



11. 11. 2013

GEPA The Fair Trade Company

## GEPA-Website im neuen Gewand

Modernisiert und interaktiv: [www.gepa.de](http://www.gepa.de)

**Wuppertal.** Runderneuert im Netz: Mit einem komplett neu gestalteten Internetauftritt will das Fair Handelsunternehmen GEPA Verbraucherinnen und Verbraucher noch lebendiger und transparenter für Themen und Produkte des Fairen Handels begeistern. Dazu wurden auch Anregungen von Usern aus Online-Umfragen der GEPA mitaufgenommen.

Größere Bilder, ein neues Design und interaktive Elemente laden zum Surfen ein und sorgen für mehr Orientierung: Ein Ausklappmenü leitet über weniger Klickwege zu den gesuchten Informationen. Und eine neue Handelspartner-Suchmaschine knüpft das Band zwischen Handelspartnern und Verbrauchern noch enger: Nutzer können die zugehörigen Produkte anklicken. So wird anschaulich klar, was die Partner durch den Fairen Handel erreichen konnten. Auch technisch befindet sich die Seite auf einer neuen Basis, so dass optimierter Service und nutzerorientierte Suchmaschinen möglich wurden.

### Profil „fair plus“

„Jetzt wird die Schärfung unseres Profils mit der Vision ‚fair plus‘ auch in unserem Unternehmensauftritt im Internet deutlich“, erklärt GEPA-Geschäftsführer Robin Roth, zuständig für Partner, Produkte und Marketing. „‚Fair plus‘ ist als unser Zeichen für unsere besonderen Leistungen im Fairen Handel nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich direkt in die Seite integriert. Die neue GEPA-Homepage stellt einen wichtigen Baustein im Rahmen unserer Markenstrategie dar“, so Robin Roth.

### Aktiv beteiligen im Fairen Handel

Dass die GEPA sich als Teil der Fair Handelsbewegung versteht, wird vor allem in der neuen Rubrik „Etwas bewegen“ herausgestellt. Verbraucherinnen und Verbraucher erhalten eine Vielfalt an Tipps und Möglichkeiten, mit denen sie sich im Fairen Handel der GEPA oder auch ergänzend im Bereich „Kritischer Konsum“ oder „Nachhaltig Leben“ engagieren können.

### Neu: Geschäftefinder

Viele Verbraucherinnen und Verbraucher wollten in den Online-Umfragen der GEPA genauer wissen, wo sie GEPA-Produkte finden können.

Daher ist aus der „Weltladensuchmaschine“ der „Geschäftefinder“ geworden: Ab jetzt zeigt die Website noch mehr Möglichkeiten, fair einzukaufen: Von Weltläden und Aktionsgruppen über Lebensmittel- und Bio-Märkte bis hin zu Cafés, Tagungshäusern und Hotels. Über die Verlinkung zu Google-Maps kann man seinen Einkaufsort direkt auf der

GEPA-Weg 1

42327 Wuppertal

Fon: 02 02 / 2 66 83-0

Fax: 02 02 / 2 66 83-10

[www.gepa.de](http://www.gepa.de)

Pressestelle:

Barbara Schimmelpfennig

Fon: 02 02 / 2 66 83-60

Fax: 02 02 / 2 66 83-10

E-Mail: [presse@gepa.org](mailto:presse@gepa.org)

Presse-Information

Karte finden und sich die Wegbeschreibung dorthin anzeigen lassen.

### **Brücke zwischen Handelspartnern und Verbrauchern**

Unter „Produzenten weltweit“ gibt es eine neu überarbeitete Suchmaschine für Handelspartnerdarstellungen – teilweise schon im ganz neuen Design, wie zur dominikanischen Kakaogenossenschaft COOPROAGRO. Anhand gezeichneter Symbole sieht man auf einen Blick, wo der Faire Handel mit der GEPA Vorteile für die Partner bringt. So gibt es beispielsweise die Rubriken „Frauen“, „Fairer Preis“, „Bildung“. Dieser Teil der Handelspartnerdarstellung wird Schritt für Schritt für alle Darstellungen weiter ausgebaut.

Die Verbindung zwischen Handelspartnern, Produkten und Verbrauchern wird enger geknüpft, da sofort ins Auge fällt, welche Produkte von welchem Handelspartner stammen. Über Google-Maps lässt sich anklicken, in welcher Region des Herkunftslandes die Geschäftsstelle des Partners liegt.

### **Produktauswahl: „Schaufenster“ zum Endkunden-Onlineshop**

Die Rubrik „Produkte“ zeigt eine beispielhafte Auswahl und dient als „Schaufenster“ zum Onlineshop. Hier findet man nach Produktkategorien nicht nur schnell den Link zum Bestellen, sondern auch Geschichten und Videos zu GEPA-Handelspartnern. Darüber hinaus wird das Besondere der Produktgruppen jeweils in einer Bildergalerie neben dem Button „fair plus“ dargestellt. Aufgelockert wird alles durch grafische Elemente und gekritzelte Symbole, die schnelle Orientierung über Produkteigenschaften wie etwa „vegan“ geben.

### **B2B: GEPA für Weltläden und Handel**

Der B2B-Bereich ist jetzt von der Endverbraucherseite mit dem Button „GEPA für Weltläden und Handel“ zu erreichen. Wiederverkäufer aus Weltläden, Aktionsgruppen, dem Lebensmittelhandel sowie dem Außer-Haus-Bereich gelangen hier schnell zum entsprechenden Ansprechpartner, den jeweiligen Service-Angeboten und jeweils eigenen Online-Bereichen und –Shops der GEPA-Vertriebsbereiche.

### **GEPA im Dialog – neue FAQ**

Kontaktmöglichkeiten mit der GEPA gibt es auf jeder Seite: Ob per Mail, Social Media wie etwa Facebook, per Telefon oder Brief: In der Lasche rechts, die immer mitscrollt, sowie im Fußbereich sind Ansprechpartner und Kontaktdaten sichtbar. Die neue und verbesserte Suche hilft ebenso weiter wie die neuen FAQ, die Fragen zu Produkten und Themen der GEPA beantworten. Um über alle aktuellen Themen der GEPA laufend informiert zu sein, kann man einen zukünftigen GEPA-Newsletter sowie einen RSS-Feed abonnieren.

**Als Fair Trade-Pionier garantiert die GEPA seit über 35 Jahren Transparenz und Glaubwürdigkeit ihrer Arbeit. Wir handeln als größte europäische Fair Handelsorganisation mit Genossenschaften und sozial engagierten Privatbetrieben aus Lateinamerika, Afrika und Asien. Durch faire Preise und langfristige Handelsbeziehungen haben die Partner im Süden mehr Planungssicherheit.**

Hinter der GEPA stehen MISEREOR, Brot für die Welt, die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland (aej), der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) und das Kindermissionswerk „Die Sternsinger“. Für ihre Verdienste um den Fairen Handel und die Nachhaltigkeit ist die GEPA vielfach ausgezeichnet worden, u. a. in der Kategorie „Top 3: Deutschlands nachhaltigste Marke“ beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2011. Näheres zu Preisen und Auszeichnungen der GEPA unter [www.gepa.de](http://www.gepa.de)

- World Fair Trade Organization (WFTO)
- European Fair Trade Association (EFTA)
- Forum Fairer Handel (FFH)