

GAKTUELL

Ausgabe 2/20 – August 2020

Lebensmittel

Neu: Klimaschokolade #Choco4Change 2



Neu: Weiße Schokoladen mit Tee 4

Neuer Kakaopartner gebana Togo 5

Jubiläum: 20 Jahre GEPA Bio-Schokolade 6

Bäume pflanzen bei ACPCU in Uganda 8

Fragen zu den neuen GEPA Kaffeekapseln 10

Aktuelles Orgánico Sortiment 11

Neu: Drei Teemischungen 12

Neu: Kilopack Darjeeling Tee 13

30 Jahre Zusammenarbeit Naturland und TPI 14

Handwerk



Neu: Plastikfreie Produkte

für Küche, Bad und Einkauf 16

Handwerksverpackungen ohne Plastik 17

»Safe Passage Bags« von Geflüchteten 18

Neue Modelle Bio-BW Pyjamas und Socken .. 19

Hintergrund

Kooperation zw. GLOBO und GEPA

beim Handwerk 20

GEPA Kaffee für kirchliche Einrichtungen 22

Corona bei den Handelspartnern 24

Umstellung auf Bio-Kakao-Anbau scheitert ... 25

Verkaufen

Kreativ durch die Krise: Neue Ideen von WL .. 26

Umsatzsteuer für WL in Kirchengemeinden ... 28

Neue Verkaufs- und Werbematerialien 29

Beispielhaft

Aus der Praxis: Versicherungen für Weltläden 30

Das Rezept

Charlotte backt 32



#Choco4Change – Die echte, faire Klimaschokolade

Du. Wir. Alle können etwas tun – für positive Veränderungen auf unserer Welt. Auch diese faire Bio-Schokolade. Stück für Stück unterstützt sie unsere Partner beim Klimaschutz. Danke, dass du mitmachst!

Unsere neue #Choco4Change ist die einzigartige, echte Klimaschokolade, die alles zusammenbringt, was Ihnen und Ihren Kunden und Kundinnen wichtig ist – hier kann jeder und jede mitmachen und direkt zum Klimaschutz beitragen: Von den zwei Euro UVP fließen 20 Cent in Klimaprojekte bei unseren Handelspartnern in Tansania und auf São Tomé. Die Schokolade selbst ist natürlich fair gehandelt und gleichzeitig bio: Fairer Handel in Süd und Nord sowie Bio-Anbau schützen Mensch & Natur – und letztendlich die Zukunft für uns alle.

EINE TAFEL KANN VIEL BEWIRKEN!

#Choco4Change auf einen Blick:

- 20 Cent für Klimaprojekte
- 100% faire Zutaten: Kakao, Zucker, faire Milch
- 100% bio
- 100% transparent
- 0% ausbeuterische Kinderarbeit
- 0% Alufolie
- 0% Soja-Lezithin
- Innenwickel kompostierbar

»Dein Beitrag« – 20 Cent für Klimaschutzprojekte

Der Klimawandel trifft vor allem die Kleinbauern in Ländern des Südens. Fairer Handel und Bio-Anbau sind an sich schon besser fürs Klima – wer sich für die #Choco4Change entscheidet, unterstützt sie noch zusätzlich dabei, die Herausforderungen zu meistern.

Und so verwenden unsere Partner in Sao Tomé und Tansania den Klimaschutzbeitrag der #Choco4Change:



Aufforstungsprojekt São Tomé

fruchtbaren Humus, der das Regenwasser besser speichert. Solche Projekte bereiten den Boden für die Zukunft und bewahren die Artenvielfalt.

Je Tafel fließen 6 Cent in das Aufforstungsprojekt – wenn wir 100.000 Tafeln verkaufen, kommen 6.000 Euro dafür zusammen. So können dort potenziell bis zu 8.500 Bäume gepflanzt werden. In jedem Fall nutzt CECAQ-11 diesen Beitrag für Setzlinge und Pflege.



Wie nah wir dem gemeinsamen Ziel gekommen sind, zeigt der animierte Baumzähler auf www.gepa.de/choco4change



Ofenprojekt Tansania

KCU engagiert sich fürs Klima

Viele Familien in Tansania kochen mit Holz auf offenen Feuerstellen. Damit gehen nicht nur Waldrodung und starke Rauchemissionen einher, die gesundheitsschädlich sind, sondern auch ein großer Teil des Einkommens muss für den Kauf von Holzkohle ausgegeben werden. Mit energieeffizienten Öfen will die Kagera Cooperative Union (KCU) Emissionen und Abholzung reduzieren.

Die Öfen werden lokal von kleinbäuerlichen Gemeinschaften selbst hergestellt.



Für das Ofenprojekt arbeiten wir mit der Klima-Kollekte zusammen. Dem kirchlichen CO₂-Kompensationsfonds gehören u.a. die GEPA-Gesellschaft MISEREOR, Brot für die Welt und das Kindermissionswerk »Die Sternsinger« an. Mehr dazu auf www.klima-kollekte.de



Mitglieder von KCU stellen die neuen, effizienteren Öfen selbst her.

Foto: KCU



Beim Kochen entsteht weniger Rauch, das ist besser für Gesundheit und Klima.

Foto: KCU



Foto: KCU

Sortieren des Kakaos bei CECAQ-11

Das bringen die neuen Öfen:

- sparen 20 % Energie
- weniger Rauch, weniger Asche
- besser für die Gesundheit
- mehr Zeit und Geld für die Familien statt für die Beschaffung von Brennholz oder den Kauf von Holzkohle
- Alternativen zu Holz einsetzbar, z. B. Pflanzenteile wie die Blätter von Maiskolben – das schützt den Wald und damit das Klima

Je Tafel fließen 14 Cent in das Ofenprojekt in Tansania. Wenn wir 100.000 Tafeln verkauft haben, kommen dafür also 14.000 Euro zusammen – davon können 400 Öfen finanziert werden und die würden zusammengenommen im Jahr 610 Tonnen CO₂ einsparen. Josephat Sylvand, Exportmanager von KCU: »Das Projekt fördert einerseits Maßnahmen zur Anpassung und Eindämmung des Klimawandels – ein brennendes globales Problem. Die Öfen selbst bieten beim Kochen viele Vorteile, sparen CO₂ und fördern unter anderem Gender-Gerechtigkeit. In Zukunft kann das Projekt eine weitere Einkommensquelle für unsere Mitglieder sein, die die Öfen herstellen. Außerdem ist es ein Zeichen für die gute Zusammenarbeit mit der GEPA.«

Sag' es deinen Freunden für noch mehr Wirkung

Wenn du die **#CHOCO4CHANGE** genießt, weißt du, dass die Bauern fair bezahlt werden, der Anbau nachhaltig ist und dazu noch 20 Cent in Klimaprojekte fließen. Sag' das gerne auch allen deinen Freunden – oder schenke ihnen doch gleich eine **#CHOCO4CHANGE**: Wenn wir 100.000 Tafeln verkauft haben, können auf São Tomé bis zu 8.500 Bäume gepflanzt und in Tansania 400 neue Öfen finanziert werden. So wird CO₂ eingespart und aus der Luft gebunden. Lass uns gemeinsam loslegen: Je mehr mitmachen, desto besser!

100 % Fair Trade

Wie kann man besser die Welt verändern, als mit einem leckeren Stück Schokolade? Das haben wir uns auch gedacht und vor 20 Jahren die erste faire Bio-Schokolade überhaupt auf den Markt gebracht. Die haben wir 2014 sogar noch fairer gemacht, genauer gesagt: rundum fair in Süd und Nord mit fair gehandelter Bio-Alpenmilch. Dass wir unsere Handelspartner kennen und draufsteht, was drin ist, ist für uns selbstverständlich. An der Verpackung haben wir gefeilt und gefeilt – inzwischen ist der Innenwickel kompostierbar.

Fair Trade und Bio-Anbau schützen das Klima auf vielfältige Weise. Dass wir mit unseren Produkten darüber hinaus noch stärker zum Klimaschutz beitragen wollen, war für uns der nächste logische Schritt.

So geht deine Rechnung auf beim Schokoladenkauf:



Auf der Innenseite der #Choco4Change ist gleich eine gestaltete Musterkalkulation in Kurzform zu finden. Die komplette Musterkalkulation zum Download gibt's auf: www.gepa.de/choco4change

GEPA-Schokolade – das sind die fairen Pluspunkte:

Die #Choco4Change ist eine leckere GEPA-Vollmilchschokolade mit 37 % Kakaoanteil – wie alle unsere Schokoladen gelten auch hier unsere Pluspunkte:

Besonderheiten auf einen Blick:

- **transparente Lieferkette:** Von der Bohne bis zur Tafel fair
- **kein Mengenausgleich:** Wir lassen die fairen Rohwaren getrennt von anderen verarbeiten
- **reine Kakaobutter, keine Fremdfette**
- **ohne Emulgatoren** wie Soja-Lezithin
- **keine Gentechnik**
- **kompostierbare Innenfolie** aus nachwachsenden Rohstoffen
- **Wir investieren Gewinne wieder in den Fairen Handel**
- **100 % faire Zutaten**
- **faire Bio-Milch** aus Deutschland

Rundum fair mit fairer Milch

Alle GEPA-Milchschokoladen enthalten die faire Bio-Alpenmilch der Milchwerke Berchtesgadener Land, zertifiziert von Naturland Fair. Das bedeutet, dass auch die Milchbauern faire Preise für ihre Arbeit erhalten und trägt dazu bei, ökologische Landwirtschaft hier bei uns in Deutschland zu fördern und zu erhalten.

Besser verpackt: Von außen und von innen

Von außen: Auf der #Choco4Change steht die Südhalbkugel im Fokus. Meistens sehen wir hier in Europa Weltkarten, bei denen Europa in der Mitte liegt – der Süden gerät oft aus dem Blick, wortwörtlich. Das wollen wir ändern – auch durch Design. Von innen: Die Innenfolie der #Choco4Change ist kompostierbar. Alle Infos, auch zur Entsorgung: www.gepa.de/schokofolie

#Choco4Change – alles was dir wichtig ist, in einer Tafel Schokolade. Sei dabei und verändere mit uns die Welt, Stück für Stück.

Alle Infos zur #Choco4Change, den animierten Baumzähler, Musterkalkulation, Fotos und bald Videos gibt es auf www.gepa.de/choco4change



Passende Materialien zum Kampagnenprodukt stehen auf Seite 29 »Neue Verkaufs- und Werbematerialien«.

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP /Stück	Inhalt je Karton	
895180212	#Choco4Change	100 g	2,00 €	10 St	

Schokola-Tee: ungewöhnlich lecker!

Die Experimentierfreudigkeit unserer Schokoladen-Kreatore bringt mitunter ungewöhnliche Ergebnisse hervor. So auch hier: Eine Kombination von weißer Schokolade mit Tee mutet vielleicht für den einen oder anderen seltsam an. Aber die beiden neuen Schokoladen sehen nicht nur klasse aus, sie schmecken auch toll!

Die zwei weißen Schokoladensorten enthalten, Kakao, Zucker und Tee von GEPA Handelspartnern, der Kakao für die beiden Sorten stammt aus São Tomé und der Dominikanischen Republik. Und in beiden finden Sie Tee – natürlich aus Fairem Handel!

Grand Chocolat Matcha Blanc: Eine feinherbe weiße Schokolade veredelt mit aromatischem grünen Matcha Tee – eine extravagante Schokolade in einem zarten Grünton.

Grand Chocolat Earl Grey Blanc: Eine herbfrische weiße Schokolade verbindet sich mit der Eleganz unseres Earl Grey Tees – optisch und geschmacklich ein Hochgenuss.



Besonderheiten auf einen Blick:

- Kakaomasse aus Bohnen aus São Tomé und der Dominikanischen Republik
- ohne Emulgatoren, dafür schonendes und sorgfältiges Conchieren der Schokoladenmasse
- Direktimport der hochwertigen Zutaten und Unterstützung mehrerer Handelspartner
- Ausgefallene Rezepturen mit Matcha bzw. Earl Grey Tee
- Innenwickel kompostierbar

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP /Stück	Inhalt je Karton	
8961874	Bio Weiße Matcha Schokolade	80 g	2,44 € (ab 1.1.21 2,49 €)	10 St.	
8961875	Bio Weiße Earl Grey Schokolade	80 g	2,44 € (ab 1.1.21 2,49 €)	10 St.	



Neuer Kakaopartner aus Afrika: gebana Togo

Togo ist ein Kleinstaat in Westafrika, zwischen Ghana im Westen, Benin im Osten und Burkina Faso im Norden gelegen. In Togo leben noch immer knapp 50 Prozent der Bevölkerung in extremer Armut. In der Hauptstadt Lomé befindet sich das Büro unseres neuen Kakao-Handelspartners gebana Togo. Es ist eine Tochterfirma der Schweizer Firma gebana AG, vielen vielleicht ein Begriff als Anbieter von fair gehandeltem Frischobst. Für ihren hochwertigen Bio-Kakao hat gebana Togo einen zusätzlichen Absatzmarkt in Europa gesucht.

gebana Togo hat zurzeit 39 Angestellte und beschäftigt zusätzlich 32 Saisonarbeitskräfte, die den Bio-Kakao u. a. exportfertig machen. Zuvor wurde der Bio-Kakao von den rund 1.100 Bauern vor Ort fermentiert und getrocknet. In den Räumen der Kooperativen durchläuft der Bio-Kakao strenge Qualitätskontrollen, wird gesiebt und hauptsächlich von Frauen händisch sortiert.

Die gebana-Mitarbeiter beraten die Bauern u. a. beim Bio-Anbau: gebana Togo arbeitet zurzeit mit zwei Kakao-Kooperativen zusammen, Scoops Procab in Kpalimé und Scoops IKPA in Badou. Die Kakaoanbauregionen liegen nahe der Grenze zu Ghana. Von den Mitgliedsfarmen dieser beiden Kooperativen sind zurzeit rund 60 Prozent bereits bio-zertifiziert und rund 40 Prozent noch in Umstellung auf Bio-Anbau.

Die durchschnittliche Größe einer Farm beträgt ca. 1,5 Hektar. Davon ist etwa die Hälfte der Fläche mit Kakaobäumen bepflanzt, die andere Hälfte u. a. mit Kochbananen, Casava und Mais für den eigenen Bedarf. Das Land haben die Bauern meist gepachtet. gebana Togo hat bereits 138.000 Kakaobäume an die Kakaobauern verschenkt. Das Pflanzen dieser Bäume schützt den Boden vor Erosion bei Regen.



Das nicht ganz vollständige Team von gebana Togo im Büro mit GEPA-Einkaufsmanagerin Silvia Kurte.



Mitglieder von Scoops Procab vor dem Genossenschaftsgebäude.

Die GEPA-Bildungsreferentin Martina Beck ist beeindruckt von ihrem Besuch bei Scoops IKPA im vergangenen Jahr: »IKPA bedeutet so viel wie »starke Gemeinschaft« und das ist hier spürbar. Diese Genossenschaft will wachsen und »kein Kind bleiben«, sagt uns die Sekretärin Yietouine Enyakpo. Vom Bio-Anbau sind hier alle überzeugt – die Bauern berichten, dass die Gesundheit der Menschen sich seither spürbar verbessert habe. Sie sind überzeugt, dass sie künftig auch das Ertragsvolumen noch deutlich steigern können. Die Fairtrade-Prämie setzen sie u. a. ein für Schulgebühren, Schreibutensilien, Schulbücher- und -möbel sowie neue Kakaopflanzen. Die Bauern sind froh über die Unterstützung von gebana-Togo z. B. bei der Bio-Umstellung.« Die Kakaobohnen des Handelspartners sind Bestandteil des GEPA Kakao-Blends für unterschiedliche Bio-Schokoladen.

Mehr über diesen Partner finden Sie unter www.gepa.de, sowohl in einem Reisebericht von Martina Beck als auch in einer Handelspartner-Information.



Trocknung KEKELI
Die Kakaobohnen werden für ca. sieben Tage an der Sonne getrocknet.



Selektion KEKELI
Danach geht's weiter zur händischen Auslese und Qualitätskontrolle.

20 Jahre GEPA Bio-Schokolade und transparente Lieferkette



Fair gehandelte Schokolade gibt es erst seit rund 30 Jahren in Deutschland. Das weiterverarbeitete und in Europa hergestellte Produkt war am Anfang bei Weltläden und Aktionsgruppen sehr umstritten: Vom gesundheitlichen Aspekt über den Verpackungsaufwand bis zur Frage der Verarbeitung hier, statt bei den Handelspartnern, reichten die kritischen Einwände. Aber der Geschmack und die Chance für Handelspartner, mehr Kakao und Zucker zu verkaufen, überzeugte Kunden und Kundinnen schnell. Auch die Handelsausweitung auf die Supermärkte hat zum Erfolg der fairen Schokolade beigetragen.

Heute ist Schokolade nach Kaffee die umsatzstärkste Warengruppe im GEPA Sortiment. Neben den Tafelschokoladen tragen auch die Schokoriegel und Saisonprodukte wie Osterhasen und Nikoläuse zum Erfolg bei.

GEPA AKTUELL hat Hildegard Fuchs, Abteilungsleiterin Sortiment und Schokoladen-Fachfrau der GEPA, aus Anlass des Schokoladen-Jubiläums interviewt.

Die Geschichte der GEPA Schokolade ist eng mit deiner beruflichen Biografie verbunden. Wie bist du zur GEPA und zur Schokolade gekommen?

Nach Banklehre, Leben und Arbeiten auf einem Demeter Bio-Bauernhof und BWL-Studium, war ich auf der Suche nach einem Arbeitgeber mit ethischem Hintergrund. Anfang der neunziger Jahre begann in Deutschland die Phase der wirtschaftlichen Ausrichtung des Bio-Handels. Ich hatte die Chance, 1991 bei der GEPA als Vertriebsassistentin für Lebensmittel anzufangen, meine Aufgabe war der Aufbau des Vertriebs im Bio-Bereich. Einige Jahre später wurde in der GEPA die Abteilung »Produktmanagement für weiterverarbeitete Lebensmittel« geschaffen, in der ich seit 1997 arbeitete. Das erste GEPA-Mischprodukt, hergestellt aus Zutaten von unterschiedlichen Handelspartnern, war die Schokolade. Andere Produkte wie z. B. Bonbons, Fruchtriegel und Kekse folgten. Im Jahr 2000 übernahm ich die noch kleine Abteilung als Produktmanagerin und seit 2017 bin ich Leiterin der Abteilung Sortiment, die Lebensmittel und Handwerk umfasst. Ich habe ein junges Team von fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – aber um das Schokoladen-Sortiment kümmere ich mich immer noch selbst.

Wie fing es denn mit der Schokolade damals bei der GEPA an? Seit wann gibt es eine eigene GEPA-Schokolade und ab wann kamen »Bio« und »Rückverfolgbarkeit« als weitere Qualitätsmerkmale hinzu?

Es fing mit der »Mascabo«-Schokolade an, die wir von 1991 bis 1999 über die Schweizer Fair Handels-Organisation OS3 (heute claro) bezogen. Die in der Schweiz produzierte Schokolade war sehr lecker, aber auch teuer im Einkauf und die Belieferung der GEPA erfolgte nicht so flexibel wie gewünscht. Ziel der Handelsausweitung war es, mehr Absatzmöglichkeiten für die Rohwaren der Handelspartner zu schaffen. Für die Supermärkte war Schokolade, neben Kaffee, als zweite Produktgruppe geplant. Zu dieser Zeit entstand der Kontakt zur Firma Weinrich, einem inhabergeführten, mittelständischen Unternehmen mit Sitz in Herford, mit dem die GEPA bis heute zusammenarbeitet. Ab 1997 wurde dort die erste eigene, aber noch konventionelle GEPA-Schokolade produziert: vier Sorten, von denen drei bis heute im Sortiment sind: Vollmilch 33 %, Zarte Bitter 70 % und Noisette.

Ab 1999 stellte die Firma Weinrich auch auf Wunsch der GEPA auf Bio-Produktion um. Im Jahr 2000, also vor 20 Jahren, wurde dann das »Fairena« Bio-Schokoladen-Sortiment mit eigenen Rezepturen und einem neuen Verpackungsdesign eingeführt. Es hatte eine weitere Produktqualität: eine eigene transparente Lieferkette für alle verwendeten Zutaten! Der Auslöser für diese Neuerung bei der GEPA war eine kritische Berichterstattung über TransFair und einen Kakaoproduzenten in Ghana, dessen Kakao damals auch in der GEPA-Schokolade enthalten war.



GEPA-Schokoladenlinie »Fairena«

Dann gibt es ja dieses Jahr zwei Gründe zum Feiern: 20 Jahre GEPA Bio-Schokoladen und 20 Jahre physische Rückverfolgbarkeit der Produktbestandteile bis zu den jeweiligen GEPA-Handelspartnern. Waren die Schokoladen damals denn direkt ein voller Erfolg?

Oh nein! Die »Fairena«-Schokoladen enthielten als Zucker den Mascobado, unseren Vollrohrzucker von den Philippinen. Zum einen war die Verarbeitung des Zuckers für unseren Hersteller Weinrich schwierig und die ersten Schokoladen waren »grießig«. Das heißt wegen der unterschiedlich großen Zuckerkrystalle war das Mundgefühl der Schokolade sehr körnig. Und zum anderen war der Geschmack der Vollmilch-Schokoladen für viele ungewohnt, da für die meisten Schokoladen weißer Zucker verwendet wird, und der braune Mascobado-Zucker eine ausgeprägte Karamellnote hat. Aber die Firma Weinrich ist ein ambitionierter und experimentierfreudiger Partner und so sind wir an den Problemen gemeinsam gewachsen. Heute ist Weinrich ein großer Hersteller von Bio-Schokoladen, mit dem die GEPA jedes Jahr neue ausgefallene Rezepturen für leckere Schokoladen, wie z. B. Cardamom, Fleur de Sel oder Garam Masala, entwickelt. Das GEPA Schokoladen-Sortiment ist inzwischen auf 45 Sorten Tafelschokolade angewachsen, so dass sich für jeden Geschmack eine Sorte finden lässt.

Auch was die Verpackungen betrifft gab es immer wieder Innovationen: Die ersten Innenwickel waren noch aus Alufolie. Mit Einführung der Bio-Schokoladen wurden dann OPP-Folien eingesetzt, die recyclingfähig waren. Seit 2011 wird, nach einer langen Testphase, eine überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellte, natureflex© Folie verwendet. Sie schützt die Qualität der Schokolade noch besser und ist sogar kompostierbar.

Gab es noch andere Neuerungen bei der Schokolade im Lauf der vergangenen zwei Jahrzehnte?

Neben vielen neuen Schokoladen-Sorten war 2011 die Umstellung einiger Sorten auf Flachtafeln ein wichtiger Schritt. Das ist nicht nur eine Frage der Optik, sondern hat auch Einfluss auf das Mundgefühl und den Geschmack der Schokolade, vor allem bei den Noir Schokoladen mit hohem Kakaoanteil.

Dann entstand bei uns die Idee zu einer 100 % fairen Vollmilch-Schokolade. Seit 2014 kooperiert GEPA deshalb mit der Genossenschaft Berchtesgadener Land, einem Zusammenschluss von Milchbauern. Die Genossenschaft liefert das »Naturland Fair«-zertifizierte Vollmilchpulver für die GEPA-Schokoladen. GEPA war der erste Anbieter einer Vollmilch-Schokolade, bei der alle Zutaten fair gehandelt sind. Aus diesem Anlass gab es auch wieder ein neues Verpackungsdesign für die Schokoladen.

Ebenfalls seit 2014 bietet die GEPA auch vegane Schokoladen an, zuerst zwei Sorten, inzwischen vier Sorten als Flachtafeln. Die Nachfrage nach veganen Produkten steigt, allerdings zögern viele Weltläden noch vegane Schokoladen ins Sortiment zu nehmen. Dabei sind die veganen Schokoladen auch eine Alternative für Menschen mit Laktose-Intoleranz, die keine Bitterschokoladen mögen.

Fortlaufend ausgebaut wurde das Sortiment der dunklen Schokoladen, die im Trend liegen: Die Zartbitter- und Bitter-Sorten gibt es mit einem Kakaoanteil von 55 %, 60 %, 70 % und 85 %. Und mit dem Spitzen-Kakao aus São Tomé gibt es seit 2014 sogar eine Schokolade mit einem Kakaoanteil von 95 %!

Ende 2017 wurden dann die Schokoladen des Afrikasortiments eingeführt: Aktuell sind es fünf Sorten, für die der Kakao aus São Tomé verwendet wird. Diese Schokoladen sind in ein Sortiment afrikanischer Produkte eingebunden (Anmerkung: zurzeit sind das Kaffee, Schokolade, Trinkschokolade und Tee). Das Sortiment ist nur über den Biohandel und Fachgeschäfte wie Weltläden erhältlich, die Produkte werden bewusst nicht über Supermärkte vertrieben. Das Afrikasortiment ist ein exklusives und hochwertiges Sortiment mit einem eigenen Verpackungsdesign und hat eine politische Botschaft.

Im September 2020 führen wir die neue Klimaschokolade »#Choco4Change« ein, eine Vollmilch-Schokolade mit eigenem Design in Kooperation mit der Klimakollekte. Bei diesem Kampagnenprodukt fließt ein Beitrag von 20 Cent pro Tafel in Klimaschutzprojekte bei zwei afrikanischen Handelspartnern der GEPA. (Anmerkung: Mehr Infos dazu finden Sie in dieser Ausgabe auf den Seiten 2 bis 4).

Bei so vielen leckeren Produkten wundert es nicht, dass vielen Menschen heute beim Stichwort GEPA als erstes die Schokolade einfällt! Aber neben Geschmack und Qualität spielt auch die Glaubwürdigkeit des Produkts eine wichtige Rolle: Was bedeutet die transparente Lieferkette für die Produzenten und für die Konsumenten?

Ein faires Produkt sollte immer auch ein transparentes sein: Wir nennen die Handelspartner, von denen die Zutaten für Mischprodukte wie Schokolade stammen. Wichtig ist auch: Unsere Produkte werden ohne den sogenannten Mengenausgleich (siehe Kasten) hergestellt. Bei uns steht immer drauf was drin ist, und wir können den Weg von der Schokoladentafel bis zur Kakaobohne zurückverfolgen!

Wir kaufen selbst die Rohwaren und teilweise auch die Halbfabrikate wie Kakaobutter direkt bei unseren Handelspartnern ein. Dieser Direktbezug ist bis heute, auch bei fair gehandelten Schokoladen, eher die Ausnahme. Unsere Schokoladen haben ein Gesicht: Bei jedem einzelnen Artikel lässt sich an Hand der verarbeiteten Chargen zurückverfolgen, von welchem Handelspartner etwa Kakaobohnen, Kakaobutter, Kakaopulver und Rohrzucker stammen.

Diese vollständige Rückverfolgbarkeit bedeutet für die GEPA und den Hersteller mehr Aufwand. So müssen die Rohwaren getrennt gelagert und in eigens für die GEPA entwickelten Rezepturen verarbeitet werden, was sich auch auf den Preis des Produkts auswirkt. Aber es ist auch eine Produktqualität, die unsere Kunden und Kundinnen zu schätzen wissen und sie macht die Produzenten und Produzentinnen sichtbar: sei es durch ein Foto, einen QR-Code oder die Benennung der Kooperative. Das ist uns und unseren Partnern sehr wichtig!

Noch eine persönliche Frage zum Schluss: Wie ist es, wenn man beruflich so viel Schokolade essen muss?

(Lacht) Meistens Klasse, weil ich Schokolade liebe – aber manchmal komme ich auch an meine Grenzen.

Schaubild »Physische Rückverfolgbarkeit«:

www.fairtrade.de/cms/media/pdf/was_ist_fairer_handel/gepa_infoblatt_physischerueckverfolgbarkeit_12-15_web.pdf



Hildegard Fuchs, Leiterin Abt. Sortiment, präsentiert die Klimaschokolade

Mengenausgleich

Mit diesem Begriff bezeichnet man die Möglichkeit, im Bedarfsfall die tatsächlich fair gehandelten Bestandteile durch andere, nicht fair gehandelte zu ersetzen, wenn dafür an anderer Stelle der umgekehrte Austausch erfolgt. Der Gedanke dabei: So wird letztlich genau die gleiche Summe an Zutaten fair gehandelt, die Hersteller sind aber flexibler in der Zusammenstellung ihrer Produkte. Die GEPA lehnt Mengenausgleich als Methode ab, weil die Zusicherung, dass das Produkt, das die Kundinnen und Kunden in der Hand halten, wirklich fair gehandelt ist, für uns elementare Bedeutung hat. Zudem haben wir als Fair Handels Organisation kein Produkt, in dem nicht fair gehandelter Kakao verwendet würde ...



Kapseln fürs Klima: ein Besuch bei ACPCU in Uganda

Es herrscht feuchte Tropenhitze in den Bergen von Bushenyi im Westen Ugandas Anfang März diesen Jahres, als sich eine Frau und drei Männer aus Deutschland auf den Weg machen. Franziska Bringe (GEPA-Einkaufsmanagerin Kaffee) und Peter Schaumberger (GEPA-Geschäftsführer Marke & Vertrieb) wollen gemeinsam mit dem GEPA-Aufsichtsratsvorsitzenden Michael Kaufung von MISEREOR und GEPA-Aufsichtsratsmitglied Torsten Müller von Brot für die Welt den langjährigen GEPA-Handelspartner ACPCU besuchen und die Arbeit der GEPA in Afrika kennenlernen.

Auf dem Weg zur Bäuerin Kamateka Edurayi, Mitglied bei ACPCU, fängt es immer mal wieder an zu regnen – gut für die kommende Kaffeeernte. In den vergangenen Monaten war allerdings eher das Gegenteil ein Problem: Zuviel Regen ist genauso eine Gefahr wie zu wenig. Der Klimawandel macht auch vor den Bergen von Bushenyi nicht halt, das spürt auch Bäuerin Kamateka. Sie setzt mehr und mehr auf Bio-Anbau und verkauft ihre Bohnen an ACPCU.



Michael Kaufung, Torsten Müller und Dr. Peter Schaumberger beim Vorbereiten des Pflanzens



Gruppenbild mit Damen

Wir zuckeln im Auto über die Felder, hinten im Kofferraum haben wir Baumsetzlinge, die wir der Bäuerin überreichen wollen – nicht nur für unsere PR-Aktion samt Fotos auf den Feldern sondern auch zum echten Pflanzen. Peter Schaumberger, Michael Kaufung und Torsten Müller bereiten sich schon auf ihre Unterstützung beim Einpflanzen vor, die Hacke steht bereit. Zwischen den Kaffeesträuchern stehen Bananenpflanzen, manchmal auch ein paar Bohnen. Neben dem Kaffee hat Bäuerin Kamateka damit ein zusätzliches

Einkommen. Für die Bananen gibt es gutes Geld auf dem lokalen Markt. Zwischen Bananen und Bohnen stehen auch ab und zu ein paar Bäume: Schirmakazien und Afrikanische Kirsche. Wir stehen auf dem Feld und unterhalten uns mit Kamateka, sie hat sich schon seit Wochen auf unseren Besuch gefreut. Stolz zeigt sie ihr Land, spricht von Erfolgen und Herausforderungen. Wir erzählen ihr von unserer neuesten Innovation, den Kaffee kapseln und vor allem von unserem gemeinsamen Vorhaben mit ACPCU: Von jeder verkauften GEPA-Kaffee kapselpackung gehen 10 Cent. in die Anschaffung eines Baumsetzlings für die Mitglieder des Kooperativendachverbands, also auch für Kamateka. Das Pflanzen von Bäumen hat viele positive Effekte, auch für den Kaffee – der kommt nämlich ursprünglich aus den Wäldern Ostafrikas und ist somit an Schatten gewöhnt; zu viel direkte Sonne bedeutet Stress für die Kaffeepflanze. Bäume können den nötigen Schatten spenden, sie können auch die Feuchtigkeit im Boden konservieren,



Drei Männer im Kaffeegarten

Fotos: GEPA - The Fair Trade Company



Kamatega Edurayi und Dr. Peter Schaumberger

sie halten durch ihr Wurzelwerk die Erde förmlich fest und beugen so Erosion vor und zu guter Letzt binden sie CO₂ aus der Atmosphäre und spielen somit sozusagen eine Rolle als Klimaretter.

Kamateka findet das Vorhaben wunderbar und hofft, dass viele Kunden in Deutschland die neuen GEPA-Espresso- und Lungo-Kapseln genießen – vor allem weil in den Espresso-Kapseln auch Bio-Robusta von ACPCU drin ist.

ACPCU unterstützt seine Mitglieder schon lange bei solchen Maßnahmen wie der Aufforstung. Dass die GEPA das jetzt auch gezielt fördert, freut Nicodemus Bamuhangaine, Field Officer bei ACPCU, umso mehr: »Der Klimawandel ist real und betrifft jeden. In der Kaffeeproduktion vergrößert das Pflanzen von Schattenbäumen die Resilienz der Kaffeesträucher gegenüber dem Klimawandel dadurch, dass ein Mikroklima geschaffen wird. Und die Bäume agieren als Kohlenstoffsенке, was eine Maßnahme zur Abschwächung des Klimawandels ist. Lasst uns gemeinsam Bäume pflanzen, um eine nachhaltige und produktive Umwelt zu erhalten.«



Beim Pflanzen

(Anm. der Redaktion: Als »Kohlenstoffsенке« bezeichnet man natürliche Reservoirs, die – in geologischen Zeitmaßstäben betrachtet – vorübergehend CO₂ aufnehmen und speichern)

Endlich wird angepackt: unsere Reisebegleiter aus Deutschland schwingen die Hacke und pflanzen die ersten Setzlinge, symbolisch als Zeichen unseres gemeinsamen Projektes mit ACPCU – bald aber auch als wirkliche Unterstützung: Kapseln fürs Klima, pro verkaufter Kapselpackung Lungo oder Espresso bekommen Kamateka und viele andere Mitglieder von ACPCU einen Baumsetzling: für das Klima, für den Kaffee, für uns alle.



Kaffee kapseln: Fragen und Antworten

Es klingt erst mal ungewöhnlich: fair gehandelter GEPA-Kaffee in Kapseln. Bitte? Stehen wir mit dem Fairen Handel nicht für Nachhaltigkeit auch in ökologischer Hinsicht? Kaffee in Kapseln ist doch nicht umweltfreundlich – oder vielleicht doch? Es lohnt sich auf jeden Fall, genauer hin zu schauen. Wir greifen Ihre Fragen auf und geben Ihnen Antworten. Hier im GEPA AKTUELL und noch ausführlicher auch auf unserer Webseite.

Die gesamte Sammlung an Fragen und Antworten finden Sie hier: www.gepa.de/faircoffeenow/kapsel

Warum führt die GEPA überhaupt Kaffee-Kapseln ein?

Laut Statistik trinken ca. vier Millionen der über 14-Jährigen Deutschen täglich Kaffee aus Kaffee kapseln. Vor der Einführung von fair gehandeltem Kaffee in Kapseln ein großer Markt, der für den Fairen Handel nicht erreichbar war. Das wollten wir ändern. Wir möchten hier die bessere Alternative bieten – durch industriell kompostierbare Kapseln, gefüllt mit Bio-Kaffee aus Fairem Handel. So haben Kleinbauern und Kleinbäuerinnen in Afrika und Lateinamerika zusätzliche Marktchancen und Entwicklungsperspektiven.

Sind Kaffee-Kapseln nicht eine totale Umweltsünde?

Die Aussage ist zu pauschal. Es kommt immer darauf an, woraus die Kapseln bestehen und wie sie hergestellt wurden. Die meisten herkömmlichen Kapseln bestehen aus Aluminium und / oder Kunststoff auf Erdölbasis. Bei den GEPA-Kapseln ist das anders: Sie sind frei von Alu und von Plastik. Denn sie bestehen aus biobasierten Rohstoffen wie Lignin (ein Abfallprodukt aus der Papierindustrie). Sämtliche Stoffe sind biologisch abbaubar und zerfallen zu CO₂, Wasser und Biomasse. Sie sind frei von Gentechnik und Mikroplastik und die Kapseln kommen außerdem ohne zusätzliche Innenfolie aus. Wir sparen also Verpackung. Das ist dann sehr wohl ökonomisch und ökologisch nachhaltig. Die Schachtel ist recycelbar und FSC-zertifiziert.

Wie kann ich die GEPA Kaffee-Kapseln entsorgen?

Biokunststoffe müssen bis heute im Restmüll oder in den gelben Säcken bzw. in der gelben Tonne entsorgt werden, das gilt auch für die GEPA-Kaffee-Kapseln. Diese sind zwar nach DIN EN 13432 industriell kompostierbar, dennoch schreibt die Bioabfallverordnung vor, dass Verpackungen nicht in die Biotonne geworfen werden dürfen. Das Keimling-Zeichen auf der Rückseite drückt aus, dass das Produkt die Anforderungen für industriell kompostierbare und biologisch abbaubare Verpackungen erfüllt.

Aber auch mit der industriellen Kompostierbarkeit werden wir uns nicht dauerhaft zufrieden geben. Deshalb planen wir mittelfristig, auch heimkompostierbare Kaffee kapseln auf den Markt zu bringen.

Warum können die GEPA-Kaffee-Kapseln nicht in der Biotonne entsorgt werden?

Abfallbetriebe sind noch nicht flächendeckend in der Lage, Biokunststoffe von herkömmlichen Kunststoffen zu trennen. Bei zunehmendem Volumen von Biokunststoffen wird sich die Wirtschaftlichkeit des Recyclings möglicherweise positiv entwickeln.

Mehr dazu finden Sie hier:

<https://www.biologischverpacken.de/recycling-entsorgung>

Wie lange braucht die GEPA-Kapsel, um sich zu zersetzen?

Die Kapsel ist innerhalb von sechs Monaten zu mindestens 90 Prozent zersetzt. Bei leicht erhöhter Temperatur sind 90 Prozent innerhalb von drei Monaten zerfallen. Die zersetzten Stoffe enthalten keine giftigen Substanzen, die das Wachstum von Pflanzen beeinträchtigen, sie sind also schadstofffrei.

Was genau heißt CO₂-neutral produziert?

Die Biokapseln werden ausschließlich mit Energie aus Wind, Sonne, Wasserkraft und Biogas produziert. Nicht vermeidbare CO₂-Emissionen werden durch ein Projekt in Brasilien kompensiert, das gleichzeitig den Regenwald und offiziell die Landrechte der Amazonasbewohner schützt.

Mehr dazu:

<https://fpm.climatepartner.com/tracking/13202-1905-1001/de>

Wie profitieren die Handelspartner von der Kapsel?

Es gehört zum Selbstverständnis der GEPA, unseren Partnern möglichst viele Marktöglichkeiten zu eröffnen. Mit der Einführung der Kaffee kapseln verfolgen wir dieses Ziel weiter. Unsere Partner erhalten für den Kaffee rund dreimal so viel wie bei kommerziellem Kapsel-Kaffee. Darin enthalten ist auch eine Prämie von 10 Cent / Packung (à 10 Kapseln) für ein Aufforstungsprojekt unseres Handelspartners ACPCU in Uganda. Siehe Beitrag und Bilder dazu auf Seite 8 und 9.

Hier finden Sie unsere ausführliche Musterkalkulation der Kaffee kapseln zum Download:

https://www.gepa-wug.de/wug/download/200311_GEPA_Musterkalkulation-Organico-Kapseln.pdf



Nochmal Fragen und Antworten – zum Orgánico Sortiment

Seit März 2020 können sich noch mehr Menschen an unserem Klassiker Café Orgánico erfreuen: Wir haben die Orgánico-Familie für alle Maschinen und gängigen Zubereitungsarten erweitert. Für Vollautomaten und Siebträger gibt es jetzt ein vielfältigeres Bohnensortiment und neben Pads bieten wir jetzt auch zwei Kapseln an – selbstverständlich alu- und plastikfrei.

Die Rezepturen unserer Orgánico-Kaffeemischungen sind gleich geblieben und damit auch der Geschmack. Geändert hat sich lediglich das Design der Verpackungen, das unsere Orgánico-Familie als die Marke für nachhaltigen Kaffeegenuss unterstreicht.



Foto: GEPA - The Fair Trade Company / C. Schreier

#FairCoffeeNow – Alle Infos rund um die neue Orgánico-Familie finden Sie in unserem Special: www.gepa.de/faircoffeenow



Warum hat die GEPA das Orgánico-Sortiment überhaupt erweitert?

Wir wollen damit noch mehr Menschen erreichen und reagieren auf veränderte Bedürfnisse und Konsumgewohnheiten. Wie bisher gibt es den Café Orgánico gemahlen für die Filtermaschine; für Vollautomaten und Siebträger wurde das Bohnensortiment erweitert. Neben Pads bieten wir jetzt auch Kapseln an.

Profitieren davon auch die Handelspartner im Süden?

Ja, und zwar gleich dreifach durch:

- neue Märkte, höheres Einkommen, mehr Investitionschancen
- Schulungen zur Qualitätsverbesserung
- Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel (z. B. Aufforstungsprojekte)

Warum hat die GEPA das Design verändert?

Die Orgánico-Linie ist jetzt dem aktuellen GEPA-Design angepasst. Auf der Vorderseite gibt es das Wichtigste auf einen Blick:

- Nachhaltigkeits-Mehrwert der CO₂-neutralen Produktion
 - Qualitäts-Mehrwert »100 % Arabica« beim Bohnenkaffee
 - Fair+ Logo für den besonderen Mehrwert der GEPA-Produkte.
 - Sorte samt Aroma in der Fünfer-Skala von mild bis kräftig
- Klima-Kaffee: Lesen Sie hier, warum Orgánico ein echter »Klima-Kaffee« ist <https://www.gepa.de/index.php?id=1233>

Was ist eigentlich ein »Blend«?

Blending bedeutet das Mischen verschiedener Kaffees, mit dem Ziel, eine einzigartige Rezeptur zu erstellen, die z. B. einen GEPA-Espresso von anderen unterscheidet. Es geht darum, Körper, Säure und Süße des Kaffees in einem ausbalancierten Verhältnis zueinander zu bestimmen. Wie in der Küche gilt auch hier: Die Mischung ist es, die den Geschmack einzigartig werden lässt. Hier lesen Sie mehr über die einzelnen Varianten des Orgánico-Sortiments: <https://www.gepa.de/index.php?id=1238>

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
3050901	Bio Orgánico 250 g, gemahlen	250 g	4,70 € (ab 1.1.21 4,79 €)	6 St.
305090101	Bio Orgánico 250 g, Bohne	250 g	4,70 € (ab 1.1.21 4,79 €)	6 St.
3050902	Orgánico entkoffeiniert 250 g, gemahlen	250 g	5,19 € (ab 1.1.21 5,29 €)	6 St.
8910928	Bio Orgánico Schonkaffee 250 g, gemahlen	250 g	5,19 € (ab 1.1.21 5,29 €)	6 St.
3050921	Bio Orgánico 500 g, gemahlen	500 g	8,82 € (ab 1.1.21 8,99 €)	6 St.
3050903 Neu	Bio Orgánico Crema 500 g, Bohne	500 g	9,80 € (ab 1.1.21 9,99 €)	6 St.
3050904 Neu	Bio Orgánico Espresso 500 g, Bohne	500 g	9,80 € (ab 1.1.21 9,99 €)	6 St.
8960923	Bio Orgánico Crema Pads	18 x 7 g	3,42 € (ab 1.1.21 3,49 €)	6 St.
8960924	Orgánico Schonkaffee Pads	18 x 7 g	3,42 € (ab 1.1.21 3,49 €)	6 St.
3050933 Neu	Bio Orgánico Kapsel Espresso	10 x 5,2 g	3,42 € (ab 1.1.21 3,99 €)	10 St.
3050922 Neu	Bio Orgánico Kapsel Lungo	10 x 5,2 g	3,42 € (ab 1.1.21 3,99 €)	10 St.



Wenn es wieder kühler wird: drei neue Tee-Mischungen bei GEPA

Kräuter-, Früchte- und Gewürztees liegen im Trend, und wenn die Tage wieder kürzer und kühler werden, gibt es nichts Gemütlicheres als eine Tasse Tee. Viel Trinken hilft zudem dabei, gut durch die Erkältungs- und Grippesaison zu kommen.

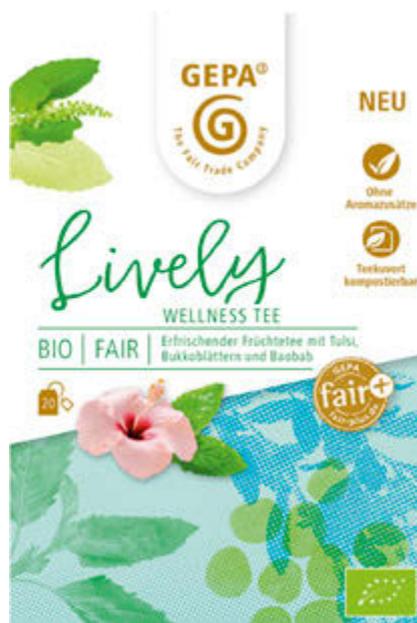
Da kommen doch unsere drei neuen Teemischungen gerade recht:

- Bio Rosmarin Grüntee: eine würzig-milde Kräutertee-Mischung mit grünem Tee von TPI sowie Rosmarin, Zitronenverbene und Blütenblättern
- Bio Lively Wellness Tee: eine erfrischend-fruchtige Früchtetee-Mischung mit Kräutern, die Rezeptur kombiniert exotische Zutaten wie Baobab, Tuli, Bukkoblätter, Hibiskus und Rooibos
- Bio Zimt Cacao Gewürztee: ein würzig-schokoladiger Früchtetee mit Kakao-Nibs und Zimt, wärmend und duftend.

Wenn Sie jetzt neugierig geworden sind: Ab Oktober sind die Tees verfügbar – wir wünschen viel Spaß beim Probieren!

Verkaufsargumente:

- Alle Zutaten 100 % bio & fair
- Außergewöhnliche Rezepturen für Genießer
- Teebeutel mit Aromaschutzfolie für einen intensiven Geschmack
- Mehrwert vor Ort: Unterstützung von Handelspartner aus mehreren Ländern, die den Mehrpreis des Fairen Handels z. B. für Frauenförderung oder die Kreditvergabe nutzen



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
8880946	Bio Rosmarin Grüntee	Teebeutel, 20 x 1,7 g	3,42 € (ab 1.1.21 3,49 €)	5 St.
8880967	Bio Lively Wellness Tee	Teebeutel, 20 x 1,7 g	3,92 € (ab 1.1.21 3,99 €)	5 St.
8880971	Bio Zimt Cacao Gewürztee	Teebeutel, 20 x 1,7 g	3,72 € (ab 1.1.21 3,79 €)	5 St.



Die tolle Packung: Tee aus Darjeeling

Diesen beliebten blumig-frischer Schwarztee gibt es jetzt neu als Ursprungsprodukt: Ernte, Verarbeitung und Abpackung dieses Tees erfolgt im Ursprungsland, wodurch mehr Wertschöpfung bei unserem Partner TPI in Indien bleibt.

Der Bio Darjeeling Schwarztee erfreut sich so großer Beliebtheit, dass viele Kunden ihn gern in Großpackungen einkaufen. Daher hatten wir im vergangenen Jahr übergangsweise eine 500 g-Packung im alten Verpackungsdesign im Angebot. Jetzt wird er durch eine wiederverschließbare 1.000 g-Packung in neuem Design ersetzt, die vor Ort abgefüllt wird.



Zur Bewerbung gibt es ein kleines DIN A4 oder A3 Plakat zum selbst Ausdrucken mit den wichtigsten Verkaufsargumenten (siehe Abbildung). Die Datei können Sie im Infomaterial-Shop auf der WUG-Seite herunterladen.

Mehr zur langjährigen Zusammenarbeit zwischen TPI, Naturland und GEPA lesen Sie in dieser Ausgabe auf Seite 14.

GEPA®
The Fair Trade Company

Bio Darjeeling Schwarztee
1000 g
Artikelnummer: **888 09 84**
UVP: **45,90 €**

- ✓ Feiner, blumig-frischer Schwarztee aus den Teegärten von Darjeeling
- ✓ Vorratspackung für Vieltrinker mit wiederverschließbarer Verpackung
- ✓ **Klarer Preisvorteil bei gleicher Qualität:**
1000 g Packung: 45,90 € / kg
100 g Packung: 69,90 € / kg
- ✓ **Herstellung im Ursprung:**
Ernte, Verarbeitung und Verpackung durch langjährigen Handelspartner TPI
- ✓ Die Darjeeling - 1.000 g-Vorratspackung wird pro Jahr nur einmal nach der Ernte im Ursprungsland Indien verarbeitet und verpackt und nach Deutschland importiert. So können Tee-GenießerInnen ihren Lieblingstee jährlich aus einer frischen Ernte erwerben.

fair+

Foto: GEPA - The Fair Trade Company/A. Welsing



Der TPI-Geschäftsführer Gautam Mohan im Teegarten Samabeong.

Verkaufsargumente:

- Vom Blatt bis zum Aufguss fair und 100 % Bio
- Im Ursprungsland handgepflückt, verarbeitet und verpackt
- Vorratspackung mit Preisvorteil für Vieltrinker
- Wiederverschließbare Verpackung
- Mehrwert vor Ort: Unser Handelspartner TPI investiert z. B. in Bildungsprojekte für die gesamte Region

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
888 09 84	Bio Darjeeling Schwarztee, lose	1.000 g	45,04 € (ab 1.1.2021 45,90 €)	5 St.



Tea-Time mit Naturland: 30 Jahre Zusammenarbeit mit Tea Promoters India (TPI)

Die Serie von social media-Spots, die die GEPA im letzten Sommer mit der Bio-Zertifizierungsorganisation Naturland und dem online-Magazin »Viertel \ Vor« gedreht hat, zeigt die einzigartige langjährige Partnerschaft, die sie mit Tea Promoters India verbindet. Anlass war das 30-jährige Jubiläum: 1990 konnte der Teegarten Samabeong nach jahrelanger Brache den Betrieb wieder aufnehmen und in der Folge der erste Naturland-zertifizierte Darjeeling-Tee angeboten werden. Diese Zusammenarbeit gehört zu den Anfängen von Naturlands internationalem Engagement.



Der TPI-Geschäftsführer Gautam Mohan im Teegarten Samabeong.

Die Familie Mohan und ihr Unternehmen Tea Promoters India haben so gemeinsam mit dem Öko-Verband aus Gräfelfing und der GEPA Pionierarbeit geleistet und waren wegweisend für viele weitere Projekte. Gemeinsam zeigten sie, dass Fairer Handel und ökologischer Anbau im Doppel besonders erfolgreich ist und inspirierten viele zur Nachahmung. Heute gibt es zahlreiche Teeplantagen in Indien, Sri Lanka und anderen Regionen, die nach den Naturland-Richtlinien bewirtschaftet werden. Durch regen Austausch mit den Naturland-Mitarbeitern sichern sie nicht nur eine gleichbleibend hohe Qualität. Sondern sie stellen sich auch neuen Herausforderungen, die insbesondere der fortschreitende Klimawandel mit sich bringt. Darüber hinaus stand das soziale Engagement bei der Zusammenarbeit immer besonders im Fokus: Die Teeplantage in Samabeong gilt hier als spannendes und erfolgreiches Pionier-Projekt. Gemeinsam mit TPI wurden so z. B. Modelle zur Mitbestimmung der Arbeiter*innen oder zur Entwicklung von Bildungsprogrammen für die Teepflücker*innen und ihre Familien vorangebracht, ebenso wie die Förderung von Frauen in entscheidenden Positionen auf den Teeplantagen.



Bau der Teefabrik im Teegarten Samabeong 1990.

Vor über 30 Jahren begann die Zusammenarbeit, als Herr Mohan 1988 aus Kalkutta, dem indischen Teehandelszentrum, nach Europa reiste, um sich über die Marktchancen von ökologisch erzeugtem Tee zu erkundigen. Mit dem damaligen Naturland-Geschäftsführer Dr. Storhas wurden die Möglichkeiten einer zukünftigen Zusammenarbeit sowie die wesentlichen Schritte zur Bio-Umstellung des ersten Teegartens im nordindischen Darjeeling besprochen. Ein Jahr später besuchte Naturland die Darjeeling-Region, um dort den staatlichen Teegarten Singell zu besuchen. Zunächst ging es vor allem darum, eine Kompostwirtschaft zu installieren und die Nährstoffversorgung auf natürlicher Basis zu organisieren. Gemeinsam wurde z. B. ein Konzept zur Kompostierung der organischen Abfälle aus der nahegelegenen Kleinstadt diskutiert. Eine weitere Idee war, eine Rinderhaltung in den Teegärten einzurichten, um genügend Dung für die bewirtschafteten Flächen zu erhalten. Aus verschiedenen Gründen waren beide



Der GEPA-Mitarbeiter Karl Linnartz, Dr. Richard Storhas von Naturland und der TPI-Geschäftsführer Binod Mohan im Gespräch über Bioanbau 1991.

Ideen an diesem Standort nicht umzusetzen. Deshalb entschloss man sich, wenigstens den Stallmist aus der Kuhhaltung der Teearbeiterfamilien zu sammeln und weitere Mengen zuzukaufen. Freie Flächen zwischen den Teesträuchern wurden mit stickstoff-sammelnden Leguminosen und Elefantengras bepflanzt und als langfristiges Projekt wurde das Pflanzen von Schattenbäumen beschlossen.

Neben der Entwicklung der Teegärten und der Anbauflächen wurden auch die soziale Situation der Teearbeiter*innen und Pflücker*innen in den Blick genommen. Tea Promoters India hat in der Folgezeit mit vielen produktiven Ideen zur Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung und des betriebseigenen Schulwesens beigetragen.

Im Jahr 1990 konnte nach einer erfolgreichen Inspektion des Teegartens Samabeong der erste Naturland-zertifizierte Darjeeling-Tee angeboten werden. Aus diesem Pionierprojekt entwickelte sich eine langjährige Partnerschaft zwischen Naturland und TPI, was u. a. dazu führte, dass in den Folgejahren noch viele weitere Teegärten auf ökologische Bewirtschaftung umgestellt wurden.



Die GEPA-Mitarbeiter Karl Linnart und Claudia Grözinger eröffnen 1993 die GEPA Community Hall im Teegarten Samabeong.

Tea Promoters India, das Unternehmen der Familie Mohan, ist Pionier des ökologischen Landbau in Darjeeling und seit 1990 mit dem Teegarten Samabeong Mitglied bei Naturland. In den letzten Jahren kamen fünf weitere Teegärten in Darjeeling hinzu, zudem eine Kleinbauerninitiative in Darjeeling, die von TPI beraten wird und deren Tee TPI verarbeitet, sowie zwei Teegärten in Assam.



Die Tee-Pflückerinnen bringen die frisch gepflückten Blätter zur Teefabrik.



Qualitätskontrolle in der Teefabrik von Samabeong.

Naturland und die GEPA haben neben ihrer Zusammenarbeit mit TPI und ihrem Engagement in der Entwicklung des ökologisch-sozialen Teeanbaus in den letzten Jahrzehnten u. a. auch ihre Kooperation im Bereich Fair Nord und Süd weiterentwickelt. Bei sogenannten Mischprodukten wie z. B. Schokoladen können sich auch Bauern, Verarbeiter und Händler im Norden nach Fair-Handels-Richtlinien zertifizieren zu lassen.

Martina Romanski, Marketing-Leitung Naturland



Drei Teeplückerinnen bei der Tee-Ernte in Darjeeling.

Fotos: GEPA - The Fair Trade Company /A. Welsing

Anlässlich des 30jährigen Jubiläums der Zusammenarbeit von TPI, Naturland und GEPA haben wir gemeinsam zwei neue Kurzvideos erstellt: Naturland besucht seinen Partner GEPA unter dem Motto: »#wirlebennaturland« und Nachhaltigkeitsbloggerin Anna Schunck nimmt die Rolle der interessierten Verbraucherin ein. Drehorte waren hier die GEPA-Teeküche und das moderne Café »Elbe im Tal« im angesagten ehemaligen Elba-Fabrikkomplex direkt an der Wupper in Wuppertal. Die beiden Spots sind vor allem für die Online-Kommunikation und zur Verbreitung in sozialen Medien gedacht.

Kurzvideos Tee: Naturland und GEPA sind starke Partner für fairen Bio-Tee!

Film 1, 2:50 Min.: Hier steht die Zusammenarbeit zwischen GEPA, Naturland und TPI im Mittelpunkt und warum Fairer Handel und ökologische Landbau in Kombination besonders erfolgreich sind. Aufhänger im Bild ist auch das neue Tee-Sortiment der GEPA.

Film 2, 2:10 Min.: Dieser Film beschreibt den hohen Qualitätsanspruch der GEPA in Sachen Tee – die »GEPA-Identität« der fairen Bio-Tees. Aus Sicht der Teetrinker*innen bezieht der Spot Stellung für einen kritischen und bewussten Konsum.

Die beiden Spots finden Sie auch zum Herunterladen in unserem Tee-Special unter:

<https://www.gepa.de/gepa/themenspecials/timeforfairtea/kurzvideos-gepa-naturland.html>



Plastikfrei – ich bin dabei!

Unverpackt-Läden schießen überall aus dem Boden, in den Supermärkten wird allmählich immer mehr Obst und Gemüse ohne Plastikfolie angeboten, Plastiktüten dürfen nicht mehr kostenlos abgegeben werden – der Verzicht auf Plastik im Alltag zieht immer weitere Kreise.

Auch wir bei der GEPA haben uns diesbezüglich Gedanken gemacht und bieten Ihnen für Ihre Kundinnen und Kunden im Sortiment Herbst/Winter folgende Produkte an:

- Geschenkverpackungen aus recycelten Baumwoll-Saris – in Japan »Furoshiki« genannt – von Prokritee/ Bangladesch
- stabile, wiederverwendbare Gemüsenetze, Beutel und Taschen aus Bio-Baumwolle von CRC/Indien
- Naturhanf-Produkte für einen Beauty-Tag zu Hause von Prokritee/ Bangladesch

Die **Geschenkverpackung** aus recycelten Baumwollaris ist eine nachhaltige Alternative zur Papier-Geschenkverpackung. Sie kann immer weiterverwendet werden. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Ihre Kundinnen und Kunden das Stofftuch nach japanischer Art zum Einpacken ihrer Geschenke verwenden können: Für Rundes, Eckiges und Hohes! Dazu bieten wir Ihnen für Ihre Kunden eine Anleitung an. Viel Spaß beim Ausprobieren.



Geschenke verpacken mit Furoshiki

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
7228031	Furoshiki Recycling bunt S	4,95 €
7228032	Furoshiki Recycling bunt L	8,95 €
7229601	Peelingband	15,45 €
7229602	Peelingkissen	8,45 €
7229603	Waschhandschuh	13,95 €
7229604	Seifensäckchen	8,95 €
8414208	Bio-BW-Gemüsenetz S, S/2	4,95 €
8414209	Bio-BW-Gemüsenetz M, S/2	5,95 €
8414210	Bio-BW-Gemüsenetz L, S/2	7,95 €
8414211	Bio-BW-Beutel L, S/2	7,95 €
8414212	Bio-BW-Beutel M, S/2	5,95 €
8414213	Bio-BW-Teesäckchen, S/2	2,95 €
8414222	Bio-BW-Seifensäckchen, S/2	3,95 €
8414220	Bio-BW-Tasche Plastikfrei	3,50 € ohne Rabatt
8414221	Bio-BW-Shopper Plastikfrei	9,50 €

In 2021 wird Ihnen die GEPA weitere »Plastikfrei-Produkte anbieten. Lassen Sie sich überraschen!

Zum **plastikfreien Einkauf** bieten wir Ihnen Gemüsenetze und Beutel aus Bio-Baumwolle und in verschiedenen Größen an. Auch zur Zubereitung von Tee haben wir ein kleines Säckchen aus Bio-Baumwolle im Angebot. Außerdem finden Sie bei uns eine speziell zur Aktion »Plastikfrei« entworfene Einkaufstasche und einen Shopper aus Bio-Baumwolle für Ihre Kunden.

Und **Seifensäckchen, Peelingbänder und Peelingkissen** aus Naturhanf dürfen in keinem Badezimmer fehlen.

Und wer stellt diese Produkte her?

Prokritee/ Bangladesch (HP-Kürzel 722)

Der Name unseres Handelspartners bedeutet auf Bengalis »Natur«. Prokritee ging 2008 aus einem Handwerksprojekt des MCC (»Mennonite Central Committee«) hervor. MCC war ein Pionier des Fairen Handels in Bangladesch. Gute Arbeitsplätze hauptsächlich für Frauen auf dem Land anzubieten, ist bis heute die Hauptaufgabe von Prokritee. Natürliche Materialien werden für die Produkte verwendet und recycelte Saris für die Geschenkverpackungen.

CRC/Indien (841)

Die Arbeit des »Craft Resource Centers« (CRC) ist sehr individuell auf die Bedürfnisse der einzelnen Handwerker oder Gruppen in West-Bengalen zugeschnitten. »Es kommt mir so vor, als wären wir alle eine große Familie«, so die CRC-Gründerin Irani Sen. Inzwischen leitet sie CRC zusammen mit ihrem Sohn Indro Dasgupta. Die Förderung von Frauen ist beiden ein besonderes Anliegen, ebenso wie die Verwendung von nachhaltigen Materialien.

Ein Teil der Produkte ist schon unterwegs, aber aufgrund der in den vergangenen Monaten verhängten Ausgangssperren und Schließungen in Indien, Bangladesch und Vietnam kann es zu Verzögerungen in der Belieferung mit diesen Artikeln kommen. Unsere Partner brauchen den Verkauf ihrer Produkte – gerade jetzt!



Verpackung ohne Plastik? Geht auch!

Vielleicht ist Ihnen in den vergangenen Wochen aufgefallen, dass viele GEPA-Handwerksprodukte in den unterschiedlichsten Papierkuverts oder Papierverpackungen bei Ihnen im Weltladen eintreffen.

Im 2. Halbjahr 2019 hat sich die Einkaufsabteilung Handwerk verstärkt darum bemüht, zusammen mit den Handelspartnern alternative, plastikfreie Verpackungen für den Warentransport vom Ursprung zu uns, aber dann auch für die Lieferung an Sie zu realisieren.

Kriterium: So wenig Plastik wie möglich

Wir haben schon in der Vergangenheit in den Lieferverträgen mit unseren Handelspartnern darauf hingewiesen, dass Plastik bei der Verpackung immer nur da zum Einsatz kommen sollte, wo die Plastikverpackung als echter Schutz während des Transports unverzichtbar ist und/oder der Handelspartner keinen Zugang zu passender Kartonage hat, was in einem Teil der Länder der Fall ist. Die Mehrzahl aller Körbe beziehen wir wie bisher unverpackt und geben sie auch ohne Kartonage an Sie weiter.

Die Skepsis vor allem der Schal-Produzenten war groß, denn sie befürchteten, dass eine Papierverpackung ihr schönes Produkt unattraktiv werden lässt. Wir konnten sie überzeugen, dass dies nicht der Fall ist, da die Schals im Laden ohne Verpackung angeboten werden.

Die smarte Alternative: Papierkuverts statt Plastikhüllen

Recht unproblematisch konnten die durchsichtigen Plastiktüten durch unterschiedliche Papierkuverts ersetzt werden. Im ersten Schritt geben wir momentan keine einheitliche Papierverpackung vor, um die Beschaffung der Papiertüten vor Ort nicht zu kompliziert zu machen und die zusätzlichen Kosten möglichst gering zu halten. Die bisher verwendeten Plastiktüten waren so günstig, dass sie in den Angebotspreisen unserer Partner inbegriffen waren. Die von uns gewünschte Papierverpackung ist teurer und wird von uns nun zusätzlich auf den Angebotspreis an den Partner bezahlt. Papier ist in den meisten Ländern deutlich teurer als Plastik.

Auch die Umstellung der Plastikverpackung bei den Fußbällen war unproblematisch. Die Bälle von Talon Sports erhalten wir seit diesem Jahr in einem semitransparenten Papier.

Verpackung ist gut – Durchblick ist wichtig

Eine weitere Herausforderung ist die Warenkontrolle beim Wareneingang. Unser Qualitätsteam sieht nun nicht mehr auf den ersten Blick, ob sich das entsprechende Produkt in der undurchsichtigen Papiertüte befindet, das sich laut Packliste und Barcode auch darin befinden sollte! Perfekt finden wir die semitransparenten, an ein Butterbrotpapier erinnernden Papiertüten – die allerdings auch ihren Preis haben.

Besonders schwierig: unterschiedlich große Produkte ohne Plastik verpacken

Problematischer ist es für alle Produzentenorganisationen, die eine Vielzahl unterschiedlicher großer Produkte aus unterschiedlichen Materialien anbieten. Sie müssen passende Papierverpackungen für den Baumschmuck wie für den Kosmetikbeutel finden. Auch unser Wohntextillieferant CO-OPTEX tut sich noch schwer, eine passende feste Papierverpackung für die unterschiedlich großen Formate der Wohntextilien zu finden. Wir arbeiten mit CO-OPTEX an einer plastikfreien Verpackung, müssen diese aber in der momentanen Corona-Krise als nachgeordnet einstufen, wie wir

insgesamt die Umstellung nicht von heute auf morgen mit allen Handelspartnern umsetzen können. Das Gleiche gilt für die Umstellung des Schmucks und der Weihnachtsanhänger von TARA Projects auf plastikfreie Verpackungen. Unser Handelspartner Prokritee in Bangladesch will versuchen, den Weihnachtsschmuck in Papier zu verpacken. Ob dies auf Grund der Corona-Krise bereits für die anstehende Lieferung im Herbst gelingt, können wir gegenwärtig noch nicht sagen. Nach der Aufhebung des Lock-downs in den Produzentenländern und dem langsamen Wiederanlaufen der Produktion stellt der Zugang zu notwendigen Rohmaterialien, aber auch zu Verpackungsmaterial eine große Herausforderung für unsere Handelspartner dar.

Auf Verpackung komplett zu verzichten – wie bei den meisten Körben, die wir bisher unverpackt in großen Kartonagen gestapelt erhalten und in der Regel unverpackt an Sie weiterleiten – ist nicht möglich: Die Ware muss ja während des Transports vor Nässe, Schmutz und Geruch geschützt bleiben.

Unsere hausinterne Logistik im Zentrallager ermöglicht uns momentan nur in wenigen Produktkategorien auf die Verpackung zu verzichten, denn auch hier ist es eine Herausforderung, die Produkte im Lager, beim Kommissionieren und Versand vor Verschmutzung zu schützen, damit Sie ein tadelloses Produkt verkaufen können.

Aber wir bleiben dran – und wir packen's!



»Safe Passage Bags« – Taschen erzählen Geschichten von der Flucht



Geflüchtete Menschen erhalten von der Nicht-Regierungsorganisation »Lesvos Solidarity« seit 2012 Unterkunft und Unterstützung. Aus einem ehemaligen Sommercamp auf der Insel Lesbos wurde ein Aufenthaltsort für geflüchtete Menschen. Hier erhalten sie eine gute medizinische und psychologische Betreuung und besonders die Kinder werden umfassend gefördert.



Die Gründerin von »Lesvos Solidarity«, Efi Latsoudi, wurde bereits 2016 mit dem »Nansen Refugee Award« des Flüchtlingshilfswerks der Vereinten Nationen (UNHCR) ausgezeichnet. Interviews mit ihr zur Situation der Geflüchteten in Griechenland waren zum Beispiel auch in der ARD-Tagesschau zu hören. Lesvos Solidarity steht in Griechenland für eine komplett andere Art des Umgangs mit geflüchteten Menschen als sie zum Beispiel in den staatlichen Flüchtlingslagern praktiziert wird: gastfreundlicher, unterstützender und individueller.

Zu Lesvos Solidarity gehört auch eine Nähwerkstatt, in der die so genannten »Safe Passage Bags« hergestellt werden, die Ihnen die GEPA jetzt anbietet. Aus Rettungswesten und verschiedenen anderen Materialien nähen geflüchtete Menschen und Inselbewohner »Safe Passage Bags«. Jedes Produkt von Lesvos Solidarity erzählt seine eigene Flucht-Geschichte!

Geflüchtete Menschen erhalten so während ihres Aufenthalts auf Lesbos die Chance, teilweise selbst für ihren Lebensunterhalt zu sorgen. Dies stärkt ihr Selbstbewusstsein und gibt ihnen Zuversicht. Jede Tasche ist ein Einzelstück.

Mehr über den neuen Partner Lesvos Solidarity erfahren Sie unter www.gepa.de.



Die Produkte sind nicht im regulären Handwerksortiment und können nicht über den WUG-Shop bestellt werden. Wenn Sie Ihren Kundinnen und Kunden die »Safe Passage-Bags« von Lesvos Solidarity zum Kauf anbieten möchten, wenden Sie sich bitte an Serkan Ege, GEPA-FAIRKAUF in Wuppertal.

FAIRKAUF,
GEPA-Weg 3 (an der Bahnstraße), 42327 Wuppertal
Tel.: 02 02/2 66 83-920

Nachtwäsche: Indische Bio-Baumwolle für deutsche Nächte

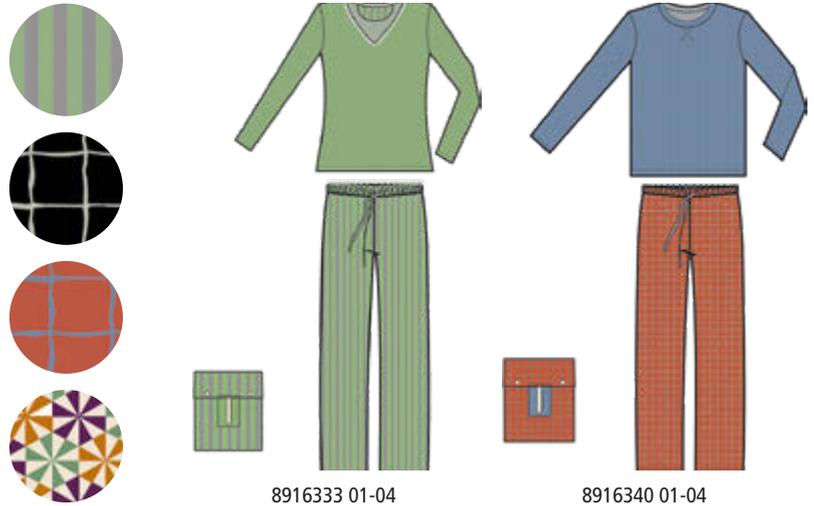
Unsere beliebte Bio-Baumwoll-Nachtwäsche gibt es nun in neuen Looks! Die neuen und eleganten Designs für die Nachthemden und Pyjamas entstanden bei unserem Partner Oxfam/Intermon in Spanien. Gefertigt wurden die Nachthemden und Pyjamas in ausgezeichnetener Bio-Qualität von unserem indischen Partner Rajlakshmi in der Nähe von Kolkata, Indien.

Besonders gefallen dürfte Ihren Kundinnen das elegante schwarze Karo-Nachthemd. Aus diesem karierten Bio-Baumwollstoff entstanden in Indien zudem die Hosen für Pyjamas, die wir ebenfalls in Schwarz im Angebot haben. Dieses Pyjama-Modell bieten wir Ihnen sowohl für Frauen als auch für Männer an.

Auch einen lindgrünen Pyjama mit gestreifter Hose haben wir für sie ausgewählt. Bei einem weiteren Damen- und Herrenpyjama wird ein graublaueres Oberteil kombiniert mit einer rostfarbenen Hose. Und schließlich bieten wir noch einen schönen Pyjama an, der ausschließlich Frauen vorbehalten ist. Hier wird ein einfarbiges violettes Oberteil mit einer geometrischen gemusterten Hose kombiniert.

Natürlich liefern wir alle Pyjamas wieder in den zauberhaften Stofftaschen, sehr praktisch zum Beispiel auf Reisen oder als Geschenkverpackung.

Die neuen Pyjamas für Herbst und Winter sind ab Oktober verfügbar, Vorbestellungen sind möglich.



8916333 01-04

8916340 01-04

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
8916333 01 - 04	Damenpyjama lindgrün gestreift, Größe S-XL	46,95 €
8916334 01 - 04	Damenpyjama schwarz kariert, Größe S-XL	49,95 €
8916335 01 - 04	Damenpyjama graublau kariert, Größe S-XL	49,95 €
8916336 01 - 04	Damennachthemd schwarz kariert, Größe S-XL	45,00 €
8916337 01 - 04	Damenpyjama lila Muster kariert, Größe S-XL	49,95 €
8916338 01 - 04	Herrenpyjama lindgrün gestreift, Größe S-XXL	52,95 €
8916339 01 - 04	Herrenpyjama schwarz kariert, Größe S-XXL	55,00 €
8916340 01 - 04	Herrenpyjama graublau kariert, Größe S-XXL	55,00 €

Vorschau: Bunte Sockenparade für den Winter von unserem Partner Bulus, Türkei

Sie dürfen sich auch schon auf neue Socken von Bulus aus der Türkei freuen, die voraussichtlich ab Dezember 2020 bei uns erhältlich sind. Drei freche Sockenmuster (Schaf, Avocado und Vogel!) in den Farben Grün, Petrol und Gelb werden Farbe in die kalte Jahreszeit bringen!

Weitere neue Sockenpaare sind in den Farben Lindgrün, Taubenblau, Grau, Senf, Rostrot und Schwarz erhältlich. Folgende Motive stehen zur Auswahl: Streifen, Gesicht, Geometrie, Herz und Schachbrett und sie sind auch in uni erhältlich.

Jetzt ist aber erst mal noch Zeit für sonnige Farben und luftige Sneakersocken aus dem aktuellen Sommersortiment!



Gemeinsam für mehr faires Handwerk: die Zusammenarbeit von GEPA und GLOBO

Interview mit Manfred Winkler (GLOBO) und Jorge Inostroza (GEPA)

Wie kam es zu der Zusammenarbeit zwischen GEPA und GLOBO?

Manfred Winkler: Schon vor neun Jahren, als ich mitbekam, dass das Handwerk bei GEPA ein bisschen Schwierigkeiten hatte, bei uns aber gerade ein großer Aufschwung war, dachte ich: Wäre doch interessant, das mal in Beziehung zueinander zu bringen. Durch die Wechsel in der Geschäftsführung von GEPA dauerte es dann eine Weile, aber irgendwann kam Jorge auf mich zu, und wir haben gemeinsam ein paar Gedankenspiele betrieben. Da GLOBO keine Außendienstler hat, kamen wir auf den Gedanken, dass der GEPA-Außendienst die GLOBO-Produkte mit anbieten könnte. Das probieren wir jetzt über 1 ½ Jahre aus und schauen mal, wie das läuft.

Jorge Inostroza: Die Idee ist, dass die Außendienstler einzelne Beispielprodukte, Schwerpunkt-Sortimente usw. zeigen und die Kunden dann immer noch die Wahl haben, direkt über GLOBO zu bestellen oder beim GEPA-Einkauf auf gepa-wug.de mitzubestellen.

Natürlich ist die Webseite auch eine zusätzliche Präsentationsmöglichkeit für GLOBO, da sind ja nicht nur Weltläden drauf, die von Außendienstlern besucht werden, sondern auch andere Ladenbetreiber.

Wie läuft die praktische Abwicklung?

Jorge Inostroza: Wir geben die Bestellungen weiter, und sie werden vom GLOBO-Logistikzentrum in Beckedorf bei Hannover kommissioniert, fakturiert und versendet. Das macht alles GLOBO.

Manfred Winkler: Wir haben einen Mitarbeiter, der eigens für diese Bestellungen zuständig ist und auch dafür sorgt, dass die Präsentation der Produkte im GEPA-Shop immer korrekt ist. Jorge und ich haben dann ein wachsames Auge darauf.

Wann ging es denn los mit der Kooperation?

Manfred Winkler (lacht): Pünktlich zu Corona ...!

Jorge Inostroza: Wir wollten eigentlich schon einige Monate früher damit beginnen, aber die Abstimmung der EDV-Anbindung war doch erheblich komplexer, und wir wollten das erst publik machen, wenn es wirklich sauber läuft und wir auch garantieren können, dass die Abläufe klappen.

Aber die Corona-Krise macht jetzt natürlich die Bewertung schwierig, wie erfolgreich das ist, oder?

Manfred Winkler: Ja, im Prinzip hat es durch die Krise noch gar nicht richtig angefangen. Die Schließung vieler Weltläden im März hat natürlich das Bestellvolumen erheblich verringert.

Jorge Inostroza: Und man darf auch nicht vergessen: Die Fair-Handels-Messen finden alle nicht statt! Für die Außendienst-Mitarbeiter bedeutet das jetzt natürlich: Alles, was bislang im persönlichen Kontakt stattfand oder bei Messen, muss jetzt online oder am Telefon abgewickelt werden.

Manfred Winkler: Übrigens macht uns das auch international Probleme: Auch da finden ja große Messen nicht statt, die wir üblicherweise nutzen, um Kontakte zu Handelspartnern zu vertiefen und Bestellverhandlungen zu führen.

Die Corona-Krise dürfte insbesondere bei euch, Manfred, ja einiges Kopfzerbrechen ausgelöst haben aufgrund der Fokussierung auf Kunsthandwerk, oder?

Manfred Winkler: Wir hatten in der ersten Aprilhälfte Corona-bedingt Umsatzeinbrüche von -87 %, in der zweiten Aprilhälfte von -65 %. Im Mai gab's ein kleines »Strohfeuer«, weil einige der Läden wieder aufmachten. Gegenwärtig sind wir bei etwas mehr als der Hälfte des »normalen« Umsatzes.

Wir können also im Augenblick noch gar nichts sagen dazu, wie sich die Kooperation auswirken wird. Bei der Präsentation auf den virtuellen Weltladen-Fachtagen war die Grundstimmung sehr positiv, weil die Zusammenarbeit unsere Produkte natürlich sichtbarer macht.

Ein bisschen Verständnis muss noch dafür entstehen, sinnvolle Bestellmengen im Blick zu haben. Wenn Weltläden ein oder zwei Fingerpüppchen bestellen, hat das natürlich als Einzelbestellung keinen Sinn, weil das Porto unverhältnismäßig teuer wäre. Es muss wirtschaftlich sein, ein Paket zu packen. Aber ich denke, das wird den Bestellenden schnell klar, wenn sie erfahren haben, dass das nicht EINE Lieferung ist, in der sich dann GEPA- und GLOBO-Produkte befinden, sondern dass getrennt geliefert wird.

Habt ihr im Vorfeld Absprachen getroffen in der Art, dass GLOBO künftig für diese Produkte zuständig sein soll und GEPA für jene, gewissermaßen »reservierte« Bereiche?

Jorge Inostroza: Nein, so konkret festgelegt haben wir das nicht. Aber was uns total wichtig war bei den Vorüberlegungen, war der Gedanke, dass es ja keinen Sinn macht, wenn mehrere Importeure die gleichen Produkte von den gleichen Handelspartnern im Sortiment führen – und jeder importiert selbst, betreut die Partner selbst, schlägt sich mit den handelstechnischen Problemen rum und so weiter. Da dachten wir: Es ist doch sinnvoll, nicht die gleichen Produkte auf den Markt zu bringen. Wir haben keine Sortimentsabsprachen, wir wollen die Stärke der Zusammenarbeit in den Vordergrund stellen. Und dieser Gedanke, der ja für mehr Effizienz sorgen kann, ist natürlich auch aus Sicht der Weltläden ein ganz wesentliches Argument.

Manfred Winkler: Bei unserer Produktplanung haben wir bislang das GEPA-Sortiment nicht berücksichtigt, sondern das ganz unabhängig gemacht. Wenn die Kooperation im Vertrieb jetzt funktioniert, dann ist es natürlich auch sinnvoll, dass wir uns beim Einkauf ebenso absprechen.

Jorge Inostroza: Ich sehe einfach, dass es Bereiche gibt, in denen GLOBO ein sehr gutes Sortiment anbietet, insbesondere bei spezialisierten Teil-Sortimenten. Und wenn man das dauerhaft feststellt, ist es doch im Interesse aller, wenn wir solche

Teilbereiche GLOBO überlassen – denn eine größere Effizienz ist unheimlich wichtig für alle, für die Handelspartner genauso wie für die Weltläden, die ja auch gerne bessere Spannen hätten.

Manfred, habt ihr neue Weltläden auf euch aufmerksam machen können durch die Mitbewerbung durch die GEPA-Außendienstler?

Manfred Winkler: Da die meisten Weltläden sowohl bei der GEPA wie auch bei uns Kunden sind, gab es bis jetzt nur zwei Läden, die neue Kunden wurden. Alle anderen kannten uns schon.

Jorge Inostroza: Es ist aber nicht nur die Bekanntheit oder der »Hinweis« darauf, dass es ja auch noch GLOBO gibt – ein großer Nutzen dürfte auch sein, dass das Sortiment durch die Außendienstler ja auch erklärt und vorgeführt wird. Das bietet nochmal vertieftes Kennenlernen im Vergleich zum Anschauen in einem Katalog oder auf einer Webseite.

Und wie steht es damit in Zeiten, in denen Kontaktbeschränkungen solche persönlichen Kontakte stark einschränken?

Manfred Winkler: Natürlich muss man dann nochmal intensiver überlegen, ob es möglich ist, Videokonferenzen oder Streamings zur Präsentation von Produkten stärker einzubeziehen. Das haben wir auch im Blick und werden das sicher nochmal prüfen, wenn sich die Einschränkungen noch länger hinziehen. Bei den Weltläden-Fachtagen haben wir da schon einige gute Erfahrungen gemacht mit Video-Konferenz und Austausch über das Internet. Und es zeigt sich ja auch, dass Weltläden das durchaus annehmen und gerne nutzen.

Jorge Inostroza: Die Online-Messe und die Weltläden-Fachtage waren auch in dieser Hinsicht super, dass die Leute ein bisschen die Hemmungen verloren haben, solche Technik auszuprobieren und damit umzugehen. Das hat fast alles sehr gut geklappt und ich glaube die allermeisten fanden das eine sehr positive Erfahrung. Insofern wird das Medium der Produktpräsentation über das Internet künftig sicher eine große Rolle spielen. Außerdem müssen wir in der neuen Situation neue Antworten finden, das ist die Herausforderung für die nächste Zeit.



Gürtel ROSAS, Wolle

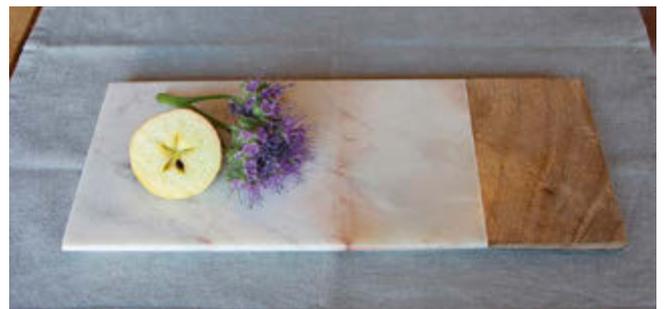


Hängesitz AMORES CANARIAS, Baumwolle

Produktbeispiele von GLOBO



Untersetzer TAJO, Marmor und Mangoholz



Servier-/Schneidebrett CHOP, Marmor/Mangoholz

Fotos: GLOBO

Fairer Kaffee in die Kirchen!

**Auch im Außer-Haus-Markt legen immer mehr Einrichtungen Wert darauf, dass Produkte nicht aus ausbeute-
rischer Herstellung kommen oder der Umwelt schaden. Die Verwendung fair gehandelter Produkte bietet die
Möglichkeit, den Gästen zu zeigen, dass man dieses Anliegen ernst nimmt. Auch viele kirchliche Organisati-
onen sehen das so. Und dabei geht es nicht nur um Gemeindehäuser und Pfarrbüros ...**



Ein Teil des GEPA AHS-Teams bei einer Tagung im Luther Hotel 2017

Die GEPA-Abteilung »Außer-Haus-Service« (AHS) hat darauf schon vor vielen Jahren reagiert und einen Rahmenvertrag mit der WGKD (Wirtschaftsgesellschaft der Kirchen in Deutschland) geschlossen. In den letzten Jahren sind viele weitere Beschaffungsportale und Einkaufsverbände dazu gekommen, wie z.B. die Einkaufsgesellschaft PROSUM oder das Einkaufsportale »Wir kaufen anders« der Landeskirche Baden, über das inzwischen auch andere Landeskirchen ihre Verbrauchsprodukte einkaufen.

Mit vielen großen kirchlichen Kunden hat die GEPA individuelle Rahmenverträge oder Kooperationsverträge geschlossen. Beispielsweise kauft die Diakonie Düsseldorf mit allen Einrichtungen bei uns ein, ebenso »Dienste für Menschen« als diakonischer Altenhilfeträger. Der Caritasverband Frankfurt bezieht seinen Kaffee bei uns, und die Barmherzigen Brüder Trier schenken den GEPA-Kaffee in vielen Einrichtungen aus. Seit vielen Jahren ist die GEPA Partner von Evangelischen Kirchentagen und Katholikentagen, und auch beim 3. Ökumenischen Kirchentag in Frankfurt sind wir wieder mit dabei.

Einen großen Kundenanteil haben wir im Bereich Tagungshäuser. Nicht zu vergessen sind auch die vielen VCH-Hotels, die unseren Kaffee den Gästen bereits zum Frühstück servieren

Der Umsatz mit kirchlichen Kunden hat sich im AHS in den letzten zehn Jahren von 1.360.000 € (2009) um 85 % auf über 2.524.000 € (2019) gesteigert. Haben wir 2009 noch 887 kirchliche Kunden bedient, sind es 2019 bereits 1140 Kunden. Kaffee ist mit 1.960.850 € (2019) der größte Umsatzträger.

Noch immer ist in vielen Köpfen verankert, dass fairer Kaffee nicht schmecke oder schlichtweg zu teuer sei. Im Verhandlungsgespräch mit den Kunden lassen sich fast immer vertretbare Lösungen für ein gutes Angebot finden.

Die Frage und Kosten des Einsatzes von fairem Kaffee sollte ganzheitlich betrachtet werden: Viele Institutionen haben es bereits vorgemacht und durch kreativen Umgang mit ihren Ressourcen und sparsames Wirtschaften an anderer Stelle gezeigt, dass der Einsatz von Fairem Kaffee möglich ist.

Ein ganz einfaches Beispiel ist etwa die bessere Dosierung und klarere Planung der gekochten Mengen, um zu vermeiden, dass zu viel Kaffee weggeschüttet wird. Auch der Einsatz von Vollautomaten mit Selbstbedienung führt durch das gezielte Aufbrühen pro Tasse häufig dazu, dass die Kaffeemengen besser gesteuert werden können.

Es lohnt sich, nicht nur den Kilo-Preis zu vergleichen, sondern eine Tassenkalkulation zu erstellen. Wie viel Wareneinsatz und Personal benötigt man für eine Tasse Kaffee?

GEPA-Kaffee ist häufig besonders ergiebig und standfest. Ein gutes Beispiel ist das »Faire Pfund«, für das kirchliche Kunden Sonderkonditionen erhalten. Bei Verkostungen vor Ort beim Kunden können wir sowohl mit diesem Produkt, als auch mit allen anderen Kaffees qualitativ überzeugen.



Kaffeausschank auf dem Deutschen Evangelischen Kirchentag 2019 in Dortmund

Fotos: GEPA - The Fair Trade Company

Eine Herausforderung für uns ist der Pflege-Bereich. Wo Pflegesätze eine Rolle spielen wird sehr preisbewusst eingekauft. Teilweise liegen die Kaffeepreise der Mitbewerber unter unserem Einkaufspreis. Wir haben darauf reagiert und im Jahr 2019 eigens für diese Zielgruppe den Kaffee »Classic« entwickelt, der durch seine Ergiebigkeit und Standfestigkeit besonders im Krankenhaus- und Pflegebereich eingesetzt werden soll.

Im Außer-Haus-Bereich gibt es eine breite Produktpalette von Zusatzprodukten wie Bio-Magermilchpulver, Bio-Kakao für Verkaufsautomaten oder Zuckersticks, natürlich ebenfalls fair gehandelt.

Beim Kaffee lässt sich die Umstellung auf fair gehandelte Produkte besonders gut realisieren. Aber es muss nicht immer Kaffee sein. Auch Tee, Gebäck, Wein oder Snacks für Automaten können aus Fairem Handel bezogen werden.

Unser kompetenter bundesweiter Außendienst führt bei Interesse Kaffeeverkostungen vor Ort durch, hilft bei der Kaffeenumstellung und steht auch in der Kundenbetreuung mit Rat und Tat zur Seite.

Auch bei der Anschaffung einer neuen Kaffeemaschine unterstützen wir gerne und bezuschussen diese mit einem Werbekostenzuschuss in Höhe von 10 % des Listenpreises unabhängig vom Maschinenhersteller.

Bei vielen kirchlichen Veranstaltungen ist der AHS präsent. So verwöhnen wir beispielsweise beim Caritas-Kongress und der EKD-Synode die Teilnehmer mit leckeren Kaffeespezialitäten von unserer Café-Si-Bar. Auch bei Vollversammlungen des ZDK sind wir oft mit einem Kaffeeausschank dabei.

Petra Münchmeyer, Key Account Managerin AHS:

»Die Zusammenarbeit mit kirchlichen Kunden macht mir seit vielen Jahren großen Spaß. Werte spielen hier einfach eine wichtige Rolle. Auch wenn man an der einen oder anderen Stelle hartnäckig sein muss, lohnt sich der Aufwand. Hat der Kunde einmal auf GEPA umgestellt, sind Kirchen-Kunden meist jahrelange treue Kunden der GEPA.«



Auftritt beim Caritas-Kongress 2019 in Berlin

Gute Gründe für GEPA Kaffee in Ihrer Einrichtung

- qualitativ hochwertige Produkte
- gute Ergiebigkeit und Standzeit
- attraktive Rabatte für kirchliche Kunden
- Betreuung und Beratung durch unseren bundesweiten Außendienst
- Vollsortiment an fair gehandelten Produkten für den Außer-Haus-Service

Wie gelingt die Umstellung auf GEPA Kaffee in Ihrer Einrichtung?

- Anfrage an das AHS Team
- Telefonische Erstberatung durch unseren Außendienst
- Erstellen eines individuellen Angebots
- Verkostung der Produkte; bei Kaffee idealerweise zusammen mit dem GEPA Außendienstmitarbeiter
- Beratung Kaffeemaschinen
- Einigung über Modalitäten der Umstellung (Wann erfolgt die Erstbestellung? Welche Mengen werden benötigt? Wer muss alles im Vorfeld informiert werden?..)
- Ausstattung des Kunden mit Zusatzartikeln wie Tassen und Werbematerialien.

GEPA AHS Kundenservice

Tel.: 0202 – 266 83 320, ahs@gepa.de

Situation des AHS in der Corona-Krise

Auch im Care-Bereich gibt es große Einbußen: In vielen Krankenhäusern wurden die Cafeterien geschlossen. Bedingt durch die flächendeckende Umstellung auf »Home Office« bei den Firmen sind auch in dieser Sparte große Rückgänge zu verzeichnen. Die Betriebsgastroonomie und Kaffee-Stationen sind nur teilweise unter Einhaltung strenger Hygienekonzepte geöffnet. Der Kaffee-Konsum ist daher in allen Bereichen eingebrochen.

Der Faire Handel in Zeiten von Corona: die Situation bei den Handelspartnern

Während sich bei uns in Deutschland vieles wieder normalisiert hat, wirkt sich die Corona-Pandemie bei unseren Partnern, ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und ihren Mitgliedern immer noch sehr stark aus. In einigen Ländern wie Vietnam wurde inzwischen der verhängte »Lockdown« wieder aufgehoben. Doch in Ländern wie Indien, Bangladesch oder Mexiko ist das Leben immer noch sehr stark von der Corona-Pandemie geprägt.

Indien

Die Anzahl der an COVID-19 erkrankten Menschen steigt in Indien immer weiter an. Unsere Partner sind zwar froh, dass sie zum Beispiel wieder im Büro arbeiten und – vor allem – ihre Produkte wieder exportieren können. Aber sie sehen auch, dass sie ihre Mitglieder und die Menschen in ihrem Umfeld mit Lebensmitteln und medizinischen Dienstleistungen unterstützen müssen und tun das, so gut es ihnen möglich ist! Einer unserer Handwerkspartner – TARA Projects in Delhi – hat zudem auf Crowdfunding gesetzt. Der indische Bundesstaat West-Bengalen und das angrenzende Bangladesch wurden nicht nur von der Corona-Pandemie heimgesucht, sondern im Mai 2020 zusätzlich auch noch von einem Zyklon. Während bei EMA am ganzen Gebäude Glas zu Bruch ging und Regenwasser ins Innere vordrang, kam CRC in Kolkata in nur ca. 50 Kilometer Entfernung mit dem Schrecken davon.

Philippinen

Auf den Philippinen gibt es noch erhebliche Beschränkungen durch die Corona-Pandemie, vor allem im Großraum Manila und auf der Insel Cebu. Um nach Manila zu kommen, benötigt unser Partner PREDA zum Beispiel eine offizielle Genehmigung. Weder per Schiff oder Flugzeug kann im Land selbst oder ins Ausland gereist werden. Die Menschenrechtssituation ist unverändert schlecht. So wurde ein früherer PFTC-Mitarbeiter, der sich an der Verteilung von Lebensmitteln an bedürftige Menschen beteiligt hatte, vom Militär ermordet. Die Verteilung der Lebensmittel in Iloilo City hatte ein lokales Bündnis organisiert, nachdem viele Menschen ihren Job und damit ihre Lebensgrundlage verloren hatten.

Bangladesch

Von unseren Partnern in Bangladesch hören wir, dass sich der Virus gerade in den Städten rasch ausbreitet, es den Produzenten auf dem Land aber verhältnismäßig gut geht. Unser Partner Prokritee schreibt: »Die Herausforderung für unsere Produzenten ist nicht COVID-19, sondern das fehlende Einkommen! Denn unsere Produzentinnen und Produzenten wurden in ihren Familien zu Hauptverdienern, da ihr Mann oder ihre Frau (oder andere Familienmitglieder) keine Arbeit mehr haben und aus den Städten zurückgekehrt sind. Unglücklicherweise gibt es nicht genug Bestellungen für die Handwerkerinnen und Handwerker, da unsere großen Kunden ihre Bestellungen drastisch reduziert haben. (...) Wir schätzen es sehr, dass die GEPA Spenden sammelt und wünschen viel Erfolg. Und wir bemühen uns sehr, dass die aktuelle Bestellung rechtzeitig bei euch ankommt und alles zu eurer Zufriedenheit ist.«

Die Bedeutung des Fairen Handels in dieser Zeit

Wie für Prokritee sind für alle GEPA-Partner unsere Bestellungen von unschätzbarem Wert. Denn wir haben sie – im Gegensatz zu vielen kommerziellen Firmen – beibehalten! Bei den Handwerkspartnern kommt noch erschwerend hinzu, dass der amerikanische Markt für ihre Produkte weggebrochen ist. Die GEPA hat ihren

Handelspartnerfonds für das Jahr 2020 umgewidmet, um fünf Partnern rasch und unbürokratisch in der Notlage zu helfen. Für den Kaffeesektor bringt es Hugo Roblero von FEDCAFE, Mexiko auf den Punkt: »Der Faire Handel war schon immer eine Möglichkeit für Kleinproduzenten, sich zu organisieren und dadurch wahrgenommen zu werden. Durch »COVID-19« wurde diese Unterstützung noch deutlicher, denn wir haben die Gewissheit, dass der Absatz gesichert ist und das Einkommen der Kleinproduzenten nicht geschmälert wird.«

Die »Asociacion Chajulense« in Guatemala, von der wir ebenfalls Kaffee beziehen, betont: »Für uns ist der Faire Handel wichtig, er war in der Vergangenheit wichtig und wird zukünftig wichtig bleiben. Und es ist nicht nur wegen der Pandemie, sondern das ist ein Markt, der dazu beiträgt, den Kaffeepreis für die kleinen Kaffeeproduzenten zu verbessern. Der Faire Handel ist auch eine Möglichkeit, dem Preisverfall entgegenzuwirken, und er schafft auch einen Gegenpol zu den Zwischenhändlern, die die Produzenten mit niedrigen Preisen auszubeuten.«

Was können Sie tun?

Mehr zur Situation unserer Partner sowie zur Spendenaktion mit MISEREOR erfahren Sie unter www.gepa.de. Seien Sie – wenn es Ihnen in dieser Zeit möglich ist – solidarisch mit unseren Partnern in aller Welt. Sie brauchen die Spendengelder und den Fairen Handel – gerade jetzt!

... und die Situation der GEPA in Corona-Zeiten

Die Corona-Krise hat auch Auswirkungen auf die GEPA. Da viele unserer Kunden geschlossen hatten und nichts mehr bestellten, ist seit April ein Teil der GEPA-Belegschaft in Kurzarbeit. In dieser schwierigen Situation sind wir froh, mit vier Vertriebsbereichen auch über vier Standbeine zu verfügen. Die Bereiche Lebensmitteleinzelhandel und der Online-Shop für Endverbraucher und Endverbraucherinnen haben Umsatzzuwächse, allerdings konnten sie nicht die massiven Umsatzeinbußen der beiden anderen Vertriebsbereiche Weltläden & Gruppen und Außer-Haus-Service (AHS) ausgleichen. Die meisten Weltläden haben inzwischen, zumindest mit eingeschränkten Öffnungszeiten, wieder geöffnet und bestellen auch wieder Waren. In der Krise hat sich gezeigt, dass die Stammkunden den Weltläden die Treue halten und neue Angebote wie z. B. Lieferservice gut angenommen wurden. Es besteht also Grund zu vorsichtigem Optimismus. Allerdings gibt es auch die Sorge, dass das Weihnachtsgeschäft unter Corona-Bedingungen schwierig sein wird (Masken, Abstand, begrenzte Kundenzahl im Laden) und auch Weltläden die Konsumzurückhaltung zu spüren bekommen. Am härtesten hat es den Außer-Haus-Service der GEPA getroffen, bei dessen Kunden eine Normalität noch lange nicht in Sicht ist. Mitte März mussten viele Kunden ihre Einrichtungen schließen. Im Tagungsbereich wurden bis Ende des Jahres viele Seminare und Tagungen abgesagt, die Hotels mussten teilweise ganz schließen.

Stand Ende Juli 2020

Kakao: Schwierige Bio-Umstellung in Kamerun

Häufig schon haben wir stolz von Bio-Umstellungen berichtet, die zügig und erfolgreich vonstatten gingen. Es gibt aber auch andere Geschichten: Bio-Umstellungen, für die man einen sehr langen Atem braucht und die durch Einwirkungen von außen blockiert werden, mit denen keiner gerechnet hat.

Bei unserem Partner KONAFSCOOP in Kamerun ist das derzeit leider so. »Obwohl alles beim letzten Besuch im Jahr 2017 sehr viel versprechend aussah, konnten wir leider bis jetzt noch keinen Bio-Kakao von KONAFSCOOP beziehen«, so fasst Stephan Beck, der Abteilungsleiter Einkauf & Qualitätssicherung, die aktuelle Situation zusammen.

Die GEPA als Importeur, Naturland als Bio-Berater, KONAFSCOOP als Kakao-Kooperative und die GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) als Berater und Finanzier hatten das Projekt gemeinsam angestoßen: Bio-Umstellung bei KONAFSCOOP. Da die GEPA heute deutlich mehr Bio-Kakao benötigt als konventionellen Kakao, hätten sich dadurch die Vermarktungsmöglichkeiten für den Partner sehr verbessert, die abgenommene Menge gar verdoppeln oder verdreifachen können.

Der Ansatz dieses Projektes war sehr partizipativ. Beim Planungs-Workshop zur Bio-Umstellung in 2017 haben die Bauern klar ihre Vorstellungen über den Bio-Anbau eingebracht. Eine erste Gruppe von Mitgliedern war sehr engagiert und sah im Bio-Anbau Vorteile für die Gesundheit ihrer Familien und die Möglichkeit, zur Landwirtschaft im Einklang mit der Natur zurückzukehren. Doch nach dem letzten Besuch von Stephan Beck verschlechterte sich die politische Situation im englisch-sprachigen Südwesten des Landes merklich. Es kam 2018 zu massiven Auseinandersetzungen zwischen der Zentralregierung und den so genannten Separatisten, die einen eigenen Staat an der Grenze zu Nigeria ausgerufen haben.

Ganz ohne Probleme war die Bio-Umstellung von Anfang an nicht. Mit Unterstützung von Brot für die Welt wurde 2016 ein Entwicklungshelfer zu unserem Partner KONAFSCOOP nach Kamerun entsandt, um die Bio-Umstellung vor Ort zu begleiten. Der Bio-Anbauverband Naturland hatte mit der Schulung der Bauern begonnen. Doch der Entwicklungshelfer musste seine Beratertätigkeit aus persönlichen Gründen vorzeitig abbrechen. Und es wurde auch kein weiterer Entwicklungshelfer geschickt. »Als sich die Möglichkeit eines developPPP-Projekts (PPP = Public-private-Partnership) mit der GIZ bot, schöpften wir alle wieder Hoffnung«, so Stephan Beck, der den ganzen Prozess zusammen mit seiner Kollegin Silvia Kurte, GEPA Einkaufsmanagerin Kakao, von Anfang an begleitete.

»Mit den darauf folgenden massiven politischen Unruhen hatte niemand gerechnet. Zwar schwelte der Konflikt zwischen dem Englisch sprechenden und dem Französisch sprechenden Teil der Bevölkerung in Kamerun schon lange, aber doch nicht in dieser Massivität! Und das Konstrukt, das wir gewählt hatten, war gut: eine Kombination aus externen Bio-Beratern von Naturland, einer von KONAFSCOOP angestellten Bio-Beraterin, der Aufbau von 15

Modellfarmen für Bio-Anbau und die Schulung der landwirtschaftlichen Techniker in Bio-Anbau. Aber dann verschärfte sich die Situation in der Region zunehmend.«

Die Separatisten riefen zu wöchentlichen Streiktagen auf, in denen das ganze öffentliche Leben zum Erliegen kam. Das staatliche Militär griff massiv in die Region ein, die Bauern konnten sich nicht mehr frei bewegen, so dass u. a. Schulungen nicht mehr durchgeführt werden konnten. Von den fünf geplanten Einsätzen der Berater von Naturland konnten nur zwei stattfinden. Reisen in der Region war zu gefährlich. Es gab Entführungen und Schusswechsel zwischen dem staatlichen Militär und den Separatisten. Auch die Verwaltung der Kooperative lag teilweise darnieder. Ein LKW mit Kakao wurde auf dem Weg zum Hafen angezündet, nachdem sich der Leiter der Kooperative nicht an die Sperre aufgrund des Streiktags gehalten hatte. Dies war ein erheblicher wirtschaftlicher Verlust für die Kooperative.

Aktuell sind aufgrund dieser Situation nur 262 der insgesamt 473 Mitglieder in der Organisation aktiv. Einige KONAFSCOOP-Mitglieder wurden in dem Konflikt getötet, andere wurden von ihrem Land vertrieben.

Da nach dem Bio-Audit 2017 kein weiteres Audit mehr stattfinden konnte (Besuch zu gefährlich für die Auditorin / den Auditor!), konnte zudem der Bio-Kakao nicht als »bio« exportiert werden, obwohl er bereits ökologisch angebaut worden war. Eine weitere herbe Enttäuschung für die Mitglieder von KONAFSCOOP und die GEPA. Die GEPA sucht weiterhin Abnehmern für den konventionellen Kakao von KONAFSCOOP in Europa.

»Wir haben viel Zeit und Geld in das Bio-Projekt gesteckt. Die Bauern sind frustriert, der LKW mit Kakao ist abgebrannt. Zum Glück hat die Bio-Beraterin vor Ort einfach weitergearbeitet. Doch die externen Berater fehlen trotzdem. Jetzt stehen wir wieder ziemlich am Anfang, aber wir geben nicht auf«, so Stephan Beck. »Wir hoffen jetzt darauf, dass das Bio-Audit 2020 stattfinden kann, sich die politische Situation in Kamerun endlich beruhigt und wir im Jahr 2021 endlich Bio-Kakao von KONAFSCOOP erhalten können.«

Mehr zur politischen Situation in Kamerun finden Sie unter:

https://www.deutschlandfunk.de/gespaltenes-land-die-krise-im-anglophonen-teil-kameruns.799.de.html?dram:article_id=449107

<https://www.nzz.ch/international/kamerun-im-englischsprachigen-teil-ist-die-lage-katastrophal-ld.1481402>

<https://www.zeit.de/politik/ausland/2019-06/kamerun-boko-haram-terrormiliz-angriff-tote>

Kreativ durch die Krise: Von Corona lernen

Not macht erfinderisch, heißt es. Die Not der Weltläden im Frühjahr war groß, die meisten mussten mehrere Wochen geschlossen bleiben. Entsprechend groß war allerdings auch der Erfindungsreichtum vieler Läden und Gruppen. Einige der Ideen haben wir auf unserer Weltläden-Webseite www.gepa-wug.de porträtiert. Hier nochmal die »best of« im Schnelldurchlauf:

Home-office-Aufmunterungspakete

Der Weltladen Bornheim verschickte im Auftrag der Triodos-Bank kleine Pakete mit fairem Kaffee und Tee an die zum Home office gezwungenen Bank-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Gutschein auf die Zukunft

Der Weltladen Frankfurt bot Gutscheine an, die 10 % Sonder- rabatt beinhalteten. Umsatz-Sicherung und eine Bindung der Kunden an den Weltladen in der Zeit der Ladenschließung ergänzen sich hier sehr gut: Die Einnahmen des Weltladens brechen nicht völlig ein und die Kunden werden ermuntert, nach der erneuten Öffnung wieder zu Besuch zu kommen.

Weltladen »to go«

Viele wollten den Weltladen nicht komplett schließen und entschieden sich, nur die Kundenkontakte zu minimieren – etwa durch eine Abholmöglichkeit für vorbestellte Ware. Insbesondere bei Verbrauchsprodukten wie Lebensmitteln eine gute Variante, weil die Kundinnen und Kunden diese auch ohne »Einkaufsbummel« im Weltladen kaufen können. Zudem bietet die Abholung nach Vereinbarung auch die Option, das zu Zeiten zu tun, in denen der Weltladen normalerweise nicht geöffnet hätte – ebenfalls ein interessanter Aspekt z. B. für Berufstätige.

Bleib-gesund-Päckchen

Ähnliches setzte der Weltladen Wattenscheid mit dem »Bleib-Gesund-Päckchen« um, das u. a. Seife, aber auch Schokolade und Tee enthielt – heilsames für alle Sinne also!



Die Weltläden in Speyer und Karlsruhe machten gute Erfahrungen mit dem »Fensterverkauf«.

Weltladen kommt nach Hause

Noch einen draufsetzen konnten viele Weltläden, indem sie Produkte den Kundinnen und Kunden sogar bis nach Hause lieferten. Eine interessante Lösung insbesondere in der »Lockdown«-Zeit, als starke Ausgangsbeschränkungen galten. Aber auch für all jene, denen es gesundheitlich oder organisatorisch nicht so leicht fällt, mal schnell aus dem Haus zu gehen, ist ein Lieferservice ein gutes Angebot.



Wenn der Kunde nicht zum Laden kommt, kommt der Laden eben zum Kunden! EINE WELT LADEN - Filderstadt

... und nach Corona?

Was uns auffällt: viele dieser Ideen resultieren aus einem genaueren, intensiveren Nachdenken darüber, in welcher Situation die Kundinnen und Kunden sich befinden und welche besonderen Bedürfnisse sie haben – oder welche speziellen Dienstleistungen ihnen das Leben und den Einkauf fair gehandelter Produkte ein wenig erleichtern.

Diese Richtschnur sollten wir beibehalten – denn so funktioniert gutes, innovatives Unternehmertum: genau hinzusehen, mit welchen Angeboten wir unseren Kunden eine Freude machen oder ihren Bedürfnissen Rechnung tragen können. Und: originell sein, das Besondere ausprobieren, damit der Weltladen sich durch Kreativität von der Konkurrenz unterscheidet.

Dabei können viele der Corona-Ideen weiterhin aufgegriffen werden. Warum z. B. nicht in einer Uni-Stadt ein »Studierpaket« anbieten, mit dem Freunde oder Angehörige von Studis diese in heftigen Klausurphasen moralisch und kulinarisch ein wenig unterstützen können? Wer wochenlang über BWL- oder Histologie-Büchern büffelt, freut sich garantiert, wenn der Paketbote vom Weltladen ein Päckchen mit Schokolade, Kaffee oder Tee abliefern, verbunden mit einem kleinen Gruß und besten Wünschen für die Prüfung. Das gleiche Prinzip taugt natürlich auch als Werbeaktion in der Zeit vor den Abiturprüfungen.

Der Laden muss wegen Bauarbeiten einige Zeit mit massiven Einbußen rechnen? Dann bieten Sie in dieser Zeit doch mal Gutscheine mit ein paar Prozent Rabatt ein – vielleicht verbunden mit der Ankündigung besonderer Angebote in der ersten Woche nach Ende der Bauarbeiten!

Und die Bewohner im Seniorenheim, die nicht mehr bis zum Weltladen laufen können, sind sicher auch erfreut über ein kleines Überraschungspräsent aus dem Weltladen, das der Paketdienst, eine Mitarbeiterin oder Mitarbeiter des Ladens vorbei bringt.

Lassen Sie Ihre Phantasie spielen, überlegen Sie, welche besonderen Bedürfnisse Ihre Kunden haben – und arbeiten Sie mit Spaß daran, den Weltladen zu dem etwas besonderen Geschäft zu entwickeln!

Wir freuen uns auch weiterhin über jede Anregung und Beispiele dieser Art und veröffentlichen sie gern auf unserer Webseite!

Brutto und netto: kirchliche Aktionsgruppen und die Umsatzsteuer ab 2021

In vielen Kirchengemeinden herrscht die Einschätzung vor, der Verkauf fair gehandelter Produkte sei steuerfrei. Ist ja für einen guten Zweck, und die GEPA ist ja auch kirchlich getragen – oder? Leider ist es nicht so einfach. Wir erklären kurz und knapp, worauf man achten muss.

Verkauf ist Gewerbe, Steuererklärung ist Pflicht

Grundsätzlich gilt: jeder nachhaltige, also wiederholte Verkauf ist eine gewerbliche Aktivität und als solche umsatzsteuerpflichtig. Das bedeutet nicht, dass wirklich Steuer fließen muss, denn es gibt Freigrenzen. Aber per se steuerfrei sind Verkaufsaktionen nicht. Und das heißt: jeder Träger einer Fair-Handels-Aktionsgruppe muss eine Umsatzsteuer-Erklärung abgeben. Egal, ob 100 oder 100.000 € Umsatz im Jahr gemacht werden. Egal, ob der Verkauf mit einem Bauchladen nach dem Gottesdienst oder in einem festen Ladengeschäft erfolgt.

Ist eine Kirchengemeinde Träger einer Aktionsgruppe, dann muss die Kirchengemeinde diese Umsatzsteuer-Erklärung abgeben, was in der Regel durch die Verwaltungsorgane der Kirchenkreise (»Rentämter«) erledigt wird.

Die einzige Ausnahme von dieser Regel sind Verkaufsaktionen, die im Namen und auf Rechnung eines Weltladens durchgeführt werden, ohne dass Rabatte oder Gewinnanteile bei der Aktionsgruppe bleiben. Dann verkauft eigentlich der Weltladen den Kaffee, nicht die Aktionsgruppe – sie fungiert nur als ehrenamtliches Verkaufspersonal.

Die Kleinen lässt man laufen

Die bereits erwähnte Freigrenze liegt bei 22.000 € – bis zu dieser Summe wird keine Umsatzsteuer fällig. Diese Bestimmung heißt »Kleinunternehmer-Regelung«. Die Umsatzsteuererklärung muss aber in jedem Fall eingereicht werden (erst aus ihr ergibt sich dann ja, ob die Grenze überschritten wird!).

Alle Umsätze zählen

Bei der Umsatzsteuer-Erklärung werden alle wirtschaftlichen Tätigkeiten des Trägers zusammengezählt. Wenn also eine Kirchengemeinde neben dem Fair-Handels-Stand auch noch andere wirtschaftliche Tätigkeiten hat, entscheidet der Gesamtbetrag, ob Steuer fällig wird. Bleibt dieser Gesamtbetrag unter 22.000 €, dann ist das nicht der Fall, mit der Umsatzsteuer-Erklärung und der dafür erforderlichen sauberen Buchhaltung (Auflistung von Einnahmen und Ausgaben, siehe unten) ist den Bestimmungen Genüge getan.

Hat die Kirchengemeinde andere Umsätze von weniger als 22.000 €, mit dem Fair-Handels-Verkauf zusammengerechnet aber über 22.000 €, kann eine Trennung in zwei rechtlich selbständige Träger sinnvoll sein, um die Steuerbelastung zu vermeiden – und zwar für beide Teilbereiche! So können sie beide weiter als Kleinunternehmer geführt werden.

Kommt die Kirchengemeinde schon ohne den Fair-Handels-Verkauf auf mehr als 22.000 €, dann ist sie bereits kein Kleinunternehmer mehr. Die zusätzlichen Umsätze durch die Aktionsgruppe ändern

dann in der Praxis nichts mehr für sie – sehr wohl aber für die Aktionsgruppe, denn als eigenständige Rechtsform müsste sie keine Umsatzsteuer zahlen.

Hat die Aktionsgruppe einen Umsatz von mehr als 22.000 €, ist es genau andersrum: Sie muss auf jeden Fall Umsatzsteuer zahlen, während die Kirchengemeinde, wenn sie z. B. ansonsten nur Umsätze von wenigen hundert Euro hat, von einer Trennung profitieren könnte (weil sie dann Kleinunternehmer wäre).

Kleinunternehmer dürfen keine Mehrwertsteuer ausweisen

Auf jedem Kassenbon vom Supermarkt sehen wir Preise als Netto-Beträge, dann die jeweils anfallende Umsatzsteuer (7 % bzw. bis Ende 2020 5 % auf Lebensmittel und Presseerzeugnisse, 19 % bzw. bis Ende 2020 16 % auf alles andere) und dann die Brutto-Summe.

Wer Kleinunternehmer ist, macht das anders. Er gibt die Ware nur als Brutto-Betrag ab und die Gesamtsumme »gehört« ihm. Genauso kann er auf der anderen Seite aber auch keine für den Einkauf gezahlte Umsatzsteuer geltend machen. Das heißt er zahlt auch stets den Bruttobetrag beim Einkauf.

Auf den Belegen und auch auf gestellten Rechnungen ist von Kleinunternehmern zu vermerken »Umsatzsteuerfreie Leistung gemäß §19 Umsatzsteuergesetz«.

Buchhaltung muss sein

Kleinunternehmer oder nicht – eine ordentliche Buchhaltung der getätigten Ein- und Verkäufe ist Pflicht. Bei Kleinunternehmern genügen hier die Brutto-Summen, bei größeren Verkäufern müssen Einkäufe und Verkäufe jeweils getrennt nach den beiden MwSt-Sätzen (ermäßigt und normal, siehe oben) festgehalten werden.

Das heißt auch: eine einfache Barkasse und die reine Notierung, wieviel wann auf das Konto eingezahlt wurde, genügen NICHT!

Mach dich schlau: Frag einen Experten!

Abschließend bleibt nur noch zu betonen: das Thema »Fair-Handels-Verkauf und Steuern« ist so komplex, dass man unbedingt einen Fachmann oder eine Fachfrau konsultieren sollte.

Dieser Artikel basiert auf einem Infoblatt von Lutz Hartmann vom fair-rhein e.V., dem Verein zur Förderung des Fairen Handel(n)s am Niederrhein. Die Langfassung finden Sie als PDF-Datei auch auf der GEPA WUG-Seite. Wir danken für die freundliche Überlassung! Auch beim Weltladen-Dachverband gibt es auch ausführliche Informationen zum Thema »Weltläden und Finanzen«.

Neue Verkaufs- und Werbematerialien



Flyer »Choco for Change«, Art.-Nr. 8944801, VPE 50 St.



Postkarte »Choco for Change«, mit Freifeld Art.-Nr. 8944802, VPE 25 St.



Regalwobbler »Choco for Change«, Art.-Nr. 8944803, VPE 25 St.



Plakat »Orangensaft & Limo – erfrischend & lecker« DIN A1, Art.-Nr. 8934897, VPE 25 St, auch einzeln erhältlich



A4-Aufsteller »Choco for Change« als PDF zum Download



Neuaufgabe: Unsere Plus-Punkte: GEPA fair+, Leporello, Art.-Nr. 8903260, VPE 50 St.



Bestellbogen Nachtwäsche Herbstkollektion 2020 als PDF-Formular im Infoshop unter »Bestellbögen« verfügbar

Diese neuen Infomaterialien können Sie im Infoshop unter www.gepa-wug.de kostenlos bestellen. Bitte orientieren Sie sich bei Ihrer Bestellung nach Möglichkeit an den Verpackungseinheiten. Die Infomaterialien werden Ihrer Warenbestellung beigelegt.

Aus der Praxis – für die Praxis

Unter diesem Titel finden Sie in jeder Ausgabe von **GEPA AKTUELL** einen Artikel, in dem Kunden der GEPA ihre Praxiserfahrungen für das erfolgreiche Wirtschaften im Weltladen weitergeben. Denn bei allen Besonderheiten, die Weltläden von anderen Geschäften unterscheiden: Geschäfte sind sie auch und hoffentlich möglichst erfolgreiche! Diesmal schreibt der Weltladen Heidenheim über den Sinn und Segen von Versicherungen.

Weltladen unter Wasser – ein ganz besonderer Sonntagmorgen

Sonntagmorgen um 8.00 Uhr – gerade will ich mich gemütlich zum Frühstück hinsetzen, da klingelt das Telefon. Eine Kundin, die im gleichen Gebäude wohnt, in dem unser Weltladen ist, ruft aufgeregt an: »Bitte kommen Sie, alle Schaufenster des Weltladens sind mit Wasserdampf beschlagen und große Tropfen rinnen runter, da kann was nicht stimmen!«

Also sofort Mann geweckt, ungefrühstückt und ungewaschen Aufbruch zum Weltladen. Als ich die Eingangstüre öffne, kommt uns eine Wolke warmer Wasserdampf entgegen, die Schuhe baden im Wasser. Einen Moment sind wir völlig erschlagen, dann beginnen wir sofort mit den Sicherungsmaßnahmen. Das Wasser fließt im Lager seit Stunden aus einer Warmwasserleitung in der Decke zu Boden. Ein Ventil ist gebrochen. Mein Mann steigt mit Regenschirm auf die Leiter und kann das Ventil schließen. Ich rufe zuerst den Notdienst der Heizungsfirma an, der mir sein Kommen in einer halben Stunde zusagt. Danach den Vermieter und den Hausverwalter des ganzen Gebäudes. Zuletzt versuche ich Helfer zu organisieren, die zum Trocknen, Putzen und Räumen kommen. Das ist sonntags morgens nicht so einfach, aber zuletzt sind wir acht Personen, die dann bis zum späten Nachmittag arbeiten.

Den Versicherungsvertreter erreiche ich im Skilift in Italien. Wir sollen so gut wie möglich Ware und Gebäudeinhalt trocknen, aufräumen und sichern und gleich Montagmorgen um 8.00 Uhr die Versicherungen verständigen.



Das Wasser war aus der Decke über die Hälfte unserer Lebensmittel im Lager geströmt. Es hatte so viel Druck, dass Teebeutel aus den Verpackungen geschwemmt wurden und an der Wand schwarzer Tee »aufgebrüht« wurde. Zuerst haben wir das Wasser aus dem Laden geschoben, den Fußboden getrocknet und danach die nassen Waren aus den Lebensmittelregalen entfernt. Die Waren wurden getrennt nach den Kriterien: wegwerfen,

verschenken, reduziert verkaufen, unversehrt. Am späten Nachmittag war dann alles soweit erledigt, ein großer Anhänger voller nasser Kartonagen zum Entsorgen, Ware auf Sondertischen mit Vermerken versehen: zu verschenken oder mit roten Preisklebern.



Ein Anruf bei der Lokalredaktion der Zeitung half uns auch noch: Am Montag erschien ein kleiner Artikel über den Schaden, aufgrund dessen viele besorgte und kauffreudige Kunden in den Laden kamen.

Das »Highlight« des Tages waren jedoch die Kommentare von Kirchgängern: »Jetzt müssen die auch noch am Sonntag arbeiten!«

Eine Woche lang war Abverkauf der Ware, Trocknungsgeräte wurden aufgestellt, die Schadensachverständigen der Versicherungen kamen und eine Sanierungsfirma wurde beauftragt. Nach wochenlangen Trocknungsversuchen dann die Hiobsbotschaft: Der Boden muss raus, inklusive des Estrichs. Wir haben uns für die Sommerferien entschieden, aus geplanten 8 Wochen wurden fast elf Wochen Schließzeit für den Laden. Alle Waren, die nach einem Abverkauf noch vorrätig waren sowie die gesamte Einrichtung wurden von einer Möbelspedition abgebaut und eingelagert – zwei Möbelwagen voll.

Das Aus- und Einräumen der Waren wurde uns von der Gebäudeversicherung bezahlt, der Abbau der Möbel, der Transport und die Einlagerung von der Inhaltsversicherung. Wir haben drei Mitarbeiterinnen, die während dieser Zeit Anspruch auf Lohnfortzahlung hatten. In unserer Inhaltsversicherung hatten wir auch Betriebsunterbrechung mitversichert. Wir konnten deshalb alles relativ gelassen sehen, da wir aus dem ganzen Schadensfall keine finanziellen Nachteile hatten.

Fazit: Ohne Versicherungen hätten wir große finanzielle Probleme gehabt – der Gesamtschaden für uns und den Vermieter lag im hohen fünfstelligen Bereich!

Vorsorge-Tipp für andere Weltläden:

Zuständigkeit im Weltladen für Überprüfung der vorhandenen Versicherungen und für eventuelle Schadensfälle klären!

Warum Versicherungen für den Weltladen abschließen?

Unser eigenes Handeln und das damit verbundene Risiko vor allem finanzieller Art können wir einschätzen – Risiken, die unvorhergesehen auf uns zukommen, nicht.

Zwei Versicherungen sollte jeder Weltladen haben:

Die **Haftpflichtversicherung** deckt alle Personen-, Sach- und Vermögensschäden ab, die durch den versicherten Betrieb unbeabsichtigt verursacht werden.

Deckungssumme mind. 3 Mio. €, Jahresprämie ca. 200 € jährlich

Die **Sachversicherung** oder Inhaltsversicherung deckt je nach Vereinbarung Feuer, Einbruchdiebstahl, Vandalismus nach einem Einbruch sowie Raub ab, außerdem Leitungswasser, Sturm, Hagel, Glasbruch, Betriebsschließung, Transportgefahren, Elektronik sowie viele zusätzliche Kosten und Schäden.

Die Jahresprämie richtet sich nach Einstufung der Betriebsart (was wird verkauft), der Sicherung der Türen und des Gebäudes. Außerdem werden die versicherten Gefahren (s.o.) und die Höhe der Versicherungssumme berücksichtigt.

Für die Berechnung der Versicherungssumme ist zu beachten:

Lebensmittel / Kunsthandwerk / Mode usw. ist zum Netto-Einkaufspreis und die Einrichtung zum Wiederbeschaffungspreis / Neuwert zu berechnen. Ist die Versicherungssumme zu gering, wird der Schaden gegebenenfalls auch nur anteilsweise erstattet.

Deckungssumme z. B. 50.000 €, Jahresprämie ca. 320 € jährlich

Für alle Schäden gilt folgende Faustregel:

Stellt den Laden gedanklich auf den Kopf: Alles was runterfällt, ist Sachversicherung und damit Sache des Weltladens, alles was bleibt und mit dem Gebäude fest verbunden ist, ist Gebäudeversicherung und damit Sache des Vermieters!



Fotos: Weltladen Heidenheim

Letzter Tipp:

Sich immer mindestens zwei Angebote geben lassen, beiden Versicherungen die gleichen Vorgaben machen und hinterher die Angebote ganz genau mit den Bedingungen und den eingeschlossenen Risiken und Zusatzkosten vergleichen. Das macht zwar einige Arbeit, aber dadurch wird vermieden, dass wichtige Punkte nicht im eventuell günstigeren Angebot enthalten sind.

Ingrid Hinderer, Weltladen Heidenheim



Charlotte backt

Dieses Mal ein Kuchen-Klassiker fair interpretiert: Brownies mit GEPA Schokolade und Cashewnüssen. Super lecker und echte Seelennahrung! Perfekt ist dieser amerikanische Schokoladenkuchen, wenn der Kuchen in der Mitte noch weich und leicht feucht ist. Sollte das beim ersten Mal nicht klappen: einfach aufessen und nochmal probieren...



Die dunklen GEPA Schokoladensorten eignen sich, geschmolzen, geraspelt oder in grobe Stücke geschnitten, übrigens für alle Arten von Kuchen und Gebäck. Im Wasserbad geschmolzen sind sie auch eine gute Alternative zu fertiger Schokoladenglasur.

Dieses und viele weitere Koch- und Backrezepte, finden Sie auf der GEPA-Weltladenseite www.gepa-wug.de in der Rubrik »Tipps – Ideen – Beratung« unter »Rezepte – auch für Gruppen!«

Impressum

GEPA AKTUELL

V.i.S.d.P. Jorge Inostroza
.... Vertriebsleiter Weltläden und Weltgruppen
Kontakt E-Mail: bettina.kasper@gepa.de
..... GEPA - The Fair Trade Company
..... GEPA-Weg 1
..... 42327 Wuppertal
..... www.gepa.de

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



Brownies mit Cashewkernen

(sollten innen noch feucht sein, wenn man sie isst)

Zutaten für eine Backform oder ein Backblech ca. 30x35 cm

Zutaten:

200 g	GEPA Zartbitterschokolade
250 g	Butter
200 g	feiner Zucker
200 g	GEPA Mascobado
2	Vanilleschoten (Mark) oder 1 Päckchen Vanillezucker
1	Prise Salz
4	Eier
250 g	Weizenmehl
150 g	GEPA Cashewkerne Puderzucker

Zubereitung:

1. Cashewkerne hacken und in der Pfanne bei milder Hitze rösten. Schokolade grob hacken.
2. Butter bei milder Hitze über dem Wasserbad zerlassen und gehackte Schokolade hinzufügen, rühren bis die Schokolade aufgelöst ist. Topf zur Seite stellen und Masse abkühlen lassen, dabei immer wieder umrühren.
3. Zucker, Vanillemark, Salz und Eier in die Schokoladenmischung geben und mit dem Mixer, besser in der Küchenmaschine rühren, bis sich der Zucker aufgelöst hat. Ca. 10–15 Minuten.
4. Gesiebttes Mehl und Cashewkerne unterrühren.
5. In ein tiefes Backblech oder flache Backform füllen (ca. 30x35 cm), glatt streichen und backen.
Backen: ca. 35–40 Minuten bei 180 Grad
Nach dem Erkalten in quadratische Stücke schneiden und nach Wunsch mit Puderzucker bestreuen.



Einem Teil der Ausgabe liegt bei:

- Flyer »Choco for Change«

