



11.05.2021

## Gerechtigkeit in Krisenzeiten – Fairer Handel wird noch wichtiger

**Leichtes Umsatzplus 2020/aktuelle Lage /Klimaschwerpunkt: #ClimateJusticeNow**

**Wuppertal.** Corona-Krise und Klimakrise sind die großen Herausforderungen weltweit – bestehende Ungerechtigkeiten werden noch verstärkt. Ganz besonders betrifft dies auch die Handelspartner im Globalen Süden.

Anlässlich seiner Jahrespressekonferenz hat das Fair Handelsunternehmen GEPA im Livestream Bilanz über das erste „Corona-Jahr“ 2020 gezogen, aber auch über die zukünftigen Entwicklungen berichtet. Dazu gehört der mehrjährige Schwerpunkt Klimagerechtigkeit unter dem Motto #ClimateJusticeNow, der im April mit der Einführung des klimaneutralen Honigsortimentes gestartet ist.

### **Trotz schwieriger Situation gut behauptet**

Auch im Corona-Jahr 2020 hat sich der Fair Trade-Pionier gut positioniert. Trotz mehrmonatiger Kurzarbeit für etwa die Hälfte der Belegschaft und zweistelligen Lockdown-bedingten Umsatzrückgängen in den Vertriebsbereichen Außer-Haus-Service und Weltläden/Aktionsgruppen konnte schließlich doch ein Großhandelsumsatz von 81,1 Millionen Euro erzielt werden, sogar ca. 0,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Konsument\*innen kauften für rund 103,7 Millionen Euro (Umsatz zu Endverbrauchspreisen) z.B. Kaffee, Schokolade, Tee, Honig und Handwerksartikel ein.

„Durch die positive Entwicklung der letzten Jahre waren und sind wir für die Krise gut aufgestellt“, erklärte der **Kaufmännische Geschäftsführer Matthias Kroth**, „ein Beispiel dafür, dass Fairer Handel auch ökonomisch nachhaltig ist. Auch für das aktuelle Wirtschaftsjahr 2021 sind wir optimistisch, dass wir weiterhin gut durch die Corona-Zeit kommen und auch die besonders vom Lockdown betroffenen Bereiche Außer-Haus-Service und Weltläden/Aktionsgruppen aufholen können.“

Verschiedene Maßnahmen wie der Ausbau der Digitalisierung mit CRM (Customer Relationship Management) und Investitionen im Bereich E-Commerce sollen dazu beitragen.

„Ohne die vielen engagierten Verbraucher\*innen hätten wir das letzte Jahr nicht so gut überstanden“, sagte der **Geschäftsführer Marke und Vertrieb, Peter Schaumberger**. „Dieses Engagement zeigt, dass Fairer Handel, Nachhaltigkeit und Bio trotz Corona noch wichtiger für Konsument\*innen geworden sind. Das gestiegene Interesse in den Monaten vor der Pandemie hat sich auch das Jahr über fortgesetzt. So konnten wir Marktanteile

**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

hinzugewinnen und überdurchschnittlich in den wachsenden Märkten zulegen“, so Peter Schaumberger.

Das Fundament der Fair Handelsbewegung, die Weltläden, haben etwa mit zahlreichen fantasievollen Aktionen vom Lieferservice bis zu digitalen innovativen Veranstaltungen ihre Kund\*innen weiter erreicht, motiviert und damit im Herbst auch noch einmal Umsatz wettgemacht. Wegen eingeschränkter Öffnungszeiten im Einzelhandel generell haben Kund\*innen verstärkt im Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel und im Endkunden-Onlineshop zu GEPA-Produkten gegriffen. Mit den Schließungen hatte ganz besonders der Außer-Haus-Bereich zu kämpfen.

### **Zukunft: Mehrjähriger Schwerpunkt Klimagerechtigkeit**

„Gerechtigkeit in Krisenzeiten – Fairer Handel wird jetzt noch wichtiger, da er unsere Partner im Globalen Süden sowohl bei der Corona-Krise als auch in der Klima-Krise unterstützt“, erklärte Geschäftsführer Peter Schaumberger. „Die elementare Grundlage für Klimagerechtigkeit ist für uns Handelsgerechtigkeit, da nur so die Menschen am anderen Ende der Lieferkette dem Klimawandel trotzen können. Daher ist Klimagerechtigkeit für uns das zentrale Thema der nächsten Jahre.“

### **Der Exportverantwortliche der mexikanischen Kaffee- und Imkergenossenschaft Tzeltal Tzotzil, Ángel Burgos,**

hob in einem Videostatement die Bedeutung des Fairen Handels im Hinblick auf die Klimakrise hervor: „In den letzten Jahren war es sehr wechselhaft. Und das hat uns irgendwann geschadet: Wir hatten Honig mit höherem Wassergehalt oder die Honigproduktion ist durch zu wenig Blüten gesunken.“ Doch es gibt trotz allem Hoffnung:

„Der Faire Handel erlaubt uns einerseits, weiter die Artenvielfalt und den Umweltschutz zu sichern, andererseits den wirtschaftlichen Teil als solchen. Wir konzentrieren uns mehr auf die Biodiversität, weil gerade die Imkerei und die Bienen ein wichtiger Teil davon sind.“

### **Andrea Fütterer, Leiterin der Abteilung Grundsatz und Politik**

betonte: „Mit unserem umfassenden Ansatz der Klimagerechtigkeit gehen wir noch über Klimaneutralität hinaus. Fairer Handel ist Teil der Lösung“, weil er Kleinproduzent\*innen bei der Anpassung an die Klimakrise unterstützt, weil kleinbäuerliche und ökologische Landwirtschaft klimafreundlicher ist und weil faire Lieferketten eine größere Krisen-Resilienz haben.“

Mit verschiedenen Maßnahmen hat die GEPA ihre Handelspartner in Klima- und Corona-Krise unterstützt: Über den GEPA-Handelspartnerfonds werden klimafreundliche Produktionsweisen und Bio-Anbau gefördert. Außerdem konnten über diesen Fonds bereits im Mai 2020 insgesamt 23.000 Euro an Handwerkspartner überwiesen werden. Eine gemeinsame Spendenaktion mit GEPA-Gesellschafter MISEREOR erbrachte inklusive GEPA-Anteil von 15.000 Euro ca. 40.000 Euro. Aus dem Corona-Hilfsfonds des »Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung« (BMZ) haben 27 GEPA-Lebensmittelpartner insgesamt rund 1,1 Millionen Euro erhalten. Eine zweite Runde wird gerade ausgestaltet.

Der Livestream zur Jahres-PK ist weiterhin abrufbar unter [www.gepa.de/jahres-pk-2021](http://www.gepa.de/jahres-pk-2021).

### 3. Ökumenischer Kirchentag Frankfurt vom 13. bis 16. Mai 2021

Unter dem Leitwort „schaut hin!“ findet der Ökumenische Kirchentag in diesem Jahr digital und dezentral statt. Die GEPA ist Partner des Kirchentages. Per Videostream kann man an vielen Veranstaltungen teilnehmen, Infos unter [www.oekt.de](http://www.oekt.de)

### Faire Woche

Die Faire Woche 2021 steht unter dem Motto „Zukunft fair gestalten – #fairhandeln für Menschenrechte weltweit“. Sie findet vom 10. – 24. September statt. Weitere Infos unter [www.fairewoche.de](http://www.fairewoche.de)

### Honig-Special

Unter [www.gepa.de/honeybefair](http://www.gepa.de/honeybefair) findet man ein umfangreiches Special zum neuen klimaneutralen Honig-Sortiment, unter anderem auch mit dem Videostatement von Ángel Burgos zum Klimawandel und einer Seite zu Honig und Klimagerechtigkeit unter [www.gepa.de/honig-klimaneutral](http://www.gepa.de/honig-klimaneutral).

Als Fair Trade-Pionier steht die GEPA seit über 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](http://www.gepa.de)

#### Mitgliedschaften:

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

#### Hintergrund:

### Wirtschaftliche Entwicklung Geschäftsjahr 2020

#### Vertriebsbereiche

Der **Vertrieb Weltläden/Aktionsgruppen** erreichte trotz schwieriger Situation einen Umsatz von 17,6 Millionen Euro; insgesamt jedoch ein Rückgang von 11,7 Prozent.

Überproportional wuchs der **Vertrieb Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel** um 15,3 Prozent auf 37,1 Millionen Euro.

Ebenfalls starkes Wachstum konnte der **Onlineshop für Endkund\*innen** verzeichnen. Er wuchs um 38,2 Prozent auf 2,5 Millionen Euro.

Der **Vertrieb Außer-Haus-Service** (z.B. Firmenkantinen oder Bildungseinrichtungen) war und ist ganz besonders stark von der

Pandemiesituation und der lang anhaltenden Lockdown-Situation betroffen und erreichte 5,3 Millionen Euro, ein Rückgang um 35 Prozent.

Der Umsatz im **Bereich Ausland/Verarbeiter** blieb mit 18,6 Millionen Euro auf Vorjahresniveau.

**Produktgruppen: 85,4 Prozent Lebensmittelumsatz mit bio**  
Der Kaffee-Umsatz stieg um 0,6 Prozent auf rund 34 Millionen Euro. Schokolade steigerte sich auf 20,7 Millionen Euro um 7,1 Prozent. Der Bereich „Sonstige Lebensmittel“ ging um 5,4 Prozent zurück auf 24,9 Millionen Euro. Handwerk stieg stark um 20,2 Prozent auf 1,5 Millionen Euro.