht FAIRTRADE-zertifiziert sind) durch die EZA, andere EFTA-Mitgliedsorganisationen oder von EZA/EFTA-Mitgliedern beauftragten lokalen AuditorInnen (alle 3 - 5 Jahre) ➤ punktuelle Unterstützung bei der Produkt- und Designentwicklung ➤ Fallweise: Unterstützung von Projekten von Partnerorganisationen (je nach finanzieller Möglichkeit) ➤ Einholung von Musterkalkulationen der drei wichtigsten Produkte mit jeder Aktualisierung des

	EFTA-Fragebogens (alle 2 Jahre)
V) Partnerorganisationen der Kategorie C	keine zusätzlichen Leistungen als die unter I) und II) genannten

EZA Fairer Handel / Jänner 2013 / akt. März 2014

- Anhang 1: EZA Projektförderung
- Anhang 2: 10-WFTO-Grundsätze
- Anhang 3: EZA´s General Purchasing Conditions
- Anhang 4: EZA´s Pricing Policy
- Anhang 5: Memorandum of Understanding
- Anhang 6: Geschäftsordnung EZA-Partnerkomitee
- Anhang 7: Liste der EZA-Partnerorganisationen