GEPA®
The Fair Trade Company

Geschäftsbericht 2018

#mehrWertFürAlle – Wertschöpfung in globalen Lieferketten

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

Liebe Kundinnen und Kunden, liebe Engagierte im Fairen Handel,

Mehr Wertschöpfung für Kleinproduzentinnen und Kleinproduzenten zu schaffen, zählt zu den GEPA-Grundsätzen seit unserer Gründung. Mit drei Kaffees – unserem neuen „Bio Trio" – haben wir neue Akzente gesetzt: Sie werden von unseren Partnern vor Ort selbst geröstet – in Honduras, Guatemala und Ruanda. Das bedeutet mehr Arbeit, mehr Chancen und mehr Einkommen – **#mehrWertFürAlle!** Seite 7.

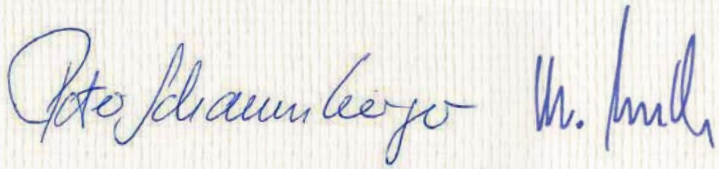
Vor dem Hintergrund der Stabilisierungsphase 2018 nach der Einführung eines neuen, zukunftsfähigen Warenwirtschaftssystems beginnen jetzt die **Investitionen** zu greifen Seite 5. Mit einer Neuausrichtung bei Vertrieb und Marketing soll zum einen der Kundenservice und zum anderen der Marktauftritt weiter gestärkt werden.

Das Thema Klimagerechtigkeit hat uns auch 2018 weiter beschäftigt. Durch die Bewegung #fridaysforfuture (die wir sehr unterstützen!) hat es dringliche Aktualität bekommen und wir zeigen unter **#FairTradeForFuture**, wie der Faire Handel hier für unsere Handelspartner im Süden eintritt Seite 9

Als Jugendbewegung hat auch der Faire Handel angefangen, und daher möchten wir allen Engagierten ganz herzlich danken! Blicken Sie mit uns voraus auf 2020, wenn der Faire Handel sein 50-jähriges Bestehen feiert! Die Weltläden sind das Herz und das **Rückgrat des Fairen Handels** bis heute, Seite 10.

Unter anderem mit Online- und Social Media-Aktivitäten transportieren wir Fair Trade auch in die neuen gesellschaftlichen Bewegungen – hier sehen wir noch viele Chancen, engagierte Menschen anzusprechen oder ihre **Ideen** zu unterstützen, Seite 12.

Auch im Namen unserer Partner im Süden danken wir Ihnen für Ihr großes Vertrauen!



Bildung als Schlüssel zum Erfolg:

„Ich habe es als Frau nur so weit gebracht, weil ich eine gute Bildung bekommen habe."

Bhawana Rai (links), erste Teegartenmanagerin in Darjeeling, Tea Promoters India

Bhawana Rai beim Teetesten (links)

Auch die Tees von TPI werden vor Ort verarbeitet und teils auch verpackt. Das sorgt für mehr Wertschöpfung.

GEPA – Global Fair Player

Persönlich, langfristig und glaubwürdig

Fairer Handel ist seit über 40 Jahren der Kern unserer Unternehmensphilosophie.

Unsere drei Kernziele

- Produzentinnen und Produzenten im Süden nachhaltig unterstützen
- Konsumentinnen und Konsumenten aufklären
- zur Veränderung ungerechter Welthandelsstrukturen beitragen

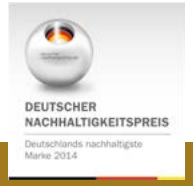
Mit „fair plus“ in die Zukunft

„fair plus“ heißt für uns: Wir leisten in vielen Bereichen mehr, als die allgemeinen Fair-Handelskriterien verlangen. Uns treibt als Pionier an, zusammen mit unseren Partnern im Süden für ein besseres Leben zu arbeiten – mit Respekt vor Mensch und Natur.

Unser Plus

- Wir sind als Organisation 100 Prozent fair
- Wir sind geprüft nach dem Garantiesystem der WFTO – als eines von wenigen Unternehmen in Deutschland.
- Hohe Glaubwürdigkeit und Transparenz zeichnen uns aus
- Wir sind getragen von der Fair Handelsbewegung, mit u. a. 800 Weltläden und über hunderttausend Engagierten
- Wir sind international im Fairen Handel vernetzt

Weitere Informationen:
www.gepa.de und www.fair-plus.de



„Deutschlands nachhaltigste Marke 2014“
Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Das haben auch unsere Gesellschafter, ausnahmslos kirchliche Entwicklungs- und Jugendorganisationen, im Gesellschaftsvertrag festgeschrieben.

Faire Preise und langfristige Handelsbeziehungen mit zahlreichen Partnern in Lateinamerika, Asien und Afrika gehören zu unseren Grundsätzen.

Die GEPA ist DIE Marke und Vorreiter des Fairen Handels

Starke Marke mit Charakter

Unser Lebensmittel- und Handwerks-Sortiment umfasst rund 1.000 Produkte, die wir ständig weiterentwickeln.

Weitere Infos:
www.gepa.de und www.gepa-shop.de

Das „Plus“ unserer Produkte:

Darauf kommt es uns an: **Fair, hochwertig, umweltverträglich und am liebsten bio** – diesem Anspruch wollen wir bestmöglich gerecht werden:

- **Von allem nur das Beste:** Erlesene Zutaten und strenge Qualitäts-anforderungen machen jedes Produkt einzigartig.
- **Bio und fair:** Rund 84 Prozent stammen aus geprüft ökologischem Anbau.
- **Gentechnikfrei:** Gentechnik lehnen wir grundsätzlich ab.
- **Umweltschonende Verpackung:** recyclingfähig oder überwiegend alufrei
- Wir setzen auf Materialien aus über-wiegend nachwachsenden Rohstoffen zum Beispiel bei der Aromaschutzfolie für unsere Teebeutel und Schokoladen.
- **Rundum fair:** Mit „Nord“-Produkten wie fairer Biomilch in Schokoladen kommen wir unserem Ziel von mehr Fairness in der Lieferkette näher.
- **Wir bezahlen fair** – beim Handwerks-Sortiment übernehmen wir als Grundlage die Kalkulation unseres Handelspartners.

Gewinn- und Verlustrechnung 2018

	Wirtschaftsjahr 2018 in Tsd. €	Wirtschaftsjahr 2017 in Tsd. €	Veränderung in Tsd. €	Veränderung in %
Umsatz	73.747	72.437	1.310	1,81
Wareneinsatz	-51.713	- 51.130	-583	1,14
Handelsspanne	29,88 %	29,41 %		1,58
Roherlös	22.034	21.307	727	3,41
Sonstige Erträge	830	330	500	151,52
Erlösschmälerungen	- 3.689	- 3.286	- 403	12,26
Ertrag	**19.175**	**18.351**	**824**	**4,49**
Personal	- 7.720	- 7.666	- 54	0,70
Raumaufwand	- 799	- 786	- 13	1,65
Verwaltung	- 1.798	- 1.921	123	- 6,40
Vertrieb	- 5.408	- 5.646	- 110	2,08
Abschreibung	- 1.074	- 920	- 154	16,74
Sonstiger Aufwand	- 539	- 518	327	- 37,76
Zinsergebnis	- 494	- 301	- 193	64,12
Summe Aufwand	**- 17.832**	**- 17.758**	**- 74**	**- 0,42**
Ergebnis vor Steuern & Bewertung	**1.343**	**593**	**750**	**126,48**
Ertragsteuern	- 430	- 151	- 279	
Bewertung Vorratsvermögen	- 330	- 105	- 225	
Ergebnis nach Steuern & Bewertung	**583**	**337**	**246**	**73,00**
Einstellung in die Gewinnrücklagen	- 583	- 337		
Ergebniss nach Gewinnverwendung	**0**	**0**		

Die mit der Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems im Juni 2017 verbundenen Anlaufschwierigkeiten haben nicht zu einem Umsatzeinbruch geführt. Unsicherheit bestand jedoch bei der Fragestellung, inwieweit die vor allem im wichtigen Weihnachtsgeschäft bescheidene Belieferungssituation im Geschäftsjahr 2018 nachwirkt.

Wir konnten den Vorjahresumsatz insgesamt um 1,3 Millionen Euro (1,8 Prozent) steigern und sind vor diesem Hintergrund mit den Umsätzen in Höhe von 73,7 Millionen Euro zufrieden. Dabei wurde in den für uns wichtigen Kernvertriebsbereichen (Weltläden und Gruppen, Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel, Außer-Haus-Service und Endverbraucher Onlineshop) ein Umsatz von über 59,3 Millionen Euro generiert und damit der Vorjahreswert um 2 Prozent überschritten.

In den sonstigen Vertriebsbereichen wurden weitere Umsätze über 14,4 Millionen Euro erzielt. Hierbei handelt es sich um Verkäufe an andere Fair Trade-Organisationen, Auslandsumsätze und auch technisch bedingte Umsätze durch Rohwarenverkäufe an Veredler unserer Produkte. Der Vorjahresumsatz in diesen Bereichen wurde um knapp 1,1 Prozent übertroffen.

Verbunden mit einer verbesserten Handelsspanne führte diese Umsatzsteigerung ebenso zu gegenüber dem Vorjahr um 727 Tausend Euro höheren Roherlösen, die jedoch durch recht stark gestiegene Erlösschmälerungen spürbar aufgezehrt wurden. Eine Reihe von nicht-operativen Sondereffekten, wie z. B. Kursgewinne sowie Auflösungen von Rückstellungen, haben die sonstigen betrieblichen Erträge stark beeinflusst und maßgeblich zu einer Steigerung der Gesamterträge um 824 Tausend Euro beigetragen.

Bei einer überschaubaren Gesamtkostensteigerung um 74 Tausend Euro ist die letztgenannte Ertragsteigerung somit die Basis für das um 750 Tausend Euro erhöhte Ergebnis vor Steuern und Bewertung.

Umsatzentwicklung 2018

Umsatzentwicklung 2018 nach Vertriebsbereichen

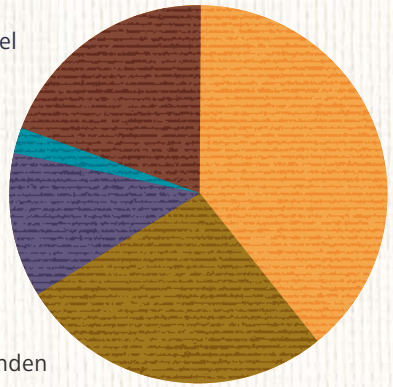
40,8 %
Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel

27,0 %
Weltläden und Aktionsgruppen

10,6 %
Außer-Haus-Service

2,1 %
Online Shop Endkunden

19,5 %
Ausland / Verarbeiter



	2018 in Tsd. €	2017 in Tsd. €	Veränd. in %
Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel	30.098	28.650	5,05
Weltläden und Akionsgruppen	19.903	20.219	- 1,56
Außer-Haus-Service	7.796	8.026	- 2,86
Online Shop Endkunden	1.517	1.262	20,25
Ausland / Verarbeiter	14.433	14.280	1,07
Summe	**73.747**	**72.437**	**1,81**

Umsatzentwicklung 2018 nach Produktgruppen

44,0 %
Kaffee

22,7 %
Schokolade

31,8 %
Sonstige Lebensmittel

1,5%
Handwerk

	2018 in Tsd. €	2017 in Tsd. €	Veränd. in %
Kaffee	32.441	31.705	2,32
Schokolade *	16.744	16.191	3,41
Sonstige Lebensmittel	23.457	23.544	- 0,37
Handwerk	1.105	997	10,86
Summe	**73.747**	**72.437**	**1,81**

* ohne losen Kakao

Der Großhandelsumsatz steigerte sich leicht um 1,8 Prozent rund 74 Millionen Euro. Konsumentinnen und Konsumenten kauften für rund 114 Millionen Euro (Umsatz zu Endverbrauchspreisen) z. B. Kaffee, Schokolade, Tee, Honig und Handwerksartikel ein.

Lebensmittel
Lebensmittel (ohne Kaffee) erreichten mit 23,4 Millionen Euro das Vorjahresniveau (-0,4 Prozent). Schokolade steigerte sich um 3,4 Prozent auf 16,7 Millionen Euro. Vier neue vegane Bio-Schokoladen-Sorten kamen hinzu: „Vegan White Salzmandel Cassis“, „Vegan White Mandel Vanille“, „Vegan Classic Cacao 44%“ und „Vegan Classic Knusper Nuss“.

Der **Kaffee**-Umsatz stieg um 2,3 Prozent auf 32,4 Millionen Euro. Hier hat sich auch die Einführung des Fachhandelssortimentes „Taste Fair Africa“ ausgewirkt. Dieses hat sich gut etabliert.

Der **Tee**-Umsatz blieb in 2018 bei 4,0 Millionen Umsatz (-0,5 Prozent). Neue Impulse in 2019 soll ein komplett erneuertes Tee-Sortiment geben.

Handwerk
Insgesamt steigerte sich der Umsatz mit Handwerksprodukten um 10,9 Prozent auf 1,1 Millionen Euro. Ein neuer Messeauftritt kommt 2019 auf den „Weltladen-Fachtagen“ in Bad Hersfeld sowie auf der „TrendSet“ in München zum Einsatz.

Entwicklung im Süden – Weltweit fair

Importvolumen Geschäftsjahr 2018

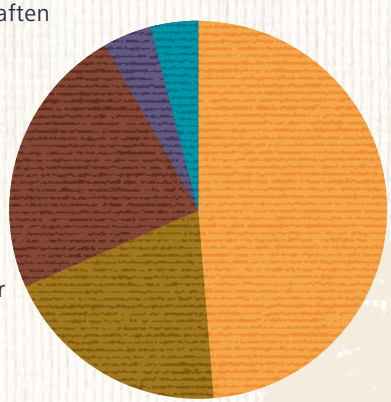
49 %
Kaffeegenossenschaften

20 %
Teehandelspartner und Lebensmittelpartner aus Asien

23 %
Honigpartner und Lebensmittelpartner für Lateinamerika

4 %
Milchgenossenschaft

4 %
Handwerkspartner



Insgesamt hat die GEPA im Kalenderjahr 2018 für rund 24,5 Millionen US-Dollar (20,7 Millionen Euro) bei ihren Handelspartnern eingekauft.

Am meisten, rund 14,2 Millionen US-Dollar **(12 Millionen Euro)**, ging dabei an die Handelspartner in Lateinamerika, dann 4,5 Millionen US-Dollar **(3,8 Millionen Euro)** an Handelspartner in Afrika, 4,2 Millionen US-Dollar **(3,5 Millionen Euro)** an Handelspartner in Asien und 1,2 Millionen US-Dollar **(1,1 Millionen Euro)** an Handelspartner in Europa. Für 0,4 Millionen US-Dollar **(0,3 Millionen Euro)** wurden fair gehandelte Produkte und Zutaten über andere Importeure bezogen.

Mit welchen Handelspartnern arbeiten wir?

Afrika
31 Partner in 16 Ländern

Amerika
62 Partner in 14 Ländern

Asien
35 Partner in 12 Ländern

Europa
3 Partner in 3 Ländern

Gesamt
131 Partner

Produzenten in Afrika, wie Bufumbo Farmers Association, profitieren vom Fairem Handel.

#mehrWertFürAlle

Wertschöpfung im Ursprungsland

Mehr Wertschöpfung für Kleinproduzenten zu schaffen, zählt zu den GEPA-Grundsätzen seit unserer Gründung. Mit drei Kaffees setzen wir seit 2018 wieder neue Akzente: Sie werden von unseren Partnern vor Ort selbst geröstet – in Honduras, Guatemala und Ruanda. Fast dreimal so viel Geld gegenüber kommerziellem Kaffee bleibt dadurch im Ursprungsland. Das bedeutet mehr Arbeit, mehr Bildung, mehr Chancen und mehr Einkommen – #mehrWertFürAlle!

Zirka 40 GEPA-Lebensmittel sowie alle unsere Handwerksprodukte werden vollständig im Herkunftsland verarbeitet und verpackt. Auch in Sachen Röstkaffee aus dem Ursprungsland war die GEPA Pionier: Vor über 20 Jahren bereits brachte sie den „Café Auténtico" auf den Markt.

www.gepa.de/mehr-Wertschoepfung

GEPA – International und politisch

Anders statt Mehr – Die Zukunft des Fairen Handels im Kontext von unkontrolliertem Wirtschaftswachstum, wachsender sozialer Ungerechtigkeit und Klimawandel, trotz dieses sperrigen Titels gab es angeregte Diskussionen und konkrete Ergebnisse beim jährlich stattfindenden Handelspartner-Workshop der GEPA. Nach einer kurzen Zusammenfassung des Kongresses des Forum Fairer Handel zu diesem Thema wurde in verschiedenen Gruppen diskutiert, was dies für die Produzenten-Organisationen im Süden bedeuten könnte. Dabei ergaben sich zwei Themenkomplexe: Die Rolle der Kooperativen und lokalen Märkte, Kooperativen wurden z.B als möglicher Ausgangspunkt für kleine Start-ups gesehen, die die Weiterverarbeitung von Produkten inklusive lokaler Vermarktung ermöglichen und damit attraktiver „Arbeitgeber" für die junge und gut ausgebildete Generation werden. Das zweite große Thema war die Kommunikation und die Nutzung der sozialen Medien, welche im Fairen Handel noch stärker eingesetzt werden könnten, sowohl für die Werbung als auch für die direkte Kommunikation zwischen Produzent/-innen und Verbraucher/-innen und als Medium der politischen Einflussnahme.

Im Einsatz für die Rechte von Kleinbäuerinnen und -bauern

Ende 2018 ist nach jahrelangen Verhandlungen die Erklärung für die „Rechte von Kleinbauern und anderen Menschen, die in ländlichen Regionen arbeiten" von der UN-Vollversammlung verabschiedet worden. Damit werden Kleinbäuerinnen und -bauern besser vor Menschenrechtsverletzungen geschützt. Ein Bündnis aus 14 deutschen Bauern-, Menschenrechts- und Entwicklungsorganisationen, dem auch die GEPA angehört, setzt sich dafür ein, dass auch die Bundesregierung sich vor dem UN-Menschenrechtsrat zur Erklärung bekennt und diese schnellstmöglich umsetzt.

Aufklärung politischer Morde bei GEPA-Partner PFTC auf den Philippinen

Zum internationalen Tag der Menschenrechte am 10. Dezember 2018 hat die GEPA eine Briefaktion zur Aufklärung aktueller politischer Morde im nächsten Umfeld des GEPA-Handelspartners Panay Fair Trade Center (PFTC) auf den Philippinen durchgeführt. Der GEPA ist es gelungen, in den Medien und in der deutschen Öffentlichkeit Bewusstsein für die bedrohliche Situation des Handelspartners zu schaffen.
Mehr erfahren: www.gepa.de/Petition-PFTC

Die Internationale Charta des Fairen Handels

Zum dritten Jahrestag der Verabschiedung der Ziele für Nachhaltige Entwicklung im September 2018 hat die Fair Handels-Bewegung die neue Internationale Charta des Fairen Handels vorgestellt. Diese betont besonders die Rolle des Fairen Handels vor dem Hintergrund von wachsender Ungerechtigkeit und Ungleichheit im Handel. Die Ausweitung des internationalen Handels und das damit einhergehende Wirtschaftswachstum haben zu einer dramatischen Ungleichheit geführt. Laut Schätzungen besitzt das reichste ein Prozent der Menschen so viel wie alle anderen zusammen (2017). Der Faire Handel setzt dem sein Handelsmodell entgegen, welches die Menschen und die Umwelt vor den finanziellen Profit stellt und Handel als eine Partnerschaft zum gegenseitigen Nutzen begreift. Die Charta ist das gemeinsame Referenzdokument für die globale Bewegung des Fairen Handels.
www.fair-trade.website

Gemeinsam für ein gutes Klima

Gemeinsam für ein gutes Klima

Ist das gerecht? Diejenigen, die am wenigsten zum Klimawandel beigetragen haben, sind von seinen Auswirkungen stark betroffen: Vor allem Kleinbäuerinnen und Kleinbauern im globalen Süden haben mit Ernteausfällen und Einkommenseinbußen auf Grund von Dürre, Hitze und Überflutungen zu kämpfen.

Wir lassen unsere Partner nicht allein
Die GEPA unterstützt ihre Partner, um die Schäden abzumildern – ganz nach dem Motto der Fairen Woche 2018 „Gemeinsam für ein gutes Klima". Darüber hinaus ist auch die Politik gefragt: „Als Teil der globalen Fair-Handels-Bewegung rufen wir die internationale Gemeinschaft auf, umgehend ambitionierte und konkrete Maßnahmen für Klimaschutz und -anpassung zu ergreifen, um den Weg für Klimagerechtigkeit zu ebnen", so Andrea Fütterer, Leiterin der GEPA-Grundsatzabteilung.

Handelspartnerfonds
Über unseren Handelspartnerfonds fördern wir u.a. klimafreundliche Produktionsweisen bei unseren Partnern und unterstützen sie bei der der Bio-Umstellung. So können unsere Partner ihre Produktion besser an den Klimawandel anpassen. Unser Rooibospartner WORC in Südafrika hat z. B. einen technischen Berater dafür eingestellt.

Klima-Kollekte
In Kooperation mit der Klima-Kollekte berechnen und kompensieren wir den Schiffstransport unseres gesamten GEPA-Kaffee-Sortiments. Gleichzeitig fördern wir gezielt Handelspartner. Die Klima-Kollekte wird u.a. von unseren Gesellschaftern MISEREOR, Kindermissionswerk und „Brot für die Welt" getragen.

Aufforstungsprojekt
Mit einem Aufforstungsprojekt leisten wir seit 2013 bei unserem philippinischen Zuckerpartner Alter Trade Corporation (ATC) einen Beitrag zum Klimaschutz: Hier wurden bereits mehr als 40.000 Bäume gepflanzt (Stand 2018).

Bei uns in Wuppertal
Von Öko-Strom bis Jobrad: Auch im Firmenalltag ist uns Klimaschutz wichtig. GEPA-Mitarbeiter können vergünstigt ein Jobrad erwerben, die Hälfte unseres jährlichen Strombedarfs sowie Wärme decken wir über Blockheizkraftwerk. 1950 Quadratmeter begrünte Dachfläche tragen dazu bei, die Folgen des Klimawandels zu mildern.

Erfahren Sie mehr zu den einzelnen Aspekten unter www.gepa.de/Klimaschutz

#FairTradeForFuture

Unter dem Motto #FairTradeForFuture solidarisieren wir uns ausdrücklich mit der Bewegegung #FridaysForFuture – unsere Haltung, was wir tun und was wir fordern: **www.gepa.de/FairTradeForFuture**

Unsere Highlights 2018

v. l.: Nicole Klaski, Gründerin & Geschäftsführerin The Good Food; Kleber Cruz-Garcia, GEPA-Einkaufsmanager Kaffee; Dolores Cruz Benitez, Koordinatorin der Röstprojektgruppe bei APROLMA; Barbara Schimmelpfennig, GEPA-Pressesprecherin und Peter Schaumberger, GEPA-Geschäftsführer für Marke und Vertrieb

#mehrWertFürAlle – Start auf der Buchmesse

Auf der Frankfurter Buchmesse haben wir unsere neuen, komplett im Ursprungsland gerösteten Kaffees vorgestellt. Auf dem Podium beim Pressetalk zum Thema Wertschöpfung sprach auch Dolores Cruz Benitez, Koordinatorin des Röstprojekts bei der Frauengenossenschaft APROLMA: „Wir sind stolz, die ersten Kaffeebäuerinnen in Honduras zu sein, die diesen Kaffee nach Europa exportieren.“ Wie wertvoll Lebensmittel sind, zeigte auch Nicole Klaski von The Good Food: „Wir verkaufen in unserem Laden u. a. die Nachernte, die auf den Feldern ansonsten liegen bleibt zum ‚Zahl was es Dir wert ist-Preis‘.“

v. l.: Hildegund Appelt vom GEPA-Vertrieb, Dolores Cruz Benitez, Ursula Artmann und Stefan Diefenbach, Geschäftsführer des Weltladens Frankfurt Bornheim.

#mehrWertFürAlle – Weltladen Bornheim
Nach der Buchmesse reiste Dolores Cruz Benitez durch Deutschland und Österreich, um zu berichten, was das Röstprojekt für die Kaffeebäuerinnen in Honduras bedeutet. Die erste Station war der Weltladen Bornheim in Frankfurt.

Taste Fair Africa – Auftakt auf der BIOFACH
Auf der BIOFACH in Nürnberg haben wir im Februar „Taste Fair Africa“ präsentiert, das Sortiment speziell entwickelt für den bio und fairen Fachhandel. Dabei war die gesamte Lieferkette vertreten, von Produzent bis Konsumentin: Stanley Maniragaba (links), Betriebsleiter beim Kaffee-Genossenschaftsdachverband ACPCU aus Uganda, Peter Schaumberger (rechts), GEPA-Geschäftsführer Marke und Vertrieb, Gifty Rosetta Amo Antwi (2.v.r.), Geschäftsführerin des Weltladens „Unterwegs“ in Mainz, Michael Radau (2.v.l.), Vorstandsvorsitzender der SuperBio-Markt AG und Celia Šašić (Mitte), ehemalige Fußballnationalspielerin, die sich als GEPA-Schokoladenbotschafterin engagiert und beim Einkaufen bewusst auf Fairen Handel und Bioprodukte achtet.
Gifty Rosetta Amo Antwi ist bereits seit Jahren im Weltladen aktiv: „Mein Kernanliegen ist, dass Menschen über den Fairen Handel eine Stimme bekommen, die sonst nicht so gehört werden. Wichtig ist mir daher, dass auch in Weltläden mehr afrikanische Produkte vertreten sind.“ Ein besonderer Blickfang war auch das farbenfrohe Kostüm von Sergio Abajur, genäht aus den Verpackungen des „Taste Fair Africa“-Sortiments.

Schüler-Erlebnistag im Sommer
Inspiration für junge Fair Trader: Anfang Juli waren 100 Schülerinnen und Schüler bei uns in Wuppertal zu Gast. An acht Stationen konnten sie an diesem Tag erleben und entdecken, wie der Faire Handel bei der GEPA funktioniert. „Ich habe hier schon viele tolle Ideen bekommen, vor allem die süße Kiste mit fairen Produkten fürs Lehrerzimmer finde ich super!“, so das Feedback einer Schülerin.

GEPA dankt den Ehrenamtlichen
Volles Haus: Beim Tag der Ehrenamtlichen war richtig was los – die Atmosphäre war unglaublich, sehen Sie das Video und Fotos auf unserer Website: **www.gepa.de/danke2018**

Top3 beim INTERNORGA-Zukunftspreis
Die GEPA überzeugte die Jury des INTERNORGA-Zukunftspreises 2018: In der Kategorie „Trendsetter Produkt – Nahrungsmittel & Getränke“ zählt sie zu den Top3.

Nominiert INTER NORGA ZUKUNFTS PREIS

Fair und handgemacht

Kollektionen 2018

Kollektion ESPRIT mit Geschirrserie Valeria in blau.

Kollektion GLORIE

Kollektion HOLI

Kollektion SIENNA

Kollektionsfotos: Nicole Hoppe und Caroline Schreer

GEPA Handwerk online auf
www.gepa.de/produkte/handwerk

Im Jahr 2018 eröffneten vier neue Kollektionen unterschiedliche Farbstimmungen. Mit der Geschirrserie Valeria haben wir gemeinsam mit unserem thailändischen Partner Sang Arun und der Designerin Valeria Santagati Juraschek fair gehandelte und handgemachte Keramik in den Vordergrund gerückt.

So vereinen sich in unseren Produkten immer wieder kulturelle Welten. Bei den Materialien sind wir uns treu geblieben und verwenden hauptsächlich natürliche Werkstoffe.

Textilien im Fokus

Im Textilsektor ist Ausbeutung noch immer bittere Alltagsrealität. Die GEPA bietet faire Heimtextilien und eine große Auswahl an handgemachten, fairen Schals, um dem etwas entgegen zu setzen. #whomademyclothes – bei der GEPA steht drauf, wo die Produkte herkommen.

#whomademyclothes

„In den meisten armen Familien dürfen Frauen nicht arbeiten. Aber EMA will dieses konservative Denken durchbrechen und Frauen die Möglichkeit geben, für sich und ihre Familien Geld zu verdienen."

Swapna Das, Geschäftsführerin bei EMA in Indien. Auf dem Foto mit Designer Sourav Saha.

#mehrWertFürAlle

Ausgewählte Screenshots von Posts zu **#mehrWertFürAlle**

Das sagt die Community...

„Für mich sind verschiedene Punkte wichtig: gerechte Bezahlung der Produzenten, Nachhaltigkeit und hohe Qualität der Produkte 😍"

„Mir gefallen die Produkte, weil sie hochwertig und lecker sind. Die Hersteller können sich eine eigene Existenz aufbauen, um ihre Familien zu ernähren. Weiter so, das ist für alle eine gute Lösung!"

„Schmeckt super...ich durfte letzten Freitag im Weltladen Teublitz schon probieren!"

„...weil faire Arbeitsbedingungen wichtig sind."

Das sagen Partner...

#mehrWertFürAlle

Bei MUSASA hat die GEPA die Bio-Zertifizierung der Rösterei unterstützt.

Produktauszeichnungen

11/2018 ÖKO-TEST
Studentenfutter –
Spitzenreiter mit „Sehr gut“

12/2018 Schrot&Korn
Auszeichnung „Bestes Bio“
für **„Salty Caramel“**

03/2018 Guter Rat
Café Sereno – „Testsieger“

Die GEPA und ihre Gesellschafter: Gemeinsam fair handeln

Brot für die Welt
MISEREOR Ihr Hilfswerk – Fairer Handel Von Anfang an!
aej
BDKJ Bund der Deutschen Katholischen Jugend
Die Sternsinger Kindermissionswerk

Auszeichnungen

„Deutschlands nachhaltigste Marke 2014“
Deutscher Nachhaltigkeitspreis

Goldmedaille
der VERBRAUCHER INITIATIVE „Nachhaltiges Einzelhandelsunternehmen“ 2015

CSR-Preis der Bundesregierung 2017
Unter die Top5 nominiert in der Kategorie „Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement“.

CSR-PREIS DER BUNDESREGIERUNG

GEPA – The Fair Trade Company
GEPA-Weg 1, 42327 Wuppertal
info@gepa.de
www.gepa.de

Fotonachweis: GEPA – The Fair Trade Company / A. Welsing, C. Nusch, A. Fischer, Bischof&Broel, Z. Peterek, K. Malis, C. Schreer, Nicole Hoppe; MISEREOR/kna, WORC, Klima-Kollekte/Johann Thaler, Prospekt.TV | **Verantwortlich i.S.d.P:** Matthias Kroth und Dr. Peter Schaumberger, Geschäftsführer GEPA – The Fair Trade Company
Gestaltungskonzept: www.merzpunkt.de | **Stand:** September 2019

GEPA fair+ fair-plus.de
World Fair Trade Organization
GEPA The Fair Trade Company Guaranteed Fair Trade

Vor 40 Jahren: „Jute statt Plastik“

Durch sie wurde die GEPA bekannt: Vor rund vierzig Jahren haben wir die legendäre Jutetasche aus Bangladesch auf den deutschen Markt gebracht. Sie wurde zum Inbegriff eines alternativen Lebensstils: Jute stand für ein nachwachsendes Naturprodukt, Plastik dagegen ist gestern wie heute ein Beispiel für die kapitalintensive, rohstoffverschwendende Produktion der Industrienationen.

Neben Umweltschutz ging es der GEPA um Einkommen für Frauen eines durch die Kolonialpolitik gebeutelten Landes. Produzentinnen der Organisation „Corr – The Jute Works“ nähten die Taschen per Hand oder mit einfachen Maschinen. Von dort bezieht die GEPA auch heute noch handgeflochtene Jutekörbe sowie Baumwoll-Einkaufsnetze. Was die GEPA als Zeichen für alternativen Lebensstil angestoßen hatte, ist heute aktueller denn je!