



Asien



PARTNERBESCHREIBUNG

NATÜRLICH FAIR

Equitable Marketing Association - EMA

Lederwaren, Schals, Kerzen und Musikinstrumente aus Indien

Obwohl Indien in vielen Bereichen den Anschluss an die moderne Welt mit ihrer hoch entwickelten Industrie und ausgereiften Technologie gefunden hat, ist die materielle Lebenslage breiter Bevölkerungsteile weiterhin sehr schlecht. Die Kosten dieser Modernisierung und Industrialisierung waren hoch und gingen vor allem zu Lasten der ärmeren InderInnen. So konnte bis heute die ungerechte Landverteilung nicht rückgängig gemacht werden. Im Gegenteil: Die Kleinbauern und -bäuerinnen Indiens können den landwirtschaftlichen Großbetrieben mit ihrem hohen Technologieinsatz nur wenig entgegenhalten und werden immer mehr an den Rand gedrängt. Manche von ihnen geben ihr Land aufgrund dieser Entwicklungen auf und ziehen in die Städte, wo sie das Heer der Armen tagtäglich anwachsen lassen. Ein Paradebeispiel dazu ist Kalkutta. Die Stadt im Osten Indiens ist der drittgrößte Ballungsraum des Landes und sehr dicht besiedelt. Im Vergleich zu europäischen Städten wie Wien oder München leben dort bis zu sechs Mal mehr Menschen pro km². Zwei Drittel der rund 15 Millionen EinwohnerInnen leben in Slums und sind oft jene, die aus verarmten ländlichen Regionen zugewandert sind. Die reiche Bevölkerung wohnt nur wenige Kilometer weiter. Selten ist der Kontrast zwischen Arm und Reich deutlicher zu sehen als in einer Megacity wie Kalkutta. Um nicht noch mehr Menschen in diese urbane Armut zu locken, müssen wirtschaftliche Möglichkeiten in ländlichen Regionen geschaffen werden.

Aufgrund der Masse an billig hergestellten Industrieprodukten erleben vor allem HandwerkerInnen eine prekäre Situation, denn gegen industrielle Fertigung können sie nicht konkurrieren. Die betroffenen HandwerkerInnen zu unterstützen, hat sich die "Vereinigung für gerechte Vermarktung" (Equitable Marketing Association - EMA) zur Aufgabe gemacht. Es geht der Organisation vor allem um die Unterstützung ländlicher Handwerksgruppen, die Angehörigen der untersten Kasten, marginalisierte und behinderte Personen und deren integrale Förderung bzw. Integration in die indische Gesellschaft. Seit mehr als 30 Jahren unterstützt EMA benachteiligte Bevölkerungsgruppen als Vermarktungsorganisation für Fairen Handel.

EZA-Partner seit 1982

Partnercode 37 & 38

„Viele Frauen sind niemals aus ihrem Dorf hinausgekommen. Sie waren von ihren Ehemännern und Familienmitgliedern finanziell abhängig. In einer Organisation wie EMA zu arbeiten, hat ihnen die Augen geöffnet – sie kennen nun ihre Rechte und haben Freude daran, in einer Gemeinschaft zu arbeiten. Sie sind finanziell unabhängiger und besitzen deshalb in ihren Familien und Dörfern eine stärkere Position.“

Quelle: Swapna Das, Leiterin von EMA

Equitable Marketing Association – EMA

EMA wurde 1977 von 7 Kooperativen, über 200 HandwerkerInnen und einigen sozialen AktivistInnen gegründet. Nachdem die Kooperativen erkennen mussten, dass sie ihre Hauptprobleme – fehlendes Arbeitskapital und Know-how bzw. Probleme der Design- und Produktentwicklung – nicht alleine lösen konnten, entschieden sie sich für den gemeinsamen Zusammenschluss unter dem Namen EMA. Ziel von EMA war es, diese Schwierigkeiten gemeinsam zu überwinden, um die Position der HandwerkerInnen zu stärken und ihre Einkommen auf Dauer zu sichern.

EMA selbst ist als Verein organisiert, wobei die formale Mitbestimmung aller Mitglieder im Rahmen der jährlich stattfindenden Generalversammlung und ihre Vertretung im Vorstand garantiert ist. Ausführendes Organ der Generalversammlung ist der Vorstand. EMA übernimmt u. a. die Vermarktung der Produkte, wobei darauf geachtet wird, dass die Gruppen ihre Produkte auch selbst und auf dem lokalen Markt verkaufen, um nicht in die vollständige Abhängigkeit von EMA zu geraten. In Zukunft will EMA vor allem die lokale Vermarktung der Produkte stärken.

Die ProduzentInnen

Mit der Verwirklichung eines EMA-eigenen Produktionszentrums 40 km außerhalb Kalkuttas hat EMA 2004 ein Vorzeigeprojekt geschaffen. In Baruiapur finden rund 200 teils beeinträchtigte, teils sozial marginalisierte Personen ein würdiges Arbeits- und Lebensumfeld. Das Produktionszentrum umfasst eine Färberei, eine Druckerei und Werkstätten für die Herstellung von Kerzen, Instrumenten und Lederartikeln. Auf den umliegenden Feldern werden Reis, Weizen, Gemüse und Obst für den Eigenbedarf produziert, im Fall von Überschüssen wird der Reis auch an den Fairen Handel verkauft.

Neben der eigenen Produktionsstätte arbeitet EMA außerdem noch mit rund 25 Handwerksgruppen bzw. Kooperativen zusammen, bei denen über 300 Menschen Beschäftigung finden. Dabei wird auf langjährige Kooperationen gesetzt, um den ProduzentInnen die notwendige Stabilität bieten zu können. Voraussetzung für eine Zusammenarbeit mit EMA sind demokratische Strukturen und keine großen Einkommensunterschiede innerhalb der Gruppen. Außerdem gibt es Kooperationen mit KleinproduzentInnen und einzelnen HandwerkerInnen.

Während in der Steinverarbeitung und im Instrumentenbau vor allem Männer beschäftigt sind, ist der Bereich der Seidenverarbeitung und der Gewürzanbau vor allem von Frauen dominiert. In der Lederverarbeitung, Weberei und Hornverarbeitung arbeiten Männer wie Frauen gleichberechtigt nebeneinander. Wichtig ist in allen Fällen, dass die angestellten und individuellen HandwerkerInnen gleichermaßen fair entlohnt werden.

Lederwaren, Schals, Kerzen und Musikinstrumente von EMA sind in EZA und WELTLÄDEN erhältlich.

Weitere Informationen:

www.emaindia.org.in

Quellen: EMA, EFTA-Fragebogen 13, IFAT-Self Assessment, div. EZA-Reiseberichte; (EZA, akt. Mär. 2015)

VORTEILE AUS DEM FAIREN HANDEL

Für die ProduzentInnen liegt die Bedeutung von EMA vor allem in den Bereichen Produktentwicklung, Qualitätssicherung, Design und Materialbeschaffung, wie in der Vermittlung zinsfreier Kredite, den Schulungen und in der Vermarktung bzw. dem Export ihrer Produkte. EMA zahlt seinen ProduzentInnen 50% des Auftragswerts im Voraus, 30% bei Lieferung und die restlichen 20% nach der Qualitätskontrolle.

Abseits der Vermarktungsaktivitäten stellt EMA sein soziales Engagement unter Beweis. In Bereichen Umweltschutz, Gleichstellung der Geschlechter und Bildungswesen leistet die Organisation wichtige Arbeit. Folgende Aktivitäten werden von EMA unterstützt und umgesetzt:

- Stipendien für sozial benachteiligte Jugendliche in ländlichen Regionen
- Verteilung von Schulbüchern an Schulen bzw. SchülerInnen
- Berufsausbildungen und -weiterbildungen
- Reparaturarbeiten an Schulen
- Bau von Wasservorratsspeichern und Solarenergieanlagen
- Förderung von Biolandbau