



01.02.2021

12,6 Prozent Absatzsteigerung für GEPA-Süßwaren

Klimaschokolade #Choco4Change „knackt“ 50.000-Marke

Wuppertal. „Challenge“ angenommen: Bereits fünf Monate nach Einführung haben Verbraucher*innen rund 51.500 Tafeln der neuen GEPA-Klimaschokolade #Choco4Change gekauft (Stand: 01.02.2021): Ziel ist es, binnen eines Jahres mindestens 100.000 Schokoladen abzusetzen. Durch den Klimaschutz-Beitrag von 20 Cent pro Tafel können dann insgesamt 8.500 Bäume der Kakao-Kooperative CECAC-11 (São Tomé) und 400 energieeffiziente Holzöfen der Kaffeekooperative KCU (Tansania) finanziert werden. Auch hier ist der Plan bereits vor Erreichen der „Halbzeit“ um mehr als die Hälfte erfüllt worden. Mehr zur „Choco Challenge“ unter www.gepa.de/choco4change

Insgesamt hat die GEPA 2020 1280,8 Tonnen Süßwaren abgesetzt – 12,6 Prozent mehr als im Vorjahr. Das entspricht 15,7 Millionen Schokoladenprodukten, neben Tafeln auch Confiserie und Saisonprodukte wie Schokobischöfe oder Osterhasen. Statistisch gesehen, haben demnach circa 18,9 Prozent der 83,2 Millionen Einwohner Deutschlands im letzten Jahr einmal zu einem GEPA-Schokoladen-Produkt gegriffen. Rund 93 Prozent der GEPA-Schoko-Artikel waren bio-, meist sogar nach dem höheren Naturland-Standard zertifiziert.

Trend zur Bio-Bitterschokolade hält an

Seit vielen Jahren unangefochten an der Spitze steht die „Edelbitter 85%“, die in diesem Jahr erstmals die Millionengrenze im Absatz überschritten hat. In den „Top Ten“ folgen drei weitere Bio-Bitterschokoladen: „Zarte Bitter Orange“, „Zarte Bitter 70%“ und „São Tomé 95%“. An zweiter Stelle im GEPA-Schokoladenranking steht wie in den Vorjahren die Spezialität „Fleur de Sel“. Ihre Bittervariante „Noir“ hat eine der höchsten Steigerungsraten unter den Tafeln. Die Bittervarianten „Chocolat Noir Salty Caramel“ und „Chocolat Noir Salty Almonds“ aus dem Segment „Taste Fair Africa“ finden ebenfalls großen Anklang.

Corona-bedingt Rückgang bei Saisonprodukten

Bei Saisonprodukten wie Osterhasen und Nikoläusen musste die GEPA Rückgänge verzeichnen. Diese Produkte werden hauptsächlich in Weltläden und bei Aktionsgruppen vertrieben. Corona-bedingt waren im Frühjahr viele Weltläden geschlossen oder hatten verkürzte Öffnungszeiten. Im Advent fanden keine Weihnachtsmärkte statt, wo sonst auch viele GEPA-Saisonprodukte verkauft werden. Im Rahmen der Aktion „Dankeschön Nikolaus“ verschenkte die GEPA Zehntausende Schokobischöfe an Kinder, Ältere, Kranke, Häftlinge und die

GEPA The Fair Trade Company

GEPA mbH
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.de

Presse-Information

Corona-Held*innen in Grund- und Förderschulen, Feuerwehr, Rettungsdiensten, Hospizen, Seniorenheimen, Krankenhäusern und Justizvollzugsanstalten.

Leuchtturmprojekt: Neue Hauptstadt-Schokolade „Berliner Bohne“

Im Dezember letzten Jahres hat das „Aktionsbündnis Fairer Handel Berlin“ mit ihrem Vertriebspartner GEPA die neue Hauptstadt-Schokolade „Berliner Bohne“ als „Flaggschiff zwischen Spree und Havel“ auf den Markt gebracht. Im komplexen Auswahlverfahren konnte sich die GEPA als Lieferantin neben anderen Anbietern durchsetzen, auch weil sie in puncto Glaubwürdigkeit überzeugte. www.fairerhandel.berlin/hauptstadtschokolade

Bio, fair, langfristig: weltweit und regional

Die GEPA zahlte im letzten Jahr ihren Partnergenossenschaften in Lateinamerika und Afrika durchschnittlich etwa 3.600 US-Dollar pro Tonne Bio-Kakao. Sie lag damit 56,5 Prozent über dem durchschnittlichen Weltmarktpreis. Faire Preise und langfristige Handelsbeziehungen sind zentral für die Kakaobauernfamilien, damit Kinder nicht mitarbeiten müssen, sondern Bildungschancen und Perspektiven für die Zukunft haben. Sylva Akpaku, Kakaobauer des GEPA-Partners „gebana Togo“: „Wir schätzen diese Initiative für Bio-Kakao sehr. Es ist unser sehnlichster Wunsch, dass sie noch lange fortgesetzt werden kann, damit auch unsere Kinder und Enkelkinder vom Bio-Kakao-Anbau profitieren können.“ Die Realität sieht anders aus: Immer noch schufteten rund 1,5 Millionen Kinder auf Kakaoplantagen in Westafrika, wo rund 70 Prozent des in Deutschland verarbeiteten Kakaos angebaut werden. Diese Kinder haben meist noch nie eine Schule von innen gesehen.

In ihren Vollmilchschokoladen verwendet die GEPA auch Naturland Fair-zertifiziertes Milchpulver der Milchwerke Berchtesgadener Land. Das trägt dazu bei, ökologisch-kleinbäuerliche Milchwirtschaft auch hier in Deutschland zu fördern und zu erhalten. Wie aktuell das Thema „Faire Milchpreise“ ist, zeigen die jüngsten Bauernproteste gegen Preisdumping von Discountern. Viele Milchbetriebe haben in den letzten Jahren aufgegeben, weil sie nicht mehr kostendeckend arbeiten können.

Als Fair Trade-Pionier steht die GEPA seit 45 Jahren für Transparenz und Glaubwürdigkeit ihrer Arbeit. Wir handeln als größte europäische Fair Handelsorganisation mit Genossenschaften und sozial engagierten Privatbetrieben aus Lateinamerika, Afrika, Asien und Europa. Durch faire Preise und langfristige Handelsbeziehungen haben die Partner 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. beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis mit TOP3 in der Kategorie „Unternehmenspartnerschaften 2020“ für die langjährige Zusammenarbeit mit dem Teepartner Tea Promoters India und mit dem „CSR-Preis der Bundesregierung 2020“ in der Kategorie „Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement“. Als eines von wenigen Unternehmen in Deutschland hat sich die GEPA nach dem Garantiesystem der WFTO prüfen lassen. Näheres zu Preisen und Auszeichnungen sowie zur GEPA allgemein unter www.gepa.de

Mitgliedschaften:

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