



14. Mai 2014

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

## Punkten mit Profil: GEPA auf Erfolgskurs Umsatzsteigerung um 4,2 Prozent auf 63 Millionen Euro

**Wuppertal.** Im Vorfeld des 40-jährigen Firmenjubiläums der GEPA im nächsten Jahr haben Verbraucherinnen und Verbraucher das Engagement des Fair Handelsponsors und die Konzentration auf das eigene Profil „fair plus“ belohnt:

Der Großhandelsumsatz der GEPA ist im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013/2014 (Ende 31.3. 2014) um 4,2 Prozent auf 63,6 Millionen Euro gestiegen. Verbraucherinnen und Verbraucher kauften für rund 97 Millionen Euro (Umsatz zu Endverbrauchspreisen) z. B. Kaffee, Schokolade, Tee, Honig, Schals oder andere Handwerksartikel der GEPA ein.

„Das Vertrauen in die eigene Marke, hohe Produktqualität, Rückverfolgbarkeit der Rohstoffe sowie die kontinuierliche Arbeit an der internen und externen Weiterentwicklung waren die Säulen, die sich im letzten Jahr bewährt haben“, so GEPA-Geschäftsführer Vertrieb, Thomas Speck. „Im zunehmenden Wettbewerbsumfeld ist es der GEPA gelungen, als Markenanbieter mit hohen Standards akzeptiert zu werden.“

### **Transparenz: Was draufsteht, ist drin**

„Wir haben uns bewusst dafür entschieden, dass der Kunde nach wie vor das isst, was direkt von unseren kleinbäuerlichen Partnern kommt“, erklärt GEPA-Geschäftsführer Robin Roth, zuständig für Partner, Produkte und Marketing. „Anders als beim nach Fairtrade-Kriterien möglichen „Mengenausgleich“ erwarten Verbraucherinnen und Verbraucher von GEPA-Produkten, dass die Fair Handelszutaten im Produkt physisch enthalten sind, die draufstehen“. Beim Mengenausgleich können sich in der Verarbeitung fair gehandelte und nicht fair gehandelte Rohware wie etwa Kakao vermischen; die Menge des fair eingekauften Kakao muss jedoch in der Lieferkette der fairen Kakao-Menge in den verkauften Schokoladen entsprechen. Zentral gehört für die GEPA dazu, möglichst hohe Fair Handelsanteile bis zu 100 Prozent in Mischprodukten zu erreichen. Sehr gut angenommen wurden hier die neuen fairen Bio-Nudeln als Süd-Nordprodukt mit italienischem Bio-Hartweizen und bolivianischer Bio-Quinoa im Rahmen der Aktion „Weltküche“.

### **Vertriebsbereiche**

Im Vertriebsbereich **Weltläden und Aktionsgruppen** stieg der Umsatz um 0,5 Prozent auf rund 21,9 Millionen Euro. Nach den Jahren der Umstrukturierung zeigt jetzt das Konzept „GEPA in den Regionen“ mit gezielten Auftritten bei regionalen Messen und regionalen Veranstaltungen gute Ergebnisse. Im letzten Jahr haben 60 Info- und Schulungsveranstaltungen bzw. Warenpräsentationen in der Region stattgefunden. Damit wurden rund 1.500 ehrenamtliche Einkäuferinnen

Presse-Information

und Sortimentsverantwortliche von Weltläden erreicht. Seit Januar 2014 gab es bereits 30 Veranstaltungen. Rund 70 Prozent der Weltläden und Gruppen bestellen mittlerweile im GEPA-Onlineshop für Wiederverkäufer.

Der Vertrieb **Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel** konnte ein Umsatzplus um 2,5 Prozent auf rund 22,8 Millionen Euro verbuchen. In diesem stark umkämpften Zielmarkt genießt die GEPA einen hohen Glaubwürdigkeitsbonus aufgrund ihres Profils. Für die umfassende und transparente Kommunikation mit Handels- und Endkunden hat die Verbraucher Initiative die GEPA im letzten Jahr mit der Goldmedaille für Nachhaltigkeitskommunikation im Einzelhandel ausgezeichnet. Auch die Aktion „Weltküche“ sowie Produktinnovationen wie Trinkschokoladensticks fanden im Handel großen Anklang.

Der Vertrieb **Außer-Haus-Service** (z. B. Firmenkantinen oder Bildungseinrichtungen) hat seinen Umsatz um 4,2 Prozent auf rund 7,5 Millionen Euro gesteigert. Mit dazu beigetragen hat die speziell für die gehobene Gastronomie entwickelte Linie „café sí“, die in drei Sorten an Fachhandel und Cafés vertrieben wird. Auch Betriebsrestaurants wie bei Volkswagen haben „café sí“ im Angebot. Bei den Länderspielen des DFB ist die GEPA ebenfalls mit „café sí“ und einer eigenen Bar erfolgreich präsent. So beispielsweise bei den Frauen - und Herren Pokalfinalspielen am 17. 5. in Köln und Berlin.

Der Bereich **Ausland/Verarbeiter** wuchs um 15,8 Prozent auf 11,4 Millionen Euro. Dies zeigt z.B. die gestiegene Rolle der GEPA als Beschaffer für Fair Handelsorganisationen aus dem europäischen Ausland.

Der **Onlineshop für Endkunden** steigerte sich mit 10,3 Prozent auf 0,63 Millionen Euro. Zum aktuellen Geschäftsjahr wurde der Shop technisch überarbeitet. Eine größere Auswahl an Zahlungsarten und ein verbesserter Bestellprozess sorgen jetzt dafür, dass der faire Einkauf von zu Hause aus noch einfacher wird. Darüber hinaus wurde das Angebot an Handwerksartikeln im Shop vergrößert.

### **Onlinepräsenz [www.gepa.de](http://www.gepa.de) in neuem Glanz**

Auch die Internetseite der GEPA wurde im Sinne der Markenstrategie komplett neu aufgestellt. Größere Bilder, neues Design und interaktive Elemente sollen für Fairen Handel und die Produkte der GEPA begeistern. „Fair plus“ ist als Zeichen für die besonderen Leistungen der GEPA nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich in die Seite integriert.

### **Produktgruppen**

Die intensive Investition in die Sortimentsentwicklung mit verschiedenen Qualitäten und unterschiedlichen Preisstufen führte zu hoher Kundenzufriedenheit. Kaffee konnte seinen Umsatz um 2,4 Prozent auf 29,0 Millionen Euro steigern. Hier entwickelten sich die Länderkaffees der „Pur“-Linie besonders stark.

Der Bereich Lebensmittel wuchs sogar insgesamt um 6,3 Prozent auf 32,6 Millionen Euro. Schokoladenprodukte sind hier die größte Gruppe mit 11,8 Millionen Euro und einem Anstieg von 2,7 Prozent. Viele Verbraucher verbinden die GEPA inzwischen auch mit hochwertiger Bio-Schokolade.

Beliebt war auch das „Korn der Inka“, die Bio-Quinoa, deren Umsatz über die GEPA um 57 Prozent anstieg. Ein großer Teil wurde zusätzlich auch an europäische Fair Handelsorganisationen geliefert. Tee steigerte sich um 3 Prozent. Handwerksartikel verzeichneten einen

leichten Rückgang um 3,8 Prozent auf 1,9 Millionen Euro. Zur aktuellen Fußballweltmeisterschaft werden neue Bälle im Brasilien-Design angeboten.

Weitere Infos zur GEPA finden sich unter [www.gepa.de](http://www.gepa.de) und [www.fair-plus.de](http://www.fair-plus.de)

Fan der GEPA auf Facebook kann man werden unter [www.facebook.com/gepa.fairtradecompany](http://www.facebook.com/gepa.fairtradecompany)

### **Faire Woche vom 12. – 26. September 2014**

Kirchen, Verbände, Handel, Politik, Verbraucherorganisationen, Weltläden und alle Interessierten sind aufgerufen, sich mit Veranstaltungen zu beteiligen: Infos unter [www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)  
Die GEPA setzt zur Fairen Woche ihren Schwerpunkt „Weltküche“ mit neuen Produkten und einem Wettbewerb fort. Näheres findet man rechtzeitig auf der GEPA-Homepage.

Als Fair Trade-Pionier garantiert die GEPA seit 39 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)

Mitgliedschaften:

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