

EMA (Equitable Marketing Association)

Art der Organisation:
Produzentenorganisation

Ort:
Asien, Indien

Mitglieder:
456

Homepage:
www.emaindia.org.in

GEPA Partner seit:
1978

GEPA-Code:
813



Über den Partner

EMA wurde 1977 von einer indischen Entwicklungsorganisation gegründet, um Handwerkerinnen und Handwerkern bei der Vermarktung ihrer Produkte zu unterstützen. Belief sich der erste Jahresumsatz noch auf 7.000 US-Dollar, so sind es heute stolze 1,55 Millionen US-Dollar. Unser Handelspartner arbeitet auch heute noch mit Handwerksgruppen und kleinen Familienbetrieben zusammen. Aber der größere Teil ihrer Produkte wird inzwischen in eigenen Werkstätten in Baruiapur hergestellt (zum Beispiel Textil, Leder, Musikinstrumente und Kerzen). Zum EMA-Zentrum circa 40 Kilometer außerhalb von Kolkata gehören auch Gärten und Fischteiche, die selbst bewirtschaftet werden. Das geerntete Obst, Gemüse und der Fisch kommen der eigenen Versorgung zugute, die Überschüsse werden verkauft.

Die Produzentinnen und Produzenten

Im EMA-Zentrum in Baruiapur arbeiten die Mitglieder sowohl in der Produktion, der Produktentwicklung, im Marketing, im Vertrieb als auch in der Landwirtschaft. Rund ein Drittel der Produzenten von EMA sind Frauen. Aber auch Menschen mit Behinderungen sowie Mitglieder ethnischer Minderheiten sind in der Organisation vertreten. Die Produzenten leben generell sowohl von der Landwirtschaft (Gemüse und Reis) als auch von den Einnahmen aus dem Handwerk. Das EMA-Zentrum und die Gruppen arbeiten Hand in Hand. So werden zum Beispiel Stoffe von Kooperativen bei EMA bedruckt.

Produkte: Schals, Wohnen



Tuch schwarz-weiß

Tuch gelb-weiß

Tuch Kreise blau-weiß

Tuch Kreise taupe-weiß

Loop Bio-Baumwolle Kästchen rot-oliv

Loop Bio-Baumwolle Kreuzchen oliv-elfenbein

Tuch Bio-Baumwolle Zickzack grau-elfenbein

Schal Streifen graunatur

Schal elfenbein mit Bordüre

Seifenschale Aruba Kokos

Zur Geschichte

2015

Besuch von Swapna Das, EMA bei der GEPA

2013

Besuch von Rolf Bittner und Christina Morandell, Produktmanagement Handwerk

2010

Besuch von Swapna Das, EMA bei der GEPA

2008

Besuch von Swapna Das, EMA-Geschäftsführerin bei der GEPA

2007

Besuch von Rolf Bittner, Produktmanager und Designerin Alexandra Lenz

Das wurde durch den Fairen Handel erreicht



Ökologie

Das Aufstellen von Solarkochern, das Pflanzen von Bäumen, die Unterstützung beim ökologischen Anbau: All das gehört für EMA zum Engagement in den Dorfgemeinschaften. Ein wichtiges Thema: Umweltverträgliche Lederherstellung. Dieses Projekt wird von der European Fair Trade Association (EFTA) unterstützt.



Frauen

Es gibt eine festgeschriebene Gender-Politik bei EMA. Rund ein Drittel der Mitglieder sind Frauen. 70 Prozent der leitenden Positionen sind mit Frauen besetzt.



Bildung

EMA verteilt Schulbücher an Produzentenfamilien, bietet Computerkurse an und vergibt Stipendien an Kinder und Jugendliche. Die Produzenten werden in der Kalkulation ihrer Preise geschult, so dass sie die allgemeinen Kosten wie Strom und auch einen eigenen Profit mitberücksichtigen können.



Fairer Preis

Bei der Preiskalkulation werden die benötigte Zeit und die Fähigkeiten des jeweiligen Produzenten miteinbezogen. Basis für die Kalkulation ist der Mindestlohn im Handwerkssektor in Westbengalen. Die Produzentengruppen erhalten von EMA zehn bis 15 Prozent mehr als den gängigen Marktpreis.



Soziales

Die Produzenten erhalten auf Wunsch eine Vorfinanzierung von 50 Prozent des Warenwertes – dies ist nur möglich, weil die Fair Handelsorganisationen wie die GEPA diese auch gewähren.



Aufbau

Die regelmäßigen Aufträge der Fair Handelsorganisationen ermöglichten es, dass EMA einen eigenen Betrieb in Barupipur aufbauen konnte.



Qualität

EMA bietet unter anderem hochwertige Lederwaren und Schals an. Das Leder für die GEPA Taschen und Geldbeutel wird chromfrei und umweltfreundlich gegerbt. Dieses Projekt wird von der European Fair Trade Association (EFTA) unterstützt.



Zugang zum Markt

Die europäischen Fair Handelsorganisationen ermöglichten EMA bereits 1978, ihre Produkte in Europa zu verkaufen und damit den Produzentinnen ein gutes und sicheres Einkommen zu ermöglichen.