



Asien



PARTNERBESCHREIBUNG

Fair für mich.
Fair für alle.

Equitable Marketing Association - EMA

Lederwaren, Schals, Kerzen und Musikinstrumente aus Indien

Obwohl Indien in vielen Bereichen den Anschluss an die moderne Welt mit seiner hoch entwickelten Industrie und ausgereiften Technologie gefunden hat, ist die materielle Lebenslage breiter Bevölkerungsteile weiterhin sehr schlecht. Die Kosten der Modernisierung und Industrialisierung waren hoch und gingen vor allem zu Lasten der ärmeren Menschen. 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 Technologieeinsatz 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 die Zahl der Armen anwachsen lassen. Ein Beispiel dafür ist Kalkutta. Die Stadt im Osten Indiens ist der drittgrößte Ballungsraum Indiens 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. 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. Die *Equitable Marketing Association* - EMA in Baruipur, einem Dorf außerhalb Kolkatas, ist ein Beispiel für ein Produktionszentrum des Fairen Handels am Land. EMA geht es vor allem um die Unterstützung ländlicher Handwerksgruppen, von Angehörigen der untersten Kasten, marginalisierten und behinderten Personen und deren integrale Förderung bzw. Integration in die indische Gesellschaft, und das seit mehr als 40 Jahren!

EZA-Partner seit 1982

Partnercode 37 & 38

„Die ideologischen Wurzeln von EMA liegen in der Genossenschaftsbewegung mit ihren Werten Partizipation, Transparenz und Demokratie. Folglich wurden HandwerkerInnen (...) darin geschult, Gruppen zu bilden und sich in einer Vereinigung zu organisieren. Sie nehmen durch ihre Delegierten aktiv an den Generalversammlungen von EMA und den sie betreffenden Entscheidungen teil. (...) Die 1977 gegründete "Vereinigung für gerechte Vermarktung" hatte - und hat - das Ziel, den Teufelskreis der Ausbeutung und Verarmung von HandwerkerInnen durch skrupellose HändlerInnen zu durchbrechen, um ihnen zu ermöglichen, so weit wie möglich unabhängig zu arbeiten und zu leben.“

Quelle: aus dem Artikel "Die Stimme EMAs" von E. Piras in Ex aequo Nr. 76, Dez. 2021

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 (= Vereinigung für gerechte Vermarktung). Ziel von EMA war es, diese Schwierigkeiten gemeinsam zu überwinden, um die Position der HandwerkerInnen zu stärken und ihre Einkommen 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.

Die ProduzentInnen

Mit der Verwirklichung eines EMA-eigenen Produktionszentrums 40 km außerhalb Kalkuttas hat EMA 2004 ein Vorzeigeprojekt geschaffen. In Baruiapur finden rund 125 teils beeinträchtigte, teils sozial marginalisierte Personen, teils alleinstehende Frauen ein würdiges Arbeits- und Lebensumfeld. Das Produktionszentrum umfasst eine Färberei, eine Druckerei und Werkstätten für die Herstellung von Kerzen, Instrumenten und Lederprodukten. Auf den umliegenden Feldern werden Reis, Weizen, Gemüse und Obst für die ProduzentInnen des Zentrums in biologischer Landwirtschaft angebaut, um für eine ausgewogene und gesunde Ernährung zu sorgen.

Neben der eigenen Produktionsstätte arbeitet EMA mit rund 22 externen Handwerksgruppen bzw. Kooperativen zusammen, bei denen rund 250 Menschen (davon 65 Frauen) eine 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 geringe Einkommensunterschiede innerhalb der Gruppen. Außerdem gibt es Kooperationen mit KleinstproduzentInnen und einzelnen HandwerkerInnen.

Während in der Weberei, Lederverarbeitung und Instrumentenherstellung vor allem Männer beschäftigt sind, ist der Bereich der Seidenverarbeitung und Näharbeiten vor allem von Frauen dominiert. In der Stein- und Hornverarbeitung arbeiten Männer wie Frauen gleichberechtigt nebeneinander. In der Kerzenherstellung bei EMA finden Menschen mit körperlicher Beeinträchtigung Arbeit, einschließlich des Abteilungsleiters. Wichtig ist in allen Fällen, dass die angestellten und selbständigen 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, EMA WFTO SAR & Profile 2017, div. EZA-Reiseberichte, ex aequo Nr. 76 / Artikel von E. Piras, Dez. 21; (EZA, akt. Dez. 2021)

VORTEILE AUS DEM FAIREN HANDEL

Die ProduzentInnen profitieren in der Zusammenarbeit mit EMA vor allem durch:

- Unterstützung bei der Produkt- und Designentwicklung
- Qualitätssicherung
- Unterstützung bei der Materialbeschaffung durch die Vorauszahlung von 50% des Auftragswerts
- zinsfreie Kredite für Unternehmens- und private Zwecke
- Schulungen (z.B. in den Bereichen Vermarktung, Design und Empowerment für Frauen)

Abseits der Vermarktung stellt EMA sein soziales und ökologisches Engagement durch die Verteilung von Schulbüchern an Schulen, die Nutzung von Solarenergie und Regenwasser und den Anbau von Bio-Lebensmitteln in der eigenen kleinen Landwirtschaft unter Beweis.

Im Jahr 2020 unterstützten der Weltladen Laa a. d. Thaya, ARGE WL-Soforthilfefonds und die EZA Fairer Handel EMA mit insgesamt € 10.000,-, um damit einerseits die Schäden durch den Sturm Amphan beheben und ihre Angestellten und ProduzentInnen während der Schließung des Produktionszentrums aufgrund der Covid-Krise finanziell unterstützen zu können.