

GAKTUELL

Ausgabe 2/21 – September 2021

Titel-Thema

- Klimagerechtigkeit: #ClimateJusticeNow 2
- Kooperation mit der Klima-Kollekte 4

Lebensmittel

- GEPA führt Kakao-Plus-Preis ein 5
- Neu: #Choco4Change Vegan 6



- Neu: Zwei Kräuter- und Gewürztee-Sorten 7
- Honigpartner aus Mexiko und Guatemala 8
- GEPA Honig-Special: Alles über Honig 9
- Der Espresso-Kick: Robusta aus Uganda 10
- Neu: Sweet Chili Sauce aus Eswatini 11
- Lebensmittel umweltfreundlich verpacken 12

Handwerk



- Neue Handwerksprodukte Herbst/Winter 15
- Neue Produkte in der »Plastikfrei«-Linie 19
- Handwerkssortiment: alte & neue Klassiker .. 20

Hintergrund

- Nachgefragt: Abteilung Grundsatz & Politik 22
- Philippinen: Baumpflanzprojekt erfolgreich 24
- Corona-Hilfen für GEPA Handelspartner 25

Marketing

- Weltläden & GEPA: »Gemeinsam verändern« 26
- Neue Verkaufs- und Werbematerialien 27
- Motiv für Adventskalender & Schokoladen 28

Wissenswertes

- Bundestagswahl: Aktion #Fairer Aufbruch 29
- Weltläden unter Wasser & Elementarschäden 29
- Weltladen Peine: Erfolg mit Aktionsprodukten 31

Rezept

- Charlotte kocht 32



#ClimateJusticeNow Der GEPA-Schwerpunkt zu Klimagerechtigkeit



Fairer Handel ist ein Anliegen, das nicht nur der ökonomischen Gerechtigkeit dient, sondern auch der Klimagerechtigkeit. Damit ist eine gerechte Verteilung der Lasten im Kampf gegen den Klimawandel gemeint. Die GEPA engagiert sich stark in dieser Bewegung – denn es gibt keine Klimagerechtigkeit ohne Gerechtigkeit im Handel.

Was bedeutet Klimagerechtigkeit?

Der Gedanke der Klimagerechtigkeit thematisiert, dass besonders die Menschen im Globalen Süden, die am wenigsten zur Klimakrise beitragen, oftmals am stärksten unter ihren Folgen zu leiden haben. Ziel dieses Ansatzes ist es unter anderem, den Ausstoß von Treibhausgasen einerseits stark zu reduzieren und die Anstrengungen bei der Bekämpfung des Klimawandels auf alle Menschen weltweit gerecht aufzuteilen.

Warum wird das Thema Klimagerechtigkeit zum zentralen Thema für die GEPA?

Die kurze Antwort lautet »Keine Klimagerechtigkeit ohne Handelsgerechtigkeit« (aus: Grundsatzklärung »Handelsgerechtigkeit – der Schlüssel zur Stärkung der Klimaresistenz von Kleinbäuer*innen«, Forum Fairer Handel, 2018 anlässlich COP24).

Seit Jahren müssen wir miterleben, dass besonders unsere Handelspartner im Globalen Süden von den Auswirkungen der Klimakrise immer stärker betroffen sind. So verschieben sich Regen- und Trockenzeiten, wodurch auch Produktion und Ernte zunehmend geringer ausfallen. Extreme Dürren oder Überschwemmungen können zum Totalverlust der Ernte führen und ehemals fruchtbares Land geht verloren.

Foto: GEPA - The Fair Trade Company



Angel Burgos Exportverantwortlicher der mexikanischen Kaffee- und Imkergenossenschaft Tzeltal Tzotzil

»Bedingt durch den Klimawandel war das Wetter in den letzten Jahren sehr wechselhaft. Und das hat uns irgendwann geschadet: Wir hatten Honig mit höherem Wassergehalt oder die Honigproduktion ist durch zu wenige Blüten gesunken.«

Die Auswirkungen der Klimakrise gehören zu den existenziellen Herausforderungen unserer Generation. Die GEPA als globaler Fair Handels-Akteur lebt die aktiven Handelspartner-Beziehungen im Alltag, gemäß dem Motto der World Fair Trade Organisation WFTO: »People and Planet before Profit«. Wir erleben die Bedrohung unserer Partner durch die Klimakrise im direkten Kontakt und stellen daher das Thema »Klimagerechtigkeit« in den Mittelpunkt unserer Arbeit. Handelsgerechtigkeit ist für uns die zentrale Grundlage, damit die Menschen am Beginn der Lieferkette dem Klimawandel trotzen können.

Es geht um weit mehr als die Frage, ob wir morgen noch Kaffee und Schokolade genießen können. Unser Handel(n) wird darüber entscheiden, ob und wie wir Menschen in Zukunft leben werden.

Das Profil der GEPA in Sachen Klimagerechtigkeit

Die GEPA profiliert sich seit Jahren stark als Akteur in der Klimadebatte. Begonnen haben wir im Jahr 2011 mit der ersten Messung des CO₂ Fußabdrucks der GEPA in Deutschland; seitdem unterstützen wir ein Aufforstungsprojekt mit unserem Handelspartner ATPI auf den Philippinen in Kooperation mit Pur Projet (siehe dazu auch Beitrag Seite 24).

2015 hatten wir den ersten Handelspartner-Workshop zum Thema »Auswirkungen des Klimawandels für die Partner-Organisationen im Fairen Handel«, gefolgt von einem zweiten Handelspartner-Workshop in 2017. Konkrete Ergebnisse daraus waren zum einen die Klima-Aktivitäten mit Handelspartnern in Peru und Uganda, sowie die systematische Befragung vieler unserer Handelspartner zum Thema. Für die Öffentlichkeit haben wir 2017 in Wuppertal die Podiumsdiskussion: »Climate First – Wie gelingt die öko-faire Wende bis 2030« veranstaltet, an der sich Vertreter und Vertreterinnen von Handelspartnern, Politik, Forschung und Kirchen beteiligten.

Viele weitere Aktivitäten sind gefolgt, z.B.:

- Förderung und Beratung für Partner: Über unseren Handelspartner-Fonds und das tägliche Geschäft werden Anpassungen an die Klimakrise und die Umstellung auf Bio-Anbau gefördert. So wurde WORC in Südafrika finanziell unterstützt, um Beratung zur Anpassung des Rooibos-Anbaus an den Klimawandel zu erhalten.
- Bio-Siegel: Mittlerweile sind 85,4 % der GEPA Lebensmittel bio-zertifiziert.
- Kampagnenprodukt: #Choco4Change inklusive Aufschlag für konkrete Klimaprojekte bei zwei Handelspartnern (KCU > energieeffiziente Öfen, und CECAQ-11 > Aufforstung)
- Ein Plastikfrei-Sortiment im Handwerk wird auf- und ausgebaut, z.B. mit Produkten für Transport, Aufbewahrung und Geschenkverpackungen.
- Öko-Strom: Die GEPA arbeitet mit 100 % Öko-Strom der Wuppertaler Stadtwerke. Gleichzeitig erzeugen wir auch Ökostrom sowie Wärme mit unserem eigenen Blockheizkraftwerk. Unser erzeugter Ökostrom wird in das öffentliche Stromnetz eingespeist.
- Jobrad: Alle GEPA-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben die Möglichkeit, ein Jobrad vergünstigt zu erwerben. Es gibt eine Ladestation für E-Bikes.
- Elektromobilität: Es wurden 3 Ladesäulen mit 6 Elektrolade-Anschlüssen aufgestellt. Nach und nach wird der GEPA-Fuhrpark auf Hybrid- bzw. Elektroautos umgestellt.

Weitere Infos unter www.gepa.de/klimaschutz

Auf der politischen Ebene spielen wir eine federführende Rolle bei der Erarbeitung der klimapolitischen Stellungnahmen der internationalen Fair-Handels-Bewegung zu den globalen Klimakonferenzen in den letzten Jahren, halten Vorträge und führen Lobbygespräche auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene.

Wir unterstützen die Ziele von #FridaysForFuture und haben unter dem Motto #FairTradeForFuture ein Positionspapier verfasst, das Sie unter www.gepa.de/fairtradeforfuture finden können.

Wir nehmen an den Wuppertaler Klimastreiks von FridaysforFuture teil und sind dort meist für eine der Auftaktreden eingeladen.

Wie geht es nun weiter?

Eine Komponente von Klimagerechtigkeit ist die »Klimaneutralität«, bei der es im Schwerpunkt darum geht, unvermeidbare Emissionen auszugleichen bzw. zu kompensieren. Bereits vor einigen Jahren haben wir verschiedene Aktivitäten diesbezüglich gestartet, z.B. die Kompensation des Schiffstransportes unseres Kaffee-Sortimentes.

Nun soll es weitergehen: Neben den Aktivitäten bei GEPA in Wuppertal, mit den Handelspartnern und auf der politischen Ebene, wollen wir bis 2030 erreichen, dass die GEPA in ihrer gesamten Tätigkeit in Deutschland und im Globalen Süden »klimaneutral« wird. Dazu werden wir nach und nach den CO₂-Fußabdruck der verschiedenen Produkt-Sortimente und der GEPA in Deutschland berechnen und ausgleichen oder Klimaschutzprojekte unterstützen.

Den Anfang machte dabei zu Beginn dieses Jahres der Relaunch des Honig-Sortimentes. Weitere Infos dazu gibt es unter www.gepa.de/honig-klimaneutral



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

Bienenstöcke auf ca. 1500 Metern Höhe im Nordwesten Guatemalas

verschiedene Aufforstungsprojekte, die Förderung des Bio-Anbaus und der Bio-Diversität, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit und die politische Lobby-Arbeit, z.B. zum EU-Klimagesetz.

Dies alles findet in Kooperation mit unseren Handelspartnern und weiteren Kooperationspartnern wie der Klimakollekte und den Fair Handels-Netzwerken statt.

Das Ziel der GEPA ist ein klimafreundliches und klimagerechtes Handeln in ihrer gesamten Arbeit und Wirkung.

Endlich eine europäische Kampagne

Zum Herbst 2021 mit Start in der Fairen Woche werden wir im Kontext der EFTA (European Fair Trade Association) die sog. EFTA #ClimateJusticeCampaign durchführen. Dies ist eine kombinierte Kommunikations- und politische Kampagne mit der Klimakonferenz (COP 26) im November in Glasgow als Zielpunkt. Unter dem Motto: »Climate Justice – Let's do it fair« mit entsprechendem Kampagnenbild, Filmclips und weiteren Materialien machen wir zusammen mit EFTA-Mitgliedern in fünf weiteren Ländern auf die Dringlichkeit von klimagerechtem Handeln für die Partnerorganisationen im Globalen Süden aufmerksam.



Ab Anfang September finden Sie hierzu weitere Infos unter www.gepa.de/klimaschutz.

Diese Kampagne wird die politischen Botschaften und Forderungen des Fairen Handels an die Weltklimakonferenz COP 26 in Glasgow formulieren.

Als Kampagnen-Produkt der GEPA kommt die vegane Variante der #Choco4Change hinzu, eine vegane Dattelschokolade, bei der der Zucker durch feingemahlene Datteln ersetzt wird. (siehe auch Seite 6 in diesem GEPA AKTUELL)

Ab Anfang September sind weitere Infos unter www.gepa.de/choco4change zu finden.

Die Hauptaussage der Kampagne und auch für unsere Arbeit als GEPA ist: Fairer Handel ist Teil der Lösung, unter anderem weil er Kleinproduzenten und Kleinproduzentinnen bei der Anpassung an die Klimakrise unterstützt, weil kleinbäuerliche und ökologische Landwirtschaft klimafreundlicher ist und weil faire Lieferketten eine größere Krisen-Resilienz haben!

Foto: GEPA - The Fair Trade Company



Lucas Silvestre Garcia, Geschäftsführer der Imker- und Kaffeegenossenschaft von Guaya'b in Guatemala

»Als Partner der GEPA konnten wir die Wiederaufforstung mit bienenfreundlichen, blütenreichen und pollenproduzierenden Pflanzenarten fördern. Leider tragen die großen Weltmächte nichts zur Kontrolle oder zur Reduzierung der Treibhausgase bei, also liegt es an uns als kleine Produzenten, diese aufwändige Arbeit zu leisten.«

Mit unserem umfassenden Ansatz der Klimagerechtigkeit gehen wir über Klimaneutralität hinaus, denn wir haben als GEPA eine ganzheitliche Sicht auf die Klimakrise und wollen ihr auf verschiedenen Ebenen mit vielfältigen Aktivitäten begegnen. Dazu gehören neben der Vermeidung und Reduktion von CO₂-Emissionen

Klima-Kollekte: Gemeinsam gegen den Klimawandel

**Gastbeitrag von Sina Brod,
Geschäftsführerin von Klima-Kollekte gGmbH**

Die Folgen des Klimawandels abzuwenden, ist die große Aufgabe dieses Jahrhunderts. Besonders Menschen im Globalen Süden sind von den Auswirkungen des Klimawandels stark betroffen, obwohl sie wenig zum Klimawandel beitragen. Beispielsweise liegt der Ausstoß an Treibhausgasemissionen, den eine in Deutschland lebende Person im Jahr 2018 im Durchschnitt verursachte, bei rund 11 t CO₂ pro Jahr und ist im Vergleich deutlich höher als die verursachten Emissionen eines Menschen, der in Tansania lebt und rund 0,2 t CO₂ pro Jahr emittiert. Außerdem verfügen die vom Klimawandel betroffenen Länder oft nicht über die finanziellen Mittel für nötige Schutz- und Anpassungsmaßnahmen.

Wir sind also alle gefordert, CO₂-Emissionen zu vermeiden und zu reduzieren und so klimagerecht zu handeln. Klimagerechtigkeit bedeutet, dass nach dem Verursacher:innenprinzip Länder, die die Hauptverantwortung an der Erderwärmung tragen, in der Pflicht stehen, global für die Folgen und Schäden des Klimawandels aufzukommen.

Hier setzt die Kooperation zwischen der GEPA - The Fair Trade Company und der Klima-Kollekte – Kirchlicher Kompensationsfonds an. Beide sind sich einig, dass freiwillige Klimaschutzbeiträge für unvermeidbare Emissionen ein sinnvolles Instrument zur Förderung von Klimaschutzprojekten darstellen und zu nachhaltiger Entwicklung beitragen. Daher hat sich die GEPA entschieden, die Treibhausgasemissionen, die aufgrund des Transports des Kaffeesortiments über See von den Häfen der produzierenden Länder bis zum Hafen in Deutschland entstehen, über die Klima-Kollekte auszugleichen. Weiterhin werden die, in der Honigproduktion und -lieferkette anfallenden, Emissionen durch einen freiwilligen Beitrag über die Klima-Kollekte ausgeglichen. Auch die Emissionen des Firmensitzes in Wuppertal werden – nach einer CO₂-Bilanzierung durch die Klima-Kollekte – im kommenden Jahr kompensiert.

Mit den Kompensationszahlungen unterstützt die GEPA die Förderung von Klimaschutzprojekten, die Treibhausgase einsparen und zur Armutsreduzierung vor Ort beitragen. Das Besondere an den Projekten: Sie fördern Minderheiten, Bildung und Gesundheit vor Ort und beachten Geschlechtergerechtigkeit. Zentral für die Auswahl und Durchführung der Projekte ist das Sicherstellen der CO₂-Reduktion durch Energieeffizienz oder erneuerbare Energien. Die externe Zertifizierung der Projekte erfolgt durch Gold Standard nach dem »Gold Standard for the Global Goals«. Dieser betrachtet neben der korrekten Angabe über die CO₂-Einsparung auch die so genannten Co-Benefits, das heißt die zusätzlichen positiven, ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen der Klimaschutzprojekte.

Die GEPA und die Klima-Kollekte verbindet ihr solidarisches Engagement und der Einsatz für Klimagerechtigkeit und Klimaschutz auf vielfältigen Ebenen.



Foto: KCU Tansania

Mitglieder der Genossenschaft KCU in Tansania, die die Öfen zum Kochen nutzen

Ein Beispiel wie Klimaschutz und Partnerprojekte Hand in Hand gehen, ist das gemeinsame Ofenprojekt bei dem Kaffeepartner KCU in Tansania in Kooperation mit EL Puente, bei dem energieeffiziente Herde offene Öfen ersetzen. Insgesamt werden rund 550 Kochstellen aus lokalen Materialien hergestellt und an Kleinbäuer:innen ausgegeben, die somit erheblich weniger Brennholz zum Kochen verbrauchen. Die zubereiteten Mahlzeiten haben eine schnellere Garzeit, denn die Kochstellen sind ca. 20 % effizienter und energiesparender als herkömmliche offene Kochstellen – zusätzlich tragen die energieeffizienten Herde zu einer Reduzierung von Atembeschwerden bei, da sich weniger Rauch entwickelt.

Wir begrüßen die Kooperation mit der GEPA, denn gemeinsam bewältigen wir die Klimakrise und sorgen lokal und global für ein lebenswertes Klima der Zukunft.

Wie arbeitet die Klima-Kollekte?

Die Klima-Kollekte unterstützt auf Basis ihrer Beratungskompetenz und gegen Gebühr, in der CO₂-Bilanzierung von Unternehmen und Organisationen. Im Anschluss an die CO₂-Bilanzierung berät die Klima-Kollekte zu Reduktionsmöglichkeiten und Kompensation. Kooperationspartner, die ihre CO₂-Bilanz bereits kennen und Reduktionsmaßnahmen durchführten, können über die Klima-Kollekte unvermeidbar anfallende Treibhausgasemissionen kompensieren. Der Ausgleich erfolgt durch Klimaschutzprojekte kirchlicher Organisationen oder ihrer Partner:innen in Schwellen- und Entwicklungsländern und kostet 25 Euro pro Tonne, wobei der Großteil in die Projektarbeit fließt und nur 3 Euro bei der Geschäftsstelle der Klima-Kollekte für Administration verbleiben.

Weitere Informationen unter: www.klima-kollekte.de



Warum ein Kakao-Plus-Preis? Damit Bauern und Bäuerinnen statt Konzerne profitieren!

»An kaum einem anderen Rohstoff klebt der Kolonialismus so sehr wie am Kakao« schrieb »Der Spiegel« einmal. In der Tat sind die sozialen und ökologischen Missstände in der Kakaobranche besonders dramatisch. Einige große Konzerne dominieren den Markt, wodurch eine Machtkonzentration im Kakaohandel zu Ungunsten der Kleinbauern entsteht. Große Konzerne diktieren die Preise, Kleinbauern haben selten die Chance, sich dem entgegen zu setzen. Die GEPA setzt jetzt ein Zeichen für mehr Gerechtigkeit im Handel mit Kakao – mit dem Kakao-Plus-Preis.

Die Tatsache, dass Kakao ein Rohstoff ist, der an der Börse gehandelt wird und dadurch stetigen Schwankungen unterliegt, macht es für die Kakaobauern noch schwieriger, mit ihrem Anbau ein geregeltes Einkommen zu erzielen, von dem eine Familie leben kann. Auch wegen dieser niedrigen Preise ist ausbeuterische Kinderarbeit im Kakaobau noch immer weit verbreitet. Nur wenn Eltern die Schulbücher ihrer Kinder bezahlen können und der Schulweg mit dem Bus keine unbezahlbare Hürde darstellt, werden sie ihre Kinder zur Schule schicken. Und nur wenn zur Haupterntezeit auch mal ein Arbeiter für seine Unterstützung bezahlt werden kann, sind die Kinder zuhause entbehrlich.

Zu Recht also gibt es im Kakaosektor bereits eine intensive Debatte über die Auswirkungen niedriger Preise auf Kakaobauern und deren Lebenssituationen. Wir finden, dass es wichtig ist, ein Zeichen zu setzen. Ein Zeichen für unsere Handelspartner, dass Fairer Handel für uns nicht nur eine Worthülse ist. Und ein Zeichen an die Branche, dass Fairer Handel mit Kakao möglich ist.

Und so haben wir den einzig richtigen Schritt gemacht, einen GEPA Kakao-Plus-Preis festzusetzen. Konkret bedeutet dies, dass wir nicht weniger als 3.500 USD pro Tonne zahlen für biologisch angebauten und fair gehandelten Kakao. Unser Kakao-Plus-Preis liegt damit sogar 560 US-Dollar über dem Mindestpreis der Gütesiegel-Initiative »FairTrade«.



Silvia Kurte, Einkaufsmanagerin für Kakao bei GEPA in einer Videokonferenz mit Lazarous (RSTC) und Brian (Fairtrade Africa) aus Uganda.

Mit unserem Kakao-Plus-Preis wollen wir vor allem unsere Handelspartner stärken und die gute Qualität würdigen, die sie uns liefern. Nur eine starke Kooperative kann die Bedürfnisse ihrer Mitglieder im Auge behalten und sie in allen Belangen unterstützen.

Weitere Infos mit Filmclips und auch unserem Hintergrundpapier »Fairer Handel gegen ausbeuterische Kinderarbeit« gibt es im neuen Schokoladenspecial unter www.gepa.de/faireschokowelten.

Als Einkaufsmanagerin für Kakao hatte ich die erfreuliche Aufgabe, unseren Handelspartnern die Entscheidung der GEPA mitzuteilen. Und so durfte ich einige positive und teils rührende Reaktionen erleben – bei Lazarous vom Rwenzori Sustainable Trade Center beispielsweise. Das Rwenzori Sustainable Trade Center unterstützt die noch sehr junge und im Aufbau befindliche Kooperative BGCSL in Uganda. Mit den verbesserten Preisen ist die Kooperative in der Lage, ihre Verarbeitungskapazitäten wie etwa Trocknungs- und Fermentationsanlagen auszubauen und so eine größere Menge Kakaobohnen an die GEPA zu verkaufen. Bislang war es ihnen nicht möglich, mehr als 50 Tonnen Kakaobohnen für den Export aufzubereiten. Die Genossenschaft konnte daher auch keine größere Menge von ihren Mitgliedern aufkaufen. Die Bauern mussten einen Teil ihrer Produktion auf dem lokalen Markt zu niedrigen Preisen verkaufen. Lazarous ist optimistisch, dass die Kooperative mit Hilfe des neuen Kakao-Plus-Preises ihre Verarbeitungskapazitäten ausbauen und den Mitgliedern ihre Ernte dann vielleicht sogar komplett abkaufen kann.

Was ist der Kakao-Plus-Preis der GEPA?

3.500 US-Dollar für eine Tonne Bio-Kakao. Das ist der garantierte Mindestpreis, den die GEPA den Partnerorganisationen bezahlt. Und das ist es uns wert! Denn so verdienen auch die Kakaobauern mehr. Die Einhaltung von Menschen- und Umweltrechten entlang der globalen Lieferkette gibt es nicht zum Nulltarif. Mit dem Kakao-Plus-Preis setzt Fairtrade-Pionier GEPA ein weiteres wichtiges Zeichen zur Verhinderung ausbeuterischer Kinderarbeit.* Denn: Nur wenn die Eltern genug verdienen, können die Kinder zur Schule gehen.

Preiskategorie	Preis (USD pro Tonne)	Inhalt / Details
Neuer GEPA-Durchschnittspreis	US \$ 3.695	Dieser liegt über dem GEPA Kakao-Plus-Preis, da die GEPA oft sogar mehr bezahlt als 3.500 US \$
GEPA Kakao-Plus-Preis für eine Tonne Biotkaka	US \$ 3.500**	Darin enthalten: Fairtrade-Prämie: US \$ 240 + Bio-Prämie: US \$ 300
Fairtrade-Mindestpreis zuzüglich Prämien	US \$ 2.940	Für eine Tonne Bio-Kakao setzt sich zusammen aus: Fairtrade-Mindestpreis: US \$ 2.400*** + Fairtrade-Prämie: US \$ 240 + Bio-Prämie: US \$ 300
Weltmarktpreis	US \$ 2.370	Für eine Tonne Kakao (Durchschnittswert der Weltmarktpreise von 2020)

* Über 1,5 Millionen Kinder arbeiten auf Kakaoplantagen in Westafrika unter unzumutbaren Bedingungen, oft sind sie verkränkt.
** Mit US \$ 3.500 (inkl. Prämien) liegt der GEPA Kakao-Plus-Preis immer US \$ 500 über dem Fairtrade-Mindestpreis zuzüglich Prämien. Grundsätzlich zahlt die GEPA auch immer mehr als Weltmarktpreis.
*** Sollte der Weltmarktpreis zeitweilig Fairtrade- und Bio-Prämien höher liegen als US \$ 3.500, passt sich die GEPA dem an und bezahlt den höheren Weltmarktpreis plus Fairtrade- und Bio-Prämie.
**** Sollte der Weltmarktpreis höher liegt als der Fairtrade-Mindestpreis, passt sich Fairtrade dem an und bezahlt den höheren Weltmarktpreis plus Fairtrade- und Bio-Prämie.
Weitere Informationen: www.gepa.de/faireschokowelten

Die GEPA-Musterkalkulation finden Sie auch unter www.gepa.de/musterkalkulation-kakao



Ein Produkt im Zeichen des Klimawandels: #Choco4Change Vegan mit feingemahlene Datteln gesüßt

Unser langjähriger Partner Beni Ghreb, von dem wir Bio-Datteln für den direkten Verzehr erhalten, liefert uns jetzt auch feingemahlene Datteln für diese neue vegane Dattelschokolade. Aber was hat das mit dem Klimawandel in Tunesien zu tun?



Durch den Klimawandel wird es in Tunesien heißer, auch in der Region im Südwesten an der Grenze zu Algerien, in der die Dattelbauern leben und arbeiten. Von ihnen bezieht Beni Ghreb die Früchte schon seit 2002. Die Niederschläge werden immer geringer und ihre Verteilung über das Jahr hat sich verändert. Die Folge davon ist ein Mangel an Wasser, der dazu führt, dass ein Teil der Datteln kleiner und vor allem die Früchte trockener werden. Für den direkten Verzehr sind sie weniger geeignet, weil die Kundinnen und Kunden eine bestimmte Größe und eine gewisse Saftigkeit von den gekauften Bio-Datteln erwarten.

Wenn Beni Ghreb die kleinen, trockenen Bio-Datteln vermahlen kann, können sie trotz der Trockenheit vermarktet werden. Der GEPA-Partner hat bereits eine Maschine angeschafft, möchte die Produktion aber noch ausweiten, da die Zahl der trockenen Bio-Datteln in den nächsten Jahren noch weiter zunehmen wird und die Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Pulver steigt und dies bessere Verarbeitungskapazitäten erfordert. Die Verarbeitung der Bio-Datteln schafft zudem zusätzliche Arbeitsplätze vor allem für Frauen: Die Früchte müssen auch entsteint und zerkleinert werden.

Wetterstationen zur Messung der Luftfeuchtigkeit, Bodenfeuchte, des Salzgehaltes und des Niederschlags. Diese Informationen helfen bei der Entscheidung, wann wie viele Stunden bewässert werden muss. Denn auch in der Oase Hazoua, in der viele Dattelbauern leben, ist das Wasser knapp geworden. Die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Beni Ghreb und die Dattelbauern sind immer an aktuellen Entwicklungen in der Landwirtschaft interessiert, so auch an der automatischen Bewässerung. »Wir haben bereits neue Bewässerungssysteme in einigen Pilotparzellen installiert«, so der Beni Ghreb-Geschäftsführer.

Beni Ghreb ist ein Partner, der seit langem an neuen Methoden des Energie- und Wassersparens und am Einsatz von regenerativen Energien wie Solarstrom interessiert ist und diese mit den traditionellen Anbaumethoden der Region verbindet. Mit dem Kauf der #Choco4Change Vegan können Ihre Kunden und Kundinnen konkret dazu beitragen. Unser Ziel ist es, über den Verkauf der neuen veganen Dattelschokolade den Ausbau der Dattelverarbeitung mit 10.000 Euro zu unterstützen.

Der GEPA-Partner Beni Ghreb – in Kürze

Die 2002 gegründete Exportfirma Beni Ghreb verarbeitet und verschickt Bio-Datteln aus Tunesien. Das Besondere an dieser Firma ist, dass sie ihre Früchte von einem Zusammenschluss von Dattelbauern aus der Oase Hazoua bezieht. Beni Ghreb betreut und berät die Bauern beim Bio-Anbau. So wird die traditionelle Drei-Etagen-Wirtschaft (Dattelpalmen, Obstbäume, Gemüse und Getreide) erhalten, die Bodenerosion und fortschreitenden Wüstenbildung Einhalt gebietet.

Ausführlichere Informationen über den GEPA-Partner Beni Ghreb finden Sie unter www.gepa.de.



Foto: GEPA - The Fair Trade Company

Dattelernte bei unserem Partner Beni Ghreb in Tunesien

»Mit Hilfe des Erlöses aus der #Choco4Change Vegan soll daher eine neue Maschine zur Herstellung von feinvermahlene Datteln angeschafft werden, die es Beni Ghreb ermöglichen soll, auch die schwierig zu verkaufenden Dattel-Qualitäten in einer noch besseren Qualität verarbeiten und vermarkten zu können«, so Markus Kruschewsky, der zuständige GEPA-Einkaufsmanger. »Der so mögliche gesteigerte Erlös kann dann wiederum den einzelnen Bauern helfen, ihre Bewässerungspumpen auf ein Pumpensystem mit Solarstrom umzustellen.«

Sadok Saidi, der Geschäftsführer von Beni Ghreb berichtet, dass sie noch weitere Geräte für die Messung einiger Parameter in der Oase Hazoua benötigen, wie z.B.



Das neue Produkt: eine vegane Dattelschokolade

Die Idee zur neuen #Choco4Change Vegan entstand aus dem Wunsch eine zuckerfreie Schokolade zu kreieren und dem Ziel auch Veganerinnen und Veganern eine Klimaschokolade anzubieten. Feingemahlene Datteln als Zuckerersatz, das klingt einfach, aber die Verarbeitung ist komplizierter als die von Rohrzucker, deshalb hat es eine Weile gedauert, bis die innovative Rezeptur fertig war. Die neue Sorte ergänzt das GEPA Schokoladen-Sortiment und ist ein Geschmackserlebnis. Einfach probieren!

Die neue #Choco4Change Vegan besteht nur aus vier Zutaten: Kakao, Dattelpulver, Haselnussmark und Vanilleextrakt. Die gemahlene Datteln werden bei Beni Ghreb

aus Deglet Nour Datteln hergestellt und enthalten die gleichen wertvollen Nährstoffe und Vitamine wie die getrockneten Datteln. Die vegane Dattelschokolade schmeckt dezent und angenehm süß nach Datteln und hat eine leichte Karamell-Note. Die #Choco4Change Vegan wird im dünnen Tafelformat abgefüllt, die Einwaage beträgt 80 Gramm. Da Datteln viel teurer als Zucker sind, liegt der Preis der Schokolade höher, als der der #Choco4Change Vollmilch.

Auch bei der veganen Dattelschokolade gehen 20 Cent pro Tafel an ein Klimaprojekt und zwar direkt bei Beni Ghreb (siehe oben). Wie schon bei der #Choco4Change Vollmilch enthält der Innenwickel der #Choco4Change Vegan Informationen zum Klimaschutzprojekt und eine Kalkulation.

Besonderheiten auf einen Blick:

- Die vegane Dattelschokolade hat eine innovative Rezeptur und einen ausgewogenen, vollmundigen Geschmack
- Sie ist gluten-, laktose- und zuckerfrei und enthält nur vier natürliche Zutaten
- Der Fair-Handelsanteil beträgt 95 % und die Zutaten sind 100 % Bio
- Inklusive 20 Cent Aufschlag pro Tafel für Klimaschutzprojekt bei Beni Ghreb
- Eignet sich als Aktionsprodukt für Klima-Aktivitäten

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
896 18 76	#Choco4Change Vegan verfügbar ab KW38	80 g	2,79 €	10 St.
894 48 60	Flyer »Choco for Change Vegan«		kostenlos	25 St.
894 48 61	Postkarte »Choco for Change Vegan«		kostenlos	25 St.

Wir erwarten die erste Lieferung der Choco4Change Vegan in der zweiten September-Hälfte.

Aromen aus feinen Kräutern und Gewürzen: zwei neue Tee-Mischungen

Kräuter- und Gewürztees liegen im Trend, deshalb gibt es ab September zwei neue Tee-Sorten. Die beiden neuen Tees eignen sich sehr gut für den Spätsommer und Herbst und ergänzen die drei bisherigen Sorten im Kräuter- und Gewürztee-Sortiment um neue Geschmacksrichtungen.

Bio Zitronengras Kräutertee

Eine erfrischende Mischung mit fruchtig-frischem Zitronengras, grünem Rooibos, zwei Sorten Minze und dezenter Ingwerwürze. Eignet sich auch gut als Eistee für die letzten warmen Tage!

Bio Fenchel Thymian Tee

Eine natürlich gesüßte Kräuter- und Gewürzteesmischung, wärmend und besonders wohltuend an den ersten kühlen Tagen. Mit Orangenschalen, Thymian und Fenchel, geschmacklich abgerundet mit Süßholz, Zimt, Ingwer, Nelken und Zitronengras. Leichte Süße auch ganz ohne Beigabe von Zucker oder Honig!

Beide Tees enthalten Zutaten unter anderem von den Handelspartnern Sekem aus Ägypten und Van Chan Organic Farmers aus Vietnam.

Die Teebeutel des gesamten Tee-Sortiments sind umweltfreundlich und aromatischer verpackt. Der Umkarton aus Papier lässt sich dank Perforation von zwei Seiten öffnen. Die Teekuverts sind kompostierbar (nach DIN EN 13432 zertifiziert). Bei den Beuteln ist das Filtermaterial ungebleicht, der Faden ist aus Bio-Baumwolle und ohne Metallklammer befestigt.



Besonderheiten auf einen Blick:

- Harmonische Tee-Mischungen für kalten oder warmen Genuss
- Nur natürliche Zutaten, ohne Aromazusätze und 100 % Bio
- Fair-Handelsanteil 100 % bzw. 80 %
- Mehr Aufmerksamkeit durch die Kennzeichnung »NEU« auf der Vorderseite der Verpackung
- Mehrwert vor Ort: Unterstützung z.B. des Partners Sekem in Ägypten, der Wüstenland in Ackerland umwandelt und die Weiterverarbeitung der Rohware vor Ort fördert

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
888 09 72	Bio Zitronengras Kräutertee	Teebeutel 20 x 1,7 g	3,79 €	5 St.
888 09 73	Bio Fenchel Thymian Tee	Teebeutel 20 x 1,5 g	3,79 €	5 St.

Tipp: Bieten Sie die neuen Tees doch zusammen mit den anderen drei Sorten Bio Zimt Cacao Gewürztee, Bio Ingwer Zitronengras, Bio Rosmarin Grüntee an – im Weihnachtsgeschäft z.B. auch als attraktives Geschenke-Set.

GEPA-Honigpartner in Mexiko und Guatemala



In der letzten Ausgabe von GEPA AKTUELL haben wir Ihnen die Honigpartner Tzeltal Tzotzil, Mexiko und Guaya'b, Guatemala vorgestellt. In dieser Ausgabe begeben wir uns auf die Reise zu »Mieles del Sur« im mexikanischen Bundesstaat Chiapas und zu COPICHAJULENSE in der Stadt Chajul in Guatemala. Beide GEPA-Partner zeichnen ihr Engagement für den Bio-Anbau aus. Und ihre Mitglieder gehören zur indigenen Bevölkerung des jeweiligen Landes.

Fotos: GEPA - The Fair Trade Company



Alonso López und Stephan Beck

Mieles del Sur, Mexiko

Die indigenen Imkerinnen und Imker von Mieles del Sur sind schon lange im Fairen Handel aktiv. Im Jahr 1999 haben sie schließlich ihre eigene Imker-Kooperative gegründet. Sie haben bereits früh mit der Umstellung auf Bio-Imkerei begonnen. Eine natürliche Bienenhaltung trägt zum Umweltschutz bei und Bio-Honig erzielt zugleich bessere Preise. Wenn die zurzeit 230 Mitglieder ihren Honig an die Kooperative abliefern, erhalten sie bereits 80 % des Endpreises. Dies ist unter anderem durch die Vorfinanzierung der GEPA möglich, die für die Kooperative sehr wichtig ist. Die Restzahlung an die Mitglieder erfolgt nach der Verschiffung des Honigs im August.

Alle Mitglieder des GEPA-Partners sind Angehörige der Tzeltala und Choles. Die Mitglieder dieser indigenen Gruppen haben im Vergleich zu anderen Mexikanerinnen und Mexikanern geringere Bildungschancen und einen niedrigeren Lebensstandard. Mieles del Sur konnte unter anderem dank des Fairen Handels den Lebensstandard deutlich verbessern. Zudem bietet dieser GEPA-Partner Fortbildungskurse für seine Mitglieder an. Das Angebot ist vielfältig und reicht von politischen und religiösen Themen bis hin zu Kursen in »Verwaltung« und »Organisation« und zur »Imkerei« und »Honigqualität«.



Alonso López,
Präsident von Mieles del Sur

»Das Besondere am Fairen Handel ist, dass wir einen höheren Preis bekommen und wir einen sicheren Absatzmarkt für unseren Honig haben. Ebenso wichtig ist aber auch die Beratung und dass uns die Käufer besuchen und diese sich für uns interessieren«.

Alonso López, Präsident von Mieles del Sur

Für Mieles del Sur ist die Abwanderung der Jugend in die Städte aufgrund mangelnder Perspektiven und Arbeitsplätze ein gravierendes Problem. So können sie z.B. auch nicht ihre Eltern dabei unterstützen, die erforderlichen Unterlagen für die Bio-Dokumentation auszufüllen, denn viele Mitglieder der Elterngeneration können nicht lesen und schreiben.

Aufgrund des Klimawandels, der sich zum Beispiel durch verschobene Regenzeiten, heftige Niederschläge und Kälteeinbrüche zur eigentlichen Hauptblütezeit äußert, schwankt die Honig-Produktion stark von Jahr zu Jahr. Mieles del Sur engagiert sich in einem Wiederaufforstungsprojekt. Durch die Pflanzungen sollen auch neue Nahrungsquellen für die Bienen geschaffen werden.

COPICHAJULENSE, Guatemala

Vor sieben Jahren gründeten die Imker und Imkerinnen ihre eigene Kooperative COPICHAJULENSE. Davor bildeten sie zusammen mit den Kaffeeproduzenten eine gemeinsame Organisation. Wie auch die Mitglieder von Mieles del Sur gehören auch sie mehrheitlich zur indigenen Bevölkerung Guatemalas; es sind Ixil und Kiché.

Die Kooperative versucht, stetig neue Mitglieder zu gewinnen. Mit Erfolg! Etwa ein Drittel der Mitglieder ist zwischen 18 und 25 Jahren alt. Junge Erwachsene werden dabei unterstützt, in die Bio-Imkerei einzusteigen. Neben der Ausbildung benötigen sie dazu ihre ersten Bienenstöcke und Bienenvölker, die sie dann selber vermehren und sich so eine eigene Imkerei aufbauen können.



Miguel Tzunux Chivalou mit seinen Brüdern

Miguel Tzunux Chivalou hat mit seinen Brüdern den Honig geerntet. Der Agrartechniker der Kooperative hat ihn für die Imkerei begeistert. Er hat 2016 mit 18 Bienenstöcken angefangen – schon zwei Jahre später hatte er 40. Für die Erstanlieferung hat er einen Kredit von der Kooperative erhalten. »Mir gefällt am Fairen Handel, dass die Kooperative mich berät und sie meinen Honig kaufen. Selber könnte ich ihn nicht verkaufen.«

Zu den Mitgliedern gehören auch 23 Frauen. Die Kooperative hat eine Imker-Schulung speziell für Frauen angeboten, die eine NGO durchgeführt hat. »Durch die Bienen habe ich mehr Geld für meine Kinder und ich habe auch ein eigenes Einkommen«, so Maria Noelia, Vorstandsmitglied von COPICHAJULENSE.

Bei COPICHAJULENSE arbeitet ein Agrartechniker, der von fünf lokalen Beratern unterstützt wird, die stundenweise in den fünf Regionen für die Kooperative tätig sind. Sie haben sich in den letzten Jahren intensiv mit dem Thema »Bio-Honig« beschäftigt, um ihre Mitglieder entsprechend beraten zu können. Die Biozertifizierung ihres Honigs ist nun erfolgreich abgeschlossen. Die GEPA beteiligt sich nach wie vor an den jährlichen Zertifizierungskosten.

Eine Besonderheit bei dieser Organisation: Die Bienen müssen besonders lange mit Bio-Zucker gefüttert werden, denn die kalte Jahreszeit, in der sie keinen Nektar sammeln können, dauert fünf Monate. Der Bio-Zucker muss aus Costa Rica importiert werden und ist daher verhältnismäßig teuer. Er wird aus der Fair Handelsprämie finanziert und den Mitgliedern zur Verfügung gestellt.

Honig-Special: Von der Wabe bis ins Glas fair und transparent



In unserem Honig-Special #HoneyBeFair auf der GEPA Webseite finden Sie (fast) alle Fragen zu Honig beantwortet: Sie können sich über das Sortiment und die Handelspartner informieren, sich mit Klimaschutz und Klimaneutralität beschäftigen, eine Honig-Musterkalkulation herunterladen, Porträts und kurze Filme ansehen und in den FAQ und dem Honig-ABC finden Sie viel Wissenswertes und auch Lustiges rund um das Thema Honig.

Um Sie ein wenig neugierig zu machen, drucken wir hier vom Honig-ABC die Beiträge zum ersten und letzten Buchstaben exemplarisch ab:

A wie Arbeiterin und anstrengend

- Weibliche Bienen heißen Arbeiterinnen und sie machen ALLES im Bienenstock
- Zellen putzen
- Brut wärmen
- Larven und die Königin füttern
- Nektar abnehmen und einlagern
- Pollen abnehmen und in die Zellen einstampfen
- Waben ausbauen
- Bienenstock bewachen und gegen Feinde verteidigen
- Nektar und Pollen sammeln
- Bei so vielen Arbeitsfeldern ist es kein Wunder, dass eine Arbeiterin nur ca. 45 Tage lebt.

Z wie Zusatzprämie

Die GEPA hat ihren Partnerorganisationen während der Bio-Umstellungsphase eine Zusatzprämie bezahlt. So konnten die Imker*innen die Kosten für den Mehraufwand der Bio-Honigproduktion decken, obwohl sich ihr Honig noch in der Umstellungsphase befand und noch gar nicht als Bio-Honig vermarktet werden konnte.

Erklärungen dazu, wann ein Honig als »Bio-Honig« bezeichnet werden darf und alles weitere rund ums neue Honig-Sortiment gibt es in unseren HONIG-FAQs.

Auch Macario Jerónimo Martín, Imker beim GEPA-Partner Guaya'b in Guatemala, setzt voll auf Bio-Qualität, um sich am Markt zu behaupten. Durch die Unterstützung der GEPA konnten Agrartechniker vor Ort Imker wie Macario Jerónimo Martín beraten, so dass die Bio-Zertifizierung am Ende auch geklappt hat.

Hier finden Sie das Honig-Special auf der GEPA-Webseite:
<https://www.gepa.de/gepa/themenspecials/honeybefair.html>



Hochwertiger Robusta-Kaffee von ACPCU aus Uganda – eine Erfolgsgeschichte

Egal, ob Sie einen **Orgánico Espresso** in der Hand halten oder einen **Ankole Espresso** oder den **aromatisch-samtigen Bassaja** – jedes Mal sehen Sie ein Stück der Erfolgsgeschichte des Robusta-Kaffees unseres Handelspartners **ACPCU aus Uganda**. Denn der steckt in all diesen Kaffeesorten mit **drin**. Wieso dieser Kaffee ein so großer Erfolg ist, erklären wir Ihnen hier.

Mit einem guten Kaffee morgens fällt der Start in den Tag vielen von uns leichter. Und wenn der faire Genuss dann auch noch würzigen Robusta enthält, ist der Tag gerettet. Wussten Sie, dass Robusta doppelt so viel Koffein enthält wie Arabica? Das macht den Kick im Espresso besonders gut.

Feine Würze ist immer gefragt

Auch unser Handelspartner ACPCU ist sich dieser Wirkung von Robusta bewusst und beliefert die GEPA seit 15 Jahren mit hochwertigem *Coffea Canephora* – so der wissenschaftliche Name von Robusta. Die enge und gute Partnerschaft zwischen der GEPA und ACPCU spiegelt sich auch in der hervorragenden Rohkaffeequalität wider. Ob in unserem kräftigen **Orgánico Espresso** oder im würzigen **Ankole Espresso**, oder dem **aromatisch-samtigen Bassaja** – in all diesen Kaffees trägt die feine Würze des Robustas von ACPCU zum besonderen Geschmack bei.

Um darüber hinaus die hervorragenden Eigenschaften des Spezialitäten-Robusta von ACPCU herauszustellen, hat unser Partner zusammen mit der GEPA den Espresso Kampala entwickelt. Der Kooperativen-Dachverband setzt mit dieser Kaffeeart neue Standards in der Verarbeitung und Qualität von Robusta und überzeugt mit einem einzigartigen Kaffeeerlebnis aus afrikanischen Fruchtnoten und feiner Honigsüße!

Robusta: Kaffee in Zeiten des Klimawandels

In Zeiten des Klimawandels nimmt die Bedeutung von Robusta immer mehr zu. Im Gegensatz zur Arabica-Pflanze ist Robusta auch bei höheren Temperaturen und weniger Niederschlag ertragsreich und weniger anfällig für die unterschiedlichsten Krankheiten einer Kaffeepflanze – deshalb auch der umgangssprachliche Name



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

Dorcias, Ronah und Gabriel bei der Anpflanzung

»Robusta«. Trotz dieser bedeutenden Eigenschaften wurde das qualitative Potential von Robusta noch lange nicht ausgeschöpft, da es oft an der richtigen Weiterverarbeitung der gepflückten Kaffeekirsche mangelt. Arabica galt lange als Sorte der Wahl, wenn es um reiches, blumiges Aroma ging. Aber ACPCU beweist, dass Robusta ein hervorragendes Produkt sein kann, wenn man während der Ernte und der Aufbereitung die richtige Sorgsamkeit walten lässt. Dem trägt die GEPA Rechnung, indem wir über den FLO-Minimum-Preis hinaus eine Qualitätsprämie bezahlen. Und durch die Investition der Fairtrade-Prämien in ein umfassendes Qualitätsmanagement sowie neue technische Anlagen wie z.B. Trocknungsbetten, konnten neue qualitative Maßstäbe gesetzt werden.



186 09 03



186 09 04



305 09 04



305 09 22



305 09 33

Aus Kaffeeverkauf wird Waldaufforstung

Und um die Anpassung an den Klimawandel weiterhin mit zu unterstützen, haben sich GEPA und ACPCU zusammengetan und eine weitere Maßnahme initiiert: Im Rahmen einer Klimaworkshop-Reihe wurde durch GEPA, ACPCU und den Anbauverband Naturland ein neues Baumpflanzprojekt entwickelt. Mit jedem Verkauf einer Packung GEPA Orgánico Espresso- oder auch Lungo-Kaffeekapsel werden 10 Cent an das von ACPCU veranlassete Aufforstungsprojekt gespendet. Mit jedem Baum wird nicht nur zusätzliches CO₂ gebunden, sondern auch Schatten für die Kaffeepflanzen gespendet und die Bodensubstanz verbessert.

Nach dem ersten gemeinsamen Spatenstich im Februar 2020 können nun 10.000 neue Setzlinge von ACPCU zur nächsten Regenzeit in 2021 gepflanzt werden! Jeder morgendliche Kaffeegenuss einer GEPA Espresso- oder Lungo-Kapsel tut somit Gutes – für die Produzenten und Produzentinnen, für die Umwelt und für uns!

Sweet Chili: neue Sauce aus Eswatini

»Eswatini Kitchen« liefert uns eine leckere neue Sauce, die »Sweet Chili« heißt. Und nicht nur dieser Name ist neu – das ganze Land hat sich umbenannt, von »Swasiland« in – genau: Eswatini! Unser Partner »Eswatini Kitchen« ist ein wenig stolz darauf, dass der eigene Name nunmehr auch der des Landes ist.

Nach eigenen Rezepten stellen die Frauen Würzsauces, Chutneys und Marmeladen her. Vieles ist Handarbeit – vom Schneiden der Zutaten, dem Aufkochen und Rühren bis zum Einfüllen in die Gläser; einiges wird maschinell unterstützt. Das Obst und Gemüse, das verarbeitet wird, bezieht Eswatini Kitchen von rund 50 Farmen aus dem eigenen Land und teilweise aus Südafrika. So findet auch hier die komplette Wertschöpfung im Ursprungsland statt.

Unser Handelspartner »Eswatini Kitchen« bietet vor allem alleinerziehenden Frauen eine gute Möglichkeit, für sich und ihre Kinder eine neue Existenz aufzubauen. Sie können sich für einen Beruf qualifizieren und zugleich ihren Lebensunterhalt selbst bestreiten. Bei Eswatini Kitchen sind zurzeit 21 fest angestellte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen beschäftigt. Je nach Auftragslage und Erntezeiten werden zusätzlich Saisonarbeitskräfte benötigt, vor allem in den Spitzenmonaten Januar und Juli.

Besonders wichtig ist den Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen von Eswatini Kitchen, dass sie aufgrund ihres vergleichsweise guten Gehaltes ihre Kinder zur Schule schicken und die Schulgebühren bezahlen können.

Süß-sauer-scharf, diese beliebte Geschmacksrichtung hat die neue Sauce von unserem Partner Eswatini Kitchen. Sie eignet sich gut zum Dippen, zum Verfeinern von Pfannengerichten oder zu Grillgerichten. Bitte vor Gebrauch das Glas schütteln, falls sich unten Flüssigkeit abgesetzt hat.



Foto: GEPA - The Fair Trade Company/Bernhard Reddig

Produktion bei Eswatini Kitchen



Besonderheiten auf einen Blick:

- exotische Würze für Zuhause
- das verarbeitete Gemüse stammt von Farmern aus der Region
- im Ursprungsland hergestellt, abgefüllt und verpackt
- Produkt ohne Zusatz von Konservierungs-, Farb-, und Aromastoffen
- Projekt schafft Arbeitsplätze für alleinerziehende Frauen

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
166 20 06	Sweet Chili Sauce	150 g	3,49 €	10 St.

Innen fair und außen umweltfreundlich: GEPA-Lebensmittel rundum gut verpackt

Nicht nur auf den Inhalt, auch auf die Verpackung kommt es an – hier hat die GEPA intensiv und erfolgreich an Lösungen gearbeitet – weg von Rohstoffen auf Erdölbasis, hin zu nachwachsenden Rohstoffen. Keine leichte Aufgabe: Nicht nur der faire Umgang mit unseren Handelspartnern, auch der Verbraucherschutz und höchste Qualitätsanforderungen haben für die GEPA Priorität.



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

Verbraucherschutz und Umweltschutz verbinden

Bei zahlreichen GEPA-Produkten wie Kaffee, Kakao oder Schokolade kann auf eine Folienbeschichtung der Verpackung nicht verzichtet werden, weil sie Zucker, Fett oder Öl enthalten. Papier würde hier durchweicht werden und ist daher ungeeignet. Außerdem schützt die Folie das Aroma. Eine Verpackung muss auch eine optimale Barriere gegen das Eindringen von Fremdstoffen wie z.B. Mineralölrückständen bieten. Oft gelangen diese über die Umverpackung in das Produkt. Die GEPA-Aromaschutzfolie bietet hier einen sehr guten Schutz und verhindert, dass Mineralölrückstände z.B. aus dem Papier oder der Pappe der Umverpackung in das Produkt gelangen.

Produzentenförderung und Umweltschutz – ein Balanceakt

Die GEPA handelt mit sehr vielen kleinen Mengen, die dennoch bei den Verarbeitern getrennt von anderer Ware gelagert und verarbeitet werden müssen. Daher sind wir oft darauf angewiesen, das Verpackungsmaterial zu verwenden, das beim Verarbeiter verfügbar ist. Eigene Verpackungen wären schlicht zu teuer. Häufig entscheiden wir uns dann im Sinne unserer Produzenten und für das Produkt und machen Kompromisse bei der Verpackung. Und arbeiten zugleich an der Verbesserung der Verpackungen.

Sieht aus wie Plastik – ist es aber nicht: die Aromaschutzfolien der GEPA

Schokolade und Riegel

Als einer der ersten Anbieter verwenden wir schon seit rund sieben Jahren Aromaschutzfolien aus über 90 Prozent FSC-/PEFC-zertifiziertem Holz Zellstoff (www.fsc-deutschland.de, <https://pefc.de/>) für die Innenwickel unserer Schokoladen. Es wird keine landwirtschaftliche Fläche für die Produktion von Verpackungsmaterial geopfert. Diese Folie zersetzt sich auf dem Kompost (90 Prozent der Folie sind spätestens nach 90 Tagen verrottet). Ist kein Heimkompost vorhanden, sollte diese Folie in der Gelben Tonne entsorgt werden. Laut Bioabfallverordnung darf sie nicht in die Biotonne. Grund: Abfallbetriebe sind noch nicht flächendeckend in der Lage, diese Folien von herkömmlichen Kunststoffen zu trennen – das gilt übrigens auch für die Entsorgung der GEPA-Teekuverts und der GEPA-Kaffeekapseln.

Tee

Seit der Einführung des neuen Teesortiments 2019 verwenden wir Teekuverts, die aus Kraftpapier mit Aromaschutzfolie aus rund 90 % zertifiziertem Holz Zellstoff bestehen. Im Vergleich zu vorher wird aufgrund des Papieranteils und des damit verbundenen geringeren Herstellungsaufwand 44 % CO₂ eingespart. Auch diese Verpackung ist industriell kompostierbar (Entsorgung über die Gelbe Tonne oder den Restmüll).

Eine Ausnahme bilden unsere beiden neuen Röstkaffees aus dem Ursprungsland. Da unsere Handelspartner derzeit nur mit alube-schichteter Folie arbeiten, kann nur diese Verpackung verwendet werden.

Kleine Kapsel, großer Unterschied

Wenn schon Kaffee-kapseln, dann bio und fair – so wollen wir Kapselnutzer und -nutzerinnen für nachhaltigen, fairen Kaffeegenuss gewinnen. Die GEPA-Kaffeekapseln sind gentechnikfrei sowie alu- und plastikfrei. Die Kapsel besteht aus biobasierten Rohstoffen und kommt ohne zusätzliche Innenfolie aus (Entsorgung in der gelben Tonne). Zudem werden die Kapseln CO₂-neutral produziert mit Energie aus Wind, Sonne, Wasserkraft und Biogas. Nicht vermeidbare CO₂-Emissionen werden durch ein Waldschutz-Projekt in Brasilien kompensiert.

Die Emissionen für den Schiffstransport des Rohkaffees für das gesamte GEPA-Kaffeesortiment werden über die Klima-Kollekte kompensiert.

Last but not least: im Ursprungsland verpackte Produkte

Ca. 40 Lebensmittel – sowie alle Handwerksprodukte der GEPA werden komplett im Ursprungsland hergestellt und verpackt, was für unsere Handelspartner mehr Einkommen bedeutet. Dabei müssen wir natürlich vor Ort verfügbare Materialien und Techniken nutzen.

Möglichkeiten für Verbesserungen gibt es ja bekanntlich immer. Als Fair Trade-Pionier werden wir uns auch zukünftig nicht auf Erreichtem ausruhen und arbeiten an einer Verpackungsstrategie. Hier kooperieren wir auch mit dem renommierten Wuppertal-Institut.

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



Und was ist mit den Teebeuteln?

Auch unsere Teebeutel sind jetzt kompostierbar. Das Filterpapier ist ungebleicht und besteht vorwiegend aus natürlichen und FSC-zertifizierten Zellulosefasern. Der Beutel wird mehrfach gefaltet und nicht mit Kunststoffzusätzen verschweißt. Dadurch können wir auch auf Metallklammern verzichten. Wir empfehlen die Entsorgung in der Restmülltonne.

Kaffee: Folien ohne Alu

Unsere Kaffeefolien enthalten schon länger kein Aluminium mehr. Mit unseren Kaffeefolien mit einer Sperrschicht aus aufgedampftem Alkohol waren wir Vorreiter und wurden für Design, Innovation und Umweltverträglichkeit ausgezeichnet. Zudem haben wir 2011 bei Einführung des jetzigen Kaffeesortiments von farbig bedruckten Folien auf einfarbige Verpackungen mit Etiketten umgestellt. So betreffen Änderungen nur die Etiketten und die Folie kann unverändert genutzt werden.



Foto: GEPA - The Fair Trade Company

Ausführliche Informationen zu unseren Lebensmittel-Verpackungen finden Sie auf unserer Webseite unter den FAQs:

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



Zusätzlich gibt es zu Schokolade, Tee und Kaffeekapseln jeweils eine Kundeninformation zu den Verpackungen:

<https://www.gepa.de/service/infomaterial.html>





Neue Handwerksprodukte für Herbst und Winter

Wie in jedem Jahr haben wir auch diesmal wieder eine Reihe interessanter Neuheiten für Sie ins Programm genommen, mit denen Sie im Herbst und Winter den Aufenthalt drinnen schöner und angenehmer machen können. Von Körben und Bad-Zubehör bis zu Pyjamas, Schürzen und Lederaccessoires reicht die Palette. Und natürlich gibt es auch neue Kerzen!

Kräftige, dunkle Töne bringen Ruhe

Unsere Trendfarben für den kommenden Herbst und Winter sind Bordeaux, Tannengrün, Blauviolett und Kürbis, sowie speziell für das Bad Tiefseeblau und Lavendelblau. Im Fokus stehen damit warme, kräftige und dunkle Beeren-töne, die die edlen feierlichen Goldtöne noch mehr leuchten lassen und damit für Festlichkeit sorgen. Im Bad finden sich kühlende und beruhigende Blautöne, die auch in dieser Kombination wirken und an Seen und Natur erinnern.



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

Körbe für alle Zwecke

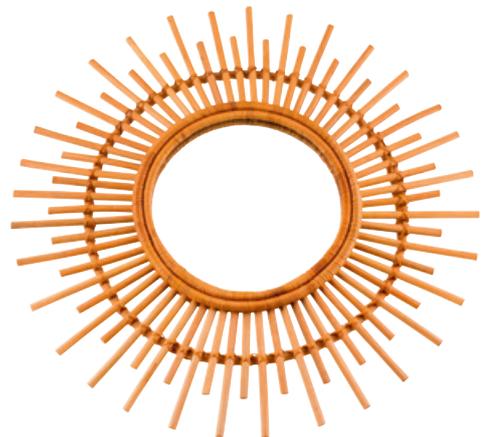
Eine Vielzahl an schönen Körben eröffnet die Produktauswahl, die wir für Ihre Kundinnen und Kunden getroffen haben. Besonders ins Auge fallen die Körbe, die mit Materialien wie recyceltem Denim oder Sari-Stoffen kombiniert worden sind. So können helle Naturmaterialien wie Hogla, auch Wasserhyazinthe genannt, oder Jute mit kräftigem Blau oder Gelb kombiniert werden, ohne dass das Material selbst gefärbt werden muss. Darüber hinaus können Stoffe in Bangladesch recycelt werden. Diese Korbwaren sind eine Spezialität unseres Partners CORR – the Jute Works aus Bangladesch.



721 41 30 Korb-Set S/3

Praktisches fürs Bad

Im Bad gibt es einiges Neues, zum Beispiel einen Spiegel aus Bambus, der an eine strahlende Sonne erinnert. Außerdem bieten wir Ihnen handgefertigte Fußmassagesteine aus Steinzeug an, die sich im Bad auch als Dekoration eignen.



792 81 38 01 Spiegel Strahlen



Kinder in die Küche!

Für Kinder haben wir uns etwas Spezielles einfallen lassen, damit das Kochen mit den Eltern noch mehr Spaß macht. Mit CO-OPTEX haben wir neue Schürzen für Kinder entworfen, die nur noch übergestreift und nicht mehr gebunden werden müssen. So kann schneller und bequemer mit dem Helfen in der Küche begonnen werden. Außerdem finden Sie neue Motive auf unserem dreiteiligen Kindergeschirr von Sang Arun aus Thailand: verschiedene Gemüsesorten wie Karotten als Dekoration. So schmeckt Gemüse gleich noch viel besser, wenn es auf den Teller kommt. Zum Einkaufen auf dem Markt bieten wir Ihnen von CO-OPTEX noch große Shopper aus festem und strapazierfähigem Baumwollstoff an.



752 70 64 05 Kindergeschirr Karotte



714 62 04 Kinderschürze



714 42 27 Shopper

Neue Nachtwäsche & Socken für sie und ihn

Unsere beliebten Pyjamas, Nachthemden und Kimonos zeigen den Sternenhimmel oder erinnern an einen weihnachtlichen Wald. Diese beiden Muster haben wir speziell für unsere hiesigen Kundinnen und Kunden ausgesucht. Passend zur kühleren Jahreszeit sind sie in Indien überwiegend in der wärmeren Interlock-Qualität gefertigt worden. Neu ist ein zusätzlicher, etwas weiterer Schnitt bei den Frauenmodellen, den wir auf Wunsch unserer Kundinnen ins Sortiment aufgenommen haben.

Unsere Palette an Socken wird durch neue Farben und Motive erweitert – lassen Sie sich überraschen!



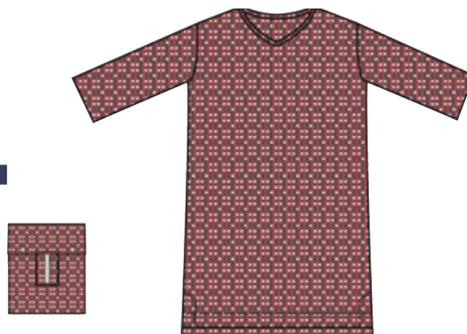
891 63 93 01
Socken Vogel rot



891 63 94 01
Socken Avocado blau



891 63 78 01 Kimono Sternenhimmel



891 63 82 01 Damennachthemd Xmas



891 63 83 01 Herrenpyjama Xmas



Eco-Leder aus Indien

Von CRC bieten wir Ihnen dieses Jahr eine klassische Lederwaren-Linie an. Dies spiegelt sich auch in den Farben wie einem Braun oder Schwarz wider. Für die Lederwaren wird bei CRC ausschließlich Eco-Leder verarbeitet, das von indischen Wasserbüffeln stammt und von einer Gerberei in Kolkata geliefert wird. CRC arbeitet seit vielen Jahren mit einer Gerberei in Kolkata zusammen, die nachhaltige Produktion ebenso wichtig nimmt wie CRC. Dieses ECO-Leder wird ohne Chrom und unter Verzicht auf problematische und umweltgefährdende Substanzen gegerbt. Die Lederwaren werden zudem von fest angestellten Handwerkern von CRC gefertigt, die auch während der Pandemie weiterbezahlt wurden – leider eine große Ausnahme in Indien.



891 43 28 Weekender schoko

Jede Menge Kerzen in neuen Farben und Formen

Ganz besonders ans Herz legen möchten wir Ihnen die neuen Kerzen, die wir von Wax Industri aus Indonesien bekommen haben. Es sind unter anderem mehrere neue breite marmorierte Kerzen in klassischen Farben und Dreier-Sets mit unterschiedlich gestreiften Kerzen in den Saisonfarben, die sich zum Beispiel farblich sehr gut mit den Küchentextilien kombinieren lassen. Sollten die Kerzen einen leichten Schleier haben, möchten wir Sie bitten, sie mit einem Tuch abzuwischen beziehungsweise zu polieren.



763 34 30 02 Tafelkerzen grün gestreift



Covid-19 Auswirkungen: Lieferverzögerungen und Transportprobleme bei Handwerksprodukten

Auch weiterhin gibt es durch die Corona-Krise bedingte Probleme bei unseren Partnern, wie z.B. Ausgangssperren, Probleme bei Rohstoffbeschaffung und Transport. Dadurch kann es auch in diesem Jahr leider zu Verzögerungen bei den Handwerkslieferungen kommen. Bei einigen Produktgruppen wird es, durch gestiegene Container-Frachtkosten, leider auch zu moderaten Preiserhöhungen kommen müssen.

Ob die Ware verfügbar ist, bzw. die aktuellen Liefertermine, finden Sie immer im GEPA Handwerk-Shop. Vorfreude macht auch das Blättern im neuen digitalen Handwerkskatalog den Sie auf der WUG-Startseite finden.

Bitte unterstützen Sie auch weiterhin unsere Partner im globalen Süden durch den Verkauf von Handwerksartikeln!



Plastikfreie Weihnachten – neue Produkte

Die Produktlinie »Plastikfrei« bekommt im Herbst / Winter 2021 weitere Verstärkung: Vom Spültuch bis zur weihnachtlich bemalten Edeldose arbeiten wir daran, Kunststoff zu ersetzen.

Umweltfreundlich spülen und wischen

Wir freuen uns, Ihnen ab Herbst/Winter 2021 die beliebten Spültücher von CO-OPTEX aus Südindien nun auch in **Papiertüten verpackt** anbieten zu können.

Sari-Recycling

Auch die nachhaltigen und wiederverwendbaren Geschenk-Verpackungen wurden durch weitere Produkte von unserem Partner Saidpur aus Bangladesch ergänzt. So bieten wir zum Verschnüren, Schmücken und Verpacken von Geschenken ein Sari-Bortenband und ein kleines Sari-Säckchen an. Sie wurde in Bangladesch aus Saris hergestellt, die nicht mehr getragen werden. Das herrlich bunte Recycling-Bortenband kann jedes einfarbige Geschenkpapier aufpeppen. Aus den ehemaligen Saris werden Säckchen genäht, die das Verpacken von Überraschungen noch einfacher machen. Einfach in das Säckchen legen und zubinden – fertig.

Stabil wie Plastik, aber nachhaltiger: Edeldahldosen

Aus Indien von Noah's Ark bieten wir nun auch weihnachtlich handbemalte Edeldahldosen zum Beispiel für Plätzchen und Schokolade an. Aufgrund der Bemalung sollten sie nur von Hand gespült werden.

Plastikfreie Weihnachten gibt's bei uns schon immer

Auch unser Weihnachtsschmuck ist übrigens »plastikfrei«, für uns immer schon selbstverständlich, aber im Deko-Handel allgemein noch längst nicht. Ihre Kunden und Kundinnen können also plastikfreie Weihnachten feiern: von der Plätzchendose über die Geschenkverpackung bis zum Baumschmuck!

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
722 80 31	Furoshiki recycelt S	4,95 €
722 80 32	Furoshiki recycelt L	8,95 €
722 96 01	Peelingband	14,95 €
722 96 02	Peelingkissen	7,95 €
722 96 03	Waschhandschuh	13,95 €
722 96 04	Seifensäckchen	8,95 €
721 69 12	Aufbewahrungstopf S	19,95 €
721 69 13	Aufbewahrungstopf M	23,95 €
721 69 14	Aufbewahrungstopf L	26,95 €
841 42 08	Bio-BW-Gemüsenetz S S/2	4,95 €
841 42 09	Bio-BW-Gemüsenetz M S/2	5,95 €
841 42 10	Bio-BW-Gemüsenetz L S/2	7,95 €
841 42 11	Bio-BW-Beutel L S/2	7,95 €
841 42 12	Bio-BW-Beutel M S/2	5,95 €
841 42 13	Bio-BW-Teesäckchen S/2	2,95 €
841 42 22	Bio-BW-Seifensäckchen S/2	3,95 €
841 42 20	Bio-BW-Tasche Plastikfrei	3,50 €
841 42 21	Bio-BW-Shopper Plastikfrei	9,50 €

Neue Produkte

770 74 01	Dose aus Edelstahl L Grün
770 74 02	Dose aus Edelstahl M Grün
726 80 01	Sari-Borten-Täschchen
726 98 01	Sari-Borte Recycling
714 68 99	Spültücher S/3 weiß/weinrot/nachtblau/salbeigrün
714 62 05	Spültücher S/3 bordeaux/kürbis/blauviolett/tannengrün
714 66 81 04	Wischtuch S/2 gestreift



Dürfen wir vorstellen: alte und neue Klassiker im Handwerk

Klassiker gibt es nicht nur bei Lebensmitteln, sondern auch im Handwerk: Produkte, die beliebt sind, »Longseller«, die viele Jahre im Sortiment sind und sich immer wieder gut verkaufen. Ein Beispiel dafür ist der Bolgakorb aus Ghana, der das umsatzstärkste Einzelprodukt im GEPA-Handwerkssortiment ist. Aber auch Neuheiten werden manchmal sofort zu Klassikern, deren Umsatzpotenzial sie für Weltläden attraktiv macht. Ein Beispiel dafür sind die Kerzen aus Indonesien. Haben Sie unsere Klassiker schon im Sortiment? Falls nicht: erst unsere Geschichten zu den Produkten lesen und dann bestellen!

Bolgakörbe:
Jedes Stück ein Unikat

Bettina Kasper,
Marketingassistentin



»Ich gestehe: Ich bin in Körbe vernarrt und habe zuhause nicht nur einen, sondern fünf Bolgakörbe: weil sie so formschön und farbenfroh sind und sich vielseitig nutzen lassen – nicht nur zum Einkaufen, sondern auch als Sammel- oder Aufbewahrungskörbe. Das

Original aus Ghana ist zudem umweltfreundlich und langlebig: handgeflochten aus Savannen- oder Hirsegras und mit einem Griff, der mit Ziegenleder verstärkt ist. Die Korbflechterei ist für die Produzentinnen von SPB aus Ghana eine wichtige Einkommensquelle neben der Landwirtschaft. In der Regenzeit wird auf dem Feld gearbeitet und in der Trockenzeit werden die Körbe mit den individuellen Farben und Mustern geflochten. Bei so einem tollen Projekt darf es ruhig noch ein Korb mehr sein!«

Kokoblock: umweltfreundlich & praktisch und ohne viel zu schleppen

Meike Beermann,
Einkaufsmanagerin Handwerk



»Vielleicht das Unscheinbarste unserer Erfolgsprodukte: Wir beziehen das torffreie Pflanzsubstrat zurzeit von Ceylon Garden Coir aus Sri Lanka. Die umweltfreundliche Blumenerde aus Kokosfasern eignet sich auch als Boden- und Kompostverbesserer im Garten.

Für mich besonders faszinierend das »Volumenwunder«, denn aus einem einzelnen Kokoblock werden durch das Einweichen in 6 Liter Wasser in nur 30 Minuten rund 9 Liter Pflanzsubstrat! Deshalb sind Transport und Aufbewahrung bei diesem Produkt »easy«. Für Weltläden ist der Kokoblock deshalb nicht nur im Frühjahr und Herbst ein »must have« ...«

Pflanzenseifen von Palam:
Der Duft Indiens in sechs Sorten

Claudia Grözinger,
Informationsreferentin

»Die Seifenstücke des Palam Rural Centre begleiten mich seit vielen Jahren in meinem Alltag. Und es sind immer mehrere Seifenstücke zu Hause vorrätig. Das erste Produkt dieses GEPA-Partners aus Südindien, das mir zu Studentenzeiten im Weltladen begegnet ist, war allerdings ein Paar Sandalen aus Leder. Da sich diese Produkte irgendwann nicht mehr so gut verkaufen ließen, waren die Pflanzenseifen für den Handelspartner eine gute Alternative! Mein Favorit war früher die Neem-Seife, denn ihr Duft erinnerte mich an Indien. Heute ist es aus demselben Grund die Sandelholzseife. Und die Gärtnerseife reinigt auch schmutzige Werkstatt-Hände – auch immer sehr willkommen.

Mit dem Palam Rural Centre arbeiten wir seit 1979 zusammen, es ist also ein Handwerkspartner der ersten Stunde. »Palam« bedeutet in der Sprache Tamil »Brücke«. Wer in Indien der untersten Kaste angehört und in einem entlegenen Dorf lebt, hat kaum eine Chance auf ein besseres Leben. Unser Partner bietet diesen Menschen seit seiner Gründung mehr als eine Existenzgrundlage – unter anderem durch die Herstellung von Seife.

Das Palam Rural Centre ist eine Dorfgemeinschaft, die sich selbst mit Lebensmitteln versorgen kann und sich vor allem sehr um die schulische Ausbildung der Kinder kümmert. Ihre Schule heißt nach dem Gründer des Palam Rural Centres »David Edmunds Memorial School«. So ist vor allem der nächsten Generation der Schritt in ein ganz anderes Leben möglich – dank einer guten Ausbildung.



Faire Kerzen aus Indonesien: Kerzenschein erfüllt mein Heim

Christina Morandell,
Einkaufsmanagerin Handwerk



»In meiner Wohnung stehen in allen Räumen Kerzen. Ich halte es mit Franz von Assisi: »Die ganze Dunkelheit der Welt kann das Licht einer einzelnen Kerze nicht löschen.«

Unsere wunderschönen handgegossenen Kerzen aus Indonesien geben ein besonders schönes Licht, denn sie werden unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Wax Industri erhalten neben gutem Lohn Zugang zu unentgeltlichen Fahrstunden und Imkereikursen. Im firmeneigenen Garten kann Gemüse gepflanzt und geerntet werden – das finde ich klasse!

Im GEPA Sortiment gibt es viele Kerzenformen und Farben und jede Saison gibt es auch neue Kerzen. Zusammen mit einem Kerzenständer aus Fairem Handel auch immer ein schönes Geschenk – nicht nur zur Weihnachtszeit!«

Im GEPA Sortiment gibt es viele Kerzenformen und Farben und jede Saison gibt es auch neue Kerzen. Zusammen mit einem Kerzenständer aus Fairem Handel auch immer ein schönes Geschenk – nicht nur zur Weihnachtszeit!«

Fair Fashion: Bio-Baumwoll-Pyjamas – reinschlüpfen und wohlfühlen

Susanne Wresch,
Kundenservice & Vertriebsassistentin Handwerk

»Die Pyjamas finde ich Spitze, da sie mit ihrer sanft-weichen Bio-Baumwolle so angenehm zu tragen sind, ganz leicht in Single Jersey oder schön warm in Interlock Qualität. Die besonderen Farben und Muster begeistern mich ebenfalls und machen die Pyjamas auch zu einer tollen Geschenkidee für Freundinnen und Familie – insbesondere im mitgelieferten Beutel aus passendem Stoff!

Die zwei Pyjama-Kollektionen pro Jahr von Rajlakshmi aus Indien sind aus hochwertiger und langlebiger Bio-Baumwolle. Es gibt Modelle für Frauen, Männer und Kinder in gängigen Größen. Aufwändig und fair genäht, bieten wir Ihnen mit diesem Sortiment Fair Fashion im Zeichen der Nachhaltigkeit an.

Einfach schön ist der neue Kimono – kann ich empfehlen: zum schnellen Drüberziehen und der neue Tag kann beginnen!«



Bio-Baumwoll-Socken: bunte & fröhliche Füße für alle

Jorge Inostroza,
Vertriebsleiter Weltläden & Weltgruppen



Wer sagt denn, dass Handwerk »Frauensache« ist? Auch ich bin vom GEPA-Handwerk begeistert! Und natürlich trage ich die Modelle aus unserer Sockenkollektion. Uni war gestern: Die Socken in vielen unterschiedlichen Farben und Designs von Bulus aus der Türkei machen einfach gute Laune und ich bin gerne auf fairem Fuß unterwegs!

Mein Tipp: Für das Sockensortiment gibt es auf Anfrage auch einen Sockenständer für die Theke oder das Regal, der nach Wunsch bestückt werden kann. Die Socken sind der optimale Thekenartikel im Weltladen, weil sie gerne spontan gekauft werden. Einfach mal ausprobieren und Socken statt Riegel auf der Ladentheke präsentieren!

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

Unser Tipp für Sie: Präsentieren Sie Ihren Kundinnen und Kunden doch mal die persönlichen Klassiker des Weltladen-Teams mit einem kurzen Zitat – im Schaufenster, auf der Webseite des Weltladens oder in Rundschreiben und Newslettern.

Die Verbindung der Produkte mit den Menschen, die sich für Fairen Handel stark machen, hat große Kraft in der Vermarktung. Nur zu – trauen Sie sich und werden Sie persönlich!

Alle hier vorgestellten Produkte und Sortimente finden sie im GEPA Handwerk-Shop unter www.gepa-wug.de



KLASSIK: Natürliche Materialien, traditionelle Handarbeit und zeitlose Farben. Das ist unser Klassik Sortiment. Das Besondere? Unsere Klassik Produkte sind stets verfügbar, auf eine langfristige Entwicklung ausgelegt und hochwertig verarbeitet. Zu finden in Blätterkatalog Handwerk unter: www.gepa-wug.de

Viele Aufgaben, ein Ziel: die GEPA Abteilung Grundsatz & Politik



Was ist der Auftrag der GEPA, wie sichern wir ihre Glaubwürdigkeit und Prinzipientreue? Diese Frage hat die GEPA immer schon umgetrieben, und daher gab es im Grunde immer die Abteilung, die heute »Grundsatzabteilung« heißt. Ihre Aufgaben und ihr Name haben sich im Laufe der Jahrzehnte verändert, geblieben ist aber die Kernaufgabe: den Auftrag der GEPA nach innen und nach außen zu vertreten und die Transparenz und Glaubwürdigkeit der GEPA zu gewährleisten. Wofür ist die Abteilung zuständig und mit welchen Themen und Projekten beschäftigt sie sich? Dazu haben wir Andrea Fütterer, die Leiterin der Abteilung Grundsatz & Politik, befragt.

Andrea, zuerst eine Frage zu Dir: Was hast du für einen beruflichen Hintergrund und wie bist du zur GEPA gekommen?

Ich bin ursprünglich Gartenbauingenieurin und habe nach dem Studium ein Praktikum in Honduras gemacht. Anschließend habe ich für den Deutschen Entwicklungsdienst acht Jahre in Nicaragua und Honduras gearbeitet und Kleinbauernkooperativen beraten. Damals hatte ich schon Kontakt zu späteren Handelspartnern der GEPA. Danach habe ich zwei Jahre für den Fair Trade e.V. Bildungsarbeit gemacht und bin mit dem FAIRMOBIL durch Deutschland gefahren. Seit 2002 arbeite ich in der GEPA-Grundsatzabteilung. 2008 habe ich dann die Leitung der Abteilung übernommen.

Wofür ist die Abteilung zuständig, wie groß ist sie und welche Aufgabenbereiche haben die einzelnen Mitarbeiterinnen?

In der Abteilung sind wir zu viert und gebündelte Frauenpower: Sylvia Jöcker-Schäfer hat eine Assistenzstelle und kümmert sich in der Abteilung um Organisation, Statistik, Anfragen und die Vorbereitung und interne Durchführung des »Self Assessment«; Verena Albert ist vor allem für die Informationsbeschaffung und das »Monitoring« der Handelspartner zuständig; Veselina Vasileva ist politische Referentin, sie macht Lobbyarbeit für den Fairen Handel und arbeitet in unterschiedlichen entwicklungspolitischen Netzwerken mit; und ich arbeite vor allem an Themen zur strategischen Weiterentwicklung des Fairen Handels der GEPA und vertrete die GEPA in Fair Handels-Organisationen wie z.B. World Fair Trade Organisation (WFTO) und Forum Fairer Handel (FFH), beim Forum bin ich zurzeit auch Vorstandsvorsitzende.

Vor Corona sind wir viel unterwegs gewesen: Wir sind zu Handelspartnern gereist und haben an vielen Meetings, Foren und Arbeitsgruppen teilgenommen. Zurzeit finden alle Treffen leider nur online statt.



Andrea Fütterer, Verena Albert, Veselina Vasileva, Silvia Jöcker-Schäfer

Fotos: GEPA - The Fair Trade Company

Das klingt spannend, aber bei einigen englischen Fachbegriffen musst du bitte noch erklären was sich dahinter verbirgt. Aber vorweg noch eine andere, grundsätzlichere Frage: Wieso »leistet« sich die GEPA eine solche Abteilung und kannst du euren Arbeitsauftrag in einem Satz zusammenfassen?

Wir sind das Herz und gleichzeitig das Gewissen der GEPA. GEPA ist zu 100 % Fair Händler und unsere Kundinnen und Kunden müssen sich darauf verlassen können, dass es auf allen Ebenen fair zugeht und die GEPA ihr Versprechen von Transparenz und Glaubwürdigkeit umsetzt. Die Grundsatzabteilung liefert den Vertriebsabteilungen auch überzeugende Argumente für den Verkauf der GEPA Produkte.

Konkret bedeutet das, dass wir die GEPA und ihre Aktivitäten im Blick haben – etwa die Frage, ob alle Partner und Produkte die Fair-Handels-Kriterien der WFTO (siehe Kasten) bzw. der anderen Fair Handels-Kontrollsysteme erfüllen. Dies überprüfen wir als GEPA alle zwei Jahre beim sogenannten »Self Assessment«, mit Hilfe einer Selbstbefragung, die dann später von der WFTO auch extern überprüft wird. Dabei geht es um unser Verhalten den Handelspartnern gegenüber, aber auch GEPA intern bezüglich der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

Beim sogenannten »Monitoring« der Handelspartner geht es unter anderem darum, Partner, die nicht durch Fairtrade International, WFTO oder Naturland Fair kontrolliert sind, alle drei Jahre vor Ort auf die Einhaltung der Fair Handels-Kriterien zu überprüfen. Zwei bis vier Handelspartner-Besuche pro Jahr sind deshalb fest eingeplant. Alle zwei Jahre werden mittels eines Fragebogens die Grundinformationen und Zahlen aktualisiert. Innerhalb der European Fair Trade Association (EFTA) haben die Importorganisationen die Informationsbeschaffung bei den Handelspartnern unter sich aufgeteilt und pflegen eine gemeinsame Datenbank, die GEPA ist zurzeit für knapp 100 Handelspartner zuständig.



Andrea Fütterer beim EFTA Assessment bei La Sureñita in Honduras



Veselina Vasileva beim einem Workshop zum Klimawandel mit Naturland bei ACPUCU in Uganda

Wir als GEPA sehen es auch als eine wichtige Aufgabe, uns »einzumischen« und Fair Handels Themen mehr gesellschaftliche und politische Beachtung zu verschaffen, z.B. durch Positionspapiere, oder Kontakte zu und Veranstaltungen mit politischen Entscheidungsträgern sowie der Mitarbeit in Netzwerken und Bündnissen. Dies ist bereits in unserem Gesellschafts-Auftrag verankert. Seit der Schaffung der politischen

Stelle in 2016 können wir diese Arbeit richtig ausbauen und unseren Anspruch viel besser erfüllen.

Offensichtlich hohe Ziele und ganz viel Verantwortung für diese Abteilung! Wie unterstützt euch denn der Fair Trade Ausschuss dabei und wie setzt sich dieses Gremium zusammen?

Der Fair Trade Ausschuss ist ein Fachgremium, in dem Themen zur strategischen Ausrichtung der GEPA diskutiert werden oder auch Entscheidungen zu neuen Partnern und Produkten. Das Gremium hat neun Mitglieder: der GEPA-Geschäftsführer für Marke & Vertrieb, drei Mitarbeiterinnen der Grundsatzabteilung und fünf externe Fachleute, darunter auch Vertreter der GEPA-Gesellschafter. Der Fair Trade-Ausschuss trifft sich drei- bis viermal pro Jahr zur Beratung in der Geschäftsstelle in Wuppertal, im letzten Jahr fand das natürlich ausschließlich per online-Konferenz statt.

Hier werden Themen zum Teil auch kontrovers diskutiert – die externen Fachleute mit ihrem »Blick von draußen« sind wichtig und hilfreich für die Arbeit der GEPA. Zum Beispiel haben wir hier die GEPA-Position zu »Fairer Handel im Norden« und die Grundlagen zur Einführung der Fairen Milch entwickelt.

Klimagerechtigkeit ist einer der strategischen Schwerpunkte der GEPA in den kommenden Jahren an dem eure Abteilung mitwirkt. (siehe dazu auch den Beitrag auf Seite 2 und 3).

Welche anderen wichtigen Themen und Projekte gibt es zurzeit noch in eurer Abteilung?

Klimagerechtigkeit ist ein Thema, das wir auf verschiedenen Ebenen bearbeiten. Zum einem geht es um die Berechnung des CO₂ Fußabdrucks am GEPA Standort in Wuppertal und bei den GEPA-Handelspartnern. Unser Ziel ist es, nach und nach bei allen Lieferketten der GEPA den CO₂-Fußabdruck zu berechnen und zu kompensieren bzw. in Klimaschutzprojekte zu investieren. Erstmals gelungen ist uns das mit dem neuen klimaneutralen Honigsortiment. Und zum anderen geht es um die politische Dimension und darum, Handelspartner im Globalen Süden zu unterstützen, die heute schon unter den Auswirkungen der Klimakrise leiden.

Ein weiteres wichtiges Thema sind existenzsichernde Löhne und Einkommen. Dazu gibt es WFTO-Arbeitsgruppen, in denen Verena



Verena Albert beim EFTA Assessment bei Navdanya in Indien

mitarbeitet und in denen Instrumente entwickelt werden, um die Lebenshaltungskosten und existenzsichernde Einkommen pro Land und pro Region berechnen zu können. Das ist aufwändig und kompliziert, dient aber dazu, genauer zu definieren, wie hoch ein fairer Preis sein muss, um den Bedarf vor Ort zu decken. Wir beteiligen uns auch an der True Cost Sektorinitiative und können so bei einigen unserer Handelspartner eine True Cost Berechnung durchführen. Mit den »wahren Kosten« sind auch ökologische und soziale Folgekosten einer Produktion gemeint und es geht um die Frage, ob und inwiefern faire Produkte diese Kosten schon berücksichtigen.

Die inhaltlichen Schwerpunkte unserer politischen Referentin Veselina sind zurzeit das Lieferkettengesetz, die unfairen Handelspraktiken (UTPs) und die Initiative der GEPA zur fairen und ökologischen Marktwirtschaft, gemeinsam mit Bio-Verbänden und zivilgesellschaftlichen Akteuren.

Verena war dieses und letztes Jahr auch viel damit beschäftigt, Handelspartner bezüglich der Anträge für Corona-Hilfen zu unterstützen, z.B. bei Anträgen im Rahmen der Aktion #fairwertsteuer des Weltladen-Dachverbandes. (Siehe auch Beitrag auf Seite 25 zum Thema Corona-Hilfen)

Zum Schluss noch eine persönliche Frage: Was ist deine Zukunftsvision?

Ich wünsche mir natürlich, dass der Faire Handel in spätestens 20 Jahren zur Normalität geworden ist und nicht faire, sondern unfaire Produkte gekennzeichnet werden müssen!

Und die Hoffnung ist berechtigt, denn besonders die letzten Jahre haben gezeigt: Die Kombination aus »Politik mit dem Einkaufskorb« und zivilgesellschaftlichem Druck, analog auf der Straße und digital im Netz, ist unschlagbar!

Prinzipien der World Fair Trade Organisation

Die WFTO setzt 10 Prinzipien fest, die Fair Handels-Organisationen in ihrer alltäglichen Arbeit einhalten sollen und stellt mit einem Monitoring die Einhaltung dieser Prinzipien sicher.

- 1: Chancen für wirtschaftlich benachteiligte Produzentinnen und Produzenten schaffen
- 2: Transparenz und Rechenschaftspflicht
- 3: Faire Handelspraktiken
- 4: Faire Bezahlung
- 5: Keine ausbeuterische Kinderarbeit, keine Zwangsarbeit
- 6: Verpflichtung zu Nicht-Diskriminierung, Geschlechtergerechtigkeit & wirtschaftlichem Empowerment von Frauen und Versammlungsfreiheit
- 7: Sicherstellung guter Arbeitsbedingungen
- 8: Förderung der Aus- und Weiterbildung
- 9: Förderung des Fairen Handels
- 10: Schutz der Umwelt

Oktober 2018 (auf Basis der englischen Letztversion vom Nov. 2017)
© 2017 WFTO

60.000 Bäume auf den Philippinen neu gepflanzt

Bei ATPI auf den Philippinen werden bereits seit 2013 von den Bäuerinnen und Bauern Bäume gepflanzt. Das Aufforstungsprogramm greift und ist ein wichtiges Signal gegen den Klimawandel. Die GEPA kompensiert damit einen Teil ihrer CO₂-Emissionen.

Auf den Philippinen haben die Bäuerinnen und Bauern einen großen Nutzen von der Pflege ihrer Bäume, die von der GEPA finanziert werden. Bei unserem Partner ATPI wurden inzwischen mehr als 59.990 Bäume gepflanzt, hauptsächlich regionale Obstbäume wie Calamansi-Bäume. Das ist eine Art Limette, die auf den Philippinen sehr beliebt ist, entweder als Getränk oder Gewürz.

Die Obstbäume tragen alle nach zwei bis vier Jahren Früchte. Gepflanzt wurden aber auch Bäume, die später als Nutzholz z.B. für den Bau von Häusern verwendet werden können. Die Bäume stehen oft am Rand der Zuckerrohrfelder. Mit der Pflanzung dieser Bäume kompensieren wir einen Teil des CO₂, das wir unvermeidbar produzieren.

Auf der philippinischen Insel Negros, wo die ATPI-Mitglieder zu Hause sind, wurden früher ganze Landstriche abgeholzt, um das Holz für das Erhitzen des Zuckerrohrsafte in den großen Zuckermöhlen zu verwenden. ATPI verwendet dafür das getrocknete Zuckerrohr, das beim Auspressen des Saftes übrigbleibt.

In unserem Auftrag betreut wird dieses Aufforstungsprojekt übrigens von Pur Projet aus Frankreich, die sich darauf spezialisiert haben. Aus vielen Aufforstungsprojekten weiß man, dass ein kompetenter Partner von großer Bedeutung für ein erfolgreiches Projekt ist. Genauso wichtig ist aber auch die Pflege vor allem der Setzlinge, die die Bäuerinnen und Bauern von ATPI übernehmen. Rund 60.000 Bäume – ein Ergebnis, das sich sehen lassen kann!



Fotos: CECAQ-11

Baumpflanzung bei CECAQ-11 auf São Tomé



Aufforstungsprojekt auf São Tomé: Eine schöne Erfolgstory für unser Klima!

Mit der #Choco4Change haben wir unsere erste Klima-Challenge geschafft! Danke an jeden, der mitgemacht hat. 100.000 Tafeln unserer Klimaschokolade #Choco4Change wurden bereits verkauft. Je Tafel fließen 6 Cent in das Baumpflanzprojekt bei unserem Partner CECAQ-11 auf São Tomé. 100.000 verkaufte Tafeln bedeuten also 6.000 Euro für bis zu 8.500 Bäume – in jedem Fall nutzt CECAQ-11 diese Summe für Setzlinge und Pflege. Neue Bäume schützen nicht nur das Klima, das Laub sorgt vor Ort außerdem für fruchtbaren Humus, der das Regenwasser besser speichert. Sie haben auf Seite 6 dieser Ausgabe sicherlich schon unser neues Produkt entdeckt, mit dem wir erneut ein Klima-Projekt unterstützen?

Lassen Sie uns gemeinsam weiter Gutes tun, z.B. mit dem Verkauf der #Choco4Change Vegan als ein Aktionsprodukt zur Fairen Woche!

COVID-19: Unterstützung für GEPA-Handelspartner im Jahr 2021

Handwerkspartner – Förderung über die Weltläden

Über die Aktion #fairwertsteuer des Weltladen-Dachverbandes erhielten acht Handwerkspartner der GEPA eine finanzielle Unterstützung in dieser für sie immer noch sehr schwierigen Zeit. Wir haben sie bei diesen Anträgen unterstützt. Lediglich unser Partner ACP aus Nepal erhielt keine Gelder aus diesem Fond, weil die Organisation bereits Zugang zu anderen finanziellen Mitteln hatte, während andere gar keinen Zugang hatten. Nach der Überweisung des Geldes müssen die Handelspartner Berichte über die Verwendung des Geldes innerhalb eines bestimmten Zeitraums an den Weltladen-Dachverband schicken.

Lebensmittelpartner – Förderung durch das BMZ

Auch unsere Lebensmittelpartner haben wieder – wie im vergangenen Jahr – Anträge beim Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gestellt, die wir unterstützt haben. Die Vertragslaufzeit ist dieses Mal nur vier Monate (Juni-September 2021) und die Höchstsumme beläuft sich wegen der kürzeren Laufzeit nur auf 35.000 € (anstatt 50.000 € in 2020) pro Antrag.

Leider konnten unsere Wein-Partner aus Chile keinen Antrag stellen, da Produzenten-Organisationen, die zum Beispiel Alkohol herstellen, nicht unterstützt werden.

Spenden Sie gerne weiterhin für unsere Handelspartner!

Auf unserer Webseite www.gepa.de halten wir Sie über die Situation unserer Handelspartner auf dem Laufenden. Besonders ans Herz legen möchten wir Ihnen unsere Spendenaktion für die GEPA-Partner. Wir haben bei unserem Gesellschafter MISEREOR ein Spendenkonto eingerichtet.

Handelspartner	Land	Produkte	Summe	Quelle
ACPCU	Uganda	Kaffee	34.876,19 €	BMZ / GIZ
Allpa	Peru	Handwerk	7.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
APICOOP	Chile	Honig	29.280,00 €	BMZ / GIZ
Asociación Chajulense	Guatemala	Kaffee	33.541,90 €	BMZ / GIZ
ASOPROSAN	Honduras	Kaffee	35.000,00 €	BMZ / GIZ
Bukonzo	Uganda	Kaffee	34.876,19 €	BMZ / GIZ
CABRIPEL	Honduras	Kaffee	3.151,00 €	BMZ / GIZ
CCU Lalitpur	Nepal	Kaffee	33.221,71 €	BMZ / GIZ
CECOCAFEN	Nicaragua	Kaffee	31.112,40 €	BMZ / GIZ
COOPARM	Peru	Kaffee	30.000,00 €	BMZ / GIZ
EMA	Indien	Handwerk	5.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
Fair Trade Alliance Kerala	Indien	Cashewnüsse	34.306,00 €	BMZ / GIZ
Fedecovera	Guatemala	Kardamom	34.934,20 €	BMZ / GIZ
IOFPCL	Indien	Kaffee	35.000,00 €	BMZ / GIZ
José Olaya	Peru	Kaffee	20.000,00 €	BMZ / GIZ
KOPAKAMA	Ruanda	Kaffee	34.000,00 €	BMZ / GIZ
MANJEEEN	Indien	Handwerk	9.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
Ma's Tropical Foods	Sri Lanka	Kokosmilch, Erdnusscreme	34.722,00 €	BMZ / GIZ
Mifruta	Chile	Rosinen	35.000,00 €	BMZ / GIZ
Musasa	Ruanda	Kaffee	35.000,00 €	BMZ / GIZ
Navdanya	Indien	Reis	34.900,00 €	BMZ / GIZ
Sang Arun	Thailand	Handwerk	4.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
SPB	Ghana	Handwerk	8.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
Talon Sports	Pakistan	Handwerk	10.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
UCASA	Nicaragua	Honig	34.900,00 €	BMZ / GIZ
Village Works	Kambodscha	Handwerk	7.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
Wüstensand	Marokko	Handwerk	5.000,00 €	Aktion #fairwertsteuer
Anzahl der GEPA-Partner insgesamt:			27	
davon Asien:			10	
davon Mittel- und Südamerika:			11	
davon Afrika:			6	



Foto: Wax Industri

Impfaktion am 12. Juli 2021 bei unserem Partner Wax Industri auf der Insel Java

Plakatkampagne macht Erfolge der Zusammenarbeit von Weltläden & GEPA sichtbar

In diesem Herbst starten wir eine Kampagne, in der wir die Erfolge der Zusammenarbeit von Weltläden und GEPA darstellen wollen. Unter dem Motto »Gemeinsam verändern« möchten wir »Erfolgsgeschichten für alle« zum Thema machen. Denn nur gemeinsam machen Handelspartner, Importeure, Weltläden und Weltgruppen und Endverbraucher und Endverbraucherinnen die Idee des Fairen Handels zu einem Erfolg!

Wir laden alle Weltläden und Weltgruppen ein, die Idee und die Themen für Aktionen aufzugreifen. Zeigen Sie Ihren alten und neuen Kundinnen und Kunden, was schon erreicht wurde. Gerade in schwierigen Zeiten ist es wichtig, motivierende Botschaften zu vermitteln: Wir haben gemeinsam viel bewirkt und bei den Handelspartnern hat sich vieles zum Positiven verändert!

In der Zusammenarbeit gibt es zahlreiche Erfolgsgeschichten: z.B. Umstellung auf Bio-Anbau, erfolgreiche Partnerschaften und hohe Produktqualität. Diese Themen greift die Kampagne in 2021 auf. Dazu gibt es große Plakate fürs Schaufenster oder für den Straßenaufsteller und kleine Aufsteller zum Ausdrucken für die Verkaufsfläche, die immer exemplarisch einen Partner und seine Produkte vorstellen. Für Ihre Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit stellt die Gepa auch Bilder und Inhalte für die Sozialen Medien zur Verfügung.

Fairer Handel ist viel mehr als nur ein fairer Preis: Im August starten wir mit dem Plakatmotiv **Honig** und dem Thema ökologische und klimaneutrale Produktion. Im September folgen dann das Motiv **Kakao** und im Oktober das Motiv **Kaffee** mit jeweils neuen inhaltlichen Schwerpunkten. Die Kampagne ist nicht zeitlich befristet, Sie können also flexibel planen und agieren und die Themen aufgreifen und bewerben, wann es für den Laden oder die Gruppe am besten passt. Auch die Art Ihrer Aktion ist frei wählbar: ob Produkt des Monats, Sonderangebot, Nikolausaktion oder Geschenktüte ... – alles ist möglich.

Weltläden, Weltgruppen und die GEPA setzen sich für Klima- und Handelsgerechtigkeit ein und können gesellschaftlich und politisch etwas bewirken: Kommen Sie darüber mit Ihren Kunden und Kundinnen ins Gespräch und laden Sie sie ein, gemeinsam etwas zu verändern!



Kampagnenplakat
GEMEINSAM VERÄNDERN
Motiv Honig DIN A1 S/2
Art.-Nr. 894 48 54, VPE 1 Stk.

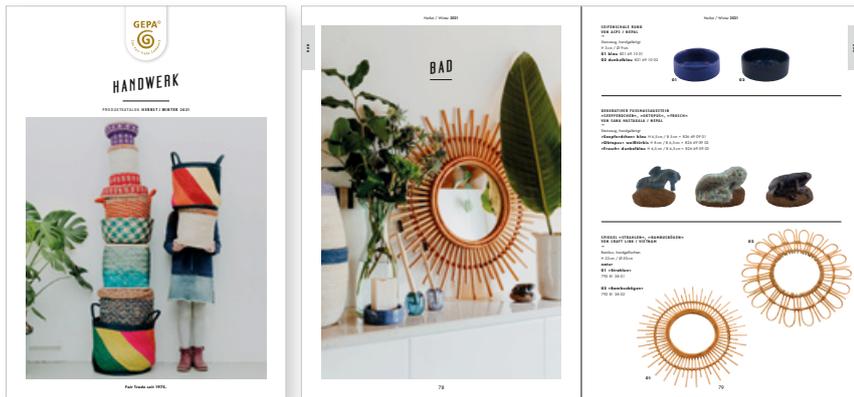


Kampagnenplakat
GEMEINSAM VERÄNDERN
Motiv Kakao DIN A1 S/2
Art.-Nr. 894 48 55, VPE 1 Stk.
ab September

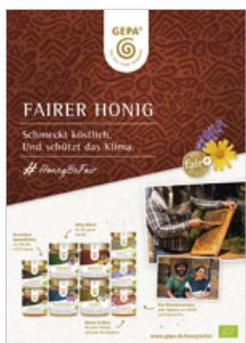


Kampagnenplakat
GEMEINSAM VERÄNDERN
Motiv Kaffee DIN A1 S/2
Art.-Nr. 894 48 56, VPE 1 Stk.
ab Oktober

Neue Verkaufs- und Werbematerialien



Digitaler Handwerkskatalog zum Blättern www.gepa-wug.de/wug/media/blaetterkatalog/



Sortimentsflyer Fairer Honig
Art.-Nr. 894 48 45, VPE 25 Stk.



Postkartenset Fairer Honig S/30
Art.-Nr. 894 48 46, VPE 1 Stk.

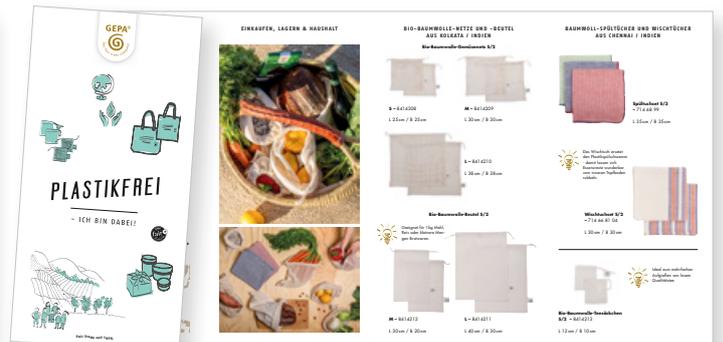


Plakat Honig für alle DIN A1 S/2
Art.-Nr. 894 48 47, VPE 1 Stk.

Regalwobler Honig für alle
Art.-Nr. 894 48 51, VPE 25 Stk.



Falblatt Seifen 2021
Art.-Nr. 894 48 52, VPE 25 Stk.



Falblatt Plastikfrei
Art.-Nr. 894 48 59, VPE 25 Stk.



Flyer »Choco for Change Vegan«,
Art.-Nr. 894 48 60, VPE 25 Stk.



Regalwobler Plastikfrei
Art.-Nr. 894 48 62, VPE 25 Stk.

Postkarte »Choco for Change Vegan«,
Art.-Nr. 894 48 61, VPE 25 Stk.

Krippenspiel-Motiv für Adventskalender und Weihnachtsschokoladen 2021

Das Bild auf der Vorderseite des GEPA-Adventskalenders kommt in diesem Jahr aus Europa. Der britische Künstler Richard Partis hat es gezeichnet, der im Süden der Insel lebt. Die Anregungen für seine Bilder schöpft der Künstler oft aus der Natur in den Graf-schaften Wiltshire und Cornwall. Richard Partis arbeitet auch für Umwelt- und Tierschutzorganisationen in Großbritannien.

Auf dem **GEPA-Adventskalender** und den **GEPA-Weihnachtsschokoladen** sehen Sie eine Gruppe von Kindern, die ein Krippenspiel aufführt. Im Mittelpunkt steht Maria mit dem Jesuskind und im Hintergrund ist ein wunderschöner Sternenhimmel zu sehen.

Immer etwas ganz Besonderes – unser faires und erlesenes GEPA-Weihnachtssortiment: Einige beliebte Produkte, wie z.B. die Schoko Mangostäbchen, gibt es nur noch als Saisonprodukte, deshalb jetzt zugreifen! Um Ihnen die Bestellung zur erleichtern, gibt es einen Bestellbogen für die Saisonprodukte, den Sie im Infoshop auf der WUG-Seite finden und mit dem Sie die Saisonpro- dukte auch vorbestellen können.



Das Bild auf der Vorderseite des GEPA-Adventskalenders hat in diesem Jahr der britische Künstler Richard Partis gezeichnet.

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP /Stück	Inhalt je Karton
8911884	Bio Schoko Adventskalender	75 g	3,49 €	12 St.
8961808	Weihnachtsschokolade Bio Vollmilchschokolade mit Weihnachtsgewürzen	40 g	0,99 €	20 St.
895180205	Weihnachts-Edition Bio Vollmilchschokolade	100 g	1,79 €	10 St

#FairerAufbruch: »Fairsprechen« zur Bundestagswahl 2021

Am 26. September ist Bundestagswahl. Dann werden die politischen Weichen für die nächsten vier Jahre gestellt. Die nächsten Jahre sind für unsere Zukunft und die Zukunft unserer Kinder besonders entscheidend. Denn die Herausforderungen in Deutschland und weltweit sind immens. Prekäre Arbeitsverhältnisse und soziale Ungleichheiten nehmen zu, die Klimakrise und die Umweltzerstörung schreiten voran. Die Covid-Krise hat diese Entwicklungen verstärkt. Bahnbrechende, visionäre, progressive, ambitionierte und konkrete Schritte sind nötig.

Mit Blick auf die Bundestagswahl bewegt uns und die Fair-Handels-Bewegung die Frage: Wie begegnet die nächste Bundesregierung den globalen Herausforderungen? Werden sich die Mitglieder des Bundestags für einen echten sozial-ökologischen Wandel und gerechtere globale Handelsstrukturen einsetzen?

Es braucht einen fairen Aufbruch nach der Bundestagswahl am 26. September 2021. Forum Fairer Handel, Weltladen-Dachverband und TransFair (Fairtrade Deutschland) rufen die lokalen Fair-Handels-Akteur*innen in Deutschland auf, im Vorfeld der Bundestagswahl mit Kandidat*innen aus dem eigenen Wahlkreis ins Gespräch zu kommen und sie zu einem »Fairsprechen« zu bewegen. Mit der Unterzeichnung des »Fairsprechens« können die Politiker*innen unter #FairerAufbruch ihre Unterstützung für die Anliegen des Fairen Handels in den Sozialen Medien bekunden. Die Aktion läuft bis zur Bundestagswahl auch in der Fairen Woche.



Machen Sie auch mit bei der Aktion. Mehr Informationen mit Anleitung zur Kontaktaufnahme und Gesprächsführung finden Sie hier: www.weltladen.de/faireraufbruch



Bildnachweis: TransFair e.V.-Katharina Kulakow

Weltläden unter Wasser: Flut in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz trifft auch Weltläden

Die Zeiten, in denen Meldungen über Flutkatastrophen gedanklich automatisch in Asien verortet wurden, sind vorüber. Das Hochwasser, das Nordrhein-Westfalen und das nördliche Rheinland-Pfalz Mitte Juli getroffen hat, war nicht das erste, und auch nicht das erste dieser Größenordnung. Aber es hat so sehr wie kaum ein anderes zuvor die Dringlichkeit der Bekämpfung der drohenden Klimakatastrophe gezeigt.

Und es hat enorme Schäden verursacht – auch bei einigen Weltläden. Insbesondere die beiden Läden in Hagen und Bad Münstereifel sind schwer betroffen. In Hagen wurde nicht nur der Weltladen, sondern auch das gesamte AllerWeltHaus vom Wasser beschädigt. In diesem Kultur- und Bildungszentrum mit Café, Weltladen und Veranstaltungsräumen sind sämtliche im Keller gelagerten Waren vernichtet und ein Großteil der Innenausstattung und Technik zerstört.

Vielleicht noch schlimmer ist die Situation im Weltladen Bad Münstereifel, denn dort kommt zu der vollständigen Zerstörung des Ladens, also Ladenlokal samt Einrichtung und Warenbestand und Vorräten, noch hinzu, dass der Weltladen aufgrund einer ihm nicht bekannten Kündigung der Hauptmieterin nicht mehr versichert ist.

Ein Neuanfang ist geplant, aber wie rasch der von statten gehen kann, ist zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses GEPA AKTUELL

(August) noch nicht wirklich abzusehen. Klar ist aber in jedem Fall: Der Weltladen braucht mit Sicherheit auch jetzt, wo Sie dieses Heft lesen, noch Unterstützung. Die Ansprechpartnerin Dorothee Gerhardt hat derzeit natürlich alle Hände voll zu tun und auch noch keinen Platz zum Abstellen gespendeter Utensilien, freut sich aber trotzdem schon über konkrete Hilfsangebote, auch wenn sie erst später angenommen werden können. Sie ist erreichbar per Mail unter dorothee.gerhardt@web.de. Bitte Verständnis haben wenn sie nicht direkt antwortet – die Internetverbindungen sind immer noch brüchig.

Wer dem Weltladen eine Spende zukommen lassen oder Hilfe beim Wiederaufbau anbieten möchte, kann sich auch beim Weltladen-Dachverband melden (info@weltladen.de), der die Angebote dann sammeln und an Frau Gerhardt weitergeben wird.

Wichtig auch für Weltläden: eine Elementarschäden-Versicherung



Die aktuellen Ereignisse und Erfahrungen zeigen: Um eine gute Versicherung gegen Schäden durch Natur- bzw. Wetterkatastrophen kommen Gewerbetreibende heute nicht herum. Wir haben einen erfahrenen Versicherungsmakler dazu befragt.

Joachim Fink ist Inhaber von Fink Finanz (www.fink-finanz.de), einem unabhängigen Versicherungsmaklerbüro in Schramberg im Schwarzwald, das bundesweit (meist online) berät. Sein Hauptaugenmerk liegt auf der individuellen Beratung, die gerade auch im Fall von Weltläden von großer Bedeutung ist.



Foto: Joachim Fink

Versicherungsfachmann Joachim Fink

Herr Fink, welche Versicherungen sollte ein Weltladen haben?

JF: Was bei Privatpersonen die Hausratversicherung ist, ist bei Gewerbetreibenden die Inhaltsversicherung. Die macht genau das: Sie versichert den Inhalt des Gewerbelokals, also Warenbestand und Ausstattung. Und wer auch Besitzer der genutzten Immobilie ist, egal ob privat bei der Wohnung oder gewerblich beim Laden, der braucht eine Wohn- bzw. Gewerbe-Gebäudeversicherung. In die jeweilige Versicherung muss dann auch eine Elementarschadendeckung einbezogen werden – was häufig leider nicht geschieht.

Heißt das: Eigentlich muss sich der Vermieter darum kümmern?

JF: Nicht unbedingt. Versichern kann man nur, was man selbst besitzt. Der Vermieter kann also mit seiner Gebäudeversicherung neben der Immobilie selbst nur das mitversichern, was ihm gehört, etwa ein vor Einzug des Weltladens schon installiertes Lichtsystem oder so etwas. Sollte der Vermieter auch die Einrichtung gestellt haben (und sie bleibt in seinem Besitz), dann könnte natürlich auch die abgedeckt werden. Aber wenn der Weltladen ein leeres Lokal bezogen und selbst eingerichtet hat, ist er auch selbst für die Versicherung verantwortlich.

Das wäre dann bei einem Weltladen, der ein Ladenlokal mietet, die Inhaltsversicherung. Hier kommt es auch darauf an, wer die Gefahr für die Einrichtung trägt.

Die Elementarschadendeckung erhält man nicht einzeln – sie ist immer eine Komponente in einer Gebäude- oder Inhaltsversicherung. Es ist auch nicht möglich, sich nur gegen einzelne Naturgefahren zu versichern, die Elementarschadendeckung deckt immer alle Naturgefahren ab – wobei es Ausnahmen gibt. Schäden durch

Sturmflut sind z.B. nicht abgedeckt, Schäden durch Überschwemmung aber sehr wohl. Erdbeben ist versichert, wenn es natürliche Ursachen hat. Wird ein Erdbeben durch Menschen ausgelöst, etwa durch Bergbau oder andere Arbeiten, greift die Elementarschadendeckung nicht.

Spätestens bei nachträglichem Einschluss der Elementarschadendeckung sollte eine eventuelle Unterversicherung im Vertrag beseitigt werden, damit man im Schadenfall wirklich alle Schäden in voller Höhe ersetzt bekommt. Im gewerblichen Bereich sollten Summenermittlungsbögen verwendet werden, um zu erfassen, welche Werte abgedeckt werden müssen.

In der Elementarschadendeckung ist meist eine Selbstbeteiligung vorgesehen. Mehrere Angebote mit unterschiedlich hoher Selbstbeteiligung sollten die Entscheidung anhand des Beitrags leicht machen: Wenn man eine etwas höhere Selbstbeteiligung akzeptieren kann, fällt der Beitrag spürbar niedriger aus, oder andersrum – je nach Vorliebe.

Nun ist ein Weltladen ja einerseits ein »ganz normales« Ladengeschäft, andererseits auch eine Organisation mit Veranstaltungen, Kampagnen – und meist mit ehrenamtlichen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. Was bedeutet das für den Versicherungsschutz? Welche Versicherungen sollte ein Weltladen Ihrer Meinung nach haben?

JF: Für den Betrieb eines Ladens auf jeden Fall die Betriebshaftpflicht und die Inhaltsversicherung inklusive Feuer, Leitungswasser, Einbruchdiebstahl-Vandalismus, Sturm-Hagel und Elementarschadenschutz. Damit ist der Verkauf im Ladenlokal mit abgedeckt und auch sämtliche Schäden, die durch die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen verursacht werden, seien sie nun bezahlt oder ehrenamtlich. Verkauft man auch außerhalb des Ladens, etwa bei Veranstaltungen, sollte das im Vertrag explizit mit aufgenommen werden und ist dann ebenfalls versichert. Das gleiche gilt für den Verkauf über Kommissionsgruppen: Wenn ein Weltladen Ware an kleinere Gruppen abgibt, die für ihn verkaufen und nicht verkaufte zurückgeben, sollte das ebenfalls im Vertrag aufgelistet sein.

Es gibt Versicherungen, die sind weniger kleinlich, wenn da was nicht explizit aufgeführt ist, und andere, die schneller mal sagen: Das steht nicht im Vertrag, das ist nicht versichert.

Unfallschutz für die Mitarbeitenden ist nochmal ein eigenes, großes Thema.

Das Wichtigste ist wirklich, dass sich der Weltladen gut und ausführlich beraten lässt. Ein guter Makler fragt einfach nach ganz vielen solchen Details, um sicher zu gehen, dass alle Aspekte der Arbeit berücksichtigt werden.

Erfolg im Krisenjahr: Jubiläumsschokoladen und Eulenkaffee werben für den Weltladen Peine e.V.



Der Weltladen Peine hatte Pech, dass das Jahr seines 25-jährigen Jubiläums das Corona-Jahr 2020 war. Dass es trotzdem eine Erfolgsgeschichte geworden ist, hat mehrere Gründe, wie Beate Ebbers, zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit des Weltladens, erläutert.

Auf den ersten Blick ein Weltladen wie viele: Ein ehrenamtliches Team von rund 20 Personen im Alter 50+ betreibt den 55 qm großen Laden in einer 50.000-Einwohner-Stadt im Landkreis Peine, gelegen zwischen Hannover und Braunschweig. In den letzten Jahren wurde der Laden, der in einer 1b Lage liegt, grundlegend renoviert und hat jetzt ein modernes Ambiente – und dann kam Corona ...

Der Laden schloss im ersten Lockdown im Frühjahr 2020 und stellte auf Bestell- und Lieferservice um. Trotzdem war das Jubiläumsjahr mit neuen Kundinnen und Kunden und 30 % Umsatzzuwachs sehr erfolgreich! Die beiden von den örtlichen Künstlern Markus Helbing und Mathias Fuchs zum Jubiläum gestalteten Etiketten der GEPA-Schokoladen mit bekannten Peiner Motiven – der Jakobikirche und der Eule – fanden viel Aufmerksamkeit, ebenso der Besuch des Arbeitsministers Hubertus Heil, in dessen Wahlkreis Peine liegt. Er berichtete ausführlich über den Stand des geplanten Lieferkettengesetzes.

Beim zweiten Lockdown entschied das Team, in die Offensive zu gehen: Die Öffentlichkeitsarbeit wurde intensiviert und man vernetzte sich mit unterschiedlichen Akteuren in der Stadt. Der Laden ist geöffnet und hat sogar durchgehende Öffnungszeiten, damit Kunden und Kundinnen auch in der Mittagspause einkaufen können. Zu den Jubiläumsschokoladen kam noch der Eulenkaffee dazu – auch dies ein GEPA-Aktionsprodukt mit eigenem Etikett des Weltladens. Und da die Eule das Symbol der Stadt ist, wurde der Kaffee auch zum Verkauf in den von der Stadt Peine angebotenen Präsentkorb mit regionalen Produkten aufgenommen.

Alle Akteure, die in der Krise für den Weltladen und andere lokale Händler werben wollten, wurden mit offenen Armen empfangen! Initiativen wie der Blog »Peiner Life«, »Peine City Online« und »Peine-Marketing« berichteten auf YouTube oder in Social Media über den Weltladen. Eine Schülerfirma erstellte ein 360-Grad-Video über den Innenraum des Weltladens (zu sehen unter: <https://peine.townaround.de/weltladen/>) – und durch jede Aktion, und dazu ein stärkeres Bewusstsein für nachhaltiges Konsumverhalten, kamen neue Menschen in den Laden und erzählten in ihrem Umfeld vom Weltladen.

Trotz einer in diesem Jahr schwach frequentierten Innenstadt, konnte der Umsatz im Vergleich zum starken Vorjahr bisher gehalten werden. Das Erfolgsgeheimnis des Ladens: Offenheit und Arbeitsteilung, Vernetzung vor Ort und keine Scheu vor Social Media! Der Weltladen hat sich in der Krise vor Ort erfolgreich vernetzt, ist froh über seine gut funktionierende Arbeitsteilung im Team, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Handlungsspielräume lässt, und stolz auf seine über 600 Follower auf Instagram. Sichtbar sein und sichtbar bleiben ist eins der Ziele des Weltladens!

Weltladen Peine e.V.
Stederdorfer Str. 5
31224 Peine
Tel. 05171 / 487458
Info@weltladen-peine.de
www.weltladen-peine.de



Aktionsprodukte Eulenkaffee und Jubiläumsschokoladen 2021



Mathias Fuchs mit seinem Gemälde für den Eulenkaffee

Fotos: Weltladen Peine

Charlotte kocht

Honig passt nicht nur aufs Brot, sondern eignet sich auch hervorragend zum Backen und Kochen. In diesem Rezeptvorschlag finden Sie gleich zweimal Honig: Im Dip, der auch gut zu anderen Gerichten passt und in der Salatsauce. Sie können die angegebenen Sorten natürlich auch durch andere Honigsorten ersetzen, aber bitte beachten Sie, dass einmal cremiger und einmal flüssiger Honig benötigt wird.



Das Gericht eignet sich auch fürs vegetarische Grillen – dann bitte einfach die Kartoffeln ganz und mit Schale ca. 30 Minuten vorkochen, bevor sie auf den Grill kommen und ansonsten wie unten angegeben zubereiten.

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!«



Überbackene Kartoffeln aus dem Ofen oder vom Grill mit Honig-Senf-Dill-Sauce und Rote-Bete-Salat mit Honig-Dressing

Für 4 Personen

Zutaten für die Kartoffeln:

- 1,4 kg mittelgroße festkochende Kartoffeln
- 50 g Butter
- 90 g Parmesan oder Pecorino
- Salz, frisch gemahlener Pfeffer

Zutaten für die Sauce:

- 50 g Frischkäse
- 50 g Mayonnaise
- 50 g Senf, mittelscharf
- 50 g GEPA, Bio Hochlandhonig Mexiko, cremig
- etwas abgeriebene Zitronenschale
- ca. 1 Bdl Dill



Zutaten für den Salat:

- 500 g Rote Bete (gleich große Knollen, nicht zu dick)
- 100 g rote Zwiebeln
- 1 Apfel
- 6 EL Rapsöl
- 4 EL GEPA Merida Orangensaft
- 3 EL Aceto Balsamico
- 1 EL GEPA Bio Wildblütenhonig, flüssig
- 40 g Walnüsse, gehackt
- Salz, frisch gemahlener Pfeffer
- nach Geschmack: frische Petersilie, Schnittlauchröllchen oder Kresse zum Verzieren



Impressum

GEPA AKTUELL

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

Kontakt E-Mail: bettina.kasper@gepa.de

..... GEPA - The Fair Trade Company
 GEPA-Weg 1
 42327 Wuppertal
 www.gepa.de

.... www.facebook.com/gepa.fairtradecompany

..... www.instagram.com/gepafairtrade/

..... twitter.com/GEPAFairTrade

..... www.youtube.com/user/GEPAFairerHandel

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

Gedruckt auf Circle Volume 100g/m²



GEPA-Art.-Nr. 8944858

Einem Teil der Ausgabe liegt bei:

- Sortimentsflyer Fairer Honig

Zubereitung:

1. Ungeschälte Rote Bete in Wasser weichkochen (je nach Größe dauert das 30–50 Minuten), dann abgießen, mit kaltem Wasser abschrecken und etwas abkühlen lassen. Aus Öl, Orangensaft, Honig, Essig, Salz und Pfeffer eine Salatsauce herstellen. Die Rote Bete schälen, grob reiben oder in feine Stifte oder Würfel schneiden, den Apfel waschen, vierteln, Kerngehäuse entfernen und grob reiben, beides unter die Marinade heben. Die Zwiebel schälen, halbieren und in feine Streifen schneiden und ebenfalls unterheben. Mit Walnüssen garnieren.
2. Für die Honig-Senf-Dill-Sauce den Dill waschen, trocknen und hacken. Aus Frischkäse, Mayonnaise, Senf und Honig eine glatte Masse rühren, mit Zitronensaft abschmecken. Den Dill unterrühren. Eventuell noch mit Salz abschmecken.
3. Backofen auf 200° C vorheizen. Kartoffeln schälen, waschen und dicht an dicht quer einschneiden, ohne sie durchzuschneiden. Mit Salz und Pfeffer würzen, mit geschmolzener Butter bestreichen und in einer Auflaufform im Backofen ca. 40–50 min. backen. Zwischendurch mit flüssiger Butter bestreichen. 10 min. vor Ende der Backzeit mit dem geriebenen Käse bestreuen.