

50 Jahre Genuss, der die Welt verändert.



Taste a fair world!

GEPA AKTUELL

SONDERTEIL ZUM JUBILÄUM

RÜCKBLICK · EINBLICK · AUSBLICK

- 03 Grußworte
- 05 50 Jahre GEPA: Blick nach vorn
- 06 Marke GEPA steht für Gerechtigkeit
- 07 Meilensteine aus 5 GEPA-Jahrzehnten
- 10 Wegbegleiter: Produkte und Partner

EDITORIAL

LIEBE KUNDINNEN UND KUNDEN,

das Jubiläumsjahr der GEPA startete gleich mit hohem Besuch: Wir begrüßten die Bundesministerin für Entwicklungszusammenarbeit, Svenja Schulze! Einige Tage später erreichte uns das Grußwort von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier. Die Anerkennung der Arbeit für den Fairen Handel drückt der Bundespräsident so aus: „Zusammen mit der ... Weltladen-Bewegung hat die GEPA ... im globalen Süden Verlässlichkeit geschaffen, die nun schon über Generationen hinweg Früchte trägt.“

50 Jahre gemeinsamen Weges, durch viele Krisen und gemeinsame Erfolge, sind ein Grund zum Feiern! Wir freuen uns die Zukunft des Fairen Handels gemeinsam weiter zu gestalten. Im Marketing unterstützen wir alle Weltläden mit unserer modernen, auf jüngere Zielgruppen ausgerichteten Kampagne im neuen Design – dies wird auch in der Gestaltung dieser GEPA Aktuell deutlich! Um weiter wirtschaftlich erfolgreich zu sein, werden Themen wie Betriebswirtschaft, Marketing, optimierte Sortimente mit hohem Warenumsatz für uns alle immer wichtiger.

Die Rohwarenpreise machen allen zu schaffen. Durch Transparenz und Hintergrundinformationen wollen wir gemeinsam Konsument*innen überzeugen. Gerade bei Schokolade können wir uns in sensorischer Qualität und Preis durchaus mit bekannten großen konventionellen Marken messen, die weder fair noch bio sind. Verbesserung der Lebensrealität unserer Handelspartner ist unser gemeinsames Ziel: Das Einkaufsvolumen, und damit die Wirkung, ist 2024 nochmals gestiegen, wir werden im Geschäftsbericht genaue Zahlen berichten.

Dies ist auch Eure Leistung,
herzlichen Dank dafür!
Herzliche Grüße



Dr. Peter Schaumberger



Gruppenbild mit Ministerin Schulze und dem Abgeordneten Lindh im GEPA-Hochregal-Lager. Rechts: die Ministerin beim professionellen Kaffeetesten im Kaffeelabor. Fotos: GEPA – The Fair Trade Company/A. Fischer



Svenja Schulze: „Die GEPA hat wirklich etwas verändert in der Welt!“

Ein besonderer Auftakt ins Jubiläumsjahr! Am 7. Januar konnten wir Bundesentwicklungsministerin Svenja Schulze auf Einladung des Wuppertaler Bundestagsabgeordneten Helge Lindh mit einer Delegation der Wuppertaler SPD und weiteren Gästen bei uns begrüßen. Für spannende Einblicke in die 50-jährige Arbeit der GEPA ging es in unser Kaffeelabor, unser Hochregallager und unseren GEPA-Store – vor dem abschließenden Pressegespräch.

Svenja Schulze würdigte die GEPA und die Fair Handelsbewegung: „Faire Lieferketten sind mir enorm wichtig. Und das mit den Landwirten vor Ort zu organisieren, dass es eine faire Bezahlung gibt, das hat die GEPA über 50 Jahre getan und damit wirklich etwas verändert in der Welt. Ich glaube, wir würden heute kein Lieferkettengesetz in Deutschland haben – und auch kein europäisches – wenn es dieses enorme Engagement nicht gegeben hätte. Dahinter stecken eine ganze Bewegung und viele Ehrenamtliche, die sich zum Beispiel in den Weltläden engagieren. Oft sind der Kaffee, der Kakao oder die Schokolade Anlass für ein Gespräch: Was kann ich mit meinem eigenen Konsumverhalten dazu beitragen, damit es den Menschen, die das produzieren, etwas besser geht.“

Aus aktuellem Anlass von rechten Übergriffen betonte sie, „... dass es da eine laute Minderheit gibt, die uns davon abhalten will, uns für einen fairen internationalen Handel einzusetzen. Wir müssen immer wieder deutlich machen, eine Mehrheit steht dagegen, es sind Tausende von Menschen, die sich hier in Deutschland engagieren, für den Fairen Handel, für eine faire Partnerschaft in der Welt, die ihre Freizeit dafür opfern, sich diesen Themen zu widmen. Und nochmal alles, alles Gute zum Jubiläum der GEPA!“

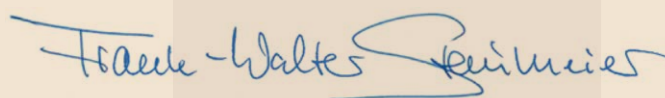
Grußwort von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier zum 50. Jubiläum der GEPA

Faire Handelsbeziehungen sind so naheliegend wie einleuchtend: Produzent und Großhändler einigen sich auf einen auskömmlichen Preis, und schon steht das Produkt bei uns im Verkaufsregal – ganz so einfach ist es aber bekanntlich nicht! Gerade Produzentengruppen für landwirtschaftliche und handwerkliche Erzeugnisse im globalen Süden sind dem „freien Spiel“ der Marktkräfte oft nicht gewachsen. Daher ist es so wichtig, dass Importeure wie die GEPA seit vielen Jahren darauf hinweisen, dass es im Handel mit Kleinbauern und Handwerkern aus Entwicklungsländern existenziell ist, auch Faktoren für Gesundheit, Bildung und Erhaltung von Naturressourcen in den Handelsbeziehungen zu berücksichtigen.

Dieser „umfassende Blick auf den Marktplatz“ ist uns in der Bundesrepublik in Gestalt von Mitbestimmung, Wettbewerbsrecht und Umweltstandards wohlvertraut; gut, dass die GEPA die Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft auch in den Welthandel mit Kleinbauern und Handwerkern trägt! Wir sehen heute, dass dieser Einsatz für Klimagerechtigkeit zwischen dem globalen Süden und Norden zunehmend die Aufmerksamkeit erhält, die dieses Thema verdient. Denn es geht um nicht weniger als um die Gestaltung unserer Zukunft und das gerechte Zusammenleben auf der Erde.

Zusammen mit der kirchlich geprägten Weltladen-Bewegung hat die GEPA bei ihren Produzenten und Händlern im globalen Süden Verlässlichkeit im Handel mit saisonal schwankenden Ernten und Erzeugnissen geschaffen, die nun schon über Generationen hinweg Früchte trägt. Die GEPA hat so über viele Jahre dazu beigetragen, den Blick für den fairen Handel auch bei uns zu schärfen. Ich möchte Ihnen danken und Sie zu Ihrem Jubiläum darin bestärken, auch in Zukunft für mehr Menschlichkeit im Umgang mit den Produzenten des globalen Südens einzutreten. Unser Ziel soll es sein, die Prinzipien des fairen Handels von der Ausnahme zur Regel zu machen.

Herzliche Grüße
Ihr



GRUSS WORTE

WELTLADEN-DACHVERBAND

50 Jahre GEPA – ein Grund zu feiern!

Liebe Freund*innen des Fairen Handels, liebe Kolleg*innen und Freund*innen bei der GEPA, seit einem halben Jahrhundert steht die GEPA für Fairen Handel auf höchstem Niveau – als Vorreiterin globaler Gerechtigkeit und Beispiel für die Verbindung von Werten und wirtschaftlichem Erfolg. Die GEPA und der Weltladen-Dachverband, der in diesem Jahr auch sein 50-jähriges Bestehen feiert, stehen seitdem in enger Zusammenarbeit für mehr Gerechtigkeit im Handel.

Mein persönlicher „Fairness-Moment“ war 1998, als ich für unsere Welt-Gruppe in Northeim einen Vortrag über den GEPA-Lacandona-Honig hielt. Diese erste intensive Auseinandersetzung mit Fairem Handel hat mich geprägt – die Geschichten der Produzent*innen zeigen bis heute, wie viel Fairer Handel bewirken kann.

Als langjährige Partnerin der Weltläden setzt die GEPA Maßstäbe – mit fair gehandelten Bio-Produkten, konsequenten Klimazielen und der Förderung von Frauen in Produzent*innen-Gemeinschaften. Durch Bildungsarbeit und strukturelle Veränderungen, etwa als Gründungsmitglied des Forums Fairer Handel oder aktuell beim umweltfreundlicheren Schiffstransport, stellt sie wichtige Weichen für eine gerechtere Weltwirtschaft. Sie hat den Fairen Handel geprägt und Millionen Verbraucher*innen inspiriert, ihr Konsumverhalten zu überdenken. Doch ein Jubiläum ist auch ein

Blick in die Zukunft: Die Herausforderungen bleiben groß – von der Klimakrise bis zu globalen Ungerechtigkeiten. Die GEPA wird weiterhin eine treibende Kraft für mutige, kreative Lösungen sein.

Herzlichen Glückwunsch zum 50-jährigen Bestehen und ein riesiges Dankeschön an alle, die diesen Weg mitgestaltet haben! Gemeinsam für eine gerechtere Welt!

Mit besten Grüßen

Gifty Rosetta Amo Antwi

Geschäftsführerin Weltladen-Dachverband e.V.

FORUM FAIRER HANDEL

Dreiklang aus Pioniergeist, Veränderungswillen und klarem politischem Kompass

Es ist keine 50, sondern eher 32 Jahre her, dass ich in meiner Wohngemeinschaft am Küchentisch saß und gegenüber meinen acht Mitbewohnerinnen die „Sandino Dröhnung“ der GEPA, die ich gerade im Göttinger Weltladen gekauft hatte, verteidigen musste. Mir standen drei Argumentationslinien zur Verfügung: Aufweckpotential („der ist stark!“), Geschmack („schmeckt doch!“) und Politik („gegen die Macht der Kaffeekonzerne!“). Da mindestens zwei meiner Mitbewohnerinnen echte Kaffeeliebhaberinnen waren, wählte ich Letztere.

Fünfzig Jahre nach der Gründung würde ich anders argumentieren: Die GEPA bietet heute geschmacklich, handwerklich und ökologisch hochwertige Produkte an, deren wichtigste Zutat für mich ein unentbehrliches Qualitätsmerkmal ist, nämlich Gerechtigkeit.

Und die GEPA ist ein Pionier im besten Sinne des Wortes: Von Anfang an dabei und immer drangeblieben, mit einem ständigen Suchen und Finden von Verbesserungen – sowohl bei den Handelsbeziehungen als auch bei den Produkten – und nie den eigentlichen Gründungszweck aus den Augen verlierend: Produzent*innen stärken und den unfairen Welthandel verändern. Es ist dieser Dreiklang aus Pioniergeist, Veränderungswillen und klarem politischem Kompass, der die GEPA so besonders macht und aus dem heraus auch das Forum Fairer Handel mit der GEPA als Gründungsmitglied entstanden ist.

Was wünscht man also einem Unternehmen zum 50-jährigen Bestehen, das gekommen ist, um zu bleiben, und dem die Veränderung von politischen Rahmenbedingungen immer ein Anliegen bleiben wird? Eigentlich ganz einfach: Dass es gelingen wird! Als politische Stimme des Fairen Handels werden wir alles tun, um diese Erfolgsgeschichte zu unterstützen.

Matthias Fiedler

Geschäftsführer Forum Fairer Handel e.V.



Foto: Weltladen-Dachverband/J. Luley

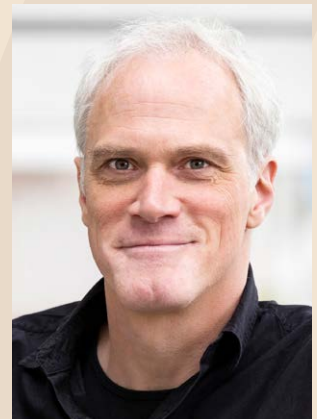


Foto: Forum Fairer Handel/Angelika Zinzow



50 Jahre GEPA: Klare Haltung, Blick nach vorn – jetzt erst recht!

50 Jahre GEPA – Taste a fair world: Unser neuer Claim gibt den (Vor-)Geschmack auf eine gerechtere Welt! Gerechtigkeit und Partnerschaft im Welthandel ist unser Credo seit Anfang an. Basis für unsere Arbeit sind die Gesellschaftsziele, die unsere kirchlichen Träger 1975 festgelegt haben: Ausbau fairer Absatzmärkte mit Produzentengruppen (vor allem im Globalen Süden), Bildungsarbeit zu bewusstem Konsum, politische Arbeit für eine gerechtere Weltwirtschaft.

Unsere frühen Slogans wie „Das Aroma der Ungerechtigkeit“ und „Es war schon immer teurer, einen gerechten Preis zu bezahlen“ warben für eine neue Sicht auf Konsum. Wenn wir immer alles billig haben wollen, zahlt vorab die Bäuer*in am Anfang der Lieferkette den Preis. Als Fair Trade-Pionierin haben wir schon vor 50 Jahren die Lieferkette und die Menschen hinter dem Produkt sichtbar gemacht.

Heute wollen wir noch selbstbewusster kommunizieren. Gerechtigkeit als „wertvollste Zutat“ wird künftig auf immer mehr Produkten stehen. Mit der Botschaft „Du hast es in der Hand“ möchten wir auch neue und jüngere Verbraucher*innen ermutigen, zu einer gerechteren Welt beizutragen. Mit der Zeit haben sich die Akzente immer wieder verschoben. Anfangs ging es darum, politische Zeichen zu setzen. Die „Jute statt Plastik“-Tasche wurde so zum Symbol eines alternativen Lebensstils. Ab den 1990er-Jahren hieß die Devise „Politik mit dem Einkaufskorb“ durch Zugang zu neuen Märkten wie Lebensmittelhandel und Außer-Haus-Bereich oder Qualitätsoffensiven, z.B. professionellere Produktentwicklung beim Kaffee. Das Motto „Bio & Fair“ wurde immer wichtiger, auch zum Schutz der Kleinbäuer*innen vor Pestiziden. Aktuell erzielen wir rund 86 Prozent unseres Lebensmittelumsatzes mit biozertifizierten Produkten.

Heute verbinden wir beide Ziele: Neue Märkte erreichen und politischen Einfluss für Gerechtigkeit gewinnen. Beispiel für „Wandel durch Handel(n)“ im doppelten Sinn

ist unser Engagement für ein wirksames Lieferkettengesetz und eine Faire und ökologische Marktwirtschaft (FÖM), um die Prinzipien des Fairen Handels nach dem Vorbild der Weltläden auch in die marktbeherrschenden Supermarktketten zu tragen. Leider gibt es mehr und mehr Kräfte, die das Rad zurückdrehen wollen, weg vom Lieferkettengesetz, (wieder) hin zu Neokolonialismus, Abschottung der Märkte durch Zollschranken, fossilen Energien und zur Kernkraft. Wir setzen alles daran, gewonnenes Terrain weiter auszubauen. Unserer Vision einer gerechteren Welt werden wir unbeirrt folgen: Ressourcen erhalten und Benachteiligten den Weg dazu ebnen, Zugang zu Bildungschancen, medizinischer Versorgung und Entwicklung für jede*n ermöglichen.

Klingt utopisch? Nein, es ist ein Gebot der Vernunft. Denn das Recht des Stärkeren, der Raubtierkapitalismus, zerstört uns alle, weil es Kriege und Klimakatastrophen weiter anheizt. „People and Planet before Profit“ muss unsere einzige Richtschnur bleiben – gemeinsam mit den Weltläden und vielen Engagierten! Ein halbes Jahrhundert Fairness – das hat Tradition und noch ganz viel Zukunft.

Matthias Kroth | Dr. Peter Schaumberger
Geschäftsführer GEPA – The Fair Trade Company



„Entwicklung für jede*n ermöglichen – klingt utopisch?“

Nein, es ist ein Gebot der Vernunft und der einzige Weg, der unser aller Überleben sichert.“

Dr. Peter Schaumberger

Wer die Marke GEPA wählt, wählt Gerechtigkeit!

Im vergangenen Jahr haben wir in unserer digitalen Markenkampagne bewusst daraufgesetzt, vor allen Dingen jüngere Zielgruppen, die die GEPA nicht kennen und/oder ihre Produkte noch nicht kaufen mit unserer Botschaft zu erreichen.

Mit mehr als 38 Millionen Kontakten konnten wir 11,7 Millionen Menschen in dieser jungen Potenzialzielgruppe jeweils 3,2-mal erreichen. Auch die **großartigen Absatzerfolge unserer neuen Schokoriegel**, die wir in der Kampagne gezeigt haben, sprechen für sich. Insbesondere freut uns aber auch, dass es sehr viel Zuspruch von den langjährigen Wegbegleiter*innen im Weltladen- und im Außer-Haus-Bereich gab.



Im Jubiläumsjahr 2025 planen wir vielfältige Aktivitäten, um unseren Geburtstag zu feiern. Darüber vergessen wir aber nicht, dass wir „dranbleiben“ müssen, auch weiterhin neue Konsument*innen der nachfolgenden Generationen für die GEPA und den Fairen Handel zu begeistern. **Der zentrale Wert der GEPA ist „Gerechtigkeit“**. Dafür arbeiten wir auf verschiedenen Ebenen seit 50 Jahren und auf unserem Weg zu einer wirklich starken Impact Brand* wird dieser Wert immer im Mittelpunkt stehen – und Basis für Aktivitäten und Kampagnen sein.

Die **Digitalkampagne** startet mit dem zweiten Quartal. Der strategische, dahinter liegende Gedanke, ist die Frage „Wofür willst du stehen?“ Wir zeigen, dass wir jeden Tag, überall und vor allem beim Konsumieren und Kaufen entscheiden können, wer wir sind. Man wählt damit seine eigene Rolle, die man in der Gesellschaft spielen möchte und wofür man Verantwortung zeigen will, denn: „Du hast die Wahl – Du hast es in der Hand“. Wir werden in vielen Motiven diesen Leitgedanken umsetzen und unsere Genuss-Produkte mit der GEPA-Haltung in unterschied-

lichen Aspekten verbinden. Der Kampagnen Claim „Du hast es in der Hand“ sorgt dabei für Kontinuität und Wiedererkennung. Lasst Euch überraschen!

Zeitgleich mit der Kampagne bekommen unsere wichtigsten Kaffee Produkte ein neues, zeitgemäßes „Outfit“. Die **Organico-Linie – Deutschlands erster fairer Bio-Kaffee** – ist mit dem ersten Produkt gestartet, alle weiteren werden im Laufe des Jahres folgen: wiedererkennbar und dennoch neu. Auf der Rückseite jedes Organico-Artikels ist jeweils einer der wichtigen Handelspartner für das Produkt porträtiert – Genuss und Haltung rücken näher zusammen. Aufmerksamen Beobachter*innen entgeht sicher nicht, dass wir Organico jetzt ohne Akzent schreiben. Das hat den Hintergrund, dass Organico in genau dieser Schriftweise, seit sehr vielen Jahren eine beim Deutschen Markenamt eingetragene Marke der GEPA ist.

Unser „Einsteiger“ Kaffee-Sortiment „Faires Pfund“ wird ebenfalls einer Aktualisierung unterzogen. Getreu dem Motto „Sag, was es ist“ – wird aus dem Fairen Pfund „Dein Pfund Fairness“. Beide Produktlinien stehen im Fokus von Aktivitäten am POS sowie in der Kampagne.

Heike Gutmann
GEPA-Marketingleiterin

* **Impact Brand**, dtsh. frei übersetzt: Marke mit Wirkung / Auswirkung: Impact Brands sind Marken, die sozio-ökologisch verantwortungsvoll handeln und darüber hinaus mit ihrer Geschäftstätigkeit eine Veränderung der Gesellschaft bewirken. Wichtigste Messgröße und Antrieb allen Handelns ist der Impact / die Wirkung – nicht der Gewinn. Aber: Das Geschäftsmodell ist wirtschaftlich funktions-tüchtig – unabhängig von anderen Mitteln.



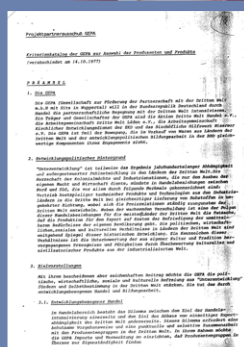
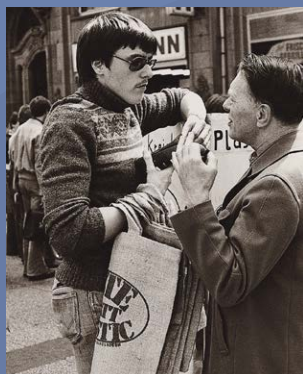
Blick zurück: Meilensteine der GEPA aus fünf Jahrzehnten

In 50 Jahren haben die GEPA und ihre Kund*innen gemeinsam viel unternommen und viel erreicht. Grund genug, einmal zurückzuschauen und einige der wichtigsten „Etappenziele“ Revue passieren zu lassen. Manches kommt bestimmt sofort in den Sinn, andere Themen oder Aktionen sind vielleicht gar nicht mehr so präsent – erst recht den Jüngeren. Werfen wir doch zusammen einen Blick auf die fünf Jahrzehnte ...



1975–1985

Gründung der GEPA
und erste große Aktionen



Im Jahr 1977 wird die erste Fassung der **GEPA-Kriterien für den Fairen Handel** veröffentlicht, die bereits sowohl soziale als auch ökologische Kriterien umfassen.

„Jute statt Plastik“ ist bis heute die bekannteste Kampagne der GEPA für einen nachhaltigen Konsum. Ende der 70er-Jahre tauschen die Engagierten in den Fußgängerzonen Plastiktaschen gegen Jutetaschen. So können Frauen aus Bangladesch Geld für ihre Familien verdienen und die Käufer*innen beginnen über ihr Konsumverhalten nachzudenken.

Die Jutetasche ist inzwischen im „Haus der Geschichte“ in Bonn und vielen weiteren Museen zu Hause – als „Symbol eines alternativen Lebensstils“. Sie wird später bei der GEPA durch Baumwolltaschen und Einkaufskörbe abgelöst, die wir noch immer in unserem Sortiment führen.



Passend zu der **Sozialitätsbewegung mit Nicaragua**

wird von der GEPA 1980 der erste Kaffee aus Nicaragua importiert. Das ist die nächste große Aktion, die eine hohe Bekanntheit erlangt hat und für die Zeit steht. Unsere Partner in Nicaragua betreiben heute selbst Cafés in ihrem Land und bieten eine ausgezeichnete Kaffeequalität an.

1986–1995

Erste Bioprodukte, Handelsausweitung und Vernetzung



Die ersten **Bioprodukte** bestimmen diese Epoche des Fairen Handels der GEPA. Der erste fair gehandelte Bio-Kaffee aus Mexiko kommt im Jahr 1986 auf den deutschen Markt. Wir beziehen ihn von UCIRI, einer Organisation von Kaffeebäuer*innen aus dem mexikanischen Bundesstaat Chiapas. Heute sind es die naturmilden und sortenreinen Arabica-Kaffees von verschiedenen Handelspartnern u.a. aus Mexiko und Peru, die wir für den Klassiker GEPA Café Organico verwenden. Nur ein Jahr später bietet die GEPA den **weltweit ersten Bio-Tee aus Sri Lanka** in Deutschland an. Auch heute noch haben wir Bio-Tee aus Sri Lanka im Sortiment, unser heutiger Partner ist SOFA, eine Kleinbauernorganisation.



In diesen Jahren haben wir uns sowohl weltweit als auch in Europa mit gleichgesinnten Organisationen vernetzt. Im Jahr 1989 wird die **Weltorganisation des Fairen Handels (WFTO)** gegründet, sowie ein Jahr später die europäische Fair-Handelsvereinigung (**EFTA**). Bei beiden Organisationen ist die GEPA Gründungsmitglied. Die weltweite Vereinigung für Bioanbau **IFOAM** überzeugen wir im Jahr 1990 von der Wichtigkeit von Sozialkriterien im ökologischen Anbau.



Auf die Bitte unserer Handelspartner im Globalen Süden weiten wir den **Vertrieb unserer Produkte** aus. Waren es bis zu diesem Zeitpunkt ausschließlich die Weltläden, die GEPA-Produkte verkauften, zieht die GEPA im Jahr 1992 auch in Betriebsrestaurants und in die Gastronomie ein (**Außer-Haus-Service**). Und ab dem Jahr 1993 können die Menschen GEPA-Produkte auch im **klassischen Lebensmitteleinzelhandel (LEH)** kaufen.

1996–2005

Erste faire Bio-Schokolade aus Deutschland und wegweisende Verpackung



Im Jahr 1997 wird unsere **aluminiumfreie Kaffee-Verpackung** preisgekrönt. Das ist der Beginn der Nachhaltigkeit bei der GEPA-Kaffeeverpackung. Im gleichen Jahr erhalten wir auch den **ersten fairen Bio-Vollrohrzucker aus den Philippinen**. Entwickelt wird der Bio Mascobado im Dialog mit dem Partner ATC, trotz teilweise widriger Bedingungen wie von Vertreibung bedrohten Bäuer*innen, Unwettern und Wirbelstürmen. Der Bio-Vollrohrzucker aus den Philippinen ermöglicht uns die **erste, in Deutschland hergestellte, fair gehandelte Bio-Schokolade** anzubieten, die im Jahr 2000 als „**Fairena Bio**“ auf den Markt kam.



Im Jahr 2001 beginnt der Vertriebsbereich Lebensmittel-einzelhandel und Biofachhandel in den Geschäften mit der Aktion „**Bio & Fair**“, zu der auch die entsprechenden Holzregale für unsere Produkte gehören.



Im Jahr 2002 wird das **Forum Fairer Handel (FFH)** in Deutschland gegründet. Auch hier ist die GEPA Gründungsmitglied und bis heute im Vorstand sehr aktiv.



Der Beginn einer **Kampagne zur Förderung der Weltläden** schließt diesen Zehnjahreszeitraum ab. Die wichtigste Vertriebs-Säule zu stärken, ist der GEPA in Zeiten der Handelsausweitung sehr wichtig.



2006–2015

Hundert Prozent faire Schokolade,
Zeichen fair+ und Klimaschutzprojekt

Für unseren Vertriebsbereich Außer-Haus-Service (AHS) entwickeln wir 2007 ein eigenes **Kaffeebar-Konzept**.



Im Jahr 2011 beginnt die wegweisende Markenentwicklung mit dem Zeichen „fair+“ und dem Namen **GEPÄ – The Fair Trade Company**, um klarzumachen, dass die GEPÄ im Fairen Handel deutlich mehr leistet, als die Fair-trade-Mindeststandards vorgeben. Das Sortiment wird weiterentwickelt und neu strukturiert – vom Basis- bis zum Premium-Sortiment.

Im Jahr 2011 kommt die **erste Schokolade mit fairer Milch aus Deutschland** auf den Markt. So können wir auch bei den Vollmilchschokoladen eine 100 Prozent „bio“ und „faire“ Schokolade anbieten. Die faire Milch kommt von den Milchwerken Berchtesgadener Land und wird in Bayern zu Milchpulver verarbeitet.



Im Jahr 2012 beziehen wir für unsere gefüllten Schokoladen **erstmalig faires Bio-Palmfett** von unserem Partner Serendipalm aus Ghana. Dort liefern Bäuer*innen die Bio-Palmfrüchte, die bei Serendipalm zu Palmöl verarbeitet werden.



Von 2013 bis einschließlich 2022 finanzieren wir ein **faires Klimaschutzprojekt auf den Philippinen**. Es werden insgesamt 73.050 Bäume von den Bäuer*innen auf der Zucker-Insel Negros gepflanzt, die sie auch in Zukunft pflegen werden und so Obst ernten können.



Als Würdigung der bisherigen Aktivitäten erhält die GEPÄ 2014 den Deutschen Nachhaltigkeitspreis als „**Deutschlands nachhaltigste Marke**“.



Kaffee, Jutetaschen und immer weiterwachsen: Die Geschichte der GEPÄ ist reich an spannenden Höhepunkten – und sie ist eine wirkliche Erfolgsgeschichte!

2016–2025

Öffentliche Anerkennung,
Klimagerechtigkeit und
neuer Markenauftritt

Die öffentliche Anerkennung unserer Arbeit wächst. Im Jahr 2020 erhalten wir zum Beispiel den **CSR-Preis der Bundesregierung: Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement**. Im Jahr 2023 folgt der „**German SDG-Award & UNIDO Innovation Award**“ in der Kategorie „Unternehmen“.



Im Jahr 2021 starten wir mit dem strategischen Schwerpunkt **Klimagerechtigkeit** (u. a. Aktionsprodukt #Choco4Change mit Aufschlag). Aus diesem Aufschlag auf die Schokolade, und zusätzlichen Mitteln aus dem GEPÄ-Handelspartnerfonds, werden bei den GEPÄ-Partnern im Globalen Süden Klimaschutz-Projekte finanziell gefördert.

Im Jahr 2024 verjüngen wir unseren Markenauftritt mit neuem Logo und dem GEPÄ-Claim „**Taste a fair world!**“ und starten mit einem komplett neuen **Riegelsortiment** sowie einer Digital-Kampagne mit dem Kampagnen-Claim „**Du hast es in der Hand**“. 2025 folgt der Relaunch der Organico-Linie und das gesamte Kaffeesortiment bekommt neue zeitgemäße Verpackungen.



Am 14. Mai 2025
feiern wir unser
50-jähriges
Jubiläum.



Fair for Future – ein gerechter Handel ist möglich
So ist der Titel des Buches, das Gerd Nickoleit, der frühere Leiter der GEPÄ-Grundsatzabteilung zusammen mit seiner Tochter Katharina Nickoleit, einer freien Journalistin, geschrieben hat. Wer mehr über die Geschichte des Fairen Handels und der GEPÄ wissen möchte, dem sei dieses Buch ans Herz gelegt. Erschienen ist es im Jahr 2021 beim CH. Links Verlag, Berlin und kostet 18 Euro.

50 Jahre GEPA: Produkte und Partner als Wegbegleiter

Anlässlich des Jubiläums haben wir fünf Produkte ausgewählt: Sie stehen beispielhaft für den Erfolg des Fairen Handels der GEPA in den letzten 50 Jahren und die Handelspartner hinter diesen Produkten stehen exemplarisch dafür, was vor Ort durch den Fairen Handel erreicht wurde.

Die Produkte wecken sicher auch Erinnerungen bei Euch und Euren Kund*innen, zum Beispiel an die erste Begegnung mit fairen Produkten in der Kirchengemeinde oder im Weltladen. Oder es sind schon lange **Liebblingsprodukte, die zu Wegbegleitern im Alltag wurden**, sozusagen gute Freunde, die man nicht mehr missen möchte. Um uns bei den Weltläden und Weltgruppen als unseren langjährigen Wegbegleitern zu bedanken, gibt es für einen Monat vom **15.6. bis 15.7.2025 einen zusätzlichen Jubiläumrabatt von 5 %** auf die fünf ausgewählten Produkte.



Gestaltet mit diesen fünf fairen Top-Produkten und Longsellern ein **GEPA-Jubiläums-Angebot** für Eure Kund*innen im Weltladen, zum Beispiel als Zeitreise mit alten Fotos Eures Ladens, als Dankeschön-Aktion, Treue-Rabatt oder einfach als Probieraktion unserer „Klassiker“.



KAFFEE VON KLEINBÄUER*INNEN

Organico – vom Pionierprodukt zur Produktfamilie

Café Organico gibt es schon seit 1986, er war der **erste fair gehandelte Bio-Kaffee in Deutschland**. Für den naturmilden und aromatischen Kaffee kam der Rohkaffee anfangs nur von Kooperativen aus Mexiko. Heute umfasst die Produktfamilie insgesamt neun Artikel, darunter auch Caffè Crema und Espresso. Die Rohkaffees für die Kaffeeblends kommen vor allem von Kaffeekooperativen aus Mexiko, Honduras und Peru. Obwohl das GEPA-Kaffeesortiment inzwischen sehr groß ist, ist die Variante Organico Filterkaffee noch immer der beliebteste GEPA-Kaffee – der faire Biokaffee für alle und ein echter Klassiker!

Seit 2012 bezieht die GEPA Rohkaffee vom **Kooperativen-Dachverband Sol y Café aus Peru direkt**. Der hochwertige Bio-Arabica-Kaffee kommt von rund 1.000 Kleinbäuer*innen, die Mitglieder der Kooperative sind. Sol y Café engagiert sich für die Umwelt mit einem Aufforstungsprogramm für Schattenbäume, aber auch bei der Einkommens-Diversifizierung, z. B. durch Hilfestellung bei Imkerei oder Fischzucht. Außerdem betreibt die Kooperative eine eigene Schule, die sie selbst aus lokalen Materialien erbaut hat, und die noch ausgebaut werden soll.

Wie geht es weiter?

Die Verpackung des Organico-Sortiments wird im Jahr 2025 nach und nach im neuen GEPA-Design gestaltet und bekommt damit einen jüngeren Look für die Zukunft – denn der Organico-Kaffee soll als die Kaffeemarke des Fairen Handels ausgebaut werden und noch viele neue Kund*innen gewinnen.



SCHOKOLADE 100 % BIO

Erfolgssortiment mit transparenter Lieferkette

Heute ist Schokolade nach Kaffee die zweitwichtigste Warengruppe der GEPA. Am Anfang war dieser Erfolg nicht absehbar und es gab auch Kritik am ersten Mischprodukt der GEPA, für das die Zutaten Kakao und Zucker aus dem Globalen Süden kamen, die Produktion aber in Europa erfolgte. 1997 wurde die erste konventionelle GEPA-Schokolade bei der Firma Weinrich produziert, im Jahr 2000 wurde dann das Bio-Schokoladen-Sortiment „Fairena Bio“ mit 100 % transparenter Lieferkette eingeführt. Seit 2011 gibt es die erste 100 % faire Vollmilch-Schokolade mit „Naturland Fair“ zertifiziertem Vollmilchpulver, und seit 2024 sind alle GEPA-Schokoladen 100 % Bio. Die bei Weltläden und Weltgruppen beliebteste Schokoladensorte „Zarte Bitter Orange“, seit 2011 als Flachtafel verpackt in kompostierbarer Folie, ist Teil dieser Erfolgsgeschichte!

Die Kakaokooperative CECAQ-11 in São Tomé e Príncipe ist seit 2010 GEPA-Partner, zu der Kooperative gehören 21 Genossenschaften mit über 1.000 Mitgliedern. Die GEPA hat die Kooperative seit 2011 bei

der Umstellung auf Bio-Anbau und mit Abnahmegarantien für den Kakao unterstützt. Der Spitzen-Kakao ist zum Beispiel in der São Tomé-Schokolade 95 %, in den Schokoladen des Afrikasortiments und auch in der „Zarte Bitter Orange“ enthalten. Die Kooperative hat viel in Qualität und Verarbeitung des Kakaos und die Lebensbedingungen vor Ort haben sich durch den Fairen Handel verbessert – eine Erfolgsgeschichte ist auch das von der GEPA unterstützte Aufforstungsprojekt.

Wie geht es weiter?

Schokolade ist wegen der hohen Rohwarenpreise dabei, zum Luxusprodukt zu werden. GEPA ist Spezialist für hochprozentige dunkle Schokoladen, und Schokoladen mit hohem Kakaoanteil werden auch weiterhin einen Sortimentsschwerpunkt bilden. Diese Sorten sind ihren Preis wert und werden bei Verbraucher*innen immer beliebter.



TEE & UMWELTSCHUTZ

Seit 35 Jahren Darjeeling-Tee von indischem Bio-Pionier

Tee ist die dritte Säule im GEPA-Sortiment: Neben Schwarz- und Grüntees, lose oder im Teebeutel, gibt es auch Kräuter- und Früchtetees im Teebeutel. Tee ist schon sehr lange Teil des GEPA-Sortiments und Bio-Tees gibt es seit 1987. Im Jahr 2019 wurde das umfangreiche Tee-Sortiment komplett neu und attraktiv gestaltet. Im Bereich Weltläden und Weltgruppen sind vor allem lose Tees gefragt, darum steht der Darjeeling 500 g, der auch im Ursprungsland Indien abgepackt wird, beim Jubiläum im Fokus. Darjeeling ist eine der führenden Teeregionen Indiens und die Tees sind bei Kund*innen sehr beliebt – deshalb gibt es den hochwertigen Schwarztee auch als Großpackung.

Mit Tea Promoters India (TPI), einer sozial engagierten Teehandelsfirma in Indien, arbeitet die GEPA seit 1990 zusammen. Zu TPI gehören acht Teegärten und sie arbeiten mit fünf weiteren Kooperativen

zusammen. Insgesamt arbeiten bei TPI rund 3.000 Menschen in den Teegärten und im Büro in Kolkata. Der bekannteste Teegarten ist Samabeong in Darjeeling, er konnte 1990 mit Unterstützung durch Naturland und GEPA als einer der ersten Teegärten in Darjeeling zertifizierten Bio-Tee anbieten. Umwelt- und Klimaschutz sind TPI sehr wichtig und erklärtes Ziel ist, dass alle Teegärten klimaneutral werden.

Wie geht es weiter?

Unsere Handelspartner wünschen sich mehr Tee-Absatz! Wir arbeiten daran, mehr Weltläden dafür zu gewinnen, lose GEPA-Tees ins Sortiment aufzunehmen – es lohnt sich, denn es sind umsatzstarke Verbrauchsprodukte.





HONIG & KLIMASCHUTZ

Süßen und Genießen mit einem Klassiker des Fairen Handels

Seit 1982 importieren wir Honig aus Mexiko – einige werden sich noch an den beliebten Lacandona-Honig erinnern. Der „Mexiko Hochland Honig“ ist sein Nachfolger. Bienenhaltung ist ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz, fördert die Biodiversität und hilft bei der Bestäubung von Nutzpflanzen. Fairer Honig macht doppelt Sinn: Zum einen, weil er, ohne hohe Investitionen, Zusatzeinkommen schafft, zum anderen, weil Deutschland heute bereits ca. 70 % seines Honigbedarfs importieren muss. Das GEPA-Honigsortiment ist seit 2021 bio und hat eine transparente Lieferkette. Die Emissionen des Honigsortiments „von der Wabe bis ins Glas“ werden über die Klima-Kollekte kompensiert.

Einer der beiden Handelspartner des Mexiko-Honigs ist die Produzentenorganisation Tzeltal Tzotzil, mit der die GEPA seit 1998 zusammenarbeitet. Schon von ihrer Vorläuferorganisation, der Imker-genossenschaft Selva Lacandona, bezog die GEPA-Honig aus dem Lacandona-Urwald.



Von den rund 350 indigenen Mitgliedern von Tzeltal Tzotzil sind 88 auch Imker. Die Imkerei ist ein zweites Standbein für die Kaffeebäuer*innen und bietet auch jungen Menschen eine Perspektive.

Wie geht es weiter?

Unsere Honige haben eine treue Stammkundschaft vor allem bei Weltläden und Weltgruppen. Als Ergänzung zu unserem Honigsortiment aus Süd- und Mittelamerika beziehen wir im Jahr 2025 erstmalig auch afrikanischen Honig aus Tansania, vorerst aber noch nicht als eigene Sorte.

CASHEWS VON FRAUENKOOPERATIVEN

Anbau, Ernte und Verarbeitung mit Frauenpower

Cashewkerne sind schon seit 1988 im GEPA-Sortiment – GEPA war damals der erste Handelspartner von La Sureñita in Europa und hat am Anfang auch getrocknete Cashew-Äpfel importiert.

Nüsse und Trockenfrüchte gibt es schon sehr lange im Weltladen-Sortiment. Heute umfasst das Sortiment nicht nur die leckeren Cashews natur, sondern auch gewürzte Sorten und sie werden auch in anderen GEPA-Produkten wie z. B. Keksen, Riegeln und Waffelschnitten verarbeitet. Aber nicht nur das sehr arbeitsintensive traditionelle Produkt ist großartig, auch die Kooperative ist etwas ganz besonders, da sie eine der wenigen Frauenorganisationen im Fairen Handel ist!

Mit dem Kooperativen-Dachverband La Sureñita in Honduras arbeitet die GEPA seit 1988 zusammen.

Er hat 100 Mitglieder, vertreibt die Cashew-Produkte von drei Frauenkooperativen und verfügt über eigene Verarbeitungsanlagen. Die Frauen übernehmen sämtliche Aufgaben von der Ernte bis zum Export: Sie kaufen und verarbeiten die Kerne oder bewirtschaften ihre eigenen Cashew-Plantagen. So werden Einkommensmöglichkeiten für Frauen geschaffen – ein Leuchtturm-Projekt für die ganze Region.

Wie geht es weiter?

Cashews sind ein hochwertiges Lebensmittel, das als Snack und in der Küche immer beliebter wird. Für das zweite Halbjahr 2025 sind neue Riegel in Planung, die auch Cashews von La Sureñita enthalten werden.



VON 1975 BIS HEUTE

GEPA-Logo und Verpackungsdesign im Wandel



Ethno-Look, Partnerbild oder Kaffeetasse – das Design der GEPA-Verpackungen hat sich immer wieder verändert. Das Ziel bleibt: die hohe Produktqualität betonen, das Produkt im Regal sichtbar machen und die Marke GEPA unverwechselbar zu präsentieren. Auch das Logo wandelte sich: Die „3“ verschwand, die Lasche kam – und jetzt der neue Claim „Taste a fair world!“, der zum Handeln auffordert.



1975



1990



2010



2014



2020



2025



AKTUELL

THEMEN

- 03 Besuch bei Kakao-Kooperative
- 04 Preisanpassungen bei Kaffee & Schokolade
- 06 Neu: Handwerk fürs Frühjahr
- 08 Seifen von Palam Rural Centre in Indien
- 09 Langjährige Partnerschaften der GEPA
- 10 Erfolgszahlen: GEPA und die Weltläden
- 15 Weltladentag 2025: Schoki fürs Klima

Jubiläumsseiten
in diesem Heft



REISE ZU MA'S TROPICAL FOODS IN SRI LANKA

Unser Einkaufsmanager Dung Duc Nguyen besuchte Ende Oktober 2023 unseren Handelspartner Ma's Tropical Foods in Sri Lanka. Er war bei verschiedenen Produzent*innen zu Besuch, die die hochwertige Rohwaren für unterschiedliche Produkte liefern sowie in den Produktionsstätten.

Nach seiner Ankunft in der Hauptstadt Colombo besuchte Dung Duc Nguyen die Fabrik von Ma's Tropical Foods in Minuwangoda, circa 50 Kilometer von Colombo entfernt. Dort wird auch unsere Kokosnussmilch hergestellt. In der modernen Fabrik werden täglich bis zu 10.000 Kokosnüsse verarbeitet. Anschließend ging es zu den Kokosnussbäuer*innen im Ort Matara im Süden der Insel. Sie ernten auch Zimt, Muskatnuss und schwarzen Pfeffer und verkaufen ihn an Ma's Tropical Foods. „Der nachhaltige Ansatz beeindruckte mich sehr und zeigt, wie sich Umweltbewusstsein und wirtschaftliche Effizienz vereinen lassen“, erzählt Dung Duc Nguyen. Die Bäuer*innen in Matara gehören zu SAFE NET, einer Vereinigung, deren Gründung unser Partner Ma's Tropical Foods initiiert hat. Durch SAFE NET besteht zum Beispiel für die Mitglieder die Möglichkeit, dass sie sich und ihre Familien krankenversichern können.



Plan einer Farm mit allen Kokospalmen und Gewürzpflanzen

Die Bäuer*innen zeigten dem GEPA-Mitarbeiter einen Plan ihrer bewirtschafteten Flächen, auf dem jede einzelne Kokospalme und Gewürzpflanze eingetragen sind. Von Ma's Tropical Foods haben die Bäuer*innen eine App erhalten, mit deren Hilfe sie die aktuellen Marktpreise für ihre Produkte sehen können. Nach den Auswirkungen des Klimawandels befragt, macht der Bauer auf ein ganz anderes Problem aufmerksam: die Affenplage. Die Tiere werden von anderen Flächen u.a. durch Abholzung verdrängt und siedeln sich auf ihren Farmen an. Ihr Hunger führt zu Schäden bei den Kokosnussbäumen und Ernteaussfällen. Die Affen sind in Sri Lanka geschützte Tiere, weshalb den Bäuer*innen kaum Möglichkeiten zur Schadensbegrenzung bleiben.



Eine von SAFE NET und unserem Partner geförderte Schule

Im Anschluss besuchte Dung Duc Nguyen noch eine Schule, in der die rund 120 Kinder der Kokosnussbäuer*innen unterrichtet werden. SAFE NET bezuschusst die Bücher eines Teils der Schüler*innen, die Lehrer*innen werden besser bezahlt als an staatlichen Schulen und Ma's Tropical Foods spendet zusätzlich Schulbücher und Stifte für die Schüler*innen. Der Staat kommt für die Kosten der Schulspeisung auf. In der Stadt Dambulla, die in der Landesmitte liegt, befindet sich die Gewürzfabrik von Ma's Tropical Foods. Dort werden zum Beispiel Pasten aus verschiedenen Gewürzen und Kräutern hergestellt, die auch die Ausgangsbasis für unsere gewürzte Kokosmilch sind. Dung Duc Nguyen berichtet, dass Ma's Tropical Foods den Mitarbeiter*innen die Wohnhäuser unentgeltlich überlässt. Es gibt eine Kantine, wo sie ebenfalls umsonst essen können. Auch hier stellt unser Partner Schulmaterialien für die Kinder seiner Mitarbeiter*innen zur Verfügung.

Fairer Handel in Sri Lanka sichert die Existenzen der Bäuer*innen nachhaltig.

A. G. Sampath Anuruddha Kumara, einer der Mitarbeiter der Fabrik, zeigt ihm stolz seine Solarpaneele hinter dem Haus, die so viel Strom erzeugen, dass er nur noch wenig vom öffentlichen Versorger zukaufen muss. Er erzählt zudem: „Die Fairtrade-Prämie hat uns ein Sicherheitsnetz geschaffen. Wenn wir krank werden oder keine Einnahmen generieren können, sorgt das System dafür, dass wir finanzielle Unterstützung erhalten.“



SRI LANKA



AUF DER INSEL DER BIO-KAKAO-PIONIERE: EINE REISE ZU CECAQ-11 IN WESTAFRIKA

Im November 2024 flog Silvia Kurte, GEPA Einkaufsmanagerin Kakao, für fünf Tage zu unserem Partner CECAQ-11 nach São Tomé. Sie musste in Lissabon übernachten, um ihr Reiseziel, den kleinen Inselstaat São Tomé e Príncipe vor der Küste Kameruns, zu erreichen. Kakao ist das nahezu einzige Exportprodukt des Landes und unser Partner ist Pionier bei hochwertigem Bio-Kakao.

Nach ihrer Ankunft auf der Insel stand für Silvia Kurte als erstes ein Treffen mit dem Vorstand von CECAQ-11 (Cooperativa de Exportação de Cacao de Qualidade) auf dem Programm. Die GEPA ist nach wie vor der Hauptabnehmer ihres Bio-Kakaos. Waren es zu Beginn der Zusammenarbeit im Jahr 2010 50 Tonnen, so sind es jetzt rund 450 Tonnen Bio-Kakao pro Jahr, die die GEPA abnimmt. „Wir sind gemeinsam gewachsen“, betonen die Mitglieder des Vorstandes. Beim Besuch der GEPA-Einkaufsmanagerin wurden wieder die Liefermengen für die nächsten zwei Jahre festgelegt – ein wichtiges Element der Planungssicherheit für CECAQ-11 und die Mitglieder.

Da die Weltmarktpreise für Kakao gegenwärtig sehr hoch sind, ist es für CECAQ-11 sehr wichtig, dass die Kooperative von der GEPA eine Vorfinanzierung bekommt. Denn sie muss den Bio-Kakao von den Basiskooperativen zu den aktuellen Preisen aufkaufen. Die Bäuer*innen berichten beim Besuch auch, dass aufgrund der hohen Preise bereits Kakaoschoten von ihren Bäumen gestohlen werden.

Ein generelles Problem für die Bauernfamilien ist die hohe Inflation im Land. Sie erhalten zwar für ihren Kakao einen hohen Preis, aber durch die hohe Inflation sind die Lebenshaltungskosten kräftig gestiegen. Zurzeit wandern viele Bewohner*innen aufgrund der hohen Kosten und fehlender Perspektiven aus, was früher nicht der Fall war.



Der Kindergarten von Claudino Faro

Der Kindergarten in der Gemeinde Claudino Faro wurde auf einem Stück Land gebaut, das sie von der Fair Trade-Prämie gekauft haben. Dort werden zurzeit 26 Kinder im Alter von ein bis fünf Jahren von einem jungen engagierten Lehrer betreut. Während Strom in den Häusern der meisten Mitglieder vorhanden ist, ist die Versorgung mit Trinkwasser noch ein Problem. Die Bäuer*innen haben mittlerweile vom nächsten Bach Rohre zu den Häusern verlegt und Auffangbecken gebaut. Finanziert wurden diese Maßnahmen aus der Fair Trade-Prämie.



Baumschule u.a. für Kakaopflanzen

Im Rahmen des Aufforstungsprojekts werden von CECAQ-11 Baumsetzlinge an die Mitglieder verschenkt. Zwei Arbeiter kümmern sich um die gepflanzten Bäume in drei angelegten Waldflächen, erzählt Silvia Kurte. Die Kooperative ist in Verhandlungen mit dem Staat, damit sie das Nutzungsrecht für eine weitere Fläche bekommen.

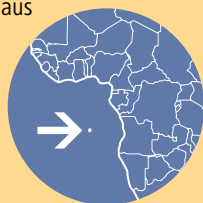
Von der Trinkwasserversorgung bis zum digital kontrollierten Waldschutz: Bei CECAQ-11 vollziehen sich viele Entwicklungsschritte.

Für die Dokumentation der entwaldungsfreien Lieferkette wurden inzwischen alle Flächen der Bäuer*innen mithilfe eines Beraters digital erfasst. Aufgrund einer in São Tomé e Príncipe durchgeführten Landreform gab es auf dem Amt dafür alle notwendigen Papierunterlagen. So entstand eine Karte mit allen Flächen.

In dem tropischen Land wächst zum Glück fast alles und die Familien können sich mit vielem selbst versorgen. Zum Essen gehört fast immer Reis und Fisch sowie gebratene Kochbananen. Eine lokale Spezialität sind Schnecken. „Ich habe sie zwar probiert, aber dann doch lieber auf diese ‚Köstlichkeit‘ verzichtet“, sagt Silvia Kurte und schmunzelt.

„Nächstes Jahr sollen von CECAQ-11 zwei Traktoren angeschafft werden. Damit sollen die frisch geernteten Kakaobohnen von den Bäuer*innen zum Fermentieren und Trocknen zu den lokalen Kooperativen transportieren werden. Außerdem soll der getrocknete Kakao zur Zentrale von CECAQ-11 gefahren werden. Dort wird der Kakao dann sortiert und für den Export aufbereitet“, berichtet Silvia Kurte. Auch dies ist aufgrund des Fair Trade-Zuschlags möglich.

Nach einer Mitgliederversammlung am Freitag und einem kurzen Interview für die lokale Presse geht es für Silvia Kurte abends wieder zurück nach Düsseldorf. „Die vielen Riegel, die ich mitgenommen hatte, sind zwar etwas geschmolzen, aber gut bei den Mitgliedern angekommen“, so Silvia Kurte zum Schluss..



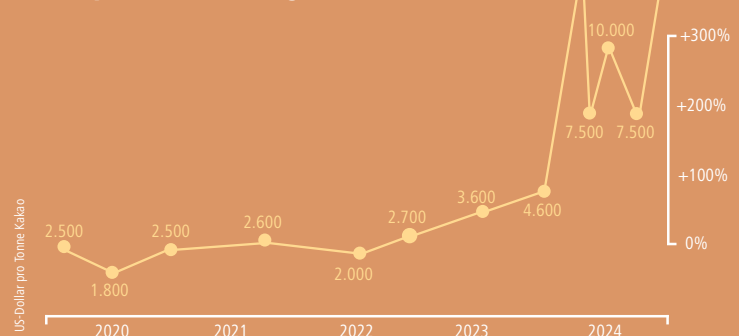
SÃO TOMÉ

GEPA-PREISANPASSUNG ZUM 01.04.2025: PREISE FÜR KAFFEE, SCHOKOLADE UND RIEGEL STEIGEN

Kaffeepreisentwicklung in 5 Jahren



Kakaopreisentwicklung in 5 Jahren



Die Preisentwicklung im internationalen Handel mit Kaffee, Kakao und anderen Nahrungsmitteln ist derzeit von extremen Wetterbedingungen, Ernteaussfällen und einer angespannten Versorgungslage geprägt. Aufgrund der aktuellen Entwicklungen auf den Märkten für Kaffee und Kakao sehen wir uns gezwungen, unsere Preise anzupassen. Gerne möchten wir Euch die Hintergründe dieser Entscheidung transparent darlegen.

Kaffee: Wetterextreme belasten die Produktion

Die Preise für Arabica-Kaffee sind in den letzten Wochen stark gestiegen. Hauptgrund hierfür ist die Trockenheit in Brasilien, dem weltweit führenden Produzenten. Seit April liegen die Niederschlagsmengen unter dem Durchschnitt, was die Blütezeit der Kaffeepflanzen beeinträchtigt und bereits jetzt die Aussichten für die Ernte 2025/26 verschlechtert. Brasilien hat in diesem Jahr die trockensten Wetterbedingungen seit 1981 erlebt.

Robusta-Kaffee ist ebenfalls von Wetterextremen betroffen. In Vietnam, dem größten Produzenten dieser Sorte, haben Dürreperioden die Ernte deutlich schlechter ausfallen lassen. Aktuell verzögern starke Regenfälle die Ernte weiter, da Kaffeefelder überflutet sind. Dies hat die Exportmengen Vietnams im Vergleich zum Vorjahr deutlich reduziert. Trotz der langfristigen Unsicherheiten ist der weltweite Lagerbestand derzeit noch ausreichend. Auch im Bereich Bio- und Fairtrade-Kaffee gibt es noch keine unmittelbaren Engpässe.

Kakao: Volatilität und knappe Verfügbarkeit

Die Kakaopreise sind auf Jahreshöchststände gestiegen und nähern sich Allzeithochs. Neben stark gesunkenen Erntemengen im vergangenen Jahr, besteht große Unsicherheit über die Entwicklung der aktuellen Mittelernte in Westafrika, der Hauptanbauregion. Trockenheit beeinträchtigt hier die frühe Entwicklung der Kakaopflanzen.

Die Lagerbestände der Importeure wurden in diesem Jahr stark reduziert, sodass der Markt sehr empfindlich auf widersprüchliche Informationen reagiert. Der Markt für Kakao mit Bio- und Fairtrade-Zertifizierung ist besonders angespannt, da nur wenige Länder und Lieferanten diese Produkte anbieten. Hier sind zusätzliche Aufschläge erforderlich, die über die üblichen Prämien hinausgehen.

Preis Anpassungen bei Kaffee, Schokolade und Riegel zum 1. April

Die genannten Entwicklungen führen zu spürbar höheren Einkaufspreisen, insbesondere für Rohstoffe aus zertifiziertem Anbau. Um Euch weiterhin die gewohnt hohe Qualität unserer Produkte zu gewährleisten, ist eine Preisanpassung unumgänglich.

Daher steigen die Preise für Kaffee im Schnitt um 1,85 € je kg. Die Preise für Schokoladentafeln und Riegel erhöhen sich im Schnitt um 24,6 %. Die Preiserhöhung erfolgt zum 01.04.2025.

Gemeinsam in die Zukunft

Wir sind uns der Tragweite dieser Entscheidung bewusst, danken Euch für Euer Verständnis – auch im Namen unserer Handelspartner im Globalen Süden – und Eure Unterstützung in diesen herausfordernden Zeiten. Wir hoffen, Ihr bleibt den fairen und Bio-Produkten treu – nur mit solcher Unterstützung können wir weiter zur Verbesserung der Bedingungen für Kleinbäuerinnen und -bauern im Welthandel beitragen.

Unsere Qualität bleibt:

- Unveränderte Rezepturen mit hochwertigen Zutaten
- Keine Änderungen bei der Einwaage der Produkte
- 100 % Bio bei Schokolade und Riegeln und 87 % Bio bei Kaffee
- Umweltfreundliche Verpackungen: recyclingfähig bzw. heimkompostierbar
- Kein Mengenausgleich und Rückverfolgbarkeit der Zutaten bis zum Partner
- Faire und langfristige Partnerschaften mit Kleinbauern-Kooperativen
- Von den hohen Rohwarenpreisen profitieren die GEPA-Partner direkt!



GARTENSAISON ERÖFFNET: NEUES VOM KOKOBLOCK



Herstellung Kokoblöcke bei Cocomix

Die GEPA erhält die Kokoblocks künftig von einem neuen Partner – der Firma Cocomix aus Indien. Die Firma hat ihren Sitz am Rand der Stadt Coimbatore, die sich im südlichen Bundesstaat Tamil Nadu befindet. Cocomix hat zurzeit 29 Beschäftigte, die sich unter anderem um die Verarbeitung der Kokosnüsse kümmern und unbefristet beschäftigt sind.

Alle Mitarbeiter*innen von Cocomix kommen aus Dörfern aus der Umgebung von Coimbatore. Die meisten von ihnen sind verheiratet und haben Kinder, die in der Ausbildung sind. Ihre Löhne liegen deutlich über dem Mindestlohn in ihrer Branche und sie erhalten zwei Mal im Jahr eine Bonuszahlung. Die Mitarbeiter*innen haben zudem eine Unfallversicherung, die auch privat genutzt werden kann.

Die Kokosnüsse kommen von kleinen, mittleren und größeren Farmen, die sich circa 50 Kilometer im Umkreis der Verarbeitungsanlage befinden. Ihr Geldeinkommen erwirtschaften die Bäuer*innen durch den Verkauf der Kokosnüsse. Zudem bauen sie für den eigenen Bedarf Gemüse wie z.B. Spinat an. Cocomix hat eine Apotheke eröffnet, damit die Kokosbäuer*innen Medikamente dort zu einem günstigen Preis kaufen können.



Der Kokoblock wird aus dem sogenannten Kokosmark hergestellt, einem feinen Gewebe zwischen den Kokosfasern. Dies ist ein Abfallprodukt, das bei der Fasergewinnung entsteht. Die Fasern werden zum Beispiel für die Herstellung von Schnüren, Matten und Matratzen verwendet.

Die GEPA Kokoblocks von Cocomix gibt es seit Januar 2025 als 4er-Pack und ab Herbst 2025 wird es sie voraussichtlich auch als einzelnen Block (Single) geben.



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe / Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
7365306	Kokoblock S/4	4 x 650 g	14,95 €	1 St.
8924819	Flyer Kokoblock NEU		kostenlos	20 St.



SEIFEN, SOCKEN, SCHÜRZEN

Neue Handwerksprodukte für Frühjahr und Sommer 2025



Für Eure Kund*innen bieten wir sehr ansprechende neue Produkte für Frühjahr / Sommer 2025 an. Socken mit neuen Motiven und unifarben sowie Heimtextilien in aktuellen Farben gehören wieder zum Sortiment. Auch die neuen Seifensorten von unserem Partner Palam Rural Centre kommen bestimmt gut an!



Alles für Küche und Bad – Heimtextilien von CO-OPTEX, Indien

In den aktuellen Farben wie Koralle, Türkis, Aqua und Honig bieten wir Euch für die Küche Schürzen für Kinder und Erwachsene, Küchentücher und Sets für den Küchentisch, aus handgewebten Stoffen, an. Aber auch für das Bad haben wir Duschtücher in der Farbe Ozean und Hamamtücher in Türkis im Angebot. Die handgewebten Produkte von CO-OPTEX sind sehr langlebig und damit nachhaltig.

Mit CO-OPTEX arbeiten wir seit 40 Jahren zusammen. Zur Förderung der Handweber*innen wurde dieser staatliche Kooperativen-Dachverband bereits 1935 gegründet. CO-OPTEX arbeitet zurzeit insgesamt mit 1.095 Kooperativen in Indien zusammen, unterhält eigene Spinnereien und Geschäfte. Die GEPA-Produkte werden zurzeit in fünf ausgewählten Kooperativen in den Städten Chennai und Karur im Bundesstaat Tamil Nadu hergestellt, und zwar von insgesamt bis zu 71 Weber*innen.

Unifarbene Socken und neue Designs für die ganze Familie

Wer unifarbene Socken bis jetzt in unserem Angebot vermisst hat, wird dieses Jahr fündig werden. Denn wir bieten jetzt von Bulus auch Socken in den klassischen Farben Schwarz, Grau, Anthrazit und Dunkelblau an. Die Erwachsenen dürfen sich außerdem auf Socken mit den Motiven „Sport“, „Wandern“, „Dogs“, „Books“, „Eule“, „Ice Creme“, „Eis“, „Fahrrad“ und „Schildkröte“ freuen. Passend zur wärmeren Jahreszeit gibt es ebenfalls für Erwachsene Sneaker-Socken mit den Motiven „Marienkäfer“, „Numbers“, „Music“, „Sonne“ und „Fahrrad“.

Auf unseren neuen Kindersocken tummeln sich Eulen, Schildkröten und Fahrräder – diese Motive gefallen Euren jüngeren Kund*innen bestimmt. Die Motive „Eulen“, „Schildkröten“ und „Fahrräder“ bieten wir auch auf den Socken für Erwachsene an – damit die Eltern den Kindern nicht die schönen Socken stibitzen müssen!

Neue Seifen aus Indien – mit blumigen Duftnoten

Lotus- und Frangipani-Blüten aus Indien verdanken zwei neue Seifen ihren exotischen Duft. Die Frangipani-Pflanze wird auch Tempelbaum genannt. Es sind vegane Seifen, die durch ihre Optik, ihren Duft und ihren feinen Schaum überzeugen. Hergestellt und verpackt werden die neuen Seifensorten im Palam Rural Centre im indischen Bundesstaat Tamil Nadu. Die Seifen werden dermatologisch getestet.

Mit dem Palam Rural Centre arbeiten wir seit 1979 zusammen (s.a. Beitrag Seite 11). Zunächst haben wir von dieser Dorfgemeinschaft in Indien Ledersandalen bezogen, die in den 70er- und 80er-Jahren sehr im Trend lagen. Später hat Palam damit begonnen, in der Dorfgemeinschaft in Tamil Nadu Seifen aus Pflanzenölen herzustellen. Bis heute ein gut gehendes Produkt!

Mehr zum Palam Rural Centre, Indien, zu CO-OPTEX, Indien und zu Bulus, Türkei findet Ihr unter www.gepa.de.

DAS PALAM RURAL CENTRE – EINE BRÜCKE IN DIE ZUKUNFT



Seifenproduktion bei Palam Rural Centre

Das Palam Rural Centre in Südindien ist seit 1979 ein Partner der GEPA. „Palam“ bedeutet in der Sprache Tamil „Brücke“. Wir bieten ein umfangreiches Seifensortiment dieses langjährigen Partners an – im Frühjahr mit zwei neuen Seifensorten. Doch das Palam Rural Centre ist weit mehr als eine Seifen-Manufaktur.

„Diese Seife ist nicht nur eine Seife. Von ihr lebt eine ganze Familie und die Dorfgemeinschaft. Und sie trägt die Kosten für die Ausbildung der nächsten Generation“. So beschreibt S. Sundarkumar, der Mitbegründer des Palam Rural Centre, die Bedeutung der Seifen auf der Webseite der Fair-Handelsorganisation Ten Thousand Villages.

Das Palam Rural Centre im indischen Bundesstaat Tamil Nadu bietet seit 1978 seinen Mitgliedern eine Existenzgrundlage auf der Basis der Leder- und Seifenherstellung. Dadurch sind die Mitglieder wirtschaftlich unabhängig geworden. Die Rohware für ihre Pflanzenseifen bezieht unser Partner zum größten Teil von kleinen landwirtschaftlichen Kooperativen sowie von indigenen Bevölkerungsgruppen.

Doch das Palam Rural Centre ist mehr als ein Produktionsbetrieb. Es ist eine Dorfgemeinschaft auf acht Hektar Land, auf dem die Mitglieder Gemüse anbauen und in ihren Häusern sauberes Wasser und Strom zur Verfügung haben. Seit 2005 führt der GEPA-Handelspartner zudem eine eigene gut ausgestattete Schule inklusive Oberstufe, an der engagierte Lehrer*innen unterrichten und die für alle Kinder aus der Region offen ist.

Die Computer-Ausbildung beginnt bereits im Kindergarten. Später stehen Englisch, Tamil, Mathematik, Natur- und Sozialwissenschaften auf dem Stundenplan der Schüler*innen. Die Jugendlichen sollen so mehr Perspektiven bei der Berufswahl bekommen als sie ihre Eltern hatten und sozial mehr anerkannt werden. Das Palam Rural Centre vergibt Stipendien für die Kinder, die von außerhalb kommen und sich den Schulbesuch sonst nicht leisten könnten.

Dies ist alles andere als selbstverständlich, wenn man sich die Geschichte unseres Partners vor Augen hält. Die Dorfgemeinschaft wurde von Menschen gegründet, die auf der untersten Stufe der indischen Gesellschaft standen. Bei Ten Thousand Villages heißt es dazu: „Mit Einfallsreichtum und harter Arbeit hat die Organisation in Südindien das diskriminierende soziale System und die Vorurteile überwunden und konnte eine nachhaltige und lebendige Gemeinschaft aufbauen, deren Mitglieder Gleichheit und Respekt in der Gesellschaft erlangt haben“.

Mehr zum Palam Rural Centre findet Ihr unter:
www.gepa.de/produzenten/partner/palam-rural-centre.html

Seifen sind Umsatzbringer

Seifen sind Verbrauchsprodukte und umsatzstarke Produkte im Weltladen. Um so mehr freuen wir uns, dass zu den sieben beliebten Seifensorten von Palam, die auch schon Klassiker im GEPA-Sortiment sind, jetzt neue Sorten kommen. Zu Sandelholz, Kokos, Lavendel, Rose, Kurkuma und Kaffee und der Gärtnerseife mit Peeling-Effekt, gesellen sich zwei neue blumige Sorten: Lotus und Frangipani (s.a. Beitrag S. 7).



GEMEINSAM DURCH GUTE UND SCHLECHTE ZEITEN: LANGJÄHRIGE HANDELSPARTNERSCHAFTEN DER GEPA



Kakaobauern bei unserem Partner El Ceibo, Bolivien



Die Näherinnen bei unserem Partner Saidpur, Bangladesch

Langjährige und verlässliche Beziehungen zu unseren Handelspartnern sind unsere Herzensangelegenheit! Dies mit unseren Partnern zu erreichen ist eines der Ziele, mit denen wir vor 50 Jahren als Fair Handels-Unternehmen angetreten sind.

Natürlich entstehen langjährige Partnerschaften nicht über Nacht und vertrauensvolle Beziehungen müssen sich erst entwickeln und wachsen. Es war und ist ein gemeinsamer Weg zusammen mit unseren Handelspartnern – in guten, genauso wie in schlechten Zeiten. Die durchschnittliche Länge der Beziehung, die wir zu unseren Handelspartnern haben, liegt bei 17,6 Jahren! Eine beeindruckende Zahl, wenn man bedenkt, dass es sich hierbei um mehr als 100 Partnerschaften handelt. Mit knapp 50 % unserer Partner arbeiten wir seit über 25 Jahren zusammen, die längste Beziehung verbindet uns mit unserem Partner Saidpur in Bangladesch – hier sind es sogar 47 Jahre. Unser Kakao-Partner El Ceibo in Bolivien ist seit 39 Jahren unser Partner.

„Wir können uns auf die GEPA verlassen, denn wir wissen, dass ihr auch morgen noch da seid! Selbst dann, wenn es mal schwierig wird.“

Treue bringt Sicherheit

Jahrzehntelange Beziehungen zu unseren Partnern bedeuten Vertrauen und vor allem Planungssicherheit. Einmalige Einkäufe bringen Produzenten-Organisationen langfristig sehr wenig, auch wenn vielleicht eine einmalige, große Bestellmenge erst einmal verlockend erscheint. Dies ist im konventionellen Handel oftmals Usus und hat in der Regel nur einen kurzen positiven Effekt zur Folge.

Wenn unsere Handelspartner aber wissen: Die GEPA plant auch in den nächsten Jahren, bei ihnen zu kaufen, bringt dies eine Sicherheit, mit der die Organi-

sationen ganz anders in die Zukunft planen können. Investitionen können getätigt werden, Pläne können zuversichtlicher und mit einer anderen Absicherung umgesetzt werden.

Es geht aber selbstverständlich um weit mehr als „nur“ den Einkauf und Verkauf von Produkten. Eine gemeinsame Entwicklung als Organisationen im Sinne des Fairen Handels ist ein ebenfalls sehr wichtiger Bestandteil unser Handelspartnerbeziehungen.

Auch in Krisenzeiten setzen wir auf partnerschaftliche Beziehungen

Die beständigen und vertrauensvollen Beziehungen mit unseren Partnern bleiben natürlich auch in Krisenzeiten bestehen, von beiden Seiten. So wie unsere Partner auf uns zählen, zählen wir natürlich auch auf unsere Partner.

Corona hat uns alle vor unglaubliche Herausforderungen gestellt. Besonders betroffen waren die Menschen im Globalen Süden, da es in den meisten Ländern kein Sicherheitsnetz gibt, das die Menschen in solchen Krisenzeiten auffängt.

Die GEPA hat ihre Partner in dieser Zeit durch unterschiedliche Maßnahmen unterstützt: Finanzierung von Nothilfe-Maßnahmen, Vernetzung mit weiteren Unterstützer-Initiativen, Wiederaufbau von Strukturen auch nach dem Ende der Pandemie. Ein für unsere Partner sehr wichtiger Schritt in dieser Krise: Die GEPA hat keine Bestellung storniert, sodass der für die Partner so bedeutende Handel – wenn auch unter teils schwierigen Umständen – weitergeführt werden konnte.

Wir setzen auf direkte Handelspartnerschaften

Unsere Produkte beziehen wir überwiegend auf direktem Weg von unseren Handelspartnern, genauso wichtig ist dabei die direkte Kommunikation mit unseren Partnern. Wir führen einen engen Austausch mit ihnen, bei dem es z.B. um Einkaufspreise, Qualitätsfragen, aber auch um Organisationsfragen geht. In Krisenzeiten ist der Kontakt besonders intensiv.



FAIRE PRODUKTE IN DEUTSCHLAND – WELTLÄDEN ALS VORREITER

Am Anfang gab es bei der GEPA nur den Vertrieb an „Aktionsgruppen“ und „Dritte-Welt-Läden“, später kamen Außer-Haus-Service und Katalogversand und dann Lebensmittel-Einzelhandel und Endverbraucher-Online-Shop dazu. 1975 betrug der GEPA-Umsatz 2,1 Millionen (zu 100 % mit Weltläden und Weltgruppen), 1985 9,2 Millionen Euro, 1995 16,5 Millionen Euro, 2005 21,2 Millionen Euro, 2015 21,9 Millionen Euro und 2024 18,9 Millionen Euro (entspricht 22 % des GEPA-Gesamtumsatzes) – in 50 Jahren ist so mit Weltläden und Weltgruppen ein Gesamtumsatz von ca. 850 Millionen Euro zusammengekommen – die Milliarde ist schon in Sicht!

WELTLÄDEN – HEUTE ÜBERALL IN DEUTSCHLAND

Alles fing mit dem ersten Weltladen im Jahr 1973 in Stuttgart an und heute gibt es bundesweit rund 900 Weltläden, die von der GEPA beliefert und bei Bedarf beraten werden. Vielen Dank an alle, die sich in den Weltläden und Weltgruppen für den Fairen Handel einsetzen und eingesetzt haben – gemeinsam stehen wir seit über 50 Jahren für mehr Gerechtigkeit!

LANGFRISTIGE ZUSAMMEN- ARBEIT VON GEPA UND IHREN PARTNERN

Im Jahr 2025 gehen 21 Jubiläumsurkunden an Partner in aller Welt. Mit CO-OTEX in Indien, von dem wir Heimtextilien beziehen, arbeiten wir zum Beispiel seit 40 Jahren zusammen und mit unserem Tee-Partner TPI in Indien, seit 35 Jahren. Siehe auch unseren Beitrag über die Bedeutung von langjährigen Handelspartnerschaften auf S. 9.

MEHR ALS EINE HALBE MILLION EURO FÜR KLIMASCHUTZ- PROJEKTE WELTWEIT VON GEPA!

Stolze 533.305 Euro hat die GEPA zusammen mit ihren Kund*innen für Klimaschutz-Projekte (2013 – 2023) zur Verfügung gestellt. Davon gingen allein 150.000 Euro an ATPI auf den Philippinen für ein Aufforstungsprojekt. Die anderen GEPA Klimaschutz-Projekte erhielten für den Zeitraum von 2018 bis heute insgesamt 383.035 Euro, zum Beispiel für energieeffiziente Öfen, Hochwasser-Schutzmaßnahmen und weitere Aufforstungsprojekte.

Wollt Ihr auch etwas dazu beitragen, könnt Ihr für den Misereor Spendenaufruf „Auswirkungen der Klimakrise für GEPA-Handelspartner“ spenden. Ende Dezember 2024 waren dort 23.208 Euro auf dem Konto für unsere Partner. Damit können wir sie schnell und unbürokratisch unterstützen.

MEHR ALS 1 MILLION MENSCHEN PROFITIEREN VOM FAIREN HANDEL

Bei unseren 101 Handelspartnerorganisationen sind (Stand 11/2024) 1.058.164 Menschen Mitglied oder als Mitarbeiter*innen beschäftigt. Gerade bei den großen Organisationen (zum Beispiel KCU, Tansania) liefern bei weitem nicht alle Mitglieder Produkte an die GEPA bzw. den Fairen Handel. Aber zum Teil profitieren sie trotzdem von den Leistungen der Kooperative und / oder des Fairen Handels wie Produktentwicklung, Qualitätssicherung oder Förderung der Bio-Umstellung. Und von jedem Mitglied oder jeder Mitarbeiter*in profitiert zudem eine Familie. Also insgesamt eine beeindruckende Zahl!

NEUES DESIGN: VERPACKUNGSUMSTELLUNGEN



Organico-Kaffees, Dein Pfund Fairness-Linie, Kakaogetränk Choco Easy Fairness und die kleinen Tafelschokoladen: Im Jahr 2025 wird bei einigen wichtigen Produktlinien das Verpackungsdesign überarbeitet. Da wir zunächst immer die bestehenden Verpackungsmaterialien aufbrauchen, erscheinen die neuen Produkte zu unterschiedlichen Zeitpunkten im neuen Look.

Unser Klassiker Organico erhält als erstes eine neue Verpackung (im Jubiläumsteil auf S. 6). Diese drei Sorten machen den Anfang: Der Bio Organico Caffè Crema Bohne (Art. Nr. 3050903) in der neuen Verpackung ist schon da, ihm folgt im März der Bio Organico naturmild gemahlen entkoffeiniert 250 g (Art. Nr. 3050902) und im Mai der Bio Organico naturmild gemahlen 250 g (Art. Nr. 3050901).

Beim „Fairen Pfund“ wird nicht nur die Verpackung geändert, sondern die Linie trägt auch einen neuen Namen: „Dein Pfund Fairness“ heißen jetzt die Kaffees in der 500 g-Packung und ab Sommer auch der Honig. Schon auf Lager ist der Dein Pfund Fairness Bio Espresso Bohne (Art. Nr. 8900997), es folgt im März der Bio Caffè Crema Bohne (Art. Nr. 8900998) und im Mai der Bio Kaffee gemahlen (Art. Nr. 8900999).

Der lösliche Kakao wird in Zukunft nicht mehr Teil der „Dein Pfund Fairness“-Linie sein. Er hat einen neuen Namen und eine andere Einwaage bekommen und erhält deshalb auch eine neue Artikelnummer. Er heißt in Zukunft Choco Easy Fairness (neue Art. Nr. 8911875), was seine gute Löslichkeit auch in kalten Flüssigkeiten hervorhebt. Die Rezeptur ist unverändert, der Kakao wird in der neuen Verpackung, mit 400 g Inhalt und UVP 4,99 €, ab Mai verfügbar sein und ersetzt das Bio Faires Pfund Kakaogetränk.

Ebenfalls ein neues Verpackungsdesign erhalten die beliebten 40 g-Schokoladentafeln. Den Anfang hat die Bio Feine Bitter 70 % (Art. Nr. 8961801), die jetzt „Dark Choc Fairness“ heißt, gemacht, es folgt die Bio Weiße Joghurt Erdbeere (Art. Nr. 8961803) im März, die Bio Weiße Joghurt Zitrone Pfeffer (Art. Nr. 8961803) im Mai und im September die Sorte Bio Vollmilch Caramel Salz (Art. Nr. 8961802). Alle vier Sorten der kleinen Tafelschokoladen sind im Mai auch in der Aktion „Schon probiert?“ (s.a. Beitrag S. 12).



DIE AKTION „SCHON PROBIERT?“ GEHT WEITER!

Das neue Format zur POS-Werbung hat sich bewährt und wird im Jahr 2025 mit vier Aktionen fortgeführt. Wir rücken damit Erfolgsprodukte in den Fokus und erzählen Erfolgsgeschichten von unseren Partnern.

Zur Bewerbung gibt es jeweils einen farbigen Aufsteller zum Ausdrucken, der Aktionspreis ist nicht vorgegeben, er kann in der Datei ergänzt werden.

Im März wurde der Kaffee „Milde Mischung“ und die Kooperative SOPPEXCCA aus Nicaragua beworben. Im Mai sind es die 40g-Schokoladen und der Kakaopartner COOPROAGRO aus der Dominikanischen Republik. Im Angebotsmonat gibt es jeweils 5 % Zusatzrabatt auf den oder die Artikel der „Schon probiert?“-Aktion. Profitiert vom günstigen Angebotspreis für die vier kleinen Schokoladen-Tafeln im Monat Mai!

Auch die Produkte aus den Aktionen in 2024 (Bio Espresso Ankole, Bio Darjeeling Schwarztee, Bio Honig Set, Nougat Kakao Mandeln) können noch mit den Aufstellern beworben werden, sie stehen auch weiterhin im Infoshop auf der WUG-Seite unter „Digitale Infomaterialien“ zur Verfügung. Es sind alles umsatzstarke Produkte, die jeder Weltladen im Sortiment haben sollte!



WERBEARTIKEL MIT GEPA-JUBILÄUMS-LOGO

Wir starten schon ins Jubiläumsjahr, auch wenn der GEPA-Geburtstag erst im Mai ist. Folgende zwei Artikel gibt es, für einen begrenzten Zeitraum, mit unserem 50 Jahre-Jubiläums-Logo.

Die Papiertüte klein (Art. Nr. 8924828) trägt auf der eine Seite den Slogan „Du hast es in der Hand“ und auf der anderen Seite das farbige Jubiläums-Logo. Die Tüten gibt es wie bisher zum Selbstkostenpreis von 12,50 € für 50 Stück (ohne Rabatt).

Die Bio Vollmilch Schokolade 10 g (Art. Nr. 8951857) wird mit der nächsten Charge auf der Verpackung auch das Jubiläums-Logo tragen – die Mini-Tafeln sind ein beliebtes Give-away bei Messen und Veranstaltungen und kosten 24,50 € für 50 Stück (mit Rabatt).



NEUE INFO- UND WERBEMATERIALIEN



Digitaler Handwerks-Katalog
Frühling / Sommer 2025



Aufsteller Handwerk
Frühjahr / Sommer 2025
7 Motive zum Ausdrucken



Flyer Kokoblock
Neuaufgabe
VPE 20 St.
Art. Nr. 8924819



Flyer Socken
VPE 20 St.
Art. Nr. 8944926



GEPA-Verpackungen
digitaler Aufsteller zum Ausdrucken
DIN A4



Flyer „Unsere Plus-Punkte!“
Neuaufgabe
VPE 20 St.
Art. Nr. 8903260

Impressum

V.i.S.d.P.: Dr. Peter Schaumberger,
Geschäftsführer
Kontakt: info@gepa.de
Tel. 0202 / 2 66 83-0

Gestaltung:
Stefani Konrad und Birgit Bassalay

GEPA mbH
GEPA-Weg 1, 42327 Wuppertal
www.gepa.de

Für inhaltliche Fehler und eventuell daraus
resultierende Schäden kann keine Haftung
übernommen werden.

Druck: Druckerei Hitzegrad, Wuppertal
Gedruckt auf Circle Volume 100g / m²

Abbildungen:

Produkt- und Handwerksfotos GEPA - The Fair Trade
Company, C. Schreer **Portrait- und Reportagefotos**
S.2/3, 5, 8/9, 15, 28 GEPA - The Fair Trade Company,
weitere Abbildungen S. 4 Tabelle: finanzen.net,
S. 14 Kirchentag/Peter Bongard, S. 15 Weltladen
Dachverband



GEPA-Art.-Nr. 8944928

GROSSVERANSTALTUNG KIRCHENTAG: NACHHALTIGKEIT VOR UND HINTER DEN KULISSEN



*Deutscher Evangelischer
Kirchentag Hannover
30. April – 4. Mai 2025*

Nach 20 Jahren kommt der Kirchentag wieder nach Hannover. Bereits 2005 hat die Großveranstaltung mit der Kampagne „Kirchentag für Klimaschutz“ das Thema in den Fokus gerückt, unter anderem mit einem „Klimamarkt“ und einem kostenlosen Heizkosten-Gutachten für Teilnehmende. 2025 ist das Glaubens-, Kultur- und Musikfestival ein ganzes Stück weiter – und macht vom 30. April bis 4. Mai Nachhaltigkeit sowohl auf den Bühnen als auch hinter den Kulissen erlebbar.

Großveranstaltung und Nachhaltigkeit, diese beiden Themen lassen sich nicht so einfach unter einen Hut bringen. Auf der einen Seite lädt der Kirchentag alle zwei Jahre viele tausende Menschen in eine wechselnde Stadt ein, um fünf Tage lang den Glauben zu feiern, gemeinsam zu diskutieren und etwas zu bewegen. Auf der anderen Seite will der Kirchentag möglichst umweltfreundlich sein und neue Impulse in der Veranstaltungsbranche setzen. Dafür braucht es ein gutes Umweltmanagement bei der Organisation.



Nachhaltigkeit im Programm

Kirchentag ist Plattform, Begegnung und Austausch. Hier spricht die Klimaaktivistin Luisa Neubauer mit dem Bundesverband der Deutschen Industrie und dem Potsdamer Institut für Klimafolgenforschung darüber, ob der technische Fortschritt das Klima retten kann. Beim Podium „Planetary Health Diet“ steht die Frage im Raum, wie sich die Interessen der Landwirt*innen mit Umweltschutz zu einer zukunftsfähigen Landwirtschaft vereinen lassen. Und für ein Hauptpodium – „Nach uns die Sintflut? Nicht mit uns!“ – kommt die internationale Klimaaktivistin Adenike Titilope Oladosu aus Nigeria nach Hannover, um über globale Klimafolgen und Klimagerechtigkeit zu diskutieren.



Verpflegung in Bio-Qualität

Der Kirchentag möchte nicht nur über Nachhaltigkeit reden und diskutieren, sondern sie auch erlebbar machen. Zum Beispiel bei der Verpflegung der Besuchenden. So wird das Frühstück der rund 11.000 Teilnehmenden in den Gemeinschaftsquartieren sowie die Verpflegung der rund 5.000 Helfenden in Bio-Qualität sein. Beim Frühstück kommen Produkte wie Kaffee, Tee und Zucker von der GEPA zum Einsatz. Auf dem Messegelände bietet das Messe-Catering den Teilnehmenden eine öko-faire Verpflegung an und alle Verpflegungsstände haben einen hohen Anteil an veganen, vegetarischen sowie regionalen Produkten auf der Karte.

Gläsernes Restaurant

Ein besonderes Projekt auf dem Kirchentag ist das Gläserne Restaurant. Hier wird seit 1987 eindrucksvoll gezeigt, dass Bio-Qualität auch in Großküchen funktioniert. Das vom Bundesprogramm Ökologischer Landbau geförderte Pop-up-Restaurant soll die regionale Wertschöpfung für Bio-Produkte zeigen und erlebbar machen. Die eingekauften Zutaten sind ausschließlich saisonal, regional, ökologisch und fair und werden möglichst ressourcenschonend zubereitet. Ihren Restaurant-Besuch können die Besuchenden anschließend bei einer Tasse Kaffee oder Tee im GEPA-Café nebenan ausklingen lassen.

Gastbeitrag des Kirchentages

Die GEPA auf dem Kirchentag:

Gute Gespräche und fairen Kaffee gibt es am **GEPA Stand 6-D03** auf dem Markt der Möglichkeiten.

Wir feiern mit Euch 50 Jahre GEPA - Taste a fair world!

SCHOKI FÜRS KLIMA – WELTLADENTAG 2025 SETZT ZEICHEN FÜR FAIRE PREISE IM KAKAOSEKTOR

Am 10. Mai 2025 feiern Weltläden in Deutschland den 30. Weltladentag unter dem Motto „Schoki fürs Klima? Kauf ich euch ab!“. Der Aktionstag der Weltläden lenkt die Aufmerksamkeit auf eine alarmierende Herausforderung: den Kakaoanbau, der weltweit durch den Klimawandel massiv unter Druck steht. Am Weltladentag zeigen hunderte engagierte Weltläden, wie Fairer Handel den Unterschied machen kann – für das Klima und Kakaobäuer*innen weltweit.



Kampagnen-Motiv und Materialien

Anerkannte Lieferanten der Weltläden gehen mit gutem Beispiel voran: Sie garantieren Kakaobäuer*innen faire Preise und unterstützen sie in der Umstellung auf nachhaltige Anbaumethoden.

Weltläden in ganz Deutschland machen am Weltladentag 2025 mit vielseitigen Aktionen darauf aufmerksam, dass Schokolade aus Fairm Handel einen Unterschied macht. Und sie fordern weitere Schokoladenhersteller dazu auf, Kakaobäuer*innen faire Preise zu zahlen.



Kakaoanbau unter Druck

Dürreperioden, heftige Unwetter und Pilzbefall durch extreme Feuchtigkeit haben in den letzten Jahren große Teile der Kakaoernte zerstört – besonders in Westafrika, der Hauptanbauregion für Kakao. Côte d'Ivoire und Ghana, die zusammen mehr als 60 % des weltweiten Kakaos liefern, kämpfen mit drastischen Ernterückgängen. Für viele Bäuerinnen und Bauern bedeutet dies: weniger Ertrag und kaum Aussicht, von den gestiegenen Weltmarktpreisen zu profitieren.

Noch düsterer sind die Prognosen: Innerhalb der nächsten 30 Jahre könnten weite Teile der Kakaoregionen durch klimatische Veränderungen unbrauchbar werden. Besonders schwer trifft es kleine Familienbetriebe, die nicht über die Mittel verfügen, um auf alternative Anbaumethoden oder andere Produkte umzusteigen.

Faire Preise – der Schlüssel zur Veränderung

Ein gerechter Kakaoanbau braucht faire Preise, die den Kakaobäuer*innen unabhängig vom Weltmarkt ein sicheres Einkommen garantieren. Dazu braucht es langfristige Partnerschaften zwischen Handel und lokalen Kakao-Kooperativen, die Stabilität und Vertrauen schaffen.



Teil der Kampagne werden

Wollt auch Ihr als Weltladen ein starkes Zeichen für den Fairen Handel im Kakaosektor setzen? Dann lasst Euch inspirieren: Auf www.weltladen.de/weltladentag und im Begleitheft zum Weltladentag 2025 findet Ihr viele spannende Hintergrundinformationen und kreative Aktionsideen. Mit diesen könnt Ihr ganz leicht das Gespräch mit Kund*innen und Passant*innen anregen und das Thema lebendig gestalten.

Neben dem Begleitheft stehen Euch noch weitere nützliche Materialien wie Kampagnenplakate und Infokarten zur Verfügung. Einfach unter www.weltladen.de/kampagnenmaterialien bestellen und mitmachen!

Gastbeitrag des Weltladen-Dachverbandes

