



22.11.2013

GEPA The Fair Trade Company

GEPA-Weg 1
42327 Wuppertal
Fon: 02 02 / 2 66 83-0
Fax: 02 02 / 2 66 83-10
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

Dialog mit Verbrauchern: Reden ist Gold

Die GEPA erhält von VERBRAUCHER INITIATIVE höchste Auszeichnung für Nachhaltigkeitskommunikation

Wuppertal. „Reden ist Gold, Schweigen nicht Silber“: Für ihren Dialog mit Verbrauchern und anderen Interessensgruppen hat die GEPA jetzt von der VERBRAUCHER INITIATIVE die Auszeichnung „Nachhaltigkeitskommunikation im Einzelhandel 2013“ in Gold erhalten. Sie gehört damit laut dem Bundesverband zu den wenigen Handelsunternehmen, die sich durch „umfassende und für Verbraucher zugängliche und verständliche Nachhaltigkeitskommunikation auszeichnen.“ Große Teile des Einzelhandels stellten dagegen nur wenige Informationen bereit und erreichten mit der gängigen Kommunikation Konsumenten nur unzureichend.

Die VERBRAUCHER INITIATIVE hat die Nachhaltigkeitskommunikation von Handelsunternehmen aus den sechs umsatzstärksten Branchen wie Nahrungs- und Genussmittel, Textilien und Schuhe oder Baubedarf abgeprüft. Rund 500 Unternehmen bundesweit wurden aufgefordert, an der Befragung teilzunehmen. Grundlage war ein wissenschaftlicher, rund 100 Punkte umfassender Kriterienkatalog zu Themen wie Unternehmensleitbild, Zertifizierung, Homepage/Verkaufsportale, Beratung, Verkaufsgespräche, Beschwerdemanagement. Neben der GEPA haben noch zehn weitere Unternehmen die Auszeichnung „Gold“ erhalten. Alle Informationen rund um die Befragung (Ergebnisse, Vorgehen, Kriterien) finden sich unter www.nachhaltig-einkaufen.de/unternehmens-kommunikation/csr-kommunikation-im-einzelhandel

Glaubwürdig und transparent

„Die GEPA zeichnet sich durch ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und Transparenz und eine sehr gute Kommunikation ihrer Aktivitäten aus“, sagt Melanie Weber-Moritz, Leiterin des Projekts. „Wir konnten die GEPA deshalb mit einer Gold-Medaille für eine sehr gute verbraucherorientierte Nachhaltigkeitskommunikation auszeichnen.“

Ein Beispiel ist die „faire Lieferkette“ für Schokolade. Verbraucher können so den Weg der Schokolade von der Kakaoschote bis zum Einkaufsregal rückverfolgen. Näheres dazu unter www.fairtrade.de. „Nachhaltigkeitskommunikation ist ein ganz wichtiges Werkzeug im Rahmen unserer ‚fair plus‘-Strategie“, so Robin Roth, GEPA-Geschäftsführer für Partner und Produkte, Marketing. „Wir freuen uns, dass neben unabhängigen Organisationen wie der VERBRAUCHER INITIATIVE auch

Presse-Information

Konsumentinnen und Konsumenten unsere Offenheit und Diskussionsbereitschaft honorieren. Verbraucherumfragen haben uns das bestätigt.“

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

Mitgliedschaften:

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