

GAKTUELL

Ausgabe 2/19 – Mai 2019

Lebensmittel

Neues Tee-Sortiment	2
Warenkunde Tee	8
Kurzinterview Gautam Mohan TPI / Indien	11

BIO CAFÉ geröstet in Ruanda

Neu: Bio Café MUSASA aus Ruanda	12
FAQs zu Röstkaffee aus dem Ursprung	14

Handwerk

Neu: Taschen von Chako aus Sansibar	16
---	----

Hintergrund

Handelspartner-Workshop: Fairer Handel hier ..	18
Aktionswettbewerb zum Weltladentag	19
Start-Ups kämpfen gegen Verschwendung	20

Verkaufen!

Aus der Praxis: Auftritt und Umsatz	22
Aktionsprodukt: Schokolade selbst gestalten .	24
Neue Verkaufs- und Werbematerialien	25

Beispielhaft!

Umzug: Weltladen Hofheim	26
Umzug: Weltladen Böblingen	27

Aktionen · Kampagnen · Veranstaltungen

Briefaktion zu Menschenrechten Philippinen .	28
Aktionsprodukt Kinderrechtsschokolade	29
Evangelischer Kirchentag in Dortmund	30
Veranstaltungen FAIRER HANDEL – LIVE!	31

Das Rezept

Charlotte kocht!	32
------------------------	----



Fairer Genuss – vom Blatt bis zum Aufguss: unser neues Tee-Sortiment

In der vergangenen Ausgabe haben wir davon berichtet, dass 2019 unser »Jahr des Tees« wird und wir das Sortiment modernisieren und erweitern. Nun ist es so weit: Wir präsentieren Ihnen Neuheiten, verbesserte Rezepturen, noch konsequentere Umsetzung der Idee des Fairen Handels und ein neues Verpackungsdesign. Nehmen Sie sich ein wenig Zeit, sich hier über die Neuerungen zu informieren – und trinken Sie dazu am besten ein Tässchen Tee!

Unser Ziel: mehr Umsatz für Handelspartner, GEPA und Weltläden

Obwohl auch unser bisheriges Tee-Sortiment viel zu bieten hatte, war es uns bisher noch nicht ausreichend gelungen, bei Handel und Endkunden die angemessene Aufmerksamkeit für unsere Tees und unsere Handelspartner zu wecken. Es zeichnete sich, anders als bei unseren Kaffees und Schokoladen, kein nennenswertes Wachstum ab. Auch die Neukundengewinnung gestaltete sich schwierig, so dass wir den Absatz und Umsatz auch im Sinne unserer Partner nicht wesentlich vergrößern konnten. Wir handeln jetzt, damit

- wir von unseren Handelspartnern größere Mengen abnehmen können
- wir ihre Leistung bei der Produktion biologisch produzierter und fair gehandelter Tees entsprechend zeigen und würdigen, sowie die Lebensbedingungen verbessern können
- mehr Verbraucherinnen und Verbraucher vom Mehrwert unseres fairen Bio-Tees überzeugen können
- wir mittelfristig durch größere Bestellmengen die Kosten für Verarbeitung und Verpackung in Europa reduzieren können

- der Marktanteil des Fairen Handels am wachsenden Tee-Konsum (ca. 1,5 % pro Jahr) steigt und unsere Handelspartner davon profitieren
- wir ein Sortiment anbieten können, das über alle unsere vier Vertriebskanäle den jeweiligen Kundenbedürfnissen möglichst optimal entspricht

Neue Sortimentsstruktur

Unser Teesortiment gliedert sich in Basis-, Kern- und Premium-Sortiment.

Das Basissortiment enthält 12 verschiedene Schwarztee-, Grüntee-, Kräutertee- und Früchtetee-Sorten, die als Grundlage für Ihr Teesortiment eine gute Wahl bilden. Damit können Sie für jeden Geschmack etwas anbieten!

Das Kernsortiment erweitert diese Grundlage um ein Angebot von weiteren 20 Sorten. Dazu gehören etwa unsere Wellness-Tees, verschiedene Teebeutel-Varianten von Schwarz- und Grüntees und Spezialitäten wie Assam oder Earl Grey.

Das Premiumsortiment schließlich enthält drei edle Teesorten in einer handgefertigten Verpackung, die zum Besten gehören, was es in Sachen Tee gibt – ideal für alle, die das Besondere lieben.



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

Neue Rezepturen

Wir haben eine Reihe unserer Tees neu gemischt. Eine sorgfältige Auswahl der verwendeten Teesorten und -provenienzen garantiert einen gleichbleibenden, ausbalancierten Geschmack und eine hohe Qualität.

Beim Earl Grey Schwarztee und dem losen Chai Traditionell gibt es neue, verbesserte Rezepturen.

Außerdem kommen jetzt alle Tees vollständig ohne Aromazusätze aus: Wir verwenden aromatisches Orangenöl oder Bergamotte-Öl – und in den Früchte-, Gewürz- und Kräutertees nur natürliche und hochwertige getrocknete Zutaten.

Übrigens werden die Tees aus Indien, Sri Lanka und Vietnam sorgsam von Hand gepflückt und alle Tees werden vor Ort weiterverarbeitet.



Neue Verpackungen

Unsere Raritäten Darjeeling First Flush, Weißtee Darjeeling und Jasmin Grüntee sind besonders edle Teesorten. Daher haben wir für sie auch eine besondere Verpackung gewählt: In der Papiermanufaktur »Fibres« unserer langjährigen Partnerin Mahima Mehra in Neu-Delhi werden aus handgeschöpftem Recyclingpapier wunderschöne Teeverpackungen. Den Rohstoff für die Kreationen bilden Baumwollreste. Sie werden zerkleinert und gereinigt und dann zu einer Pulpe verarbeitet, aus der die einzelnen Blätter von Hand geschöpft werden. Die besondere Textur der GEPA-Verpackungen entsteht dadurch, dass die einzelnen Blätter vor dem Trocknen mit einem Leinentuch abgedeckt werden, dessen Muster sich auf das Papier überträgt. Es dauert etwa 15 Minuten, bis ein einziges Blatt fertig ist.

Diese aufwendige, umweltschonende und energiesparende Methode führt zu einem besonders hochwertig anmutenden Papier, mit dem wir nun unsere Tee-Raritäten von den »Alltags-Tees« abheben wollen.

Die Verpackungen eignen sich auch wunderbar zur weiteren Verwendung als Aufbewahrungsbehälter oder Geschenkbox – was den ökologischen Aspekt noch mehr hervorhebt.

Auch bei den Folien der Teebeutel haben wir einen Schritt nach vorn gemacht. Ganz ohne Folie geht es hier leider nicht: Nur eine Verpackungsfolie mit einer guten Sperrschicht kann verhindern, dass Fremdstoffe aus der Umwelt oder Rückstände aus anderen Verpackungen in das Produkt gelangen. Außerdem ist in der Gastronomie eine Einzelverpackung der Teebeutel aus hygienischen Gründen vorgeschrieben. Aber Plastik ist nicht gleich Plastik:

Unsere Folie besteht zu über 90 % aus nachwachsenden Rohstoffen (Holz-Zellstoff u. a. aus FSC-zertifizierter Forstwirtschaft).

Die Kombination aus Kraftpapier und der Aromaschutzfolie schützt den Tee weit besser als Papier, ist aber umweltfreundlicher als herkömmlicher Kunststoff. Sie bietet eine gute Barriere gegen Feuchtigkeit, Sauerstoff oder Fremdstoffe. Und wir sparen im Vergleich zur bislang verwendeten Folie etwa 44 % CO₂.

Die neue Folie ist nach der EU-Norm EN 13432 zertifiziert und industriell kompostierbar. Leider sind viele Abfallbetriebe zurzeit noch nicht in der Lage, Biokunststoffe von herkömmlichen Kunststoffen zu trennen, das liegt auch an der geringen Menge. Daher können die Teekuverts laut Bioabfallverordnung nicht in der Biotonne entsorgt werden.

Neue Preise

In den vergangenen Jahren haben wir die Teepreise nicht erhöht. In dieser Zeit ist aber viel passiert: Die Kosten bei unseren Abfüllern und Verarbeitern sind gestiegen, die Teeeinkaufspreise etwa für Darjeeling-Tee haben sich als Folge der Streiks im Jahr 2017 deutlich erhöht. Die Löhne für Arbeiterinnen und Arbeiter in Darjeeling sind um mehr als 30 % gestiegen – was für die Menschen dort eine wichtige und gute Entwicklung ist! Und auch die neu gestalteten, aufwendig gefertigten Verpackungen und umweltfreundlichen Verpackungsmaterialien haben ihren Preis.

Übrigens zahlt die GEPA bereits seit langem den Handelspartnern mehr für ihre Tees als gemäß der Fairtrade-Standards vorgegeben ist. Und: Die zusätzlich zum vereinbarten Teepreis zu zahlende FLO-Prämie von 1,10 US-Dollar pro Kilogramm Tee zahlen wir etwa nicht nur, wie von der Fairtrade Labelling Organisation (FLO) festgelegt, für Blatt-Tees, sondern auch für die normalerweise günstigeren Fannings, also die feinen Teeartikel, die für Teebeutel verwendet werden. Hier fordert FLO lediglich 0,50 US-Dollar/kg, GEPA zahlt also mehr als das Doppelte an Prämie.

Die Bestellungen für das neue Tee-Sortiment haben den Umsatz unserer Handelspartner mit GEPA jetzt schon um mehr als 10 % erhöht. Unsere Partner profitieren also mehrfach von den Veränderungen.

Neue Materialien

Wir möchten Sie dabei unterstützen, das neue Tee-Sortiment erfolgreich zu präsentieren. Daher bieten wir Ihnen zur Sortimentsumstellung im Mai eine Tee-Broschüre, die das ganze Sortiment vorstellt, ein Tee-Poster, einen neuen Tee-Film, ein Tee-Special auf unserer Webseite mit »FAQs« (Fragen & Antworten), Warenkunde und einer Musterkalkulation, an. Außerdem gibt es ab Mai Unterstützung für die Durchführung von Tee-Verkostungen – bitte sprechen Sie Ihre GEPA-Beraterinnen und -Berater an!

Viele interessante Hintergründe und Details zum neuen Tee-Sortiment und den Tee-Film zum Herunterladen finden Sie übrigens auf unserer Webseite im Tee-Special: www.gepa.de/gepa/timeforfairtea – schauen Sie mal rein!



Die neuen Sorten

»Sieben auf einen Streich« könnte das Motto hinsichtlich der neuen Teesorten heißen. So viele neue Sorten bieten wir Ihnen künftig an. Hier stellen wir Ihnen »die Neuen« alle kurz vor:

Neu: Bio Jasmin Grüntee (Art.-Nr. 8880910)

Loser Premium-Bio-Grüntee von unserem Handelspartner Dazhangshan Organic Tea Farmers (DOTFA) aus China, aromatisiert mit Jasminblüten. Diesen Grüntee am besten mit nur 70° heißem (nicht mehr kochendem) Wasser aufgießen und nur 2 Minuten ziehen lassen. Dieser Tee kann auch mehrfach aufgegossen werden.



Verkaufsargumente:

- vom Blatt bis zum Aufguss fair
- 100 % Bio
- ohne Aromazusätze, mit frischen Jasminblüten aromatisiert
- Premium-Qualität
- handgefertigte Verpackung
- Mehrwert vor Ort



Neu: Bio Ceylon Grüntee (Art.-Nr. 8880929)

Ein loser Grüntee von SOFA/Bio Foods aus Sri Lanka mit aromatisch-mildem Geschmack. Natürlich handgepflückt und schonend getrocknet!

Verkaufsargumente:

- vom Blatt bis zum Aufguss fair
- handgepflückt
- 100 % Bio
- Aromaschutzfolie innen: überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen
- Mehrwert vor Ort z. B. Lehrgänge in Biolandwirtschaft

Neu: Bio Darjeeling Grüntee Teebeutel (Art.-Nr. 8880948)

20 Teebeutel à 2 g, mit hervorragendem Bio-Grüntee von unserem Handelspartner TPI (Indien).



Verkaufsargumente:

- vom Blatt bis zum Aufguss fair
- handgepflückt
- 100 % Bio
- Aromaschutzfolie für einen intensiven Geschmack
- Teekuvert industriell kompostierbar nach EN 13432 und schadstofffrei
- Teebeutel mit Bio Baumwollfaden
- Mehrwert vor Ort z. B. Mitbestimmung und Frauenförderung

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP	Inhalt je Karton
8880910	Bio Jasmin Grüntee	lose, 100 g	8,99 € / St.	5 St.
8880929	Bio Ceylon Grüntee	lose, 100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880948	Bio Darjeeling Grüntee	20 x 2 g	3,49 € / St.	5 St.
8880940	Bio Grüntee Würzig Frisch	250 g	9,99 € / St.	5 St.
8880941	Bio Schwarztee Malzig Mild	250 g	9,99 € / St.	5 St.
8880959	Bio Schwarztee Klassisch	20 x 2 g	2,99 € / St.	5 St.
8880960	Bio Grüntee Mischung	20 x 2 g	2,99 € / St.	5 St.



Neu: Bio Grüntee Würzig Frisch (Art.-Nr. 8880940)

Eine aromatische Grüntee-Mischung von Tees unserer Handelspartner DOTFA (China), Van Chan Organic Farmers (Vietnam) und TPI (Indien) in der Großpackung mit 250 g. Der Tee aus Vietnam stammt aus Wildpflückung. Den Grüntee mit nur 70° heißem (nicht mehr kochendem) Wasser übergießen und 3 Minuten ziehen lassen, Mehrfachaufgüsse sind möglich.



Verkaufsargumente:

- vom Blatt bis zum Aufguss fair
- 100 % Bio
- Aromaschutzfolie innen: überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen
- Mehrwert vor Ort z. B. Wildpflückung durch indigene Bäuerinnen und Bauern



Neu: Bio Schwarztee Malzig Mild (Art.-Nr. 8880941)

Eine Bio-Schwarztee-Mischung mit leicht malzigem Aroma, hergestellt aus Tees unserer Handelspartner DOTFA (China), Van Chan Organic Farmers (Vietnam) und TPI (Indien) in der Großpackung mit 250 g. Der Tee aus Vietnam stammt aus Wildpflückung.

Verkaufsargumente:

- vom Blatt bis zum Aufguss fair
- 100 % Bio
- Aromaschutzfolie innen: überwiegend aus nachwachsenden Rohstoffen
- Mehrwert vor Ort z. B. Engagement für mehr Bildung

Neu: Bio Schwarztee Klassisch Teebeutel (Art.-Nr. 8880959)

20 Teebeutel à 2 g, eine klassische Schwarztee-Mischung mit Tees unserer Handelspartner DOTFA (China), Van Chan Organic Farmers (Vietnam) und TPI (Indien) mit harmonisch rundem Geschmack. Der Tee aus Vietnam stammt aus Wildpflückung.



Verkaufsargumente:

- vom Blatt bis zum Aufguss fair
- 100 % Bio
- Aromaschutzfolie für einen intensiven Geschmack
- Teekuvert industriell kompostierbar nach EN 13432 und schadstofffrei
- Teebeutel mit Bio Baumwollfaden
- Mehrwert vor Ort z. B. Engagement für mehr Bildung



Neu: Bio Grüntee Mischung Teebeutel (Art.-Nr. 8880960)

20 Teebeutel à 2 g, ein harmonischer Grüntee mit blumiger Frische und hellgrüner Tasse, zusammengestellt aus Tees unserer Handelspartner DOTFA (China), Van Chan Organic Farmers (Vietnam) und TPI (Indien). Der Tee aus Vietnam stammt aus Wildpflückung.

Verkaufsargumente:

- vom Blatt bis zum Aufguss fair
- 100 % Bio
- Aromaschutzfolie für einen intensiven Geschmack
- Teekuvert industriell kompostierbar nach EN 13432 und schadstofffrei
- Teebeutel mit Bio Baumwollfaden
- Mehrwert vor Ort z. B. Schulung in ökologischem Landbau

Das neue GEPA Tee-Sortiment im Überblick

Basis

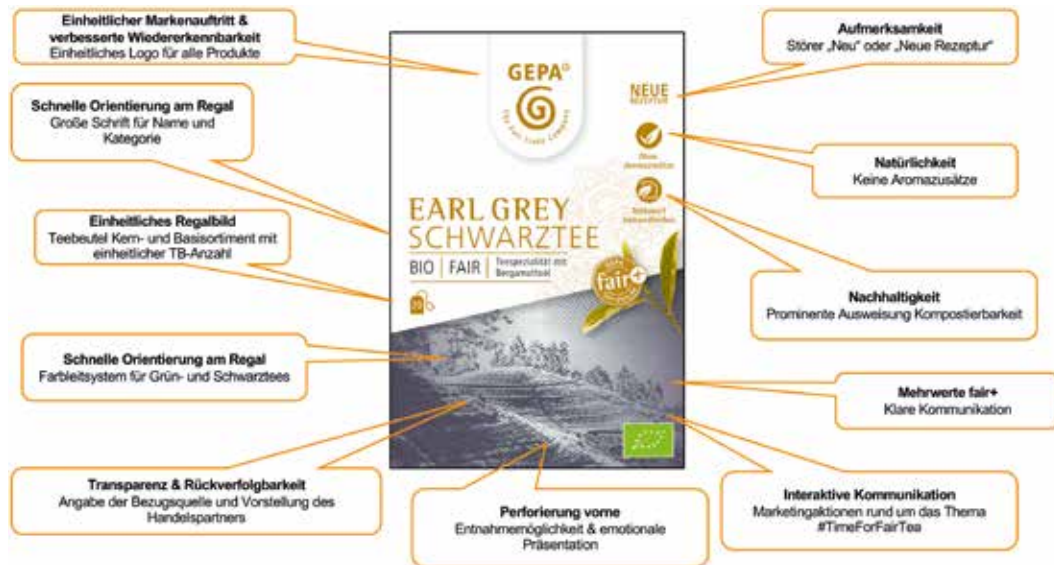


Kern



Premium





Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP	Inhalt je Karton
Premiumsortiment:				
8880907	Bio Darjeeling First Flush	100 g	8,99 € / St.	5 St.
8880908	Bio Weisstee Darjeeling	75 g	8,99 € / St.	5 St.
8880910	Bio Jasmin Grüntee	100 g	8,99 € / St.	5 St.
Kernsortiment:				
8880928	Bio Darjeeling Grüntee	100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880929	Bio Ceylon Grüntee	100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880930	Bio Assam Schwarzwertee	100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880931	Bio Chai Traditionell	100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880932	Bio Earl Grey Schwarzwertee	100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880933	Bio Darjeeling Schwarzwertee	100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880934	Bio Ceylon Schwarzwertee	100 g	6,99 € / St.	5 St.
8880947	Bio Ceylon Grüntee	20 x 2 g	3,49 € / St.	5 St.
8880948	Bio Darjeeling Grüntee	20 x 2 g	3,49 € / St.	5 St.
8880949	Bio Darjeeling Weisstee	20 x 2 g	3,49 € / St.	5 St.
8880950	Bio Jasmin Grüntee	20 x 1,5 g	3,49 € / St.	5 St.
8880951	Bio Darjeeling Schwarzwertee	20 x 2 g	3,49 € / St.	5 St.
8880952	Bio Ceylon Schwarzwertee	20 x 2 g	3,49 € / St.	5 St.
8880953	Bio Earl Grey Schwarzwertee	20 x 1,7 g	3,49 € / St.	5 St.
8880962	Bio Relax Wellness Tee	20 x 1,5 g	3,99 € / St.	5 St.
8880963	Bio Enjoy Wellness Tee	20 x 1,7 g	3,99 € / St.	5 St.
8880964	Bio Power Wellness Tee	20 x 1,5 g	3,99 € / St.	5 St.
8880965	Bio Chai Wellness Tee	20 x 1,7 g	3,99 € / St.	5 St.
8880966	Bio Balance Wellness Tee	20 x 1,5 g	3,99 € / St.	5 St.
8880970	Bio Ingwer Zitronengras	20 x 1,5 g	3,79 € / St.	5 St.
Basissortiment:				
8880940	Bio Grüntee Würzig Frisch	250 g	9,99 € / St.	5 St.
8880941	Bio Schwarzwertee Malzig Mild	250 g	9,99 € / St.	5 St.
8880942	Bio Ostfriesische Mischung	250 g	9,99 € / St.	5 St.
8880959	Bio Schwarzwertee Klassisch	20 x 2 g	2,99 € / St.	5 St.
8880960	Bio Grüntee Mischung	20 x 2 g	2,99 € / St.	5 St.
8880961	Bio Ostfriesen Mischung	20 x 2 g	2,99 € / St.	5 St.
8880986	Bio Kräutertee Mischung	20 x 1,7 g	2,99 € / St.	5 St.
8880987	Bio Pfefferminz Tee Würzig	20 x 1,7 g	2,99 € / St.	5 St.
8880988	Bio Fenchel Tee Mild	20 x 1,7 g	2,99 € / St.	5 St.
8880990	Bio Kamillen Tee Sanft	20 x 1,5 g	2,99 € / St.	5 St.
8880991	Bio Früchte Tee Mischung	20 x 2 g	2,99 € / St.	5 St.
8880992	Bio Rooibos Tee Natur	20 x 2 g	2,99 € / St.	5 St.



Vom Blatt bis zum Aufguss: Was Sie über Tee wissen sollten

Statt dem bekannten »Abwarten und Tee trinken« lautet unser Motto eher »Handeln und Tee trinken«. Bei so vielen Veränderungen im Tee-Sortiment tauchen natürlich auch Fragen auf. Neue (wie die nach den verschiedenen neuen Produktvarianten) und alte (wie die nach der richtigen Zubereitung). Wir haben hier für Sie die wichtigsten Fakten rund um Tee zusammengestellt. Damit sollten Sie die allermeisten Fragen Ihrer Kundinnen und Kunden beantworten können.

Die GEPA-Tees können zu jeder Tageszeit genossen werden – ein milder GEPA Schwarztee zum Beispiel vor dem Frühstück, ein kräftigerer am Nachmittag und abends GEPA Rooibos-, Früchte- und Kräutertees. Der lose GEPA Chai Tee, der eine neue Rezeptur hat, kann – wie in Indien – in Milch aufgekocht werden bzw. vor sich hin köcheln, ohne an Qualität einzubüßen. Probieren Sie selbst und bieten Sie Ihren Kundinnen und Kunden die neuen GEPA-Tees an. Sie werden begeistert sein!

Wie wird aus frischen grünen Teeblättern Tee?

Pflücken

Während der Pflücksaison gehen die Pflückerinnen in Indien und Sri Lanka in regelmäßigen Abständen und exakt geplanten »Pflückrunden« durch die Teegärten. In Vietnam klettern sie zur Wildsammlung in die Teebäume. Die Faustregel heißt »two leaves and the bud«: Es werden jeweils nur die junge Blattknospe und die beiden darunterliegenden noch zarten Blätter gepflückt. Die Sorgfalt dabei ist von großer Bedeutung für die Qualität des fertigen Tees. Bei einer groben Pflückung, bei der auch die derberen Blätter genommen werden, verliert der Tee deutlich an Aroma und damit an Qualität. In großen Körben tragen die Teeplückerinnen die grünen Teeblätter zur Sammelstelle. Dort wird das Blattgut gewogen und das Gewicht vermerkt. Für ein Kilogramm aufgussfertigen Tee werden rund vier Kilogramm frische Teeblätter benötigt.

Teeverarbeitung bei Schwarztee

Sofort nach der Ernte müssen die Teeblätter in der Fabrik verarbeitet werden, da sie sonst rasch an Qualität verlieren.

1. Welken

Das Blattgut wird zunächst auf speziellen Drahtgittern ausgebreitet, durch die 12 bis 18 Stunden lang ein teilweise angewärmter Luftstrom geblasen wird. Bei diesem »Welken« verlieren die Blätter bereits rund ein Drittel ihres Wassergehalts und werden dadurch geschmeidig. Dies ist wichtig für das anschließende Rollen.

2. Rollen

Das gewelkte noch grüne Blatt gelangt in sogenannte »Roller-Maschinen«, in denen die Blätter etwa eine halbe Stunde lang unter Druck gerollt und gequetscht werden. Dabei wird das Blattgut zerkleinert und die Wände der Blattzellen werden aufgebrochen.

3. Oxidieren

Die Oxidation setzt bereits während des Rollens ein: Durch das Aufbrechen der Zellwände reagieren die Inhaltsstoffe, die dem Tee später seinen charakteristischen Duft und sein Aroma verleihen, mit dem Sauerstoff in der Luft. Für die Oxidation wird der Tee circa 10 cm hoch 1 bis 3 Stunden ausgebreitet. Dabei verfärbt sich der Tee kupferrot.



4. Trocknen

Zum Trocknen gelangt der Tee nun in spezielle Öfen. Bei rund 85 Grad Celsius wird die Oxidation abgeschlossen und der Tee erhält seine nahezu schwarze Farbe. Durch die Trocknung wird der Tee haltbar gemacht.

5. Sortieren

Am Ende des Verarbeitungsprozesses stehen die Rüttelsiebe, auf denen der fertige Tee nach verschiedenen Blattgraden sortiert und in Kisten oder Papiersäcke abgefüllt wird.



An der Sammelstelle werden die Blätter gewogen



Vorbereitung zum Welken

Was ist eigentlich Weiß-, Grün- oder Schwarztee?

Weißer Tee

Weißer Tee besteht aus den geernteten jungen Teeknospen. Weißer Tee welkt zehn bis vierzehn Stunden, wird bei circa 100 Grad getrocknet und von Hand sortiert.

Im Gegensatz zum Schwarztee wird weißer Tee nach dem Welken nicht gerollt und nicht oxidiert, somit ist der weiße Tee am naturbelassensten.

Grüner Tee

Dieser Tee besteht aus den Blättern der Teepflanze. Grüntee wird kurz erhitzt, geröstet oder gedämpft. Grüntee wird – im Gegensatz zum Schwarztee – nicht oxidiert. Der grüne Tee behält dadurch seine Farbe, außerdem bleiben dabei auch alle Gerbstoffe im Blatt erhalten.

Schwarzer Tee

Schwarzer Tee entfaltet sein typisches Aroma nach dem Rollen und Oxidieren. Die Trocknung konserviert anschließend die Inhaltsstoffe.



Prüfung des gerollten Tees



Professionelle Teeverkostung

Teezubereitung leicht gemacht



»Ich bereite meinen Tee morgens in einer French Press (Stempelkanne) zu. In vielen Haushalten wird sie bereits zur Kaffeezubereitung benutzt. Aber Ihre Kundinnen und Kunden können sie auch zur Teezubereitung verwenden. So können lose Tees verwendet werden, ohne dass zum Beispiel Filtertüten eingesetzt werden müssen. Das ist einfach und umweltfreundlich und außerdem sind die Teeblätter, die sich im Wasser entfalten, schön anzusehen«, so Meike Natrop, GEPA Sortimentsmanagerin Tee.

Für die Zubereitung in der Teekanne geben wir Ihnen folgende Tipps:

Schwarztee

1. Wassermenge abmessen und erhitzen. Am besten eignet sich hierzu ein elektrischer Wasserkocher. Er spart Strom und ist sehr bequem in der Handhabung, vor allem wenn er eine Temperaturanzeige hat.
2. Die korrekte Menge Teeblätter abmessen und in eine Teekanne geben. Wählen Sie bitte möglichst große Teefilter, damit sich die Teeblätter gut entfalten können. Empfehlungen zur Teedosierung entnehmen Sie bitte den einzelnen Teebeschreibungen auf der Verpackung der GEPA-Tees.
3. Tee mit heißem Wasser mit der angegebenen Temperatur übergießen.
4. Tee ziehen lassen. Die empfohlenen Ziehzeiten entnehmen Sie bitte den Teebeschreibungen auf der Verpackung der GEPA-Tees.

Grüntee

Grüntee wird im Gegensatz zum Schwarztee nicht mit kochendem Wasser übergossen, da der Tee sonst zu bitter würde. Grüntee benötigt je nach Sorte Wassertemperaturen zwischen 60 bis 80° Celsius. Dazu lassen Sie das Wasser im Wasserkocher oder Wasserkessel nach dem Aufkochen abkühlen. Grüntees können mehrfach aufgegossen werden, der Geschmack verändert sich dann mit jedem Aufguss.

Was ist ein Earl Grey?

Dabei handelt es sich um Schwarztee, der mit Bergamotte aromatisiert wurde und vor allem in Großbritannien sehr beliebt ist. Benannt wurde dieser Tee nach Earl Charles Grey, einem Adligen, der ihn um 1830 von einer Chinareise mitgebracht hat. Damit der chinesische Schwarztee auf der langen Schiffsreise nach England nicht den Geruch der anderen Güter auf dem Schiff annahm, wurden ihm Schalen der Bergamotte-Zitrone zugefügt. Die Menschen in England fanden Geschmack an dieser »Notlösung« – und so trinken wir heute immer noch gerne Earl Grey!

Unser neuer Earl Grey wird mit ätherischem Öl aromatisiert und ist daher besonders fein und edel. Nur für hochwertige Marken wie die GEPA-Tees wird noch authentisches Bergamotte-Öl verwendet, das hauptsächlich aus Kalabrien kommt. Zur Betonung des fruchtigen Aromas haben wir auch noch etwas Orangen-Öl hinzugefügt.

Was ist ein Jasmin Grüntee?

So wird der Bio Jasmin Grüntee der GEPA hergestellt: Für den echten »Moli Hua Cha« werden die zarten Teeblätter für eine Nacht mit den Knospen des Jasmins gemischt. Die Jasmin-Knospen wurden früh am Morgen gepflückt, dann kühl gelagert und über Nacht dem Grüntee zugefügt. Dann gehen die Jasmin-Knospen auf. Nach dem Aussieben der Jasmin-Blüten bleibt das wunderbare Bouquet – ein Genuss für alle, die Tee genießen.

Was ist im Teebeutel?

Unsere Teebeutel enthalten ausschließlich hochwertige Tees, die in Qualität und Charakter unseren losen Tees entsprechen. Sie stammen aus den gleichen Ernten und sind lediglich kleiner im Blattgrad.

Bei Mischungen können sich allerdings die Rezepturen von denen der entsprechenden losen Tees unterscheiden. Probieren Sie und überzeugen Sie sich selbst!

Tipp: Food Pairing

Genauso wie Sie Kaffee oder Wein mit Schokolade kombinieren können, gibt es absolut gelungene Verbindungen zwischen Tee und Schokoladen. Bei einer Verkostung können Sie Ihren Kundinnen und Kunden beide Produkte zusammen zum Probieren anbieten.

Beispiele für gelungene Tee-Schokoladen-Paare sind:

- Weißtee Darjeeling und Bio Schokolade Zarte Bitter 70 %
- Darjeeling First Flush und Bio Schokolade Fleur de Sel oder Bio Schokolade Garam Masala
- Earl Grey und Bio Chocolat Salty Caramel oder Bio Vegan Salzmandel Cassis



Im Gespräch mit Gautam Mohan, TPI-Geschäftsführer

Die Entwicklung des neuen Tee-Sortiments führte zu einem besonders intensiven Austausch mit Handelspartnern wie Tea Promoters India (TPI). Auf der BioFach wurde nicht nur das neue Tee-Sortiment vorgestellt, sondern auch 30 Jahre Zusammenarbeit zwischen TPI und GEPA gefeiert. Der TPI-Geschäftsführer Gautam Mohan spricht hier über die GEPA-Tees und über seine Teeleidenschaft.

**Welchen Eindruck haben Sie vom neuen GEPA-Teesortiment?
Welchen Tee mögen Sie persönlich am liebsten?**

Das Design des neuen GEPA Tee-Sortiments ist wirklich großartig. Es hat sich der Zeit und dem veränderten Geschmack der Konsumentinnen und Konsumenten in Deutschland angepasst. Ganz besonders mag ich den GEPA Darjeeling Weißtee.

Wie haben die Kundinnen und Kunden auf der BioFach Messe in Nürnberg auf das neue Tee-Sortiment reagiert?

Mir schienen alle ganz glücklich und zufrieden damit zu sein.

Welche Fragen haben die Kundinnen und Kunden auf der BioFach am häufigsten gestellt?

Ich glaube, dass die meisten Kundinnen und Kunden an den Herstellungsprozessen einiger Tees interessiert waren. Und außerdem fanden sie das Konzept des »Food Pairing« spannend – Tee mit Schokolade zusammen zu präsentieren und zu genießen.

Wieso ist die Förderung von Frauen im Tee-Sektor für TPI so wichtig?

Da im Tee-Sektor überwiegend Frauen beschäftigt sind, ist es wichtig, dass wir auch mehr Frauen auf der mittleren Ebene und in Leitungsfunktionen beschäftigen. Es gibt nichts Besseres, als wenn Frauen die Herausforderungen und Schwierigkeiten von Frauen verstehen.

Wieso sind Sie in das Tee-Geschäft Ihrer Familie eingestiegen? Was lieben Sie ganz besonders am Tee?

Ich bin im Jahr 2013 bei TPI eingestiegen. Doch davor wollte ich mich für das »Tee-Leben« fit machen. Und darunter verstehe ich nicht nur, dass ich mich mit dem Anbau von Tee oder der Ackerbaukunde dieser Pflanze beschäftigt habe, sondern auch damit, Menschen und Kulturen zu verstehen und auch den betriebswirtschaftlichen Teil der Arbeit. Was ich am meisten an meinem »Tee-Leben« genieße, ist es, Zeit mit den Menschen in den Teegärten zu verbringen, während ich durch die Tee-Berge wandere, umgeben von der Natur.

Was wünschen Sie sich von den Menschen in den Weltläden in Sachen Promotion und Verkauf des TPI-Tees?

Ich glaube, dass die Menschen in den Weltläden die wahren Meister sind im Erklären des wirklichen Werts dieser Tees und der Arbeit, die in seiner Herstellung steckt. Deshalb sind wir ihnen sehr dankbar und hoffen, dass sie in den Weltläden fortsetzen können, was sie tun!



Foto: GEPA - The Fair Trade Company / Bischof & Broel

Röstkaffee aus dem Ursprung – neuer Partner in Ruanda

Unsere Produktlinie Röstkaffees aus dem Ursprung stößt auf großes Interesse – kein Wunder: Die Verbindung von guten Produkten mit besonders ausgeprägtem entwicklungspolitischem Profil überzeugt! Wir freuen uns daher, die Linie mit einem neuen Kaffee aus Afrika erweitern zu können: dem Bio Kaffee MUSASA aus Ruanda.



Mit den Handelspartnern FEDECOCAGUA und APROLMA arbeitet die GEPA bereits seit vielen Jahren zusammen. In Afrika haben wir für unsere Sortimentslinie Kaffee aus dem Ursprung einen neuen Handelspartner gefunden: Musasa sitzt in Ruanda und verarbeitet vor Ort Rohkaffee zu Röstkaffee. Der Kontakt zu diesem Partner entstand durch die Berliner Kaffee-Kooperative.de.

Sie lieben ihren Kaffee, die Mitglieder von Musasa. Benannt wurde die 2004 gegründete Kooperative nach der gleichnamigen Region im Norden von Ruanda, in der die Mitglieder leben und Kaffee anbauen. Von den insgesamt 1.184 Mitgliedern von Musasa sind 260 Frauen. Das Besondere an dieser Kooperative: Ihr Rohkaffee wird in der Rösterei Rwashosco verarbeitet und verpackt, die sechs ruandischen Kooperativen gemeinsam gehört, darunter auch Musasa. Diese Rösterei wurde 2007 mit Unterstützung von USAID (United States Agency for International Development) aufgebaut, geleitet wird sie von der Kaffee-Fachfrau Angelique Karekezi. Durch das Abpacken des Röstkaffees von Hand werden viele Arbeitsplätze geschaffen.



Odette Murakatete – Gründerin und Präsidentin der Frauengruppe

Eines der Mitglieder von Musasa ist Odette Murakatete. Sie ist Präsidentin der Frauengruppe von Musasa und seit der Gründung



Die einzelnen Arbeitsschritte bis zum fertigen Röstkaffee

der Kooperative dabei. Odette Murakatete hat vier Kinder, die sie allein versorgen muss. Dieses Schicksal teilt sie mit vielen Frauen in Ruanda, die während des Genozids 1994 ihre Männer und weitere Familienangehörigen verloren haben.

Durch diesen Bürgerkrieg in Ruanda kam zudem die gesamte landwirtschaftliche Produktion zum Erliegen. Seit 2000 erholt sich der Kaffeesektor wieder. Odette Murakatete verfügt heute über 500 Kaffeepflanzen und erntet etwa fünf Kilogramm Kaffeebohnen je Pflanze. Wie alle Mitglieder von Musasa erhält sie zwei Zahlungen für ihren Kaffee, eine bei der Abgabe ihrer Kaffeebohnen und eine zweite Zahlung nach dem Verkauf des Kaffees durch die Kooperative. Auch beteiligt sich die Kaffeebäuerin an der Herstellung von Kunsthandwerk – eine weitere Einkommensquelle.



Musabyimana – eine der ersten Bio-Kaffeebäuerin von Musasa

Die GEPA importiert von Musasa nur Kaffee, der ökologisch angebaut wird. Musabyimana gehört zu den ersten Kaffeebäuerinnen, die bei Musasa die Umstellung auf Öko-Landbau gewagt haben. Die Bäuerin besitzt gerade mal einen Hektar Land. Auf der einen Hälfte baut sie Kaffee an, auf der anderen Gemüse und andere Feldfrüchte für den Eigenbedarf. So wenig das auch sein mag: Weil sie Mitglied der Kooperative ist, reicht das Einkommen

der Witwe, um ihre drei Kinder nicht nur durchzubringen, sondern sogar zur Schule zu schicken. »Ich habe pro Kilo Kaffeekirschen einen Bonus von fünf Cent bekommen, zusätzlich zu den 30 Cent, die ohnehin bezahlt werden. Das bekomme ich sonst nirgendwo.«

Außerdem hat Musabyimana von der Kooperative ein Lastenfahrzeug bekommen, so dass sie Feldgeräte und Kaffeesäcke besser transportieren kann, sowie eine Kuh, die für Milch sorgt. Die Kooperative lässt die Milch jeden Morgen abholen und stellt Joghurt daraus her. Der wird weiterverkauft – ein zusätzliches Einkommen für die Mitglieder. Vor allem aber liefert die Kuh organischen Dünger. Dadurch war die Umstellung auf Bio-Anbau kein Problem. »Ich verteile jetzt einfach Kuhdung statt künstlichem Dünger auf dem Feld«, meint sie. »Das ist auch besser für die Umwelt, sie wird von der Chemie kaputt gemacht.« Der Umstand, dass sie ihren Kaffee biologisch anbaut, wird Musabyimanas Einkommen künftig nochmal steigern.

Angelique Karekezi –

Geschäftsführerin der Rösterei Rwashoscco

»Ich stamme aus einer Kaffeebauernfamilie. Mein Vater war der Gründer der Kaffeekooperative Koakaka. Kaffee war für unsere Familie die wichtigste Einkommensquelle. Dank der Einnahmen aus der Kaffeeproduktion war es mir möglich, die höhere Schule zu besuchen. Später unterstützte ich dann die Familie als Buchhalterin einer Kaffee-Kooperative. Kaffee erweiterte mein Bewusstsein und ermöglichte mir, in meiner beruflichen Laufbahn als Buchhalterin, später als Geschäftsführerin einer Kaffee-Kooperative und jetzt von Rwashoscco zu arbeiten. Ich habe alle Stufen von der Kaffee-Produktion bis zum Export kennengelernt. Kaffee ist mein Leben.«

Neu: Bio Café MUSASA, Bohnen



»Es ist für uns eine Freude und für Ruanda eine Ehre, ein Fertigprodukt für den Endverbraucher zu verkaufen, denn normalerweise verkaufen wir nur Rohkaffee. Wir haben viel investiert und hart gearbeitet, um dies zu erreichen und wir wollen auch in Zukunft die Erwartungen der Verbraucher erfüllen. Wir freuen uns auf die Rückmeldungen der Verbraucher. Mit dem Verkauf des Röstkaffees können wir die Lebensbedingungen der Kaffeebauern verbessern, das ist unser oberstes Ziel.«



Röstmeister Adalbert Kuramugabo überprüft beim Rösten immer wieder den Geruch der Bohnen

GEPA fördert Bio-Umstellung

Im März 2018 fand das erste Bio-Audit statt, so dass Musasa schon einen Teil der Produktion als bio-zertifiziert verkaufen konnte. Eine Nass-Verarbeitungsanlage, die von etwa 100 Bauern beliefert wird, wurde komplett auf Bio umgestellt. Zudem unterstützt die GEPA die Rösterei Rwashoscco bei der Bio-Umstellung aus dem Handelspartner-Fonds.

Verkaufsargumente:

- 100 % Single Origin Arabica Kaffee aus der Kooperative Musasa Dukundekawa (»we love coffee«)
- erstklassige Qualität und perfekte Röstung
- helle Röstung, extravagant, fruchtige Süße
- geröstet in der Rösterei Rwashoscco, die im Besitz mehrerer Kooperativen ist
- höhere Wertschöpfung im Ursprungsland schafft Arbeitsplätze und mehr Chancen auf Bildung
- ein geregeltes Einkommen für die Kaffeebauern verändert die Strukturen nachhaltig positiv
- Musasa übernimmt für die Mitglieder die Krankenkassenbeiträge, organisiert Fortbildungsreisen und Spar- und Kredit-Gruppen

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP	Inhalt je Karton	
1920902	Bio Café MUSASA, Bohnen	250 g	5,99 € / St.	6 St	

Zubereitungshinweise:

Der Bio Café Musasa eignet sich für Kaffeefilter, die Maschine oder den Handaufguss. Am besten verwenden Sie heißes, nicht mehr sprudelnd kochendes Wasser.



Fragen und Antworten zu den Röstkaffees aus dem Ursprung

Auch die Produktlinie Röstkaffee aus dem Ursprung weckt Neugier und löst die eine oder andere Frage aus. Damit Sie diese Kaffees nutzen können, um Ihren Kundinnen und Kunden wichtige Themen des Fairen Handels wie die Wertschöpfung im Erzeugerland zu vermitteln, haben wir für Sie Informationen zusammen gestellt.

1. Werden auf den Röstkaffee aus dem Ursprungsland Einfuhrzölle erhoben?

Es gibt zwar einen allgemeinen EU-Import-Zollsatz von 7,5 % auf Röstkaffee. Durch eine Vielzahl von Freihandels-, Präferenz- und Sonderabkommen kommt dieser Zollsatz aber bei keinem der Ursprungskaffees der GEPA zur Anwendung. Daher fällt beim Röstkaffee lediglich die Kaffeesteuer an. Diese zahlt beim Röstkaffee, der im Ursprung geröstet wird, die GEPA. Wichtiger zu wissen: Kaffeesteuer auf Röstkaffee bezahlt grundsätzlich die GEPA, unabhängig davon, ob der Kaffee im Anbaugebiet oder hier geröstet wurde. Die Kaffeesteuer erhebt der deutsche Staat, um zusätzliche Einnahmen zu erzielen. Sie ist also keine EU-Steuer. Daher kalkuliert die GEPA die Kaffeesteuer von 2,19 € pro Kilo Kaffee in ihre Verkaufspreise ein.

2. Warum hat die GEPA jetzt erst einen im Ursprung gerösteten Kaffee eingeführt?

Schon vor mehr als 20 Jahren hat die GEPA mit der Einführung des Café Auténtico aus Costa Rica den Versuch gestartet, möglichst viel Wertschöpfung im Ursprung zu belassen. Der Café Auténtico wurde im Ursprung geröstet und verpackt. Da dieser Kaffee zu dunkel geröstet und zu grob gemahlen war, hat er den deutschen Kunden aber nicht geschmeckt und musste wieder ausgelistet werden. Inzwischen hat sich viel getan: Mittlerweile kann auch Kaffee im Ursprungsland geröstet werden, der dem europäischen Geschmack entspricht. Die GEPA hat deshalb mit drei Partnern erneut ein Projekt gestartet, um Kaffee im Ursprung rösten und verpacken zu lassen.

Wenn es möglich und sinnvoll ist, lässt die GEPA übrigens generell ihre Produkte im Ursprungsland verarbeiten und verpacken. Mittlerweile sind es rund 50 Lebensmittelprodukte, die komplett im Ursprungsland hergestellt werden.

Auch Handwerksprodukte werden immer schon komplett in Afrika, Lateinamerika und Asien hergestellt.



3. Aus welchem Material sind die Folien, die für den Röstkaffee aus dem Ursprung verwendet werden?

Derzeit arbeiten unsere Handelspartner noch mit alubeschichteter Folie, da ihre Verpackungsmaschinen nur darauf ausgerichtet sind. Dies ist ein Beispiel dafür, wie wir immer wieder auch zwischen unserem entwicklungspolitischen Anspruch und unserer Zielsetzung möglichst umweltschonender Verpackungen abwägen müssen. Wir gehen mit unseren Partnern mit den Projekten Röstkaffee aus dem Ursprung neue Wege. Das heißt, wir begeben uns in einen gemeinsamen Prozess der Weiterentwicklung. Voraussetzung sind hier auch ausreichende Abnahmemengen des Röstkaffees. Wenn hier die Bestellungen steigen, kann die GEPA zusammen mit ihren Partnern das Thema Verpackung angehen und neue Lösungen entwickeln.

Mehr Informationen und Antworten auf Fragen rund um das Thema »Röstkaffee aus dem Ursprung« finden Sie **im Online-Special #mehrWertFürAlle**. Die FAQs werden, wenn neue Fragen auftauchen, übrigens ergänzt.

www.gepa.de/mehr-Wertschöpfung

<https://www.gepa.de/service/faq.html#faq38>



	APROLMA	FEDECOCAGUA	MUSASA
GESCHMACK	 1 mild → 5 kräftig Ausgewogene Röstung angenehm weich und leicht süß im Geschmack	 1 mild → 5 kräftig Kräftige Röstung mit wenig Säure und Anklängen von Schokolade	 1 mild → 5 kräftig Helle Röstung mit fruchtigem Geschmack und komplexem Körper
ZUBEREITUNG	 Ideal für Kaffee- filtermaschinen und Vollautomaten	 Ideal für Kaffee- Vollautomaten und French Press	 Ideal für Kaffee- filtermaschinen
MAHLGRAD	Fein	Grob	Fein

Die Röstkaffees aus dem Ursprung gibt es nur als ganze Bohne, entsprechend der Zubereitungsart muss der Mahlgrad unterschiedlich gewählt werden:

Für Kaffeefiltermaschine bitte einen feinen Mahlgrad wählen.

Für French Press / Stempelkanne bitte einen gröberen Mahlgrad wählen.



Kaffeeликör mit dem Bio Café FEDECOCAGUA aus Guatemala

Fairer Kaffeeликör –
ein Rezept des GEPA-Sortimentsmanagers Kaffee

Zutaten:

- 30 g Bio Café FEDECOCAGUA
- 200 g Mascobado
- 1 Vanilleschote
(oder eine Messerspitze Vanillepulver)
- 350 ml brauner Rum



Zubereitung:

Das grob gemahlene Kaffeepulver mit 300 ml kaltem Wasser verrühren. Zugedeckt über Nacht kalt stellen (Cold Brew Coffee Methode).

Mischung am nächsten Tag durch einen Kaffeefilter gießen, gut abtropfen lassen. Zucker und 250 ml Wasser aufkochen, ca. 5 Minuten köcheln lassen, mit dem Kaffeesud mischen. Vanille und brauner Rum zur Kaffeemischung geben und zugedeckt ca. 2–3 Tage ruhen lassen.

Filtern und z.B. in eine Glasflasche abfüllen und maßvoll genießen!

Abfall als Wert-Stoff: Wendetaschen aus Sansibar



Recycling und Upcycling liegen im Trend – überall in unserem Alltag, aber auch im Fairen Handel. In den vergangenen Jahren haben viele Produkte ihren Platz in unserem Sortiment gefunden, denen man ansieht und auch ansehen soll, dass sie aus gebrauchten Materialien hergestellt werden. Unsere neuen Wendetaschen aus Sansibar sind praktisch und liegen im Trend.



Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Chako gehen auf dem Weg zu ihrem Arbeitsplatz nicht mehr achtlos an weggeworfenen Dingen vorbei, denn sie wissen, dass sie daraus etwas Neues machen können. So sammeln sie am Strand oder am Wegesrand u. a. Altglas.

Nach dem Reinigen werden daraus in einer Werkstatt in Stone Town auf der Insel Sansibar schöne neue Produkte. Dort ist der Sitz von Chako,

einem neuen GEPA-Handelspartner, der u. a. aufwändig hergestellte Wendetaschen anbietet.

»Chako« bedeutet übrigens in der Sprache Swahili »deines« oder »Ihres«. Für ihre Kundinnen und Kunden in aller Welt ansprechende Produkte aus Recycling-Materialien zu fairen Bedingungen herzustellen – das ist das Ziel dieser kleinen Privatfirma auf Sansibar.

Von der Touristen-Boutique zum Fair Trade-Partner

Alles begann mit zwei Mitarbeitern, die ihre Produkte in der Geschenkboutique eines Hotel anboten. Ihr Motto damals: Ein Stück Sansibar, das Sie mit nach Hause nehmen können. Inzwischen sind 38 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Chako beschäftigt, rund 60 Prozent davon Frauen.

Die Frauen übernehmen inzwischen mit großem Stolz Tätigkeiten, die auf Sansibar als »typische Männerarbeit« gelten, und die sie oftmals besser und präziser ausführen als die Männer. Sie sind keine ausgebildeten Näherinnen, sondern wurden bei Chako angelernt. Die Werkstatt ist auch ein Treffpunkt, wo Frauen sich austauschen.

Segeltuch plus Zementsack ergibt wasserdichte Tasche

Für die GEPA-Wendetaschen wird festes Segeltuch (Canvas) verwendet. Ursprünglich wurde dafür gebrauchter Canvas benutzt, den Chako von den Fischern auf der Insel gekauft hat. Er wurde für die Segel ihrer traditionellen Fischerboote, Dhau genannt, eingesetzt. Da der gebrauchte Canvas der Segelboote aber natürlich oft verschmutzt und stark abgenutzt war, konnte Chako diese Taschen nicht in dem gewünschten Maße im Ausland absetzen. Deshalb kauft die Firma jetzt vor Ort neuen Canvas für die Taschen für den Export ein. Im Inland werden weiterhin Taschen aus gebrauchtem Segeltuch angeboten.

Gefüttert werden die GEPA-Wendetaschen jedoch mit gebrauchten und anschließend gereinigten Futtermittel- oder Zementsäcken. Für uns praktisch: So lassen sich zum Beispiel auch feuchte Badeanzüge und Handtücher gut aus dem Schwimmbad nach

Hause transportieren. Die Tasche kann aber auch gewendet werden – mit dem Futtermittel- oder Zementsack von der Insel Sansibar außen. Die GEPA-Wendetasche hat zudem eine praktische kleine Innentasche mit einem Klettverschluss. Sie ist so gut wie nicht zu sehen und deshalb ist die Börse hier sicher verstaubt.

Und noch etwas ganz Besonderes zum Schluss: Diese Tasche wird im Dip & Dye-Prozess gefärbt, das heißt, dass der Canvas-Stoff in das Farbbad gehängt wird und langsam die Farbe einsaugt, dadurch ergibt sich der schöne Farbverlauf nach oben. Dann wird daraus die Tasche genäht. Jedes Stück ist also ein handgemachtes Unikat!



Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
143 42 01 01	Wendetasche Dip Dye orange	32,95 €
143 42 01 02	Wendetasche Dip Dye pink	32,95 €
143 42 01 03	Wendetasche Dip Dye blau	32,95 €
143 42 01 04	Wendetasche Dip Dye grün	32,95 €
143 42 01 06	Wendetasche Dip Dye grau-schwarz	32,95 €





Kissenbezüge aus Nepal – farbenfrohe Schmuckstücke

Mit dem Frühling verlagert sich das Leben langsam wieder nach draußen oder zumindest auf Balkon oder Terasse. Zeit auch hier neue Akzente zu setzen und das Wohnen und Leben zuhause schöner zu machen – zum Beispiel mit unseren neuen Kissenbezügen aus Nepal!

Die beiden Kissenbezüge mit Ikat-Handgewebe können als erste zarte Frühlingsboten auf dem Sofa wie auch auf den Esstischstühlen ihren Platz finden. Aufgrund ihrer Größe von 40 x 40 cm sind sie nicht nur als Dekokissen geeignet, sondern auch als Sitzkissen. Dieses dreidimensional wirkende Ikat-Gewebe wird auf einem Handwebstuhl angefertigt. Bei der Ikat-Technik wird das Webmuster in die Webfäden eingefärbt.



Handwerkskunst bekannt ist. Neben Filz- und Keramikprodukten bieten wir Ihnen jetzt auch diese Heimtextilien an. Frauen stehen im Mittelpunkt der Arbeit von ACP. Die

Fairhandelsorganisation wurde 1984 von der nepalesischen Psychologin Meera Bhattarai gegründet. Gut bezahlte Arbeitsplätze vor allem für Frauen zu schaffen, und sie in ihrer Selbstständigkeit zu stärken, ist ihr Ziel.

Die beiden Kissenbezüge mit Handdruck sind nicht nur farbenfrohe Stimmungsmacher für Kinderzimmer, sondern tauchen auch die Terrasse oder die Gartengarnitur in eine sommerlich leichte Atmosphäre. Bei der Herstellung werden verschiedene Techniken angewendet, zunächst eine Pinselbemalung und anschließend ein Siebdruck. Somit ist jedes Kissen einzigartig und unterscheidet sich von allen anderen.

Hergestellt werden diese Kissenbezüge in den Werkstätten von ACP in Nepal, einem Land, das für seine traditionelle

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
821 62 01 01	Kissenbezug Ikatgewebe blau/grün/rot	27,95 €
821 62 01 02	Kissenbezug Ikatgewebe hellblau/hellgrün/rosa	27,95 €
821 62 02 01	Kissenbezug Druck dunkelblau	29,95 €
821 62 02 02	Kissenbezug Druck grün	29,95 €

Kerzen im Zickzack oder mit Raute?

Von unserem Handelspartner Wax Industri in Indonesien kommen neue Kerzenmodelle in ungewöhnlichem Design: in Zickzack-Farbgebung oder mit Rautenstruktur. Wir haben uns erklären lassen, wie diese bemerkenswerte Optik entsteht.

Stumpenkerzen mit Zickzack-Farbgebung

Die Zickzack-Kerzen werden in einer starren Form gegossen, die aber schräg gehalten wird. Zuerst wird die erste Farbe in die Form gegossen und nach dem Aushärten, etwa nach 15 Minuten, wird die Form in die andere Richtung schräg gesetzt und dann die zweite Farbe eingefüllt. Dieser Vorgang setzt sich immer weiter fort, bis die Kerze fertig ist. Die Kerzen sind also nicht nur an der Außenseite farbig, sondern sie sind komplett durchgefärbt! Dabei sind beliebige Farbkombinationen möglich. Für VIOLA und LIME wurden in diesem Frühjahr die Farben Flieder, Türkis und Hellgelb miteinander kombiniert.

Stumpenkerzen mit Rautenstruktur

Für die Herstellung der Rautenkerzen werden zwei Formen verwendet. Eine harte äußere Form und eine weiche aus Silikon für die innere Form. Die Kerzen werden dann ganz normal gegossen und nach dem Aushärten wird zuerst die äußere Form entfernt, danach die Rautenkerze aus der zweiten flexiblen Form entnommen. Die äußere Form stabilisiert die weiche Silikonform, die benötigt wird, damit nach dem Aushärten und beim Herausnehmen der Kerze die hervorstehenden Spitzen nicht beschädigt werden.

Der Handelspartner: Wax Industri, Indonesien
Vor allem Frauen eine Einkommensmöglichkeit zu geben und gute Arbeitsbedingungen zu schaffen, ist für die sozial engagierten Eigentümer von Wax Industri von großer Bedeutung. Fair und

nachhaltig soll ihr Produkt sein. Auch das Palmwachs wird deshalb aus den Früchten nachhaltig angebaute Ölpalmen gewonnen. Die Kerzen sind von Hand gegossen und durchgefärbt. Je aufwändiger die Muster sind, desto mehr Arbeit entsteht für die Frauen.

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
763 34 21 01	Stumpenkerze Zickzack L flieder/türkis	5,95 €
763 34 21 02	Stumpenkerze Zickzack L hellgelb/türkis	5,95 €
763 34 22 01	Stumpenkerze Zickzack M flieder/türkis	4,95 €
763 34 22 02	Stumpenkerze Zickzack M hellgelb/türkis	4,95 €
763 34 19 01	Stumpenkerze Rautenstruktur L weiß	9,95 €
763 34 19 02	Stumpenkerze Rautenstruktur L rot	9,95 €
763 34 20 01	Stumpenkerze Rautenstruktur M weiß	5,95 €
763 34 20 02	Stumpenkerze Rautenstruktur M rot	5,95 €

Grundpreisangabe bei Kerzen erforderlich

Bitte beachten Sie: Für Kerzen ist wie für Lebensmittel gesetzlich vorgeschrieben, dass der sogenannte Grundpreis angegeben wird. Das bedeutet, dass im Laden am Regal der Preis für 100 g bzw. 1 kg angegeben sein muss. Dies ist ein Kundenservice, der einen besseren Preisvergleich ermöglichen soll. Dies betrifft alle Kerzen von Wax Industri aus Indonesien. Im Weltladen-Shop sind alle Grundpreise schon hinterlegt: Geben Sie einfach auf www.gepa-wug.de die Artikelnummer ein und klicken Sie auf »zur Produktinfo«.

GEPA Handelspartner-Workshop: Fair Trade – anders statt mehr

Am 11. Februar waren im Vorfeld der BioFach in Nürnberg Vertreter von acht Handelspartner-Organisationen zu Gast bei GEPA in Wuppertal: ANAPQUI aus Bolivien, COOPEALNOR aus Brasilien, El Ceibo aus Bolivien, IOFPC aus Indien, José Olaya aus Peru, NorAndino aus Peru, SOFA/Bio Foods aus Sri Lanka und TPI aus Indien. Alle sind Handelspartner aus dem Lebensmittelbereich: Kaffee, Tee, Kakao, Orangensaft und Quinoa sind ihre Produkte.

Wie steht es um den Fairen Handel in Deutschland?

In diesem Jahr ging es beim Workshop um die Entwicklung des Fairen Handels in Deutschland. Die Ergebnisse des Fair Handelskongresses »Gesellschaftliche Transformationen durch Fairen Handel?« im März 2018 in Mainz wurden vorgestellt und diskutiert. Der Workshop sollte den Teilnehmern Einblick in die Situation des Fairen Handels in Deutschland und die aktuellen Diskussionen z. B. um Nachhaltigkeit, Klimawandel und Postwachstum geben. Auch die Rolle der GEPA, im Hinblick auf das gemeinsame Ziel durch den Fairen Handel positive Veränderungen bei uns und den Handelspartnern zu bewirken, war Thema.

Zu der Tagung in Mainz gibt es eine Dokumentation, die beim Forum Fairer Handel kostenlos bestellt werden kann (www.forum-fairer-handel.de/bestellung).

Bede Godwyll, GEPA Berater für Weltläden und Neugründungen, sprach bei dem Handelspartner-Workshop über den Einzelhandel in Deutschland generell und die Bedürfnisse von Weltläden im Besonderen.

Konsum und Portemonnaie

Die Zahlen des Marktforschungsinstitutes Nielsen von 2015 beziffern die Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland auf 2.390 € pro Monat. Davon werden 14 % für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren ausgegeben, dies entspricht 335 € pro Kopf und Monat. Betrachtet man bei den Ausgaben für Lebensmittel die einzelnen Warengruppen genauer, stehen überraschenderweise die Süßigkeiten auf Platz 1 und die nicht alkoholischen Getränke auf Platz 2.

Fairkaufszahlen

Aber wie sieht es mit den Ausgaben für fair gehandelte Produkte in Deutschland aus? Das Forum Fairer Handel liefert dazu jährlich aktuelle Zahlen: Der Gesamtumsatz im Fairen Handel betrug im Jahr 2017 fast 1,5 Milliarden Euro, davon entfielen 76 Millionen Umsatz auf Weltläden und Aktionsgruppen. Kaffee ist, bezogen auf den Gesamtumsatz, mit 34,3 % nach wie vor die wichtigste Warengruppe, Kunsthandwerk und Kosmetik u. ä. sind mit 2,4 % vom Gesamtumsatz am anderen Ende zu finden. Der Pro-Kopf-Umsatz pro Jahr betrug im gleichen Zeitraum 18 €, im europäischen Vergleich belegt Deutschland damit aber immer noch einen der hinteren Plätze.



Gruppenbild vor der GEPA Geschäftsstelle

Was wollen die Kundinnen und Kunden?

Im Fairen Handel werden Themen wie Bio, Nachhaltigkeit und Labelling (Auszeichnung von Produkten mit Siegeln, Logos oder Werbeaussagen) zur Markenbildung immer wichtiger. Es reicht schon lange nicht mehr, nur den Kaffee ins Regal zu stellen: Die Kunden sind auf der Suche nach Produktspezialitäten, stellen hohe Anforderungen an Qualität und Transparenz und wollen eher Geschichten als Informationen – das sogenannte Storytelling wird immer wichtiger. Der Ansatz des Storytellings ist, Geschichten von Menschen und Produkten zu erzählen, die den Käufer interessieren und berühren.

Einkaufserlebnis gesucht

Hinzu kommt, dass in vielen Städten die Innenstädte veröden, weil die Kunden lieber in Shopping-Malls oder im Internet einkaufen. Und ein hoher Innovationsdruck: Wie im konventionellen Handel ist der Kunde auch im Weltladen zunehmend auf der Suche nach neuen, außergewöhnlichen oder saisonalen Produkten. Salopp gesagt: Wenn man schon vor die Tür geht, soll der Einkauf Erlebnis-Shopping-Charakter haben ...

...und im Weltladen?

Auch wenn die Optik der Weltläden vor allem durch Handwerksartikel geprägt wird: Umsatzbringer sind in den Weltläden die Lebensmittel. Diese haben allerdings eine niedrigere Handelsspanne und leider auch ein Verfallsdatum – das heißt die Weltläden brauchen starke Lebensmittelsortimente, mit einer hohen Umschlagshäufigkeit und attraktive Handwerkssortimente, um Kunden zu gewinnen und zu binden.

Dies ist eine große Herausforderung auch für die GEPA: Wie soll das Lebensmittel-Sortiment aussehen, um den Bedürfnissen der Weltläden gerecht zu werden? Und können die Handelspartner und Verarbeiter immer wieder neue Produkte anbieten und liefern?

Neue Wege gehen ...

Bei der GEPA gibt es verschiedene Ansätze, mit denen versucht wird den Interessen der Handelspartner und der Kunden in Fragen der Sortimentsgestaltung gerecht zu werden.

Geographischer Fokus:

Ein Beispiel dafür ist das in 2017 neu eingeführte Afrikasortiment: Mit diesem Sortiment fördert und bewirbt GEPA ganz gezielt afrikanische Bio-Produkte. Mit hochwertigen Produkten aus den wichtigen Warengruppen Kaffee, Schokolade und Tee und einer attraktiven Verpackung werden die afrikanischen Produkte zum Blickfang im Laden. Das Fachhandelssortiment ist zudem exklusiv nur im Biohandel und in Weltläden erhältlich.

Fokus auf Verarbeitung und Verpackung im Herkunftsland:

Diese Strategie greift beim Ende 2018 eingeführten Röstkaffee aus dem Ursprung: Er wird in den Herkunftsländern Honduras, Guatemala und Ruanda geröstet und abgepackt. Aber es gibt auch rund 50 weitere GEPA-Produkte, bei denen dies der Fall ist, darunter auch Klassiker wie z. B. der Mascobado-Zucker von Alter Trade Corporation von den Philippinen.

Produktfokus mit Spezialitäten und Sortimenten

Hierzu zählen z. B. Kaffeespezialitäten wie die Café-Raritäten mit Kaffees aus besonderen, geographisch definierten Anbaugebieten, oder das neue GEPA-Teesortiment, das von den Produkten und den Verpackungen aufeinander abgestimmt ist und alle Teegeschmäcker bedient.

Fokus auf die Zutaten und Produktqualitäten

Hier spiegeln sich aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen wider und es stehen bestimmte Zutaten im Fokus: Aktuelle Beispiele dafür sind faire Milch, faires Palmöl und vegane Produkte.

Für die Handelspartner ist es wichtig, diese strategischen Überlegungen und die Marktsituation, aus der sie resultieren, besser verstehen zu können. So können sie die Anforderungen von GEPA und anderen Fair-Handels-Importeuren besser verstehen und ihnen eher gerecht werden und ihr eigenes Ziel nach mehr Absatz für ihre Produzentgruppen besser erreichen. Auch deshalb ist der Dialog mit den Handelspartner-Vertreterinnen und -Vertretern immer wieder wichtig.



Eine Delegation zu Besuch im Wuppertaler Rathaus: Bürgermeisterin Bettina Brücher, Gautam Mohan, Geschäftsführer des GEPA-Teepartners TPI, und GEPA-Geschäftsführer Matthias Kroth.

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

Mensch. Macht. Handel. Fair. – der Weltladentag 2019

Die Kampagne »Mensch.Macht.Handel.Fair« von Weltladen-Dachverband und Forum Fairer Handel bildet wie 2018 auch in diesem Jahr den Hintergrund der Aktionen zum Weltladentag am 11. Mai.

Seit langem fordern Weltläden und Fair-Handels-Organisationen von der deutschen Bundesregierung ein Gesetz, das deutsche Unternehmen verpflichtet, Menschenrechte entlang ihrer gesamten Lieferkette zu achten und sie für Verstöße haftbar macht. Der Weltladentag 2019 steht erneut in diesem Zeichen. Und trotz einiger Rückschläge in den vergangenen Jahren gibt es Grund zur Hoffnung, dass das Ziel erreichbar ist.

Der Weltladen-Dachverband sucht rund um den Weltladentag nach der pfiffigsten Aktionsidee, die das Thema umsetzt. Bis zum 31. Juli

2019 kann jeder Weltladen oder jede Aktionsgruppe Vorschläge oder Berichte von durchgeführten Aktionen einreichen. Zu gewinnen gibt es natürlich auch etwas: eine politische Reise nach Berlin im Herbst diesen Jahres. Und »nebenbei« auch ganz viele gute Ideen von anderen Weltläden und Gruppen.

Weitere Informationen zu den thematischen Hintergründen, den angebotenen Materialien und vorbereiteten Aktionsvorschlägen gibt es beim Weltladen-Dachverband (www.weltladen.de).

Mehrwert statt Müll: Junge Start-Ups kämpfen gegen Verschwendung

Die jungen Start-Ups THE GOOD FOOD in Köln und SUSLET in Augsburg setzen ein Zeichen für mehr Nachhaltigkeit und Wertschätzung in unserer Konsumgesellschaft, indem sie Lebensmitteln, Textilien, Handwerk und Co. eine zweite Chance im Regal einräumen. Die GEPA unterstützt diese Idee und stellt faire Restbestände zur Verfügung.

Elf Millionen Lebensmittel landen jährlich allein in Deutschland in der Tonne. Dabei wollte THE GOOD FOOD-Gründerin Nicole Klaski nicht länger zusehen und eröffnete vor zwei Jahren Deutschlands ersten Reste-Supermarkt in Köln. Zusammen mit vielen Engagierten rettet sie täglich Obst und Gemüse, aber auch Backwaren, Puddings, Getränke und Schokolade vor der Tonne und bietet sie im Laden zum sogenannten »Zahl-was-es-dir-wert-ist-Preis« an – wer hier einkauft, gibt am Schluss also so viel, wie er oder sie kann und möchte. Inzwischen sind viele Kooperationen mit Landwirten und Produzenten entstanden, u. a. auch mit der GEPA, die bereits Ware wie Tee und Schokolade kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums an THE GOOD FOOD geliefert hat. Darüber hinaus unterstützt die GEPA auch weiterhin die Wuppertaler Tafel mit abgelaufenen oder ganz kurz vor Ablauf stehenden Lebensmitteln.

Lokal handeln – global wandeln

Mit ihrem Einsatz möchten die Engagierten, die »Good Foodies«, darauf aufmerksam machen, was in den globalen Handels- und Wertschöpfungsketten der Industrienationen schief läuft: Zum Beispiel schaffen es unzählige Produkte auf Grund ihrer Größe, Form oder wegen kleinerer Mängel erst gar nicht in die Verkaufsränge. Bei THE GOOD FOOD hingegen gleicht kein Gemüse (auf Kölsch: »Jemös«) dem anderen: Hier umarmen sich schon mal zwei Karotten oder es gibt herzförmige Kartoffeln. »Über unser Konzept machen wir die Wertigkeit von Lebensmitteln sichtbar und weisen auf das Problem der Lebensmittelverschwendung hin. Wir verkaufen in unserem Laden zum Beispiel die Nachernte, die auf den Feldern ansonsten liegen bleibt. So entsteht auch wieder Wertschöpfung. Bei vielen Menschen ist das Wissen darüber verloren gegangen, wie viel Arbeit zum Beispiel hinter landwirtschaftlichen Produkten steckt«, sagt Nicole Klaski. Eines der Ziele der GEPA für globale Wertschöpfungsketten verfolgt THE GOOD FOOD also auf lokaler Ebene: mehr Wertschätzung gegenüber den Produkten und ihren Produzenten.

Kein Kleidungsstück bleibt zurück

Auch der Verschwendung in der Textilbranche geht es an den Kragen: Nach jahrelanger Erfahrung in der nachhaltigen Modebranche mit ihrem eigenen Label »Degree Clothing« gründeten Fabian Frei und Wolfgang Schimpfle Anfang 2018 das erste faire und nachhaltige Outlet. In Lagern anderer Unternehmen entdeckten sie immer wieder Muster- und Kollektionsteile, die sie gerne günstig verkaufen wollten und beschlossen irgendwann, dafür ein Geschäft zu eröffnen. Auch Kleidungsstücke mit kleinen Mängeln sollen glückliche Besitzer finden. So kann man bei SUSLET Musterartikel, Restposten und B-Ware sowie Schuhe, Accessoires, Lebensmittel und Bio-Kosmetika günstig erwerben. Damit wird nebenbei Fair Fashion auch für den kleinen Geldbeutel erschwinglich gemacht.

In einem fairen Outlet darf die GEPA natürlich nicht fehlen und somit gibt es im SUSLET auch Restbestände wie GEPA-Wohnaccessoires, Teppiche, Kindergeschirr oder Wäschekörbe zu kaufen. »Die GEPA hat sehr coole Home- und Living-Produkte, die mit der Philosophie von SUSLET perfekt zusammengehen. Aus unserem Outlet ist die GEPA mittlerweile nicht mehr wegzudenken und sogar die stärkste Marke in diesem Bereich«, sagt Gründer Fabian Frei.

Eine weitere Besonderheit: Beim Kauf erhalten die Kunden eine kleine vegane SUSLET-Pille – die enthält jedoch kein Medikament, sondern Erde und Blumensamen. Die Kunden können sie zu Hause einpflanzen oder damit die Stadt verschönern. Die besonders pollenreichen Blumen, die aus der SUSLET-Pille wachsen, kommen vor allem den Bienen zugute.

Gemeinsam Mehrwert schaffen!

»Seit über 40 Jahren steht die GEPA für ein anderes Wirtschaften. Umso mehr freut es uns, dass heute junge Bewegungen und Start-Ups die Ideen der Fair-Handels- und Umweltbewegung weitertragen und neu denken«, so GEPA-Pressesprecherin Barbara Schimmelpfennig. Ergänzend zu den vielen Social Media-Aktivitäten von Weltläden und engagierten Gruppen erweitern die neuen Start-Ups mit ihren stark durch das Internet geprägten Communities das breite Netzwerk aller, die sich für einen anderen Umgang mit Konsum einsetzen.

Weitere Infos zu den Start-Ups:

www.suslet.com

www.the-good-food.de





Fotos: Suslet

Suslet Gründer Wolfgang Schimpfle und Fabian Frei



The Good Food Gründerin Nicole Klaski im Laden



Fotos: The Good Food

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 stellt der Weltladen Füssen sein Erfolgsrezept vor.

Nach innen stimmig – außen präsent = umsatzstark!

Wir haben WELTLADEN – FAIR HANDELN nicht nur auf unsere Markise geschrieben, für uns ist das Logo Programm: Nach innen »fair handeln«, nach außen Fairen Handel bekanntmachen.

1. Nach innen »fair handeln«:

Ein Weltladen, der mit Ehrenamtlichen arbeitet und erfolgreich sein will, braucht zunächst einmal Menschen mit viel Mut und Tatendrang, mit der Lust, immer wieder Neues zu wagen, mit gutem Bauchgefühl, solidarisch und wertschätzend im Umgang miteinander, mit Durchhaltevermögen und dem festen Willen, etwas bewegen zu wollen. Dazu die Bereitschaft, sich mit den Strukturen des Fairen Handels, mit den Lebensumständen der Produzenten und den Besonderheiten der Produkte auseinanderzusetzen.

Daraus erwächst ein gut funktionierendes Team mit starkem Zusammenhalt – »alle ziehen an einem Strang«. In einer solchen Gruppe ist es möglich, Kritik und andere Meinungen zuzulassen, Kompromisse auszuhandeln und Konflikte zu lösen.

Wir sind so eine Gruppe! Seit 10 Jahren werden die 60 Ehrenamtlichen von einer hauptamtlichen Geschäftsleitung unterstützt, seit 2 Jahren zusätzlich von zwei 450 €-Kräften. Außerdem leisten wir uns schon viele Jahre eine bezahlte Reinigungskraft. Vereinsvorstand, Hauptamtliche und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen in engem Kontakt zueinander.

Zu den monatlichen Ladentreffen kommen mindestens 2/3 der Gruppe, was für einen guten Informationsfluss sorgt. Als Verantwortliche »meckern« wir auch mal, wenn Fehler immer wieder gemacht werden, aber wir und auch die Ehrenamtlichen untereinander sprechen genauso auch wertschätzendes Lob aus, wann

immer jemand etwas gut gemacht hat. Gemeinsame Unternehmungen wie Ausflüge, Wanderungen und Stammtisch fördern die Gemeinschaft.

Gute Stimmung, schöne Produkte

Wir sind überzeugt, dass es dieses gute Miteinander ist, das die freundliche, angenehme Atmosphäre in unserem Laden entstehen lässt, die Kundinnen und Kunden zum Verweilen, Schmökern, Kaufen und immer wieder Kommen einlädt. Dazu trägt natürlich auch unser umfangreiches, ständig wechselndes, in den Regalen ansprechend dekoriertes Handwerks-Sortiment bei. Eine große Auswahl bieten wir außerdem im Lebensmittel-Bereich an.

Bis 2017 vervollständigte eine kleine Mode-Ecke unser Angebot mit gutem Erfolg. Mode ist ein Umsatzbringer, doch sie braucht einen separaten Platz und eine ansprechende Umgebung, dazu Spiegel und Umkleidekabine. Zwar hatten wir das alles, aber als wir das Sortiment ausweiten wollten, konnten wir keine zufriedenstellende Lösung finden. Das wäre, um einigermaßen ansprechend zu sein, nur zu Lasten des Kunsthandwerks möglich gewesen. Das wollten wir auf keinen Fall! So haben wir vor 2 Jahren die Gelegenheit beim Schopf gepackt und das freigewordene Ladenlokal neben dem Weltladen angemietet und einen wunderschönen extra »öko-fairen« Modeladen mit Namen »Fair mit Flair« eröffnet. Die Umsätze beider Läden sprechen für sich!

2. Nach außen Fairen Handel bekanntmachen

So sehr wir ein stimmiges Innen für wichtig halten, braucht es, um den Umsatz zu steigern, auch eine starke Präsenz nach außen: Den Fairen Handel und unsere Läden bekannter machen, unseren Kundenkreis damit zu vergrößern und sinnvolle Kooperationen und Vernetzungen einzugehen und zu pflegen.

Schaufenster und Werbung:

Da sind zunächst die Schaufenster, unsere »Visitenkarte«, für die wir viel Kundenlob bekommen. Unser Schaufenster-Team wechselt die Deko mindestens alle drei Wochen, häufig sogar öfter. Kooperationen mit einheimischen Künstlern, die uns ihre Bilder oder Kunstwerke als Hintergrund zur Verfügung stellen (Kunst im Fenster) sind ein extra Anziehungspunkt für unsere Läden.

Regelmäßige Anzeigen und Pressemitteilungen in der örtlichen Tagespresse oder verschiedenen regionalen Magazinen und Zeitschriften rücken Welt- und Modeladen immer wieder ins Bewusstsein. Selbstver-



Fotos: Weltladen Füssen

ständig haben wir eine Webseite www.weltladen-fuessen.de. Bei Facebook und Google sind wir mit unseren Schaufenstern präsent.

Aktionen und Veranstaltungen, deren Folgegeschäft beachtlich ist: Füssen ist sehr stark von Touristen frequentiert. Bei den folgenden Veranstaltungen erreichen wir vor allem die Einheimischen. Dies ist uns wichtig, um kontinuierlich Umsätze zu erwirtschaften, vor allem auch in touristisch schwachen Zeiten.

So trifft man uns zum Weltladentag in der Fußgängerzone oder vor dem Weltladen zu entsprechenden Aktionen. In der Fairen Woche gibt es Probierangebote und Produzentenbesuche.

Aufgrund unseres eigenen Modeladens veranstalten wir 2 x pro Jahr vor unseren Läden eine aktuelle Modenschau, bei der Ladnerinnen mit gutem Erfolg eine »Fair-Bar« betreiben. Mittlerweile hat sich zusätzlich eine Zusammenarbeit mit den ortsansässigen »Wertachtaler-Werkstätten für Menschen mit Handicap« ergeben und wir zeigen dort unsere Mode beim öffentlichen Sommerfest und Adventsbazar.

Bei der alle zwei Jahre stattfindenden Gewerbesmesse in Füssen, die vom Bund der Selbstständigen organisiert wird, sind wir als Weltladen-Cafe vertreten und schenken fair gehandelte Getränke aus. Dies tun wir in Kooperation mit einer kleinen Konditorei, die dort ebenfalls Kuchen und Torten verkauft.

Als absoluter Höhepunkt unseres Weltladenjahrens gilt aber immer noch unser stark frequentierter Adventsmarkt »Fairzaubert«. Hier bieten wir an 2 Tagen im Innenhof und auf dem Platz vor dem Weltladen besonderes Handwerk, schöne Weihnachtsartikel, fairen Glühwein und Punsch, Selbstgebackenes und kleine, feine Musik zur Einstimmung auf Weihnachten an.

Kooperationen in unserer Stadt:

Wir kooperieren mit unseren Schulen, sei es ein Pausenverkauf mit Orangensaft und Barrita an der Schule für Sonderpädagogik oder auch an den Gymnasien vor Ort und in der Nachbargemeinde. Das macht uns natürlich Arbeit, aber die Schüler werden so auf faire Produkte aufmerksam und somit schaffen wir bei den Kindern und Jugendlichen eine erste Grundlage für den fairen Handel. Und fairer Handel schmeckt! Nicht selten kommen aus diesen Schulen und über das zuständige Landratsamt Jugendliche in unseren

Laden zu einem Schnuppertag oder Ehrenamtsstunden.

Aktionsgruppen, die bei uns Ware holen und im Umland verkaufen, verstärken unsere Außenwirkung.

Wir haben erfolgreich die Faire Stadt vorangetrieben, dadurch ergeben sich viele neue Kontakte und die Möglichkeit öffentlichkeitswirksame Aktionen, wie Ausstellungen, größere Veranstaltungen, Bildungsarbeit und Vorträge, gemeinsam zu stemmen. In Kooperation mit der Stadt Füssen, Füssen Tourismus und der Arbeitsgruppe Faire Stadt wurde eine eigene Stadtschokolade ins Leben gerufen, die gerne als Werbeträger verwendet wird. Es gibt einen fairen Einkaufsführer für unsere Stadt, in dem alle Betriebe, Geschäfte und Hotels gelistet sind, die faire Produkte verwenden oder anbieten.

Unsere Mitgliedschaft bei der Werbegemeinschaft der Einzelhändler unserer Stadt hilft uns im Gespräch und im Kontakt zu bleiben. Wir werden besser wahrgenommen! Gemeinsame Werbestrategien werden erarbeitet und neue Geschäftsverbindungen geknüpft.

Vernetzung:

Die Vernetzungen helfen uns, durch Anregungen und Unterstützung unsere Arbeit im Innen und Außen erfolgreich durchzuführen.

Wir sind regional vernetzt mit den Weltläden im Allgäu und Süd-Schwaben. Gemeinsame Aktionen, Erfahrungsaustausch und Fortbildungen bereichern uns.

Die Mitgliedschaft im Weltladen-Dachverband ist uns besonders wertvoll. Wir sind WFTO-zertifiziert und kommunizieren das nach außen. Den Lieferantenkatalog schätzen wir als hervorragende Hilfe bei der Auswahl der Fair-Importeure. Bei den Weltladen-Fachtagen in Bad Hersfeld nützen wir die informativen Workshops und den direkten Austausch mit den Importeuren. Die angebotenen Materialien sind sehr hilfreich, das Weiterbildungsangebot enorm.

Das Regionalzentrum Fair Handelshaus Bayern und das Eine Welt-Netzwerk Bayern stehen uns mit Beratung, Referenten, Fortbildungen, Informationen u. a. m. zur Verfügung.

Durch all die Aktionen, Kooperationen und Vernetzungen, die im Außen stattfinden, bleiben wir im Gespräch. Die vielen kleinen Schritte nach innen und außen lassen uns in Füssen zu einem Treffpunkt werden, an welchem Einkaufen ein Erlebnis ist und Spaß macht.

Aus unserer Erfahrung können wir nur empfehlen – achtet auf euer Miteinander, öffnet die Ladentüren und geht auf die Menschen zu. Wartet nicht allein darauf, dass die Kunden zu euch in den Laden kommen.

Andrea Helmer (Geschäftsleitung) und
Rosalie Nold (1. Vorsitzende des Trägervereins)



Neues GEPA-Aktionsprodukt: Schokolade zum Selbstgestalten – lecker werben für den Fairen Handel

Seit Ende 2018 bietet GEPA zwei 100 g Bio Schokoladensorten mit einer Blanks-Vorderseite an: die beliebten Sorten Vollmilch 37 % Art.-Nr. 895 18 02 11 und Zartbitter 60 % Art.-Nr. 895 18 03 12, der UVP bei beiden ist 1,79 €. Das Freifeld kann mit einem eigenen Aufkleber beklebt werden und ermöglicht somit individualisierte Produkte in kleiner oder großer Auflage, da die Mindestabnahmemenge nur eine Verpackungseinheit à 10 Stück ist.

Egal ob Malwettbewerb im Kindergarten, Jubiläumsschokolade für einen runden Geburtstag, ob Firmenschokolade mit Logo oder Städteschokolade mit touristischem Motiv (siehe Abbildung Burg Cadolzburg), Aktionsschokolade für das Stadtfest oder Saisonschokolade für den Weltladen: alles ist möglich! Werden Sie kreativ und setzen Sie die Aktionsschokolade für Ihre Zwecke ein, alle lebensmittelrechtlichen Informationen befinden sich auf der Rückseite der Schokoladentafeln, die Vorderseite kann frei gestaltet werden.

Für den Bestellbogen »GEPA-Aktionsprodukte – Schokolade und Kaffee zum Selbstgestalten« haben wir Weltläden und Verteiler um Gestaltungsbeispiele gebeten, von denen Sie sich inspirieren lassen können. Graphische Gestaltung, Fotos oder Künstlermotive – es geht fast alles, die Brauntöne der Schokoladenverpackung (und auch der Kaffeeverpackung) sind »neutral« und vertragen sich mit fast allen Farben und Motiven.

Die erfolgreichste Aktionsschokolade im vergangenen Jahr war die »Winterzauber Schokolade« vom Weltladen Rottenburg (siehe Abbildung). Das Weihnachtsmotiv dieser Schokolade bezieht sich auf den traditionellen Nikolausmarkt und wurde vom Künstler Helmut Höfle gemalt. Die Schokolade wurde in der Vorweihnachtszeit erfolgreich über den Weltladen, den Regionalladen und die Tourismus-Info in Rottenburg am Neckar verkauft – insgesamt über 650 Mal!

Die Schokolade »ohne Titelbild« ist regulär im GEPA-Sortiment, Sie können Aufkleber drucken lassen und die Schokolade nach Bedarf und Abverkauf bestellen. Falls Sie für eine Aktion eine größere Menge der Schokolade auf einmal benötigen (500 Stück und mehr), bitten wir Sie uns zu kontaktieren, damit die Schokolade entsprechend nachbestellt wird und rechtzeitig für Sie zur Verfügung steht.



Aktionsprodukte: Freiraum für die eigene Gestaltung
GEPA Kaffee und Schokolade für Ihre Stadt, Ihre Firma, Ihre Schule oder Ihre Aktion

Liebe Kundinnen und Kunden,
wollen Sie eine eigene Bio-Schokolade oder einen eigenen Bio-Kaffee für Ihre Stadt, Ihre Firma, Ihre Schule oder Ihre Aktion? Die GEPA bietet Ihnen die Möglichkeit einer individuell von Ihnen gestalteten Verpackung – auch für kleine Auflagen. Mindestbestellmenge ist eine Verpackungseinheit. Lassen Sie Ihre Fantasie freien Lauf!

Aktionsprodukt Schokolade
Die GEPA liefert Ihnen 100 g Schokoladentafeln in den beliebten Sorten Vollmilch und »Zartbitter«. Beide Schokoladen sind zu 100 % aus Deutschland und zu 100 % aus Bio-Kakaobohnen der besten Qualität. Beide Schokoladen sind zu 100 % aus Deutschland und zu 100 % aus Bio-Kakaobohnen der besten Qualität. Beide Schokoladen sind zu 100 % aus Deutschland und zu 100 % aus Bio-Kakaobohnen der besten Qualität.

Was zeichnet die beiden Aktionschokoladen aus?
Sowohl die Bio-Aktionsschokolade Vollmilch, als auch die Bio-Aktionsschokolade Zartbitter haben einen hohen Kakao-Anteil. Hergestellt werden sie in Deutschland aus fairem Kakao, fairem Rohrohrzucker und bei der Vollmilchschokolade aus fairer Milch von unseren Handelspartnern wie CECAD-11 aus São Tomé, COPRASAGRO aus der Dominikanischen Republik und den Milchleihen Berchtesgader Land. Mehr über den Ursprung unserer fairen Zutaten erfahren Sie auf der GEPA Website.

Aktionsprodukt Kaffee
Die GEPA liefert Ihnen den in 250 g Tüten abgepackten Bio-Kaffee, gemahlen oder als ganze Bohne. Die GEPA ist der Importeur des Produkts. Alle lebensmittelrechtlichen Anforderungen an Qualität und Deklaration sind erfüllt. Auf der Vorderseite ist ein freies Feld für Ihr Etikett: Ob Städte-, Firmen- oder Aktionskaffee – kreieren Sie Ihren eigenen Kaffee.

Was zeichnet den Aktionskaffee aus?
Der GEPA Bio-Kaffee ist eine vollmundige milde Mischung ausgewählter Kaffeesorten aus besten Anbaugebieten in Mittel- und Südamerika und zu 100 % aus Arabica-Bohnen. Die Rohkaffees für diesen beliebten Bio-Kaffee kommen u.a. vom GEPA-Partner BACOS aus Honduras, Nachbros aus Peru, San Fernando aus Mexiko und SATIN aus Nicaragua. Mehr über die Kaffeegewinner erfahren Sie auf www.gepa.de.

Freundlichen Grüßen
GEPA – The Fair Trade Company

Bestellung

Bezeichnung	GEPA-Code	Artikel-Nr.	VE Inhalt	UVP/VEck	VE Bestellung
Bio-Aktionsschokolade Vollmilch 37 % Kakao	895 18 02 11	895 18 02 11	100 g	€ 1,79	
Bio-Aktionsschokolade Zartbitter 60 % Kakao	895 18 03 12	895 18 03 12	100 g	€ 1,79	
GEPA Bio-Kaffee gemahlen 100 % Arabica	895 09 71	895 09 71	6 x 250 g	€ 4,79	
GEPA Bio-Kaffee, Bohnen 100 % Arabica	895 09 71 10	895 09 71 10	6 x 250 g	€ 4,79	

Wichtig zu wissen:
Die Verpackung ist frei designen vier Produkten so gestaltet, dass genügend Platz für ein eigenes Label bleibt.
Die Größe der freien Fläche beträgt:
Bei der Schokoladentafel: min. 65 x 140 mm.
Bei der Kaffeeverpackung ca. 68 x 105 mm.

Sie können bei einem Geffile oder Drucker einen Aufkleber, der nach Ihren Vorstellungen gestaltet wurde, in den Runden in Schweißpapier einlegen. Für kleine Auflagen eignen sich auch Universal-Etiketten, die es in vielen verschiedenen Formaten im Markt für Sie. Die Mindestbestellmenge ist eine Verpackungseinheit, also sechs Päckchen Kaffee oder 10 Tafeln Schokolade. Ist es geben die üblichen Währungs- oder Großhandels-Konventionen.

Alle Aktionsprodukte können Sie in Ihrem Regionalen Fair Handelszentrum oder direkt beim GEPA Kundendienst anfragen. Lassen Sie uns auf Ihre Bestellung und wünschen Ihnen viel Spaß beim Gestalten Ihrer eigenen Produkte!

Kundennummer (falls bekannt): _____
Name: _____
Mitarbeiter: _____
Datum: _____
Ort: _____

GEPA – The Fair Trade Company – Stand 3.2019

Bestellbogen Aktionsprodukte zu finden auf gepa-wug.de in der Rubrik »Informationen« unter »Bestellbögen«

Neue Verkaufs- und Werbematerialien



Rezeptkarten Getränke »Bio Chai«, Art.-Nr. 8934866 und 8934867

Geschenkgutschein, Art.-Nr. 8929806, UVP: 0,50 €



Broschüre »Tasse für Tasse Purer Teeegenuss«, Art.-Nr. 8934844



Plakat »Tasse für Tasse Purer Teeegenuss«, DIN A1, (als Set zu 2 St.), Art.-Nr. 8934870

Bilder sagen mehr als Worte: neue Weltläden im Land

Überall in Deutschland modernisieren Weltläden ihre Geschäfte, ziehen um, richten sich neu ein – und wir freuen uns, sagen zu können, dass bei den meisten dieser Prozesse auch die Beraterinnen und Berater von der GEPA aktiv beteiligt sind.

In dieser Ausgabe zeigen wir Ihnen einfach mit ein paar Bildern aus Hofheim und aus Böblingen, wie schön moderne Weltläden heute aussehen können. Wenn Sie Interesse haben, Ihren Weltladen ebenfalls zu modernisieren, kontaktieren Sie Ihre zuständigen GEPA-Berater!

Weltladen-Steckbrief

Weltladen Hofheim

Adresse: Hauptstraße 22, 65719 Hofheim am Taunus

Webseite: weltlaeden.de/hofheim

Facebook: <https://de-de.facebook.com/weltladen.hofheim>

Umzug: Oktober 2018

Beratung durch GEPA in folgenden Bereichen:

Ladengestaltung:

Flächennutzungs-Optimierung und Ladenplanung

Warenpräsentation:

Hilfestellung bei Präsentation und Einräumen

Farbkonzept umgesetzt mit neuer Ladeneinrichtung

Bisherige Erfahrungen:

Laden wird sehr gut angenommen, messbare Umsatzsteigerung im neuen Laden. Viele hochpreisige Artikel durch gute Präsentation verkauft

Geplante weitere Maßnahmen:

Einführung eines neuen Kassensystems



Weltladen-Steckbrief

Weltladen Böblingen

Adresse: Postplatz 10, 71032 Böblingen

Webseite: weltladen.de/boeblingen

Facebook: [https://www.facebook.com/pg/](https://www.facebook.com/pg/Weltladen-Böblingen-445186808897537)

[Weltladen-Böblingen-445186808897537](https://www.facebook.com/pg/Weltladen-Böblingen-445186808897537)

Umzug: September 2018

Beratung durch GEPA in folgenden Bereichen:

- Betriebswirtschaftliche Analyse von Umsatz und Ertrag,
- Marktpotenzial-Ermittlung
- Standortprüfung und Umzugsempfehlung
- Wirtschaftliche Planungsrechnung / Machbarkeitsprüfung für neuen Standort
- Grundrissplanung und Ladengestaltung
- Warenpräsentation und Einräumen
- Farbkonzept – umgesetzt mit dem bisherigen Regalsystem

Bisherige Erfahrungen:

Umzug war ein voller Erfolg, gute Umsatzsteigerung erzielt

Geplante weitere Maßnahmen:

Schulungen zur Warenkunde und Warenpräsentation



Menschenrechtsverletzungen und gezielte Morde auf den Philippinen

Reaktionen auf die Brief-Aktion der GEPA

Am 10. Dezember, am internationalen Tag der Menschenrechte, hatte die GEPA eine Brief-Aktion gestartet und dazu aufgerufen, E-Mails und Briefe an den Präsidenten Rodrigo Duterte zu schreiben und für Aufklärung der aktuellen Mordfälle im nächsten Umfeld unseres Handelspartners PFTC zu sorgen. Wir berichten hier über die Reaktionen von Seiten der philippinischen Regierung.

Aktueller trauriger Anlass für die GEPA-Aktion, an der sich auch zahlreiche Weltläden beteiligt haben, war die Ermordung des Ehemanns der früheren PFTC-Vorsitzenden Ruth Fe Salditos in August 2018. PFTC-Mitglieder sind seit Jahren Opfer von massiven Menschenrechtsverletzungen. Der Vorstandsvorsitzende Romeo Capalla und der Bauer Dionisio Garete wurden 2014 ermordet. Die frühere Vorstandsvorsitzende Ruth Fe Salditos ist seit mehr als fünf Jahren durch eine ungerechtfertigte Anklage bedroht. Darüber haben wir in der letzten Ausgabe der GEPA AKTUELL, 1-2019 berichtet.

Die GEPA appelliert an die philippinische Regierung und Botschaft

Als Signal, dass wir diese grausamen Verbrechen und Ungerechtigkeiten nicht einfach hinnehmen wollen, haben wir an Präsident Rodrigo Duterte, die philippinische Botschaft sowie an deutsche Regierungsvertreter und Abgeordnete einen Appell geschickt (nachzulesen auf www.gepa.de/Petition-PFTC).

Viele von Ihnen und Euch sind unserem Aufruf gefolgt und haben ebenfalls Briefe und E-Mails an die philippinische Botschaft und an Präsident Rodrigo Duterte geschrieben.

Die Reaktionen auf die Brief-Aktion der GEPA

In den vergangenen Wochen haben wir Antworten vom Auswärtigen Amt, von Dr. Bärbel Kofler, der Beauftragten der Bundesregierung für Menschenrechtspolitik und Humanitäre Hilfe beim Auswärtigen Amt und vom Sekretariat des Menschenrechtsausschusses des Präsidenten Rodrigo Duterte, bekommen.

Auch wenn die Antwort aus Manila sehr vage ist, hat uns die Rückmeldung von der Menschenrechtsbeauftragten der Bundesregierung ermutigt, weiter zu machen. Denn unsere Hinweise, Dokumentation und Berichterstattung über die Bedrohung und Gefährdung von Menschenrechtsverteidigerinnen und -verteidigern in den Philippinen sind von großer Bedeutung für ein umfassendes Verständnis der Gewalttaten und sehr nützlich für den Einsatz Deutschlands in bilateralen Gesprächen und im Menschenrechtsrat der Vereinten Nationen. Damit haben wir auch in den Medien und in der deutschen Öffentlichkeit etwas mehr Bewusstsein für die Gefahren unserer Handelspartner geschaffen. Für uns bedeutet Handelspartnerschaft, gemeinsam durch Probleme, Krisen und Gefahren zu gehen und einander beizustehen. Daran erkennt man aus unserer Sicht den Wesenskern des Fairen Handels.

Wir möchten uns für Ihre und Eure Unterstützung bedanken! Denn gemeinsam haben wir ein klares Signal gesendet, dass wir genau hinschauen, was auf den Philippinen passiert und dass wir diese Grausamkeit und die systematischen Menschenrechtsverletzungen nicht hinnehmen wollen. Jeder einzelne Brief, denn Sie und Ihr geschrieben haben/habt ist ein kleiner, aber wichtiger Schritt für mehr Gerechtigkeit!



Kindermissionswerks ›Die Sternsinger‹ und die GEPA präsentieren neue Kinderrechte-Schokolade



»Kinder haben Rechte.« Diese klare Botschaft zielt die Verpackung der neuen Vollmilchschokolade, die das Kindermissionswerk ›Die Sternsinger‹ in Kooperation mit der GEPA jetzt herausgebracht hat. Zum 30-jährigen Jubiläum der UN-Kinderrechtskonvention soll die GEPA-Schokolade auf das bedeutende Thema Kinderrechte aufmerksam machen.

Das Motiv für das Deckblatt der neuen Schokolade ist im Rahmen eines Malwettbewerbs entstanden. Mehr als 3.400 phantasievolle und aussagekräftige Bilder wurden eingereicht. Gewonnen hat die 18-jährige Lea aus Hürth mit ihrem farbenfrohen Bild »Kinder haben Rechte«. »Mir war wichtig zu zeigen, dass Kinderrechte für Kinder auf der ganzen Welt gelten und dass sich die Kinder aktiv und gemeinsam dafür einsetzen. Denn Kinder haben eine Stimme und können etwas bewegen«, so die Gewinnerin. Erhältlich ist die Kinderrechte-Schokolade ab sofort im GEPA Online Shop, sowie nach und nach in Weltläden und verschiedenen Supermärkten in Deutschland.

Das Kindermissionswerk setzt sich seit vielen Jahren in mehr als 100 Ländern der Welt für die Rechte von Kindern ein. Zentrale Forderungen dabei sind: Jedes Kind hat ein Recht auf einen Namen, auf eine gute Gesundheit, auf Bildung, auf Schutz vor Gewalt, auf Spiel und Freizeit, auf eine gesunde Ernährung, auf ein sicheres Zuhause, auf Schutz vor Ausbeutung und auf eine besondere Förderung bei einer Behinderung. Kinderrechte sind auch ein wichtiges Thema im Fairen Handel, den das Kindermissionswerk als GEPA Gesellschafter unterstützt.

Animationsfilm, Ausstellung und Schulmaterialien zum Thema Kinderrechte

Im Jubiläumsjahr der UN-Kinderrechtskonvention bietet das Kindermissionswerk zudem ein vielfältiges Bildungspaket zum Thema Kinderrechte an. Dazu zählt unter anderem Folgendes: In einer **Spezialausgabe des Sternsinger-Magazins** werden

Artikel, Spiele, Rätsel und Mitmach-Elemente angeboten, die auch als Arbeitsmaterialien für Schulklassen genutzt werden können. So werden beispielsweise die wichtigsten Kinderrechte anschaulich erklärt, Berichte aus Projekten des Kindermissionswerks zeigen, wie sich Kinder weltweit für Kinderrechte einsetzen, und eine Reportage über eine Schokoladenfabrik erklärt den Herstellungsprozess fair gehandelter Schokolade.

Eine **Ausstellung präsentiert 150 ausgewählte Bilder des Malwettbewerbs**. Die in einem Koffer transportierbare Ausstellung wird zunächst bei Veranstaltungen wie dem GEPA-Ehrenamtstag am 6. April und der »Fair Handels Messe Bayern« vom 19. bis 20. Juli in Augsburg zu sehen sein und kann danach ausgeliehen werden.

Für Lehrerinnen und Lehrer wird ein **Unterrichtsheft** produziert, das Methoden und Materialien zur Behandlung des Themas Kinderrechte anbietet.

Ein **Animationsfilm** zeigt kindgerecht und leicht verständlich, was Kinderrechte sind. Durch spielerische und unterhaltsame Animationen soll in dem rund dreiminütigen Kurzfilm bei Kindern und Jugendlichen ein Bewusstsein

geschaffen werden, dass sie spezielle Rechte haben und wie diese umgesetzt werden können. Mehr Infos zu den Aktionen und Materialien finden Sie unter www.sternsinger.de.



Mit Schokolade junge Menschen für den Fairen Handel gewinnen

Die Aktion ist ein wunderbarer Anlass für Weltläden und Aktionsgruppen, Kinder als Zielgruppe in den Blick zu nehmen. Das Aktionsprodukt, die beliebte Vollmilch Schokolade Pur 33 % in der Sonderverpackung mit dem Gewinnermotiv, hilft Ihnen dabei.

Gehen Sie doch anlässlich der Aktion auf lokale Kindergruppen zu: Sprechen Sie Ihren örtlichen Kindergarten oder Ihre Grundschule an, kooperieren Sie mit kirchlichen Gruppen oder Pfadfindern – überall dort lässt sich das Thema »Kinder haben Rechte« wunderbar einbringen und dabei auf die Situation von Kindern in den Ländern des Südens eingehen.

Schließlich ist der Kampf gegen ausbeuterische Kinderarbeit ein zentrales Anliegen des Fairen Handels. Gestalten Sie eine Unterrichtsstunde oder Gruppenstunde, führen Sie einen Malwettbewerb durch – oder entwickeln Sie noch andere Ideen dafür. Vielleicht können Sie ja auch die Lehrkräfte oder Gruppenleiter dafür gewinnen, mit den Kindern einen Besuch im Weltladen zu machen und sich ein wenig über den Fairen Handel berichten zu lassen?

Ein paar Tafeln Aktionsschokolade als Präsent oder einfach zum Verkosten sind gut investiert, wenn Sie dadurch die Neugier auf den Weltladen und den Fairen Handel wecken können.

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP	Inhalt je Karton
891 18 06	Vollmilch Schokolade Pur 33 %, 	100 g	1,49 €	10 St

»Was für ein Vertrauen« – Deutscher Evangelischer Kirchentag vom 19.–23.6.2019 in Dortmund

Die GEPA ist wieder offizieller Partner des Kirchentags – ob in der Verwaltung des Kirchentags, in den Quartieren oder in der Gastronomie: Überall werden GEPA-Kaffee und GEPA-Snacks angeboten und auch in Sitzungen wird GEPA-Kaffee und Tee serviert.

Während des Kirchentages finden Sie den GEPA Außer-Haus-Service auf dem Naturkostmarkt auf dem Messegelände. Es erwartet Sie ein Barista an der italienischen Kaffee-Ape mit Siebträger-Spezialitäten wie Cappuccino, Espresso oder Latte Macchiato aus der Produktreihe »café sí«. Und GEPA Außendienstler, die Ihre Fragen zu GEPA-Kaffee in der Gastronomie, in Tagungshäusern und in kirchlichen Einrichtungen gerne beantworten.

Auch auf dem Stand unseres Gesellschafters Brot für die Welt in Halle 5 steht ein GEPA-Team und schenkt faire Kaffeespezialitäten aus. Im Zentrum Jugend hat ein weiterer GEPA-Gesellschafter, die aej (Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e. V.) seinen Stand. Dort gibt es leckeren Chai-Slushy und Kaltgetränke mit GEPA-Zutaten.

Viele GEPA-Kunden setzen unsere Produkte nicht nur in Ihren Einrichtungen, sondern auch während der Durchführung des Kirchentags ein. So steht vor dem Deutschen Fußballmuseum eine Kaffee-Ape mit GEPA-Kaffeespezialitäten. Auch die Evangelischen Häuser und die VCH-Hotels versorgen ihre Standbesucher mit leckerem GEPA-Kaffee und Tee. Im »Gläsernen Restaurant« können Sie Pause bei einem fairen Kaffee machen und im Kirchentagsshop gibt es auch dieses Jahr wieder Geschenksets mit GEPA-Kaffee und -Tee als Kirchentagssouvenir.

Auf dem Markt der Möglichkeiten hat die GEPA in diesem Jahr keinen Ausstellungsstand, aber Sie können uns auf dem Hin- oder Rückweg zum Kirchentag im nahen Wuppertal-Vohwinkel besuchen. Der GEPA-Fairkauf hat in der Kirchentagswoche Montag, Dienstag, Mittwoch und Freitag von 10–18 Uhr durchgehend geöffnet.

GEPA
The Fair Trade Company

GEPA-Produkte finden Sie an vielen Orten auf dem Kirchentag

Foto: GEPA - The Fair Trade Company / Christian Hurd

Besuchen Sie uns am
GEPA-Kaffeestand auf dem
Markt der Möglichkeiten

Partner des Kirchentages

**Deutscher Evangelischer Kirchentag
Dortmund 19.–23. Juni 2019**

GEPA - The Fair Trade Company - www.gepa.de

FAIRER HANDEL – LIVE!

Das neue Konzept unserer Produzent*innentouren

Immer wieder sind Gäste aus den Ländern des Globalen Südens zu Gast und stehen im Mittelpunkt von Veranstaltungen des Fairen Handels. Ziel war bisher immer, in der Öffentlichkeit ein stärkeres Bewusstsein zu schaffen und die Endkunden zu erreichen.

Jetzt möchten wir (El Puente, GEPA, GLOBO und dwp – die WeltPartner) diesen Treffen gemeinsam eine neue Dimension verleihen – mit der Produzent*innentour FAIRER HANDEL – LIVE!

Unser Angebot richtet sich an: Engagierte des Fairen Handels aus den Weltläden, Aktionsgruppen und Eine-Welt-Initiativen und deren Netzwerkpartner*innen.

Wir wollen Ihnen Gelegenheit geben, die Gäste aus dem Globalen Süden, ihr Leben und ihre jeweiligen Länder, aber auch ihre Produkte kennen zu lernen. Im direkten Austausch, von Mensch zu Mensch, in Ruhe und in einer sehr persönlichen Atmosphäre. Für Sie ergeben sich nicht nur neue Horizonte, sondern auch neue, wichtige Ideen für den erfolgreichen Verkauf der Fair Trade Produkte.

So sind die neuen Produzent*innentouren FAIRER HANDEL – LIVE! organisiert:

Wir haben mit Unterstützung des Weltladen-Dachverbandes, Deutschland sinnvoll in 20 Regionen aufgeteilt und werden zwischen Mai 2019 und September 2020 vier Produzentenrundreisen ausrichten, die sich jeweils über 5 Tage erstrecken. An allen dieser 5 Tage sind wir in einer anderen Region, wo wir vor Ort ein »FAIRER HANDEL – LIVE!«-Treffen veranstalten; bis September 2020 können wir damit insgesamt 20 dieser Veranstaltungen in allen 20 Regionen verwirklichen.

Ihr Vorteil: Jede/r kann an einer Veranstaltung teilnehmen, ohne langen Anfahrtsweg und ohne größeren Organisationsaufwand. Damit erreichen wir auch die Weltläden, die noch nie von Produzent*innen besucht wurden oder bisher keine eigene Veranstaltung organisieren konnten.

Der für die Produzent*innen wichtige Austausch mit den Weltladen-Teams wird so wesentlich breiter und intensiver. Durch diesen Direktkontakt haben sie deutlich größere Chancen auf einen nachhaltig steigenden Absatz ihrer Produkte – und so profitieren auch die Produzent*innen nachhaltig von diesem neuen Konzept der Rundreisen.

FAIRER HANDEL – LIVE! bedeutet:

Erleben, schmecken, genießen & Kulturen entdecken

- Persönlicher Austausch mit Gästen aus dem Globalen Süden
- Auf die Weltladen-Bedürfnisse abgestimmte Vorträge und Verkostungen
- Vorstellung der Partner-Produkte und Produktneuheiten der Importeure
- Aktionsideen rund um die Faire Woche
- Neuigkeiten unseres Kooperationspartners – der regionalen Fairhandelsberatung

Die erste Produzent*innen-Tour, veranstaltet von GLOBO und dwp – die WeltPartner findet von 6. bis 10. Mai 2019 statt, mit Vertreter*innen von ISIK Tarim (Türkei), ANAIDA (Kolumbien) und PACARI (Ecuador).

Die Veranstaltungen finden in folgenden Orten statt: Feucht bei Nürnberg, Heidelberg, Gerlingen, Mindelheim, Landshut. Weitere Infos finden Sie unter: http://bit.ly/Fairer_Handel_live

dwp – die WeltPartner und GLOBO Fair Trade Partner haben zusammen bewusst nur diejenigen Weltläden eingeladen, die einen der 5 Veranstaltungsorte zeitlich gut erreichen können.

Alle anderen Weltläden in Deutschland haben die Möglichkeit zur Teilnahme an weiteren Produzent*innen-Tour-Events, im September 2019, sowie im Frühjahr und September 2020.

Die zweite Produzent*innen-Tour im September 2019 findet zur Fairen Woche statt und wird von El Puente und GEPA gemeinsam organisiert.



FAIR HANDELN.
BESSER LEBEN.



Charlotte kocht!

Kartoffel trifft Kokosnuss:

Dieses Mal ein leichtes, frühlingshaftes Gericht, das trotz der Kokosmilch gar nicht »asiatisch« wirkt. Vielleicht gibt es ja schon den ersten Spargel aus der Region? Und Sie probieren die überraschende Kombination bei einem Essen für Freunde oder mit Familie aus? Ein bisschen fair geht immer – auch beim Schlemmen!



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!«

Einem Teil der Ausgabe liegt bei:

- Flyer Kirchentag Dortmund
- Bestellformular Tee

Impressum

GEPA AKTUELL

V.i.S.d.P. Jorge Inostroza
..... Vertriebsleiter Weltläden und Gruppen

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.



4 013320 025598
GEPA-Art.-Nr. 8934868

REZEPT

Kokoskartoffelpüree zu zitronigem Frühlingsgemüse

Für 4 Personen

Zutaten:

Kokoskartoffelpüree:

- 1 kg Kartoffeln, mehlig kochend
- 300 ml GEPA-Kokosmilch
- 1 Prise mildes Currypulver
- Salz



Frühlingsgemüse:

- ca. 1 kg gemischtes Frühlingsgemüse (z. B. Kohlrabi mit Grün, junge Möhren, grüner Spargel, Frühlingszwiebeln, Blumenkohl, Radieschen)
- 25 g Butter
- 1/2 Bio Zitrone (Saft und Schale)
- je 1 Prise Muskat, Salz, Pfeffer, Mascobado
- 1 Schale Kresse oder 1 Bund Schnittlauch



Chiliöl (Achtung: schon 5 Tage vorher zubereiten!)

- 100 ml gutes Speiseöl (z. B. Raps- oder Erdnussöl)
- 2–3 rote Chilischoten
- 1 Scheibe Bio Zitrone
- 1/2 TL Piment d'Espelette (mildes, fruchtiges Chilipulver)



Zubereitung:

1. Chiliöl: Zwei Chilischoten waschen und die Schale etwas einritzen. Das Öl in ein verschließbares Gefäß geben, die Chilischote und die Zitronenscheibe zufügen. Gefäß verschlossen bei Zimmertemperatur mindestens 5 Tage aufbewahren. Vor dem Servieren Chilischote und Zitronenscheibe entfernen. Eine Chilischote waschen, entkernen und fein würfeln, mit dem Piment d'Espelette in das Öl rühren.
2. Kartoffeln waschen und in Salzwasser gar kochen. Kurz abdampfen lassen und schälen. Die Kokosmilch erhitzen, das Currypulver zufügen, salzen, die Kartoffeln zufügen und mit einem Kartoffelstampfer zu einem glatten Püree verarbeiten.
3. Schnittlauch waschen, trocknen und in Röllchen schneiden bzw. Kresse abschneiden.
4. Gemüse putzen (von Kohlrabi und Radieschen etwas junges Grün hacken und bereitstellen), in mundgerechte Stücke teilen und in reichlich Salzwasser jeweils bissfest garen und Wasser abschütten.
5. Butter auf kleiner Flamme in einem Topf schmelzen, das Gemüse darin wenden, abgeriebene Zitronenschale und Saft zufügen, mit Muskatnuss, Salz, Pfeffer und Mascobado abschmecken und Gemüsegrün zugeben.
6. Das Kartoffelpüree mit dem Gemüse auf Teller verteilen. Mit Kräutern bestreuen und das Chiliöl dazu reichen.