



16.05.2023

Fairness zeigt Wirkung – Lieferketten gemeinsam fairer gestalten!

Konsument*innen kauften 2022 für 102,9 Millionen Euro GEPA-Produkte / erfolgreicher Abschluss ÖKOPROFIT / erste drei Monate 2023 Aufwärtstendenz Umsatz

Wuppertal. „Fair handeln, nachhaltig wirken – für Produzent*innen, Konsument*innen und Klima“, dies bleibt auch in herausfordernden Zeiten das Ziel des Fair Handelsunternehmens GEPA. Ukrainekrieg, Klimakrise, Inflation – von all diesen Auswirkungen sind die GEPA-Partner in Lateinamerika, Afrika und Asien besonders betroffen. Daher hat die GEPA anlässlich ihrer Jahres-Pressekonferenz Handel, Verbraucher*innen und alle Engagierten dazu aufgerufen, die globalen Lieferketten gemeinsam fairer zu gestalten. Darüber hinaus berichtete das Fair Handelsunternehmen im 48. Jahr seines Bestehens im Livestream über die wirtschaftliche Entwicklung.

Herausforderung Inflation – vorsichtige Aufwärtstendenz

In den ersten drei Monaten des Jahres 2023 zeichnet sich eine erste Erholung der Umsätze des Fair Handels-Unternehmens ab. Durch die generelle inflationsbedingte Kaufzurückhaltung hatte die GEPA im letzten Jahr 2022 noch einen Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr um rund 8 Prozent auf einen Großhandelsumsatz von 78,2 Millionen Euro zu verbuchen. „Trotz der Widrigkeiten werden wir u.a. durch sehr bewusstes Kostenmanagement im letzten Jahr dennoch ein gutes Jahresergebnis für 2022 erzielen“, erklärte der **Kaufmännische Geschäftsführer Matthias Kroth**. „Auch unter den schwierigen Rahmenbedingungen haben wir die letzten drei Jahre gut gemeistert.“ Konsument*innen kauften für rund 102,9 Millionen Euro (Umsatz zu Endverbrauchspreisen) z.B. Kaffee, Schokolade, Tee, Honig und Handwerksartikel ein.

Faire Lieferketten

„Fair heißt für uns, gemeinsam mit allen fair zu handeln – sozial bis ins Regal“, erklärte **GEPA-Geschäftsführer Marke und Vertrieb, Peter Schaumberger**. „Für uns steht die ganze Lieferkette bis zu den Verbraucher*innen im Fokus. Auch in Krisenzeiten unterstützen wir gemäß unseres Unternehmenszwecks unsere Partner im Globalen Süden“. Bei zentralen Rohwaren wie Kaffee oder Kakao hat das Fair Handelsunternehmen beispielsweise 20 bis 25 Prozent über Weltmarktpreis an Kaffee- oder Kakaogenossenschaften gezahlt. „Wir sind getragen von Verbraucher*innen, die nach Wert kaufen und nicht nach Preis“, erläuterte der GEPA-Geschäftsführer.

GEPA The Fair Trade Company

GEPA mbH
GEPA-Weg 1
42327 Wuppertal
Fon: 02 02 / 2 66 83-0
Fax: 02 02 / 2 66 83-10
www.gepa.de

Pressestelle:
Barbara Schimmelpfennig
Fon: 02 02 / 2 66 83-60
Fax: 02 02 / 2 66 83-10
E-Mail: presse@gepa.de

Presse-Information

„Ohne dieses jahrzehntelange Engagement der Ehrenamtlichen in den Weltläden gäbe es nicht das heutige Ansehen des Fairen Handels und der GEPA in der Gesellschaft und auch nicht die Entwicklung fairer Produkte im klassischen Lebensmittel- und Bio-Handel“.

Fair fürs Klima in Süd und Nord – ÖKOPROFIT und DNK

Vermeiden, reduzieren und kompensieren – das sind zentrale Schwerpunkte der GEPA, um der Klimakrise mit einem umfassenden Konzept zu begegnen. Ganz aktuell hat das Fair Handelsunternehmen erfolgreich an „ÖKOPROFIT“ teilgenommen, einem Gemeinschaftsprojekt im Bergischen Städtedreieck. Dort geht es um Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz in Unternehmen, z.B. die Reduktion des Energieverbrauchs. „So schließt sich ein Kreis und das heißt fair fürs Klima in Süd und Nord“, so die **Leiterin der Grundsatzabteilung, Andrea Fütterer**. „Seit letztem Jahr sind wir klimaneutral im Inland, führen bei unseren Partnern im Globalen Süden schon lange zahlreiche Klimaschutzprojekte durch und haben durch die Teilnahme an ÖKOPROFIT auch hier vor Ort in Sachen Energie und Umwelt den Nachweis für praktizierten Klimaschutz erbracht.“ Darüber hinaus ist die GEPA gerade dabei, nach den Kriterien des DNK – Deutscher Nachhaltigkeitskodex – ihren Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen. Im September soll er in der Plattform für die Öffentlichkeit freigeschaltet werden.

Politisch setzt sich die GEPA darüber hinaus seit Jahren zusammen mit zahlreichen Akteuren etwa im Forum Fairer Handel dafür ein, dass die Bedeutung der Handelsgerechtigkeit als Grundlage für eine umfassende Klimagerechtigkeit weltweit wahrgenommen wird.

Ein Baumpflanzprojekt, das Früchte trägt

Beim langjährigen Partner ATPI (Alter Trade Philippines Inc.) hatte die GEPA schon seit 2013 in ein Aufforstungsprojekt für mehr Klimaschutz und Einkommen investiert: Es trägt inzwischen buchstäblich Früchte und hat bereits 73.050 Obst- und andere - Bäume hervorgebracht. Dazu sagt Erlinda Marcon, Zuckerrohr-, Bananen- und Gemüsebäuerin sowie Schatzmeisterin einer Partnerkooperative von ATPI: „Die Bäume, die wir pflanzen, schützen auch unsere anderen Kulturen wie etwa Zuckerrohr, schützen unser Haus, spenden Schatten und bieten Schutz bei starkem Wind. Die geernteten Jackfrüchte etwa essen wir selbst, einige verkaufen wir auf dem lokalen Markt. Wir verwenden die Einnahmen für die Schulkosten unserer Kinder.“

Wirkungen im Globalen Süden: 20,87 Millionen Euro

Insgesamt hat die GEPA im letzten Jahr für **20,87 Millionen Euro** Ware bei ihren Handelspartnern in Lateinamerika, Afrika, Asien und Europa eingekauft.

Die Mehrausgaben der GEPA gegenüber konventionellem Weltmarktpreis etwa bedeuten für viele Partner einen zentralen Beitrag zur Verbesserung ihrer Lebensverhältnisse. Bei Kakao und Kaffee etwa, die **67 Prozent** des Einkaufsvolumens bei Handelspartnern ausmachen, sind Kaffee- und Kakaopartnern Mehrzahlungen von **2,64 Millionen Euro** zugutegekommen.

#Choco4Change – die Klimaschokoladen

Mit dem Beitrag der Verbraucher*innen von 20 Cent pro Tafel #Choco4Change Vollmilch oder als Vegan-Variante konnte die GEPA Ende 2022 **rund 50.000 Euro** für Klimaschutzprojekte an

Partnerorganisationen im Globalen Süden zusätzlich zu den Mehrausgaben gegenüber dem Weltmarktpreis überweisen. Auch die Förderung des Bio-Anbaus auf dem afrikanischen Kontinent zählt weiterhin zu den Schwerpunkten. So hat die GEPA zusammen mit der „Allianz für Produktqualität in Afrika“ ein Projekt ins Leben gerufen, um Handelspartner wie die Sidama Coffee Farmers Cooperative Union in Äthiopien zur neuen EU-Bio-Verordnung zu schulen. Infos unter www.gepa.de/schulung-bio-verordnung

Kirchentag in Nürnberg vom 7. bis 11. Juni 2023

Die GEPA ist wieder Partnerin des Kirchentages unter dem Motto: „Jetzt ist die Zeit“. Weitere Infos unter www.gepa.de/kirchentag

Faire Woche vom 15. bis 29. September 2023

Die größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland setzt sich unter dem Motto "Fair. Und kein Grad mehr!" für Klimagerechtigkeit ein. Weitere Infos unter www.fairewoche.de

Als Fair Trade-Pionier steht die GEPA seit bald 48 Jahren für Transparenz und Glaubwürdigkeit ihrer Arbeit. Wir handeln als größte europäische Fair Handelsorganisation mit Genossenschaften und sozial engagierten Privatbetrieben aus Lateinamerika, Afrika, Asien und Europa. Durch faire Preise und langfristige Handelsbeziehungen haben die Partner 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. beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis mit TOP3 in der Kategorie „Unternehmenspartnerschaften 2020“ für die langjährige Zusammenarbeit mit dem Teepartner Tea Promoters India und mit dem „CSR-Preis der Bundesregierung 2020“ in der Kategorie „Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement“. Als eines von wenigen Unternehmen in Deutschland hat sich die GEPA nach dem Garantiesystem der WFTO prüfen lassen. Näheres zu Preisen und Auszeichnungen sowie zur GEPA allgemein unter www.gepa.de, alle Produkte unter www.gepa-shop.de.

Mitgliedschaften:

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

Alle Zahlen zur wirtschaftlichen Entwicklung im Geschäftsjahr 2022 finden Sie gebündelt auf der nächsten Seite.

Hintergrund:

Wirtschaftliche Entwicklung Geschäftsjahr 2022

Vertriebsbereiche

Der **Vertrieb Weltläden/Aktionsgruppen** steigerte seinen Umsatz um 5,9 Prozent auf 18,6 Millionen Euro.

Rückgänge von 13,5 Prozent auf 33,9 Millionen Euro verzeichnete der **Vertrieb Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel**.

Der **Vertrieb Außer-Haus-Service** (z. B. Firmenkantinen oder Bildungsreinrichtungen) hat gegen Ende der Corona-Pandemie stark an Fahrt aufgenommen. Hier wuchs der Umsatz im letzten Jahr auf rund 7 Millionen Euro (plus 34,4 Prozent).

Der **Onlineshop für Endkund*innen** konnte dem Umsatz in etwa halten. (2,9 Millionen Euro, minus 1,3 Prozent.)

Der Umsatz im **Bereich Ausland/Verarbeiter** sank um 21,2 Prozent auf rund 15,8 Millionen Euro.

Produktgruppen:

Der Kaffeeumsatz stieg um 1,1 Prozent auf rund 35 Millionen Euro.

Schokolade sank um 9,9 Prozent auf 19,9 Millionen Euro. Der Bereich

„Sonstige Lebensmittel“ verringerte sich um 18,3 Prozent auf 21,7 Millionen Euro. Handwerksartikel gingen zurück um 6,1 Prozent auf 1,6 Millionen Euro.