



14. Mai 2013

GEPA The Fair Trade Company

GEPA-Weg 1  
42327 Wuppertal  
Fon: 02 02 / 2 66 83-0  
Fax: 02 02 / 2 66 83-10  
[www.gepa.de](http://www.gepa.de)

Pressestelle:  
Barbara Schimmelpfennig  
Fon: 02 02 / 2 66 83-60  
Fax: 02 02 / 2 66 83-10  
E-Mail: [presse@gepa.org](mailto:presse@gepa.org)

## Vom ersten fairen Kaffee zur fairen Marke

### Verbraucher schätzen das Engagement der GEPA/Neue Schokoriegel mit 18 Prozent Absatzzuwachs/ Klimaschutzprojekt mit 10.000 Bäumen

**Wuppertal.** Zum 40-jährigen Jubiläum von Guatemala-Kaffee als erstem fairem Lebensmittel konnte die GEPA auf einem umkämpften Markt weitere Schritte auf dem Weg zur fairen und nachhaltigen Marke gehen.

Der Großhandelsumsatz der GEPA hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012/2013 (Ende 31.3.2013) nahezu das Vorjahresniveau (minus 0,5 Prozent) von 61,1 Millionen Euro erreicht. Damit haben Verbraucherinnen und Verbraucher wie im Vorjahr für rund 94 Millionen Euro zu einem GEPA-Produkt gegriffen, z. B. Kaffee, Schokolade, Tee, Honig oder modischen Accessoires und anderen Handwerksartikeln. In den Vertriebsbereichen Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel sowie Außer-Haus-Service und Onlineshop konnte die GEPA ihren Umsatz steigern.

„Unser Ziel ist nicht Wachstum um jeden Preis, sondern Qualität auf allen Ebenen: hohe Produktqualität mit Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe vom Handelspartner bis ins Päckchen, Weiterentwicklung über Standards hinaus und wirtschaftliche Nachhaltigkeit“, erklärte GEPA-Geschäftsführer Vertrieb, Thomas Speck. „Die GEPA will ein verlässlicher Partner für Menschen im Süden und Verbraucher sein und vertraut dabei auf die eigene Marke“.

### 10.000 Bäume als CO<sub>2</sub>-Ausgleich auf den Philippinen

„Die Schärfung unseres Profils mit der Vision „fair plus“ wird bereits von vielen Verbraucherinnen und Verbrauchern wahrgenommen“, erklärte GEPA-Geschäftsführer Robin Roth, zuständig für Partner, Produkte und Marketing.

„Als Pionier stehen wir für Weiterentwicklung: So haben wir beispielsweise erfolgreich neue Schokoriegel eingeführt – erstmals mit fairer Bio-Milch und fairem Bio-Palmfett. Unsere Teebeutel sind jetzt in einer Aromaschutzfolie verpackt, die überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen besteht. Mit 10.000 Bäumen gleichen wir gemeinsam mit unserem Partner für Vollrohrzucker ATC auf den Philippinen CO<sub>2</sub>-Emissionen der GEPA aus“, so Robin Roth. „Aus einer aktuellen Endkundenumfrage in unseren Online-Kanälen wissen wir, dass unsere Kunden dieses Engagement der GEPA im Fairen Handel

Presse-Information

sehr schätzen und sich noch mehr davon wünschen, um noch mehr zu bewegen“. Eine faire „Kaffee-Patenschaft“ (Kaffee-Abo für mindestens sechs Monate) ermöglicht als Bindeglied Verbrauchern darüber hinaus, eine Kaffeegenossenschaft in Mexiko besonders zu unterstützen.

### **Vertriebsbereiche**

Im größten Vertriebsbereich **Weltläden und Aktionsgruppen** sank der Umsatz um 4,6 Prozent auf rund 21,8 Millionen Euro. Im letzten Geschäftsjahr kamen hier noch die Umstrukturierungen der letzten beiden Jahre mit Zentralisierung der Logistik zum Tragen. Das Konzept „GEPA in den Regionen“ mit gezielter Messe- und Veranstaltungspräsenz nehmen Weltläden und Aktionsgruppen jedoch sehr gut an. Dazu gehörte z. B. der GEPA-Auftritt bei der „Fair Handelsmesse Stuttgart“. Die ersten Zahlen des neuen Geschäftsjahres zeigen in eine positive Richtung.

Der Vertrieb **Außer-Haus-Service** (z. B. Firmenkantinen oder Bildungseinrichtungen) hat seinen Umsatz um 2,5 Prozent auf 7,2 Millionen Euro gesteigert. Beim gerade abgelaufenen Evangelischen Kirchentag in Hamburg war die GEPA offizieller Partner. Viele Bereiche wie die „Faire Café Oase“ oder das „Gläserne Restaurant“ versorgte die GEPA z. B. mit Kaffee. Seit Januar können Außer-Haus-Kunden in einem neuen, eigenen Onlineshop rund um die Uhr bestellen.

Der Vertrieb **Lebensmittel-, Bio und Naturkosthandel** konnte ein Umsatzplus um 6,8 Prozent auf 21,7 Millionen Euro verbuchen. Die GEPA war hier das erste Unternehmen mit fairem Vollsortiment und ist in diesem Zielmarkt nach wie vor der größte Anbieter. Gemeinsame Aktionen mit dem Handel wie faire Aktionswochen mit dem Boni-Center in Witten stoßen bei Händlern wie Verbrauchern immer wieder auf gutes Echo.

Der Bereich **Ausland/Verarbeiter** ging mit 9,9 Millionen Euro um 8,3 Prozent zurück. Zum Beispiel kaufen europäische Fair Handelsorganisationen zunehmend auch selbst bei den Handelspartnern ein, was vorher über die GEPA abgewickelt wurde.

Der **Onlineshop für Endkunden** steigerte sich um 9,2 Prozent auf 0,57 Millionen Euro. Der Online-Bereich stellt einen wichtigen Baustein des GEPA-Kundenservices sowie der Marken- und Vertriebsstrategie dar. Neben dem neuen Außer-Haus-Shop können schon seit einigen Jahren auch Weltläden und Endverbraucher in jeweils für sie zugeschnittenen Onlineshops bei der GEPA bestellen.

### **Produktgruppen**

Im Bereich Kaffee sind beispielsweise die Ursprungskaffees der „Pur“-Linie aus Mexiko und Guatemala gut angekommen, vor allem seit Start der Aktionen „Faire Kaffee-Patenschaft“ und „Fairissimo“ Anfang 2013. Insgesamt gab es im Kaffee einen leichten Umsatzrückgang um ein Prozent auf 28,4 Millionen Euro. Lebensmittel blieben mit einem Plus von 0,3 Prozent und 30,7 Millionen Euro auf Vorjahresniveau. Das neue Schokoriegel-Sortiment im neuen Design mit fairer Bio-Milch und fairem Bio-Palmfett hat sich hier besonders positiv mit einem Umsatzzuwachs von 33,7 Prozent entwickelt. Trotz Preiserhöhungen ist auch der Absatz um 18,7 Prozent gestiegen. Tafelschokoladen sind ebenfalls weiterhin der Renner und konnten den Umsatz um 7,3 Prozent steigern. Handwerksartikel gingen um 7,8 Prozent auf zwei Millionen Euro zurück.

Weitere Infos zur GEPA finden sich unter [www.gepa.de](http://www.gepa.de) und [www.fair-plus.de](http://www.fair-plus.de)

Fan der GEPA auf Facebook kann man werden unter [www.facebook.com/gepa.fairtradecompany](http://www.facebook.com/gepa.fairtradecompany)

### **Faire Woche vom 13. – 27. September 2013**

Kirchen, Verbände, Handel, Politik, Verbraucherorganisationen, Weltläden und alle Interessierten sind aufgerufen, sich mit Veranstaltungen zu beteiligen: Infos unter [www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)

Als Fair Trade Pionier garantiert die GEPA seit über 35 Jahren Transparenz und Glaubwürdigkeit ihrer Arbeit. Wir handeln als größte europäische Fair Handelsorganisation mit Genossenschaften und sozial engagierten Privatbetrieben aus Lateinamerika, Afrika und Asien. Durch faire Preise und langfristige Handelsbeziehungen haben die Partner im Süden mehr Planungssicherheit. Hinter der GEPA stehen MISEREOR, Brot für die Welt, die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland (aej), der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) und das Kindermissionswerk „Die Sternsinger“. Für ihre Verdienste um den Fairen Handel und die Nachhaltigkeit ist die GEPA vielfach ausgezeichnet worden, u. a. in der Kategorie „Top 3: Deutschlands nachhaltigste Marke“ beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2011. Näheres zu Preisen und Auszeichnungen der GEPA unter [www.gepa.de](http://www.gepa.de)

Mitgliedschaften:

- World Fair Trade Organization (WFTO)
- European Fair Trade Association (EFTA)
- Forum Fairer Handel (FFH)