



Januar 2019

#TimeForFairTea

Vom Blatt bis zum Aufguss fair

Bio-Pionier GEPA mit neuem fairem Tee-Sortiment im Frühjahr 2019 – Grundstein für ein lebendiges und zukunftsweisendes Sortiment

Liebe Kundinnen und Kunden,
sehr geehrte Damen und Herren,

wir meinen, es ist Zeit, Zeit fairen Tee jetzt 2019 ganz besonders ins Bewusstsein zu rufen. Daher bringen wir in diesem Jahr unser rundum erneuertes faires Tee-Sortiment unter dem Motto „#TimeForFairTea“ auf den Markt. Dieses Jahr ist der perfekte Zeitpunkt, denn es gibt gleich zwei Gründe zum Feiern: Die Einführung von neuen Tee-Sorten und die Optimierung beliebter Klassiker in neuem Gewand – und das 30-jährige Jubiläum mit unserem Handelspartner Tea Promoters India (TPI).

30 Jahre Zusammenarbeit mit Bio-Teegarten Samabeong

Vor genau 30 Jahren startete die Zusammenarbeit zwischen GEPA und TPI – mit damals einer Teeplantage. Heute ist das Familienunternehmen in Indien ein Vorzeigebispiel, wie Fairer Handel und Bio-Anbau zu einer Erfolgsgeschichte werden kann – vom Blatt bis zum Aufguss fair!

Schon 1987 haben wir als Bio-Pionier und Vorreiter gemeinsam mit dem Anbauverband Naturland den ersten Bio-Tee weltweit aus Sri Lanka auf den Markt gebracht – über die Weltläden. Unsere Handelspartner, Naturland, und die Weltläden als Bewegung haben damals großartige Arbeit geleistet! Und seit TPI mit Samabeong einen der ersten Teegärten in Darjeeling auf Bio umgestellt hat, folgten zahlreiche nach: Heute sind 56 Prozent der Teegärten in der bekannten Teeregion bio. Ökologisch angebaute Tee ist buchstäblich in aller Munde und ein großes Marktsegment geworden.

Nicht nur unsere Grün- und Schwarztees, sondern alle unsere Tees, ob Kräuter- oder Wellness-Mischung, sind 100 Prozent bio und natürlich fair gehandelt!

Daher möchten wir 2019 und in den Folgejahren Tee in den Fokus rücken.

Unser neues Tee-Sortiment: hochwertig und fair

Mit dem neuen Sortiment zeigen wir auch unseren Partnern in den Teeregionen, dass wir ihre Leistungen wertschätzen und ihre Liebe zu qualitativ hochwertigem und echt fairem Bio-Tee teilen. Derzeit führen wir 13 lose Tees und 22 im Teebeutel. Mit dieser breiten Vielfalt und besonderen Highlights kann man sich im Alltag auf eine richtig gute Tasse Tee unter dem Motto „#TimeForFairTea“ besinnen!

Warum haben wir das Sortiment umgestellt – Hintergründe und Fakten

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

- wir von unseren Handelspartnern bald mehr Mengen abnehmen können
- wir ihre Leistung bei der Produktion bio und fairer Tees entsprechend zeigen und würdigen sowie die Lebensbedingungen verbessern können
- mehr Verbraucherinnen und Verbraucher von den Mehrwerten bei unserem fairem Bio-Tee überzeugen können
- wir mittelfristig durch größere Mengen die Kosten für Verarbeitung und Verpackung in Europa reduzieren können
- Sie und unsere Handelspartner am kontinuierlich wachsenden Tee Konsum (+1,5 Prozent jährlich, Bio Tee stieg um knapp zwei Prozent auf insgesamt 9,4 Prozent am Gesamtverbrauch 2017) einen wachsenden „fairen“ Anteil haben
- wir ein Sortiment anbieten können, das über alle unsere Vertriebskanäle den jeweiligen Bedürfnissen möglichst optimal entspricht

Mit unserem neu strukturierten und auf Kundenbedürfnisse hin weiterentwickelten Sortiment legen wir einen Grundstein für die Zukunft, um in den nächsten Jahren ein starkes und lebendiges Tee-Sortiment zu schaffen. Dafür haben wir intensiv den Markt beobachtet und das Kaufverhalten analysiert.

Wichtiges Ergebnis ist:

- neu strukturierte Produktfamilien und damit veränderte Einwaagen
- entsprechende marktgerechte Preisstruktur
- verbraucherfreundlichere Verpackungsgestaltung
- kurzfristige Abpackung möglich – und damit Sicherung der Produktverfügbarkeit

Was hat sich im Vergleich zum bisherigen Sortiment verändert?

- Bereicherung durch neue Tees
- neues Basissortiment mit ausgewogenen Mischungen von Schwarz- und Grüntee für jeden Geschmack
- neue Rezepturen bei einigen bestehenden Tees
- nur „echte“ natürliche Zutaten – Verzicht auf Aromazusätze
- Handgefertigte Verpackungen erhalten neue Wertschätzung durch Upgrade ins Premiumsortiment der „Tee-Raritäten“ mit zunächst drei Tees
- ein Sortiment auch optisch aus einem Guss
 - verbraucherfreundlicheres Erscheinungsbild im Regal: z.B. durch Farbleitsystem und Tee-Kategorie in Produktbezeichnung
 - bessere Fläche zur Kommunikation unserer Mehrwerte bei Tee
- neues Verpackungsmaterial der Teekuverts – neu ist die Kombination aus Kraftpapier mit einer Aromaschutzfolie aus zertifiziertem Holzzellstoff – sie schützt Aroma und

Qualität der Tees weit besser als reines Papier und ist umweltfreundlicher als Plastik – siehe auch eigene Kundeninfo unter www.gepa.de/Teefolie

- eine einheitliche Anzahl der Teebeutel in Schachteln für das komplette Sortiment (Grün-, Schwarz-, Kräuter-, und Früchtetee)
- emotionalere Platzierung im Display für den Außer-Haus-Markt – z.B. Perforierung vorne

Unser Bestellvolumen bei unseren Handelspartnern im Süden hat sich 2018 durch das neue Sortiment bereits zweistellig erhöht. Davon profitieren unsere Partner direkt.

Warum erhöhen sich die Endverkaufspreise?

Bei unserem neuen Sortiment 2019 unterscheiden wir auch wie bisher zwischen Basis-, mittlerer und höherer Preislage. Insgesamt werden wir Preisanpassungen durchführen müssen. Ursache dafür sind nach sieben Jahren erstmals gestiegene Kosten bei unseren Abfüllern und Verarbeitern. Zum anderen haben sich die Rohwarenpreise für Darjeeling-Tee in den letzten Jahren massiv erhöht, zum Beispiel durch die Unruhen in Darjeeling 2017. (siehe www.gepa.de/gepa-aktuell-3-18, S. 22 und 23.)

Außerdem sind in Darjeeling die Löhne für Arbeiterinnen und Arbeiter um mehr als 30 Prozent angestiegen. Diesen Anstieg haben wir 2017 und 2018 nicht an Handel und Endverbraucher weitergegeben. Auch für die neu gestalteten handgefertigten Verpackungen zahlen wir mehr an Mahima Mehra in Delhi, die mit ihrem Papeteriebetrieb Fibres die einzelnen Arbeitsschritte in verschiedenen Werkstätten koordiniert.

Warum werden die Großpackungen aus dem bisherigen Basissortiment auf 100 g umgestellt und der Preis erhöht?

In den bisherigen Großpackungen hatten wir z.B. unseren hochwertigen Darjeeling Schwarztee in 200 und 500 Gramm abgefüllt. Diese Tees sind besondere Spezialitäten und nur in einer Region der Welt – etwa Darjeeling – erhältlich. Das Angebot ist knapp mit höheren Einkaufspreisen aufgrund der Exklusivität dieser Teesorten. Kleinere Packungen laden eher zum Ausprobieren unserer Tee-Vielfalt ein (gerade auch für zunehmend kleinere Haushalte) und bieten die Möglichkeit, einen größeren Kreis Tee-Genießer zu erreichen.

Begleitend zur Einführung der neuen Tees werden wir Ihnen im Frühjahr eine Musterkalkulation zu einem ausgewählten Tee zur Verfügung stellen.

Die Highlights unseres neuen Tee-Sortimentes auf einen Blick:

- **100 Prozent bio:** Alle Zutaten unserer neuen Tees sind bio – sogar der Faden der Teebeutel ist aus **Bio-Baumwolle**
- **Vom Blatt bis zum Aufguss fair:** Unsere Tees können wir transparent vom Päckchen bis zu unseren Handelspartnern zurückverfolgen. Sie werden ohne Mengenausgleich produziert
- **Echter Geschmack:** Alle Tees kommen ohne Aromazusätze aus. Stattdessen verwenden wir zum Beispiel fruchtiges Orangenöl oder Bergamotte-Öl für unsere Earl-Grey-Tees für einen authentischen Genuss
- **Handgepflückt:** In Indien, Sri Lanka und weltweit werden die Teeblätter für GEPA-Tees von Hand gepflückt

- **Handgefertigt und vor Ort:** In Indien aufwändig teils aus handgeschöpftem Papier gestaltet sind die Verpackungen der **Tee-Raritäten aus dem Premiumsortiment:**
 - nach Gebrauch nutzbar als Behälter für Tee – Recyclingverpackung kombiniert mit Upcycling-Idee
 - praktische Anwendung ohne Brechen der Tee-Blätter bei Entnahme.
 - liebevolle Details bringen hochwertigen Inhalt gut zur Geltung
 - Wertschöpfung im Ursprung – durch die Herstellung in Indien entstehen dort Arbeitsplätze in Produktion des Papiere und Fertigung sowie Befüllung der Verpackungen von Hand – so bei Darjeeling First Flush und Weißtee.
- **Handabfüllung beim Martinshof Bremen:** Alle losen Tees (bis auf die Raritäten Darjeeling First Flush und Weißtee) werden beim Martinshof in Bremen ebenfalls besonders schonend von Hand abgefüllt. Der Martinshof ist eine anerkannte Werkstatt für Menschen mit Behinderung, mit der wir schon seit 2003 zusammenarbeiten
- **kompostierbare Teekuverts gemäß EN 13432 zertifiziert:** Eine Kombination aus Kraftpapier und Aromaschutzfolie aus zertifiziertem Holzzellstoff schützt Aroma und Qualität der Tees weit besser als reines Papier und ist umweltfreundlicher als Plastik. Das neue Material spart 44 Prozent CO₂ im Vergleich zur vorherigen Folie ein
- **faire Preise** an unsere Teepartner, meist über die Standards von Fairtrade International hinaus
- **vielfacher Mehrwert vor Ort**
 - Von Lehrgängen in ökologischer Landwirtschaft bis zu Mitbestimmung und Frauenförderung oder Aufbau von Kindergärten und Schulen reicht die Palette

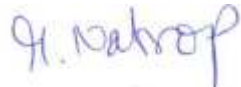
Unter www.gepa.de/timeforfairtea (ab Mitte Februar) und in unserer Sortimentsbroschüre finden Sie weitere Hintergrundinformationen.

Unser Ziel ist es, sowohl Kleinproduzenten im Süden als auch benachteiligte Partner hierzulande zusammen mit Verbraucherinnen und Verbrauchern zum Teil einer globalen Wertschöpfungskette zu machen.

Zur BIOFACH-Messe 2019 vom 13. bis 16. Februar 2019 stellen wir das neue Sortiment öffentlich vor. Die Produkte können ab Mai vom Handel bestellt werden. Zur Tee-Saison im Herbst wollen wir einen erneuten Schwerpunkt setzen und gemeinsam mit Ihnen Verbraucherinnen und Verbraucher zu Teeliebhabern/-innen machen. Freuen Sie sich mit uns auf das neue Sortiment!



Peter Schaumberger
Geschäftsführer



Meike Natrop
Sortimentsmanagerin
Tee/Projektleitung



Barbara Schimmelpfennig
Leiterin Abt. Presse und
Kommunikation