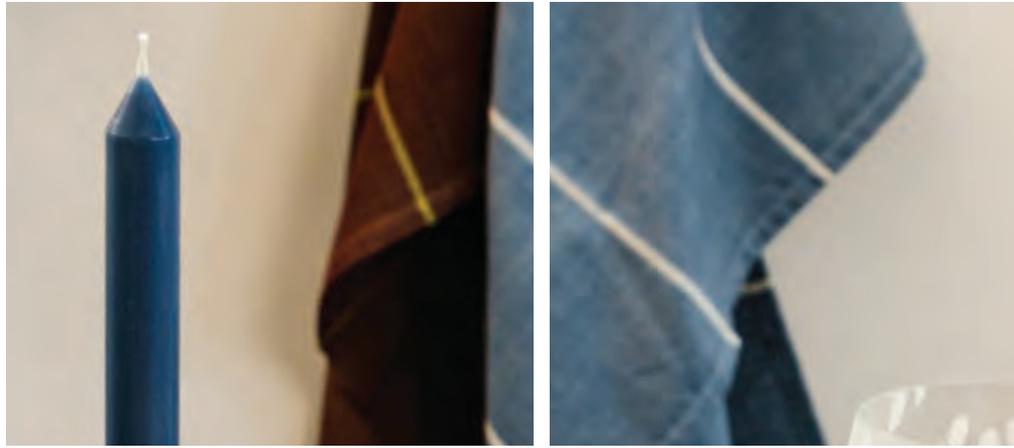


G AKTUELL

THEMEN

- 02 Aktion Faires Klima-Frühstück 2023
- 04 Thema Klimagerechtigkeit im Weltladen
- 06 Besuch beim Tee-Partner TPI in Indien
- 12 Ein besonderer Tee: Rooibos aus Südafrika
- 17 Neu: Produkte für Advent & Weihnachten
- 18 Neu: Handwerk für Herbst & Winter
- 22 GEPA Leitbild: unser Selbstverständnis
- 24 Kaffee-Preiskampf im LEH
- 28 Umzug Weltladen Königsbrunn
- 30 Gastronomie: Fair als Pluspunkt



MORGENS FAIR STARTEN: FAIRES KLIMA-FRÜHSTÜCK ZUR FAIREN WOCHE 2023



Schon am Morgen fair genießen und dabei etwas fürs Klima tun: Jetzt heißt es in der Fairen Woche: Mach mit beim fairen Klima-Frühstück und unterstütze gezielt Klimaprojekte im Fairen Handel! „Klimagerechtigkeit“ ist dieses Jahr auch der Schwerpunkt der bundesweiten Fairen Woche. Wir freuen uns, dass dort auch unsere Aktionsform vom letzten Jahr „Faires Klima-Frühstück“ aufgegriffen wurde. Die Klimakrise ist längst da – jetzt brauchen wir Klimagerechtigkeit! Dazu können alle Engagierten schon beim Frühstück beitragen. Wie? Das geht ganz einfach!

Eure Kund*innen können im Aktionszeitraum vom 1. bis 30. September 2023 ausgewählte GEPA-Produkte wie Kaffee, Tee oder Honig für ihr Frühstück bei Euch im Weltladen einkaufen. 5 % des GEPA-Umsatzes gehen im Aktionszeitraum in einen speziellen Klima-Fonds. Der Fonds unserer europäischen Partner-Organisationen (EFTA) unterstützt sieben definierte Klimaprojekte bei Handelspartnern im Globalen Süden, davon zwei über die Frühstückssaktion der GEPA.

#FairesKlimaFrühstück – gleich mehrfach was fürs Klima tun
GEPA-Produkte sind fair und am liebsten bio. Unser gesamtes Kaffeesortiment ist zudem vom Hafen im Globalen Süden bis hier in Deutschland ins Regal klimaneutral zertifiziert, das gilt auch für alle Aktivitäten der GEPA als Unternehmen in Deutschland.

Im Aktionszeitraum unterstützt Ihr und Eure Kund*innen zusätzlich Klimaprojekte auf den Philippinen und in Uganda.



Mit deinem Fairen Klima-Frühstück unterstützt du bei unserem Zuckerpartner ATPI auf den Philippinen ein langjähriges Baumpflanzprojekt, das buchstäblich Früchte trägt

Aufforstung auf den Philippinen

Auf den Philippinen wird das Geld aus dem Fonds in ein langjähriges Aufforstungsprojekt fließen, das die GEPA bereits seit neun Jahren begleitet. Mehr über die GEPA-Partner, die aus dem Fonds unterstützt werden, erfährst du auf: gepa.de/partner-klimafonds



Mitglieder von MEACCE vor einem Solartunnel, um Kaffee effizienter zu trocknen

Solartunnel für die Kaffeetrocknung in Uganda

Mit dem Kauf tragen Eure Kund*innen dazu bei, unseren Kaffeepartner MEACCE in Uganda beim Bau von Solartunneln zu unterstützen, um den Kaffee weiterhin emissionsfrei, jedoch schneller und effizienter zu trocknen.

Materialien zur Aktion:

Zum Fairen Klima-Frühstück 2023 gibt es für Euch ein Poster und einen Flyer mit denen Ihr Eure Kund*innen darauf aufmerksam machen könnt. Plakat und Flyer findet Ihr im Infomaterial-Shop des Weltläden Online Shop in der Rubrik „Infomaterial Faires Klima-Frühstück“ zum Bestellen. Dekoriert einen Frühstückstisch im Laden, verlost einen Frühstückskorb oder ladet eine prominente Person zum Fairen Klima-Frühstück ein. Wir freuen uns, wenn Ihr darüber in Social Media berichtet und uns taggt. Wenn Ihr uns in der Insta-Story erwähnt, teilen wir auch gerne. Ziel ist ja, zu zeigen, dass jede*r eine wichtige Rolle bei der Bewältigung des Klimawandels spielen kann –



Beim Frühstück gleich mehrfach was fürs Klima tun: GEPA-Kaffee ist besser fürs Klima und im Aktionszeitraum unterstützt Du unseren Kaffeepartner MEACCE

auch wenn es vermeintlich kleine Schritte sind. Damit könnt Ihr auch Eure Kund*innen zum Mitmachen aktivieren. Benutzt dabei am besten den Hashtag: #FairesKlimaFrühstück. Auch das zentrale Give-Away der Fairen Woche, eine kleine Promotion-Karte mit einem Rooibos-Teebeutel u.a. von der GEPA eignet sich gut, um Kund*innen und Interessierte auf das Faire Klima-Frühstück aufmerksam zu machen oder sie zum Frühstück im oder vor dem Laden einzuladen.

Social Media- /Online- und Presseaktionen zum Fairen Klimafrühstück

Von Kommunikationsseite begleiten wir das Faire Klima-Frühstück unter dem #FairesKlimaFrühstück mit Sharepics für Weltläden, Presse-Aktivitäten und Frühstücksaktionen in Social Media mit Influencer*innen sowie einem Insta-Live.



Rückblick aufs letzte Jahr: Eindruck vom Fairen Klima-Frühstück 2022. Wer 2023 mit dabei sein will, verfolgt am 19.09. unseren Stream bei Instagram

Save The Date: 19.09.2023 Insta-Live

Frühstücke virtuell mit uns in der Fairen Woche: Am 19.09. live auf unserem Instagram-Kanal @gefapairtrade. Mit dabei ist Zelda Beukes, Exportmanagerin bei Heiveld, einem unserer Partner für Bio-Rooibos-tee aus Südafrika. Folge uns, falls noch nicht geschehen, um nichts zu verpassen! Unter www.gepa.de/klimafrühstück erfahrt ihr rechtzeitig alle Details. Wer als Vorgeschmack unser Insta-Live von 2022 ansehen möchte, klickt hier: gepa.de/frühstücks-talk

CLIMATE JUSTICE – LET’S DO IT FAIR

Zur Aktion „Faires Klima-Frühstück“ ruft die GEPA auf als Fortsetzung der europäischen Kampagne CLIMATE JUSTICE – LET’S DO IT FAIR. Dazu haben sich Fair Handelsorganisationen in Europa zusammengeschlossen, um auf das Thema Klimagerechtigkeit aufmerksam zu machen. Sie alle sind, wie die GEPA, Mitglieder der European Fair Trade Association (EFTA). In diesem Jahr machen sie auch beim Klima-Frühstück mit. Mehr über die europäische Kampagne liest du hier: gepa.de/climatejustice-letsdoitfair



Die Faire Woche steht in diesem Jahr unter dem Schwerpunkt „Klimagerechtigkeit“

Faire Woche: Fair. Und kein Grad mehr.

Alles rund um die Faire Woche auf www.faire-woche.de
Die Aktionsidee „Faires Klima-Frühstück“ hat die Faire Woche auch auf den Weltladen-Fachtagen vorgestellt und Tipps zur Organisation gibt es im Aktionsleitfaden: <https://www.faire-woche.de/mitmachen/aktionsleitfaden-zur-fairen-woche-2023>



KLIMAGERECHTIGKEIT – EIN WICHTIGES THEMA AUCH IM WELTLADEN

Der Klimawandel zählt zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Nicht nur „fridays for future“ machen darauf aufmerksam – auch im Fairen Handel spielen die Erderwärmung und ihre Auswirkungen zu Recht eine große Rolle. Wir haben Steffen Weber (Geschäftsführer des Weltladen-Dachverbands) und Jorge Inostroza (Vertriebsleiter Weltläden & Weltgruppen) gefragt, wie dieses Thema im Weltladen aufgegriffen werden kann.

Frage: Das Thema Klimawandel spielt ja bei der GEPA mittlerweile eine große Rolle, und auch beim Weltladen-Dachverband taucht es als Stichwort immer häufiger auf. Wie begegnet Ihr der kritischen Frage, dass Ihr einfach auf den Zug aufspringt, der momentan im Trend ist?

Steffen Weber: Zum einen würde ich sagen, dass an diesem Zug langfristig niemand vorbeikommt, der Klimawandel ist eine Frage des Überlebens der Menschheit, so wie es aussieht. Es gibt also eigentlich niemanden, der sagen könnte, dass das für ihn KEIN Thema ist. Zum anderen erleben wir durch unser Kerngeschäft, den Handel mit Waren aus dem Globalen Süden, dass der Klimawandel seit vielen Jahren die Situation der Produzenten massiv beeinträchtigt – viel mehr als das bei uns bislang der Fall ist. Deshalb haben wir bereits im Jahr 2008 den Klimawandel zum Inhalt des Weltladentags gemacht. Der Klimawandel verschärft also die Benachteiligung der Menschen im Globalen Süden – und das ist unser Thema.

Jorge Inostroza: Wir sprechen von Klima GERECHTIGKEIT, um das zu verdeutlichen. Wir haben früher oft mehr auf die sozialen Aspekte geschaut, auf Arbeitsbedingungen, Löhne und soziale Gerechtigkeit. Mit dem Bio-Anbau kam die Ökologie als Aspekt weltweiter Gerechtigkeit stärker in den Fokus, und die Debatten heute sind eigentlich nur die konsequente Weiterentwicklung dieses Aspekts.

Und natürlich, wir suchen mit diesem Thema schon auch den Anschluss an Gruppen, die zum Thema Klimawandel arbeiten, weil wir da erhebliche Bündnis-Potenziale sehen.

Frage: Gibt es denn konkrete Punkte, an denen sich an der Arbeit der Fair-Handels-Organisationen durch die Klimawandel-Thematik etwas verändert hat?

Jl: Ich glaube wir denken heute viel mehr über die Themen BEI UNS nach, an denen wir hier im Lande etwas verändern können. Früher war der Blick stärker auf Veränderungen bei den Produzenten gerichtet, heute wissen wir, dass wir selbst auch vieles tun können, um ein Thema wie Klimagerechtigkeit zu be-



Steffen Weber (Geschäftsführer WLDV) und Jorge Inostroza (GEPA Vertriebsleiter Weltläden & Weltgruppen)

rücksichtigen – etwa bei den Produktverpackungen, wo wir schon viel verbessert haben. Und dazu haben die vielen Rückmeldungen und kritischen Fragen von Weltläden natürlich enorm beigetragen.

SW: Die Klimawandel-Thematik ändert nochmal grundlegend die Sichtweise auf alle Prozessschritte im Fairen Handel. Es ist klar, dass dieses Thema in allen Bereichen des Wirtschaftens eine sehr große Rolle spielen wird und muss. Die Fair-Handels-Organisationen machen dabei wie üblich an den meisten Stellen sehr viel mehr als das, was gesetzlich verlangt wird. Das fängt an bei der Suche nach kurzen und umweltfreundlichen Transportwegen und endet noch nicht bei der stromsparenden Beleuchtung im Weltladen. Daneben ist es der politische Einsatz für die „großen Lösungen“ und die Aufklärungsarbeit vor Ort, die die Weltläden auszeichnet.

Frage: Gibt es denn schon Kriterien zur Klimagerechtigkeit im Rahmen des Lieferantenkatalogs?

SW: Es gibt natürlich viele Fragen zu ökologischen Aspekten der Arbeit von Fair-Handels-Importeuren im Katalog bzw. im Auf-



nahmeverfahren. Das auch explizit auf Klimagerechtigkeit auszuweiten, wäre sicher ein sinnvoller, nächster Schritt.

Im Fragebogen werden allerdings bereits Punkte zu größtmöglicher Umweltverträglichkeit im Herstellungs- und Vermarktungsprozess abgefragt. Themen sind z.B. die Minimierung von Ressourcen entlang der Lieferkette und die Anstrengungen den Warentransport so umweltverträglich wie möglich zu gestalten.

Frage: Welche Beispiele kennt Ihr aus der Arbeit von Weltläden, wo das Thema Klimagerechtigkeit konkret umgesetzt wird?

SW: Der Weltladen Filderstadt bestimmt jährlich den eigenen CO₂-Fußabdruck, minimiert diesen und kompensiert den Rest über die Klimakollekte. Darüber hinaus ist das Thema dort wie in vielen Weltläden Thema in der Bildungs- und Informationsarbeit. Ein anderes Beispiel ist der Weltladen Kassel, der sein

gesamtes Ladenkonzept modifiziert hat und sich jetzt als Fair- und Regio-Handelsgeschäft zu profilieren versucht. Dazu gehören dann auch besonders innovative Produkte, in denen sie Potenzial in ökologischer Sicht sehen.

JJ: Ich merke schon, dass viele Weltläden deutlich ganzheitlicher denken als früher. Ob Ladeneinrichtung, Ladenausstattung und Verbrauchsgüter im Weltladen – die Ladengruppen achten ganz stark darauf, dass ihre eigene Arbeit eben auch so umweltfreundlich wie möglich organisiert ist. Für die Weltladen-Betreiber-Genossenschaft etwa sind solche Aspekte sehr wichtig bei der Einrichtung ihrer Läden.

Frage: Das Verbinden von regionalen Produkten mit dem Fairen Handel, so sinnvoll es inhaltlich ist, stößt natürlich an seine Grenzen in Bezug auf die Kriterien für Ergänzungsprodukte im Weltladen. Wie geht Ihr damit um?

SW: Darüber diskutieren wir schon seit Jahren. Das hat auch mit der Entwicklung durch die Debatte um die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDG) zu tun, weil wir alle einfach viel bewusster sind als früher, dass die Veränderungen für mehr Gerechtigkeit und Klimaschutz nicht nur im Süden passieren müssen, sondern in erster Linie bei uns im Norden. Das führt dann zu dem Gedanken, ob Weltläden nicht eigentlich konsequenterweise „Nachhaltigkeitsläden“ werden müssten. Aber irgendwann wird das, so richtig es gedanklich ist, doch zu einer Überforderung. Man kann nicht zugleich Experte für fair gehandelte Produkte sein und dann auch noch für Regionales, für nachhaltige Energieversorgung, nachhaltige Geldanlage usw. – obwohl das alles wichtige Themen sind. Ein bisschen Spezialisierung erscheint da unabdingbar, damit man einem Thema gerecht wird.

Frage: Ich würde gern nochmal auf die möglichen Bündnisse mit Klimaschutz-Aktivist:innen zu sprechen kommen. Wie seht Ihr hier die Möglichkeiten?

SW: Demnächst kommt eine neue Studie raus zu Entwicklungen im Fairen Handel, in der nochmal ganz deutlich wird, dass wir uns um eine Verjüngung bemühen müssen und da wird eine Zusammenarbeit gerade mit Fridays for Future angeregt. Nicht nur weil das alles junge Leute sind, sondern auch, weil bei denen ganz viele Fragen thematisiert werden, auf die Weltläden gute Antworten haben, vom Alltagskonsum bis zu Möglichkeiten des Engagements.

JJ: Als ich bei der GEPA angefangen habe, hatte ich ein bisschen die Hoffnung, dass es uns gelingen würde, in den Weltläden auch junge Leute beruflich auszubilden, um so Nachwuchs zu gewinnen. Für Jugendliche heute ist es vielleicht auch interessanter, sich politisch auseinanderzusetzen, auf die Straße zu gehen und in die Parlamente, um Debatten mit Entscheidungsträgern zu führen. Andererseits: Es gibt heute so viele Fair Trade Schools wie noch nie zuvor – das ist fast so wie die vielen hundert Aktionsgruppen in Schulen, die es früher mal gab. Da hat FairTrade wirklich viel in Bewegung gebracht, das muss man wirklich anerkennen. Und die Fair Trade Schools machen richtig gute Arbeit, nicht nur inhaltlich, sondern auch hinsichtlich der Umsätze.

Eine Zusammenarbeit von älteren und jungen Menschen in einer Ladengruppe ist ja auch nicht leicht zu organisieren. Es macht

»PopUp-Wertläden, eigenverantwortlich aufgebaut von jungen Leuten und nur begleitet vom Weltladen vor Ort, könnten als Konzept eine Brücke schlagen zu Bewegungen wie Fridays for Future«, wo junge Leute sich Gedanken über Nachhaltigkeit machen.« Steffen Weber

vielleicht mehr Sinn, den Jugendlichen eigene Aktionsformen und -möglichkeiten zu bieten, die sie eigenverantwortlich wahrnehmen können.

SW: Inzwischen gibt es mehr als 850 Fair-Trade-Schools und dazu noch rund 500 Faire Schulklassen und 40 Fair Trade Universities – mit einem enormen Zuwachs in den letzten Jahren. Und das Schöne am Fairen Handel ist ja gerade, dass man hier eben mehr tun kann als nur zu diskutieren, nämlich in einem organisierten Kontext (dem Weltladen) strukturelle Veränderungen zu unterstützen.

Wir haben gerade auf den Weltladen-Fachtagen einen Zukunftsoptionen-Workshop gemacht und da die Idee eines U30-Projekt-Wertladens diskutiert. Also einen „PopUp-Store“ in einem leerstehenden Geschäftsraum, wo junge Leute komplett eigenverantwortlich einen Weltladen aufbauen,



und der bestehende Weltladen würde „nur“ beratend begleiten was sie machen. Das wäre möglicherweise attraktiver für junge Leute, als sich in einer Gruppe mit zahlreichen Älteren gemeinsam zu treffen.

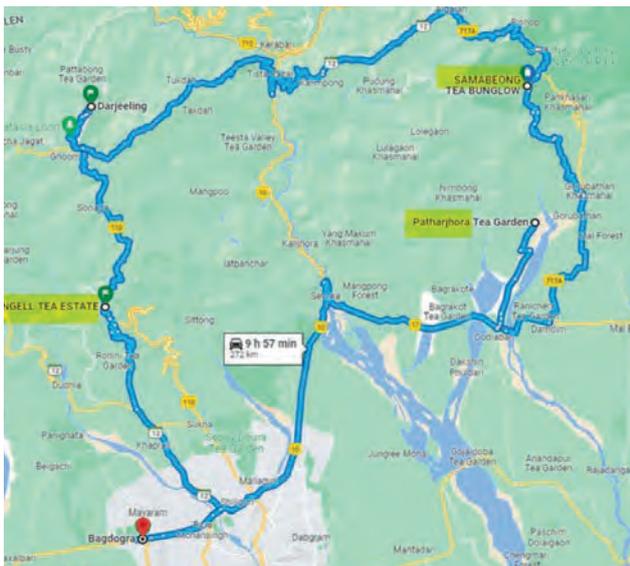
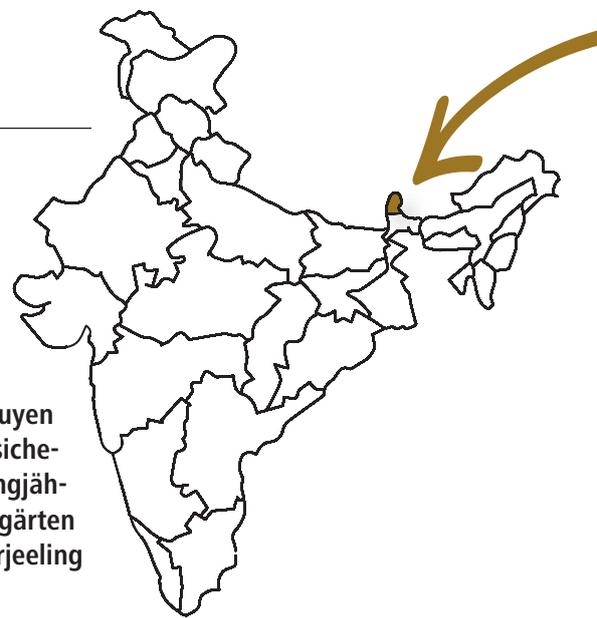
Frage: Gibt es denn schon sowas wie einen Leitfaden, was man als Weltladen tun kann, um seine Arbeit klimagerecht umzugestalten? Es gibt ja im Ökobereich solche Audit-Prozesse, wo Unternehmen durch externe Fachleute beraten werden in der Frage, wie sie ihre Betriebsabläufe in ökologischer Hinsicht optimieren können – sowas wäre doch mal eine Überlegung für Weltläden?

SW: Einen solchen Beratungsprozess haben wir noch nicht, aber schon einiges an Publikationen, in denen wir Tipps und Hinweise gesammelt haben. Wenn man auf unserer Homepage weltladen.de in das Suchfeld „Klimaschutz im Weltladen“ eingibt, gelangt man direkt zu einem Dokument mit vielen nützlichen Hinweisen. Aber vielleicht müssen wir das wirklich offensiver behandeln, um unser Profil zu schärfen. Wir arbeiten ja derzeit an dem Projekt „Weltläden neu erzählen“, in dem wir versuchen wollen, neue Konzepte für die Kommunikation der Weltladen-Idee im Verkaufsraum zu entwickeln. Da könnte das durchaus gut reinpassen.

Das klingt ganz danach, dass über das Thema „Klimawandel“ in Zukunft in den Weltläden noch deutlich mehr gesprochen werden wird. Es bleibt also wirklich ein „heißes“ Thema! Vielen Dank Euch beiden für das Gespräch!

AUF EINEN TEE NACH DARJEELING

Im September 2022 reiste unser Tee-Einkaufsmanager Dung Duc Nguyen zusammen mit Stephan Beck, Abteilungsleiter Einkauf und Qualitätssicherung, nach Nordindien. Im Mittelpunkt stand ein Besuch bei unserem langjährigen Partner Tea Promoters India (TPI). Die beiden besuchten die TPI-Teegärten Singell, Samabeong und die Subarna Tee-Kooperative in der Region Darjeeling sowie den Teegarten Putharjhora in der Region Dooars.



Aus der Hauptstadt Neu-Delhi kommend, landeten sie auf dem Provinzflughafen Bagdogra am Fuße des Himalaja. „Für mich war es die erste Reise nach Indien“, so Dung Duc Nguyen. In Laos und Vietnam war er hingegen schon oft. „Indien mit seiner großen Vielfalt ist ein wirklicher Kontrast zu allem, was ich bis bisher von Asien kennengelernt habe.“ Auf dem Weg zum Teegarten Singell steigt die Straße beständig an, es wird grüner und kühler.

Teegarten Singell

Am nächsten Morgen erfahren Dung und Stephan, dass Singell 245 Hektar umfasst und dort 679 Arbeiter*innen beschäftigt sind. Insgesamt leben rund 3.500 Menschen in diesem TPI-Teegarten. Die Erträge in der Region Darjeeling sind im Vergleich zum Beispiel zu Assam deutlich geringer, was an der niedrigen Temperatur in dieser Bergregion liegt. Dafür ist die sensorische Qualität in Darjeeling aufgrund des langsameren Wachstums der Teebüsche besser.

Gedüngt wird – wie auch in den anderen TPI-Teegärten – mit Kompost. Dieser wird aus Kuhdung, den TPI bei den Arbeiter*innen kauft, und aus Grünschnitt hergestellt. Alle drei Jahre werden im Teegarten die Pflanzen runtergeschnitten, alles Unkraut zwischen den Teepflanzen wird entfernt und jede Teepflanze wird mit Kompost versorgt.

Unsere beiden Reisenden treffen sich auch mit dem so genannten „Workers Committee“, der Vertretung der Arbeiter*innen, welches über die Verwendung der Fairtrade-Prämie entscheidet. In 2023 soll im Teegarten Singell u.a. eine Straßenbeleuchtung mit Photovoltaik installiert werden sowie elektrische Reiskocher, Wassertanks und Solar-Taschenlampen angeschafft werden. Zudem sollen Workshops zur Stärkung der Frauen durchgeführt werden. Über Darjeeling-Stadt und das Städtchen Lava geht es weiter auf der Tee-Reise.

Teegarten Samabeong

Der Teegarten Samabeong liegt etwa auf 2.000 Metern Höhe und es ist dort oft feucht und neblig. Deshalb sind hier keine Schattenbäume erforderlich. Der Teegarten Samabeong umfasst insgesamt 732 Hektar, davon 173 Hektar Tee, 140 Hektar Wald und weitere 419 Hektar (u.a. sehr viel Buschland, Dörfer, Teefabrik, Schule und Sportplatz). Mit 290 Arbeiter*innen ist die Belegschaft kleiner als in anderen Teegärten. Es ist nicht einfach, jüngere Leute als Pflücker*innen zu gewinnen. Mit einer besseren Ausbildung suchen sie sich andere Jobs. Durch die Gästehäuser im Teegarten sind zudem neue Arbeitsmöglichkeiten im Tourismus entstanden.



Bhawana Rai
Teegarten-Managerin
von Samabeong

Bhawana Rai ist die Teegarten-Managerin von Samabeong. „Ich liebe meinen Job und bin stolz, die erste Frau in dieser Funktion zu sein. Ich bin jetzt 17 Jahre dabei. Als Managerin bin ich sowohl für den Teegarten als auch für die Verarbeitung verantwortlich. Die größte Herausforderung sind die Produktionskosten. Gas, Elektrizität und die Arbeitskosten – alles ist teurer geworden. Aufgrund des Alters der Teepflanzen sind die Erträge hier niedrig. Jedes Jahr werden circa vier bis fünf Hektar mit neuen Teepflanzen bepflanzt.“ Dung und Stephan lernen auch Kumari Bhujel kennen, die Teepflückerin war und jetzt

Die Fairtrade-Prämie hilft bei der Finanzierung von Nachhaltigkeits-Projekten: Erneuerbare Energie bei der Straßenbeleuchtung, bei elektrischen Reiskochern, Wassertanks und Solar-Taschenlampen.



Teepflückerin im
Teegarten Singell



Der Tee wird in verschiedene
Blattgrade sortiert



Begrüßung in der Kooperative Subarna, Dritter von rechts Dung Duc Nguyen

Vorarbeiterin ist. „Mein Mann arbeitet in der Teefabrik von Samabeong. Nach der Übernahme des Teegartens durch TPI wurde alles besser, wir hatten ein geregeltes Einkommen und unsere Kinder konnten vor Ort zur Schule gehen.“

Kooperative Subarna

Nach der Übernahme des Teegartens Samabeong im Jahr 1990 traf sich Brij Mohan, der Großvater des heutigen TPI-Geschäftsführers Gautam Mohan, mit den Bäuer*innen vom gegenüberliegenden Berg, um den Anbau von Tee zu fördern. Die Kooperative Subarna wurde schließlich 1996 gegründet, da es immer mehr Bäuer*innen gab, die



Die Mitglieder der Kooperative Subarna halten Kühe, Schweine und Hühner

sich für die Teeproduktion interessierten. „In den 70iger Jahren hörte ich das erste Mal von Tee. Ein Lehrer aus einem Nachbardorf, der weit gereist war, erzählte uns davon. Früher hatte jeder nur ein wenig Tee am Rand der Felder. Samabeong hat uns am Anfang mit Tee-Jungpflanzen und mit Beratung unterstützt“, berichtet das Mitglied Rabi Mukhia. Die Bäuer*innen der Kooperative Subarna werden von einem Koordinator betreut, der von TPI bezahlt wird. Der Tee wird bei Subarna in Mischkultur angebaut, das heißt es wachsen auch Gemüse und Obst zwischen den Teesträuchern. Für den Eigenbedarf baut das Mitglied Kamal Rai zum Beispiel noch Mais, Hirse und Chili an und hält drei Kühe. „Mein größter Wunsch ist, dass ich meinen Tee noch viele Jahre an Samabeong verkaufen kann“, so Kamal Rai.



Gautam Mohan und Stephan Beck auf dem Weg durch den Teegarten Putharjhora

Teegarten Putharjhora

Danach geht die Reise wieder zurück in die Ebene. Putharjhora ist mit einer Fläche von 369 Hektar und 1.046 Mitarbeiter*innen der größte TPI-Teegarten und liegt im Tee-Anbaugebiet Dooars. Der Tee hier ist im Vergleich zum Darjeeling kräftiger im Geschmack. Der Putharjhora Schwarztee ist daher im GEPA Earl Grey (lose und Teebeutel) enthalten sowie in der GEPA Ostfriesische Mischung (ebenfalls lose und Teebeutel).

Die GEPA hat hier über den Handelspartnerfonds das erste Wasserauffangbecken finanziert, das zur Bewässerung des Teegartens und der Baumschule genutzt wird. In der Monsunzeit füllt sich das Becken mit Wasser. In der Trockenzeit kommen Lastwagen mit Wassertanks, um das Wasser aus dem Auffangbecken zu pumpen und dann damit die Teebüsche und Setzlinge zu bewässern. Das Wasserbecken hat auch einen positiven Einfluss auf das Mikroklima und ist ein Brutplatz für Vögel. Ein zweites Wasserauffangbecken, finanziert aus den Geldern des EFTA Klimafonds, ist zurzeit in Arbeit - ein Erfolg des Fairen Klima-Frühstücks 2022!

Putharjhora ist zudem als „elefantenfreundlicher Teegarten“ zertifiziert. Elefanten durchqueren den Teegarten auf ihrem Weg von den Hügeln Bhutans zu den dichten Wäldern Nepals. Damit die Elefanten die Teepflanzen dabei nicht zerstören, hat TPI eigens für sie einen Weg durch die Teegärten angelegt.

Warenkunde Grüner Tee

Die Teeblätter kommen frisch in die Teefabrik und werden dort für einige Minuten mit heißem Dampf behandelt. So werden die Enzyme zerstört und eine weitere Fermentation damit unterbunden. Beim ersten Rollen bekommt das Teeblatt seine typische gerollte Form und die Zellen werden aufgebrochen, damit sich der Geschmack entwickelt. Nach der ersten Trocknung werden die Teeblätter ein zweites Mal gerollt und anschließend noch einmal getrocknet. Dann werden Fasern aussortiert und die gerollten Teeblätter werden nach Größe sortiert.

Grüntee wird im Gegensatz zum Schwarztee bei der Zubereitung nicht mit kochendem Wasser übergossen, da der Tee sonst zu bitter werden würde. Es genügen Wassertemperaturen von 65° bis 70° Celsius. Dazu lässt man das Wasser im Wasserkocher oder Wasserkessel nach dem Aufkochen kurz abkühlen.

Im GEPA Grüner Bio-Tee Darjeeling, 100 Gramm sind zum Beispiel Bio-Tees aus den TPI-Teegärten Singell und Samabeong mitenthalten.



Blattknospe und junge Triebe einer Teepflanze



20 JAHRE KOOPERATION AUF AUGENHÖHE – TEE-ABFÜLLUNG BEIM MARTINSHOF IN BREMEN

Bereits seit 2003 arbeiten GEPA und Martinshof zusammen. Angefangen hat damals alles mit einer Teemischung. Heute füllen die Beschäftigten in Bremen elf verschiedene Tee Mischungen und Spezialitäten für die GEPA ab und wir feiern 20 Jahre Zusammenarbeit.

Die Anfänge und gemeinsames Wachstum

Von einer ersten Tee-Hausmischung zum Ausbau eines kleinen Sortiments im Blockbodenbeutel bis zu den heute 11 verschiedenen losen Tees ist viel passiert. Neue und nachhaltigere Verpackungsmittel, neue Qualitätsanforderungen und die Herausforderungen der Corona-Krise – das alles haben wir gemeinsam geschafft und sind durch regelmäßigen Austausch und Besuche in Bremen auch für die Zukunft gut aufgestellt.

Dirk Dieling, Regionalcenter-Leitung Bremen West, erinnert sich: „Start der Kooperation mit GEPA war schon 2003, seitdem haben wir sukzessive die Weiterentwicklung der Fertigungsbereiche und Qualifizierung der Werkstatt-Beschäftigten vorangetrieben. Von der reinen Handabfüllung mit Tischwaage bis hin zur heutigen halbautomatischen Abfüllung mit Linearwaage mit umfangreichem HACCP-Konzept.“ („HACCP“ steht für Hazard Analysis and Critical Control Points = Gefahrenanalyse und kritische Kontrollpunkte und ist ein Kontrollsystem im Rahmen der Qualitätssicherung)

Eine große Herausforderung war 2018/19 der Relaunch des Tee-Sortiments. Wo normalerweise nur zwei Gruppen à 12 Personen GEPA-Tee abfüllen, waren es in dem Zeitraum mehr als 50 Beschäftigte, um die Bestellungen pünktlich zu liefern.

Die Tee-Abfüllung heute

Inzwischen werden rund 235.000 Beutel Tee pro Jahr sorgfältig abgepackt und in Weltläden, Super- und Biomärkten sowie online verkauft. Für die Beschäftigten ist es eine Bestätigung ihrer Arbeit, die fertigen Produkte beim Einkaufen zu sehen. Sie berichten davon, dass sie im Supermarkt überprüfen, ob alle Tüten auch ordentlich stehen. Hidayet Kuyuldar, Beschäftigter im Regionalcenter Bremen West, sagt dazu: „Ich bin stolz darauf, wenn ich den Tee im Supermarkt sehe, den ich abgepackt habe.“



Hidayet Kuyuldar arbeitet an der Linearwaage, dort wird der Tee halbautomatisch abgefüllt

„Aus unserer Sicht wurde durch den Schritt der GEPA, die Kooperation durch einen Hinweis auf jedem Beutel sichtbar nach außen zu tragen, Teilhabe auf Augenhöhe möglich“, ergänzt Bernd Zerhusen, Produktionsleiter im Regionalcenter Bremen West, „Die kontinuierliche Arbeit der Teebearbeitung bringt den Werkstatt-Beschäftigten Ruhe, Verlässlichkeit und Identifizierung.“

Zu Besuch bei der GEPA-Gruppe im Regionalcenter West

Auf dem Weg zur GEPA-Tee-Gruppe im Schiffsbauerweg: Auf dem Flur dorthin riecht es nach Bergamotte und Orange. Ein eindeutiges Zeichen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Heute wird GEPA Bio Earl Grey Schwarztee abgefüllt. Der frisch mit Ölen aromatisierte Tee verbreitet seinen Duft bei der Öffnung der Tee-Säcke zur Vorbereitung auf die Abfüllung in 100g-Beutel.



Produktschutz: Jeder Beutel wird verschweißt, damit kein Aroma aus- und Fremdkörper eintreten können

Im Abpackprozess hat jeder seine Aufgabe: Die Blockbodenbeutel werden aufgestellt, der Tee wird über einen halbautomatischen Trichter mit Linearwaage eingefüllt und anschließend wird die Tüte verschweißt. Jede Tüte wird dann bis zur GEPA-Lasche oben gefaltet und mit einem Klebeetikett versehen. Auf der anderen Seite des Raumes werden inzwischen die zwei Teile des Umkartons aufgebaut. Auf den Boden des Beutels wird Charge und MHD mit einem bereits im Vorfeld gedruckten Etikett befestigt und dann geht es für die Beutel zu fünf in einen Umkarton. Auf diesen wird ebenfalls ein Etikett mit allen Informationen wie Sorte, MHD und Charge aufgebracht. Zuletzt werden die Umkartons nach feststehendem Schema auf einer Europalette gestapelt. Fertig ist der Tee für den Transport ins GEPA-Lager.



Abpacklinie in 5er Umkartons

Andreas Schliemann leitet die Gruppe. Er kann sich noch gut erinnern: „Im Sommer 2011 habe ich einen neu geschaffenen Arbeitsbereich für Lebensmittel als Fachkraft für Arbeits- und Berufsförderung übernommen. Damals waren sich die Beschäftigten sicher: „Das schaffen wir nie“. Am Anfang hat die Gruppe maximal 500 Tüten am Tag verpackt, nach Monaten waren es dann bis zu 2.000 Beutel am Tag.“ Diese Verbesserung ist bei unseren Besuchen jedes Jahr sichtbar: Alle Beschäftigten führen ihre Arbeit mit viel Sorgfalt aus und präsentieren uns, welchen Arbeitsschritt sie bei den GEPA-Tees übernehmen.



Das Regionalcenter West der Werkstatt Bremen – Martinshof

Beste Wünsche zum 20. Jubiläum von allen Beschäftigten und Mitarbeitenden des Martinshofs

„Ein bisschen jubeln darf man schon, denn die vergangenen 20 Jahre stehen für konstante Qualität und das Streben nach gesellschaftlicher Teilhabe beiderseits. Mit Freude stellen wir fest, dass das Jubiläum auch als ein Kompliment für alle Beteiligten zu sehen ist. Unser Wunsch ist es, dass die GEPA und der Martinshof auch mindestens die nächsten 20 Jahre erfolgreich gemeinsam bestreiten. Wir bedanken uns für das entgegengebrachte Vertrauen und gehen mit Schwung in die gemeinsame Zukunft!“

Dem können wir uns als GEPA nur anschließen und freuen uns auch im nächsten Jahr wieder auf unseren Besuch im Regionalcenter West.



Werkstatt Bremen – Martinshof
Eingetragener Eigenbetrieb der Stadt

Die Werkstatt in Zahlen

6 Regionalcenter / 30 Standorte / 2.000 Menschen, davon 1.600 mit geistiger oder psychischer Beeinträchtigung / Die Werkstätten haben den gesetzlichen Auftrag, die Teilhabe am Arbeitsleben zu organisieren.

Selbstbeschreibung

Wir schaffen inklusive Angebote durch Außengruppen bei unseren Auftraggebern, Einzelaußenarbeitsplätzen, in unseren Shops, und in der Begleitung auf sozialversicherungspflichtige Arbeitsverträge bei der Begleitung in das Budget für Arbeit und Budget für Ausbildung. Ein Schwerpunkt bildet das lebenslange Lernen (Bildung) – an der unmittelbaren Arbeitsaufgabe oder z.B. Wegetraining, Kochkurse, Bewegung. Ziel ist die Qualifizierung / Rehabilitation und letztendlich die Vermittlung auf den allgemeinen Arbeitsmarkt



ÜBERSICHT GEPA TEE-SORTIMENT



EIS STATT HEISS: IDEEN FÜR TEE IM SOMMER

Auch im Sommer hat Tee Saison: als Eistee zubereitet ist er erfrischend und belebend. Hier kommen drei Rezepte mit Schwarz-, Grün- und Kräutertee zum Ausprobieren. Lasst Euch dadurch auch zu eigenen Kreationen inspirieren:



Alles was Ihr braucht ist Tee, lose oder im Teebeutel, ungespritzte Zitronen, Limetten oder Orangen und frische aromatische Kräuter, wie z.B. Pfefferminze, Rosmarin oder Basilikum. Zum Süßen eignen sich Mascobado oder auch flüssiger Honig. Auch sehr lecker ist die Kombination von Tee und Fruchtsäften! Damit der Eistee schneller kalt wird, kann man die Teebeutel auch in wenig Wasser ziehen lassen und am Ende mit kaltem Wasser auffüllen oder das Teekonzentrat über Eiswürfel gießen.



Eistee Casablanca mit Grüntee

inspiriert von marokkanischen Teezubereitungen

Zutaten für 1 Liter

- 2 Teebeutel Bio Ceylon Grüntee
- 2 Teebeutel Bio Zitronengras Kräutertee
- 1 Bio-Zitrone
- Frische Pfefferminze
- Mascobado Vollrohrzucker

Zubereitung

Die beiden Tees, so wie auf der Verpackung angegeben, getrennt, jeweils mit 500 ml Wasser, zubereiten. Nach Geschmack mit Mascobado Vollrohrzucker süßen. Die Hälfte der Bio-Zitrone auspressen und den Saft zufügen. Die andere Hälfte der Zitrone in dünne Scheiben schneiden und zugeben. Zwei Zweige frische Pfefferminze begeben. Abkühlen lassen und dann über Nacht in den Kühlschrank stellen.

Rooibos-Orangen-Eistee

fruchtige Erfrischung mit südafrikanischem Kräutertee

Zutaten für 1 Liter

- 4 Teebeutel Bio Rooibos Tee
- Honig Zarte Blüte flüssig
- Frischer Ingwer
- 1 Bio-Zitrone
- 200 ml Merida Orangensaft

Zubereitung

Den Tee, so wie auf der Verpackung angegeben, mit 800 ml Wasser zubereiten. Ein kleines Stückchen frischen Ingwer reiben und begeben. Nach Geschmack mit flüssigem Honig Zarte Blüte süßen. 200 ml Merida Orangensaft zugeben. Die Bio-Zitrone in dünne Scheiben schneiden und zufügen. Abkühlen lassen und dann für mindestens zwei Stunden in den Kühlschrank stellen.

Assam-Eistee mit Apfelsaft

schnelles indisch-deutsches Rezept

Zutaten für 1 Liter

- 4 Teelöffel Bio Assam Schwarztee Tee lose
- Honig Zarte Blüte flüssig
- 200 ml Apfelsaft klar oder naturtrüb

Zubereitung

Den Tee, so wie auf der Verpackung angegeben, mit 800 ml Wasser zubereiten. Nach dem Ziehen den Tee durch ein Sieb abgießen. Nach Geschmack mit flüssigem Honig Zarte Blüte süßen und 200 ml Apfelsaft zufügen. Abkühlen lassen und dann mit Eiswürfeln servieren.



Und für die kühlere Jahreszeit bietet sich eine Tee-Verkostung mit einer Auswahl aus dem großen GEPA-Tee-Sortiment an, dazu gibt es eine Verkostungs-Anleitung als Download.




#TimeForFairTea

Das neue GEPA Tee-Sortiment: Tasse für Tasse purer Teegenuss

Tipps für die Tee-Verkostung

Weißtee, Grüntee, Schwarztee – kennen Sie schon den Unterschied? Entdecken Sie neue Tee-Sorten oder Tee-Mischungen für sich! Nur wer sich auskennt, kann auch gut beraten – und probiert: z. B. um neue Sorten einzuführen, als Warenkunde-Schulung für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen oder als Teil einer Infoveranstaltung zum Thema Tee aus Fairem Handel. Das neue bio & faire GEPA Tee-Sortiment ist umfangreich, vielseitig und sommers wie winters ein Genuss!

Auswahl der Tees

- maximal 5 verschiedene Tee-Sorten verkosten
- Auswahl der Tees sollte nach Themen erfolgen z. B. Reise durch die Tee-Welt mit:
 - unterschiedlichen Tees aus dem GEPA Kernsortiment
 - Grün- und Weißteesorten: z. B. Grüntee Würzig, Darjeeling Grüntee, Ceylon Grüntee, Jasmin Grüntee, Weißtee Darjeeling
 - Schwarzteesorten: z. B. Schwarztee Malzig, Darjeeling Schwarztee, Ceylon Schwarztee, Assam, Earl Grey
 - Provenienzen: z. B. Tees aus Indien und Sri Lanka, wie z. B. Vergleich von Darjeeling Grün- und Schwarztee und Ceylon Grün- und Schwarztee
 - Früchte-, Kräuter- und Gewürztees
- **Food-Pairing: Kombination von Tee- mit Schokoladen-Verkostung:** Lassen Sie sich geschmacklich überraschen! Hier unsere Empfehlung für gelungene Kombinationen:
 - Weißtee Darjeeling und Bio Schokolade Zarte Bitter 70 %
 - Darjeeling First Flush und Bio Schokolade Fleur de Sel oder Bio Schokolade Garam Masala
 - Earl Grey und Bio Chocolate Salty Caramel oder Bio Vegan Salzmandel Cassis
- bei der Verkostung bitte immer zuerst Grüntee, dann Weißtee, dann Schwarztee, dann Tees mit ätherischen Ölen oder Gewürzen verkosten
 - die geschmacksintensivste Sorte immer am Ende anbieten



www.gepa.de

ROOIBOS-ANBAU IN ZEITEN DES KLIMAWANDELS

Die Rooibos-Pflanze kommt bis jetzt gut mit den kargen Böden der Cedarbergen sowie den geringen Niederschlägen in Südafrika aus. Rooibos wächst nur dort und sichert somit den Lebensunterhalt der Mitglieder unserer Partner WORC und Heiveld. Damit das auch in den Zeiten des Klimawandels so bleibt, hatte sich die GEPA 2017 entschieden, eine zweijährige landwirtschaftliche Beratung vor Ort aus dem Handelspartnerfonds zu unterstützen. Die Beratung sollte helfen, die Anbaumethoden von Rooibos an den Klimawandel in den Cedarbergen anzupassen. Vor allem sollten die Böden vor dem Austrocknen geschützt werden.

Das Ergebnis der Beratung war eine Mischkultur aus Rooibos und Weizen. Schafe sollen den Weizen abfressen und zugleich die Rooibos-Pflanzen düngen. Auch die Weizenstängel, die die Schafe nicht fressen, geben dem Boden Halt und fungieren beim Verrotten zwischen den Rooibos-Pflanzen als Dünger. Zuerst waren die Bäuer*innen skeptisch, doch ein Test auf dem Rooibos-Land ihres Leiters Berend Salomo überzeugte sie schließlich. Durch den Anbau des Weizens verloren sie zwar Land für den Rooibos-Anbau, aber der gedüngte Rooibos wuchs viel besser und sie konnten auf diesen Flächen mehr Rooibos ernten.



Anne Koopmann,
Mitarbeiterin der Baumschule
bei WORC

Im Jahr 2020 wurde bei WORC mit Unterstützung der GEPA eine Baumschule angelegt, von der alle Mitglieder unentgeltlich Rooibos-Setzlinge erhalten. Durch Kreuzungen mit wilden Rooibos-Pflanzen werden die Büsche in Zukunft widerstandsfähiger gegen den Klimawandel sein. In dieser Baumschule arbeiten neun Frauen und ein Mann. „Die Arbeit in der Baumschule ist sehr wichtig, denn die Produktion unserer Felder hängt davon ab. Sie muss sorgfältig und genau durchgeführt werden, sonst wird das Endprodukt nicht gut sein“, so beschreibt Anne Koopmann ihre Arbeit in der Baumschule.

Auch beim Rooibos-Partner Heiveld setzen die Mitglieder auf Nachhaltigkeit. Die Kooperative verfügt zum Beispiel über eine Photovoltaik-Anlage. Bei Heiveld können außerdem bis zu 10.000 Liter Regenwasser gespeichert werden, die bei Bedarf zum Einsatz kommen. Zum Schutz vor Erosion werden Bäume und Hecken gepflanzt.



Arbeit auf dem Rooibos-Feld bei WORC

Mehr Informationen zu den Rooibos-Handelspartnern findet Ihr hier:

www.gepa.de/gepa/menschen/reportagen/reportage-worc.html
www.gepa.de/produzenten/partner/worc.html
www.gepa.de/produzenten/partner/heiveld.html

Gute Argumente für GEPA Rooibos Tee

- Koffeinfreier Tee-Genuss
- Förderung von Klimaschutzprojekten in Südafrika
- Erhalt der Lebensgrundlage in den Cedarbergen
- Vorsichtig von Hand mit der Sichel geerntet
- Testsieger bei der Stiftung Warentest im April 2022



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe / Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
8880992	Bio Rooibos Tee, Teebeutel	20 x 2 g	3,29 €	5 St.

»Wenn du nicht in einer Kooperative bist, stehst du ganz alleine da.« Christoline Swartz, WORC, Südafrika



Manche Prinzipien des Fairen Handels gibt es seit den ersten Tagen, weil sie offenbar wirklich unverzichtbar sind. Die Selbstorganisation von Bäuer*innen in Kooperativen gehört zweifellos dazu, wie das Beispiel der Südafrikanerin Christoline Swartz belegt. Sie ist Teil der „Wupperthal Original Rooibos Cooperative“ (WORC) im Herzen Südafrikas.



Christoline Swartz,
stellvertretende Vorsitzende von WORC
und ihr Mann Colin

Die Bäuerin Christoline Swartz ist 36 Jahre alt, verheiratet und hat zwei Kinder. Sie bewirtschaftet knapp sechs Hektar Land und sie ist stellvertretende Vorsitzende von WORC. Ihr Mann Colin baut ebenfalls Rooibostee an und arbeitet außerdem noch in der Teefabrik von WORC.

Christoline Swartz ist seit 2009 bei WORC dabei. Obwohl sie damals erst Anfang 20 war, war ihr klar, dass eine Kooperative ihr als Bäuerin den besten Schutz bieten würde. „Wenn du nicht in einer Kooperative bist, stehst du ganz alleine da“, so ihre Einschätzung. So ging es ihrem Ur-Großvater, der schon vor über 100 Jahren Rooibostee anbaute und ihn über Mittelsmänner verkaufte. Alles, was Christoline Swartz über den Anbau weiß, hat sie von ihrem Großvater und ihren Eltern gelernt.

Die Anbaumethoden haben sich nicht wesentlich verändert. Doch anders als noch ihre Eltern kann Christoline Swartz mit ihrer Familie heute gut vom Rooibostee leben. „Wenn du deinen Tee nicht an den Fairen Handel verkaufst, musst du ihn für Peanuts abgeben. Du bekommst nur drei südafrikanische Rand pro Kilo. Das deckt kaum die Kosten. Wir bekommen 30 Rand. Damit kann ich meine Familie gut versorgen.“

Aber es ist nicht nur der höhere Grundpreis für den Rooibostee, der für Christoline Swartz wichtig ist, sondern auch der GEPA-Mehrpreis, der an die Kooperative gezahlt wird. Sie profitiert davon gleich mehrfach. WORC finanziert aus diesem Topf beispielsweise Hauskredite



SÜDAFRIKA

für seine Mitglieder. „Dadurch bin jetzt Eigentümerin eines Hauses und wir müssen nicht bei meinen Eltern oder meinen Schwiegereltern wohnen.“ Ein anderer Teil des Mehrpreises fließt in Schul- und Universitätsstipendien für die Kinder der Mitglieder. Anders als noch ihre Mutter kann die Tochter Chrislin frei entscheiden, ob und was sie studieren will.

Eine Investition, die allen Mitgliedern von WORC zugutekommt, ist die Baumschule, über die sie unentgeltlich neue Rooibos-Setzlinge bekommen können. Christoline Swartz arbeitet außerdem dort und verdient damit ein zusätzliches, festes Gehalt.

Als stellvertretende Vorsitzende von WORC hat Christoline Swartz viele Verpflichtungen. Sie muss sich nicht nur um ihr eigenes Feld und die Baumschule kümmern, sondern auch regelmäßig an Sitzungen teilnehmen, in denen über die Zukunft der Kooperative beraten wird. Kann zum Beispiel der alte Traktor noch mal repariert werden, oder braucht es einen neuen? „Es ist eine Menge Arbeit, und dann bin ich ja auch noch Ehefrau und Mutter“, meint sie. Doch Christoline Swartz sieht, dass sich der Einsatz lohnt. „Wir arbeiten hart und die GEPA bezahlt uns dafür gut. Das ist fair.“

Das Gespräch mit dem WORC-Gründungsmitglied Christoline Swartz führte die freie Journalistin Katharina Nickoleit bei einem Besuch in Südafrika im Jahr 2022.

100 % BIO: IN 2024 WERDEN ALLE GEPA-SCHOKOLADEN BIO UND FAIR

Unser Kakao Handelspartner KONAFCOOP in Kamerun, von dem wir bisher ausschließlich konventionellen Kakao bezogen haben, ist nun endlich auf Bio-Anbau umgestellt. Damit ist der gesamte von uns bezogene Kakao bio-zertifiziert und wir können bald unsere letzten konventionellen Schokoladen ebenfalls auf bio umstellen. Das bedeutet, dass das gesamte GEPA-Schokoladensortiment 100 % Bio- & Fair-Qualität aufweisen wird.

Für diese Umstellung haben alle Beteiligten einen sehr langen Atem gebraucht. Unser Erstbesuch bei KONAFCOOP in Kamerun und Beginn der Gespräche fand im Jahr 2011 statt. Es folgte das Projekt zur Umstellung auf Bio-Anbau, gemeinsam mit Naturland und der GIZ, und der Entsendung eines Entwicklungshelfers nach Kamerun.

Im Laufe der Zeit musste das Projekt mehrere Rückschläge hinnehmen, so etwa ein Bürgerkrieg vor Ort, die Corona-Pandemie, aber auch Einzelschicksalsschläge oder Unfälle wie z.B. das Abbrennen eines beladenen LKW. Zu guter Letzt konnte endlich im Jahr 2020 die erste Biozertifizierung stattfinden und in 2022 der erste langersehnte Import von bio-zertifiziertem Kakao! Elf Jahre hat es gedauert: aber wie sagt man: Ende gut, alles gut! So einen langen Atem haben nicht viele Unternehmen in der freien Wirtschaft.

Warum ist uns der ökologische Anbau so wichtig?

Mit der Förderung des Bio-Anbaus leisten wir einen aktiven Beitrag zur Verbesserung der ökologischen Situation vor Ort. So gilt z.B. im Bio-Anbau das Verbot gentechnisch veränderter Organismen, der Einsatz von gesundheitsschädigenden Pestiziden sowie das Verbot der illegalen Waldrodung. Der Kakaoanbau unserer Partner erfolgt zusammen mit anderen Kulturen, z.B. Schattenbäumen zum Schutz der Kakaobäume sowie Nutzpflanzen für den Eigenbedarf der Kakaobauern und -bäuerinnen. Dies bedeutet eine Verbesserung der ökonomischen Situation vor Ort, da sich durch den Bio-Anbau und die vielfältigen Kulturen weitere Einkommensmöglichkeiten ergeben. Zudem erhalten die Kooperativen eine Bio-Prämie und häufig auch eine Umstellungsprämie. So hat GEPA auch in einigen Fällen die erste Bioinspektion gezahlt.



Workshop mit KONAFCOOP, Naturland, GIZ und GEPA zum Projektstart der Bio-Umstellung des Kakao

Diese beliebten Klassiker werden auf Bio umgestellt:



Vollmilch Pur 33 %, Sahne Noisette & Weiße Vanille

Die Variante Zartbitter 70 % werden wir nicht auf bio umstellen, da das GEPA-Noir Bio-Sortiment bereits eine reichhaltige Auswahl an Zartbitter-Varianten enthält.

Der Kakao von KONAFCOOP fließt nun auch mit dem Bio-Kakao unserer anderen Handelspartner in unseren Kakao-Blend ein. Somit wird KONAFCOOP in all unseren Bio-Schokoladen mit enthalten sein und wir sind dadurch in der Lage, mehr Kakao aus Kamerun kaufen zu können. Ein schöner Erfolg für uns alle und vor allem für KONAFCOOP.

Von der Umstellung auf Bio profitiert auch unser Cacao pur Afrika (Artikelnummer 8911805): Dieser wird bereits im Oktober ersetzt durch Bio Cacao pur Afrika (Artikelnummer 8911807). In das Kakaopulver können dann auch der Kakao unserer neuen Handelspartner COPROCASA aus Madagaskar und BGCSL aus Uganda fließen. So ermöglichen wir auch kleineren Handelspartnern den Absatz ihrer Produkte. Die Umstellung der Schokoladen wird ab Ende des Jahres 2024 greifen. Wir freuen uns alle, dass wir gemeinsam mit dem Handelspartner diesen neuen Meilenstein erreicht haben. Freut Euch mit uns!



#CHOCO4CHANGE – ERFOLGE UNSERER KLIMASCHOKOLADEN



Circa 60.500 Euro für Klimaprojekte – so viel ist bis Ende 2022 aus dem Verkauf unserer Klimaschokoladen #Choco4Change und #Choco4Change Vegan zusammengekommen. Pro gekaufter Tafel fließen 20 Cent zusätzlich zum Fairen Handel in Klimaprojekte bei unseren Handelspartnern im Globalen Süden. Lies hier mehr darüber, was dieser Beitrag vor Ort bewirkt.



Über 2.000 Öfen konnten Mitglieder unseres Kaffeepartners KCU aus Beiträgen der #Choco4Change herstellen

Energieeffiziente Öfen in Tansania

Rund 14.000 Euro konnte unser Kaffeepartner Kagera Cooperative Union (KCU) bis Ende 2022 für die Herstellung von über 2.000 energieeffizienten Öfen verwenden.

Warum das besser fürs Klima ist? Viele Familien in Tansania kochen mit Holz auf offenen Feuerstellen. Damit gehen nicht nur Waldrodung und starke Rauchemissionen einher, die gesundheitsschädlich sind, sondern auch ein großer Teil des Einkommens muss für den Kauf von Holzkohle ausgegeben werden. Mit energieeffizienten Öfen will man die Emissionen und Abholzung reduzieren. Die Öfen werden lokal von kleinbäuerlichen Gemeinschaften selbst hergestellt – ein Projekt in Zusammenarbeit mit der Klima-Kollekte.

2020 hat die GEPA mit der #Choco4Change ihre erste Klimaschokolade in der Vollmilchvariante vorgestellt, 2021 kam die vegane Variante hinzu, ausschließlich gesüßt mit Dattelpulver. Die beiden sind nicht nur fair & bio, sie bewegen auch echt etwas fürs Klima.

Aufforstung bei unserem Kakaopartner CECAQ-11, Produktionstechniker Anahory do Espírito, u. a. verantwortlich für Umweltschutz in einer von drei Baumschulen



Aufforstung auf São Tomé

Rund 33.500 Euro sind bis Ende 2022 in das Aufforstungsprojekt unseres Kakaopartners CECAQ-11 geflossen. Daraus finanziert die Organisation die Aufforstung und Pflege von drei Wäldern sowie drei Baumschulen. Die Setzlinge werden zudem an die Kakaobauern verschickt.

Auf der Insel São Tomé gedeihen besonders aromatische Kakaobohnen. Doch Wetterextreme wie Dürre und Starkregen bedrohen die Ernte. Durch die Pflanzung neuer Bäume wie Fruteira (Brotfruchtbaum) beugen die Kleinbauern von CECAQ-11 der Erosion vor. Das Laub sorgt außerdem für fruchtbaren Humus, der das Regenwasser besser speichert. Solche Projekte bereiten den Boden für die Zukunft und bewahren die Artenvielfalt.



Beni Ghreb-Gründer und Geschäftsführer Sadok Saidi: Um mehr Datteln zu Pulver verarbeiten zu können, investierte Beni Ghreb die Beiträge aus der #Choco4Change Vegan in eine zweite Verarbeitungsanlage

Dattelerarbeitungsanlage in Tunesien

Das Dattelpulver von Beni Ghreb süßt unsere #Choco4Change Vegan und verleiht ihr ihren einzigartigen Geschmack. Bedingt durch die Folgen der Klimakrise kann Beni Ghreb nicht mehr so saftige Datteln ernten wie früher. Das Dattelpulver für unsere Klimaschokolade ist somit eine tolle neue Absatzchance für unseren Partner.

Über die Beiträge der #Choco4Change Vegan konnte Beni Ghreb inzwischen rund 13.000 Euro in die zweite Verarbeitungsanlage mit besserer Pulverqualität und höherer Kapazität investieren. Außerdem konnte unser Partner einen Trockner und ein Gerät zur Feuchtigkeitsmessung finanzieren.

Mehr Infos zu den Projekten und zu den fairen GEPA-Klimaschokoladen auf: gepa.de/choco4change

EIN LAND, ZWEI PRODUKTE: EIN GESCHENK

Geschenksets sind immer eine gute Idee! Besonders im Weihnachtsgeschäft sind sie, schön zusammengestellt oder verpackt, beliebt. Wie wäre es mit Produktsets aus Artikeln, die aus einem Land kommen? Als Anregung stellen wir Euch hier drei Länderduos aus Indien, Guatemala und Südafrika vor. Die vorgeschlagenen Lebensmittel lassen sich auch noch durch Handwerksartikel aus den entsprechenden Ländern ergänzen, z.B. Geschirrtücher zu den Lebensmitteln aus Indien. Vorschläge für Geschenksets sind auch eine gute Dekoidee!

Länderduo Guatemala

Honig und Kaffee aus Guatemala



Bio Gebirgsblüten Honig cremig
500 g, Art. Nr. 8910424 UVP 6,99 €
Bio Café Guatemala Pur
Art. Nr. 3110901 500 g, UVP 6,69 €

Zwei faire und leckere Produkte für den Frühstückstisch aus Lateinamerika. Der herb-würzige Gebirgsblüten-Honig ist vor allem als Brotaufstrich beliebt und von der Wabe bis ins Regal klimaneutral. Er enthält den Honig der Produzenten-Organisation Guaya'b, die Kaffee und Honig produziert – die Bienen helfen vor Ort auch bei der Bestäubung der Kaffeeblüten. Der mild-aromatische Hochlandkaffee aus Guatemala ist ein exquisiter Bio-Arabica-Kaffee der höchsten Güteklasse. Er eignet sich auch für die Zubereitung von Cold Brew Coffee, ist also warm oder kalt ein Genuss. Er kommt von unserem langjährigen Partner, dem Genossenschaftsverband FEDECOCAGUA.

Länderduo Indien

Darjeeling Grüntee und Basmati Reis



Bio Basmati Reis, 500 g
Art. Nr. 8481006 UVP 3,79 €
Bio Darjeeling Grüntee Teebeutel, 20 x 2 g
Art. Nr. 8880948 UVP 3,49 €

Zwei edle, köstliche Produkte, die von Partnern kommen, die sich stark im Umweltschutz engagieren. Der Bio-Basmati-Reis wird am Fuße des Himalajas angebaut. Wir beziehen ihn u.a. von der Organisation Navdanya, die von der Umweltaktivistin Vandana Shiva gegründet wurde. Navdanya engagiert sich gegen Gentechnik und für den Erhalt traditioneller Reissorten. Der Grüntee kommt aus der berühmten Tee-Region Darjeeling, wir beziehen ihn von unserem langjährigen Partner

Tee Promoters India. TPI ist in seinen Teegärten in Sachen Nachhaltigkeit ein Pionier und hat sich zum Ziel gesetzt, dass seine Teegärten klimaneutral werden! (Siehe auch Beitrag auf Seite 6/7.)

Länderduo Südafrika

Rooibos-Tee und Rotwein



Koopmanskloof Cabernet Sauvignon 0,75 l
Art. Nr. 1522202 UVP 7,49 €
Bio Rooibos Tee Teebeutel, 20 x 2 g
Art. Nr. 8880992 UVP 3,29 €

Ein Genuss-Duo der besonderen Art: sommers wie winters, als Begleitung zum Essen oder solo. Der trockene vollmundige Rotwein mit fruchtigem Beerenaroma stammt aus der Weinbauregion Stellenbosch, die für ihre hochwertigen Weine bekannt ist. Er kommt vom sozial engagierten Weingut Koopmanskloof Wingerde in Koelenhof, wo die Mitarbeiter*innen am Weingut beteiligt sind. Der Rooibos-Tee bietet milden und koffeinfreien Teegenuss. Der ginsterähnliche Rooibos-Strauch wächst nur in den Cedarbergen in Südafrika. In den Kooperativen WORC und Heiveld wird er umweltbewusst angebaut, von Hand geerntet und schonend verarbeitet und bietet so vielen Menschen ein Einkommen. (Siehe auch Beitrag auf Seite 12/13.)



FAIRE WEIHNACHTEN MIT NEUEN SAISONPRODUKTEN



Alle Jahre wieder kommt das neue GEPA-Adventskalender-Motiv, das auch die beiden Weihnachtsschokoladen ziert. Die Hintergrundgeschichte zu dem Weihnachtsmotiv, das jedes Jahr von einem anderen Künstler oder Künstlerin gestaltet wird, lest Ihr hier. Ein Produkt ist in diesem Jahr neu im Weihnachtssortiment: Aus dem Honigwein „Bio Met“ wird jetzt „Heißer Met“ und es gibt ihn jetzt nur noch als Saisonprodukt – entsprechend wurde das Etikett angepasst und wird jetzt „weihnachtlicher“.

Adventskalender 2023

Das Bild auf diesem GEPA-Adventskalender ist anders als die vorherigen. Wir haben viele Länder besucht und Bilder von dort auf der Vorderseite unseres Adventskalenders abgebildet, von Kindern unserer Partner gemalt sowie von Künstler*innen aus den Ländern unserer Partner. Doch dieses Jahr lebt die Heilige Familie in Europa. Und das Jesuskind sitzt auf den Schultern seines Vaters.

Die Künstlerin

Gestaltet hat dieses Adventskalenderbild die Künstlerin Judy Kaufmann. Ihre Kindheit verbrachte sie in Santiago de Chile. Im Jahr 2004 zog die Chilenin nach Barcelona, um dort Illustration zu studieren. Nach dem Studium machte sie sich als Illustratorin selbstständig. Judy Kaufmann arbeitet meist – wie bei dem diesjährigen Adventskalenderbild – digital, aber zwischendurch auch gerne mit Bunt- und Bleistiften. Ihre Arbeiten sind turbulent und farbenfroh und sie hat eine Vorliebe für Tiere, Pflanzen und Sterne.

Weihnachten bei den Kakaopartnern

Hinter den 24 Tüchern des Adventskalenders verbirgt sich leckere GEPA-Bio-Schokolade. In den Ländern unserer Kakao-Partner wie São Tomé e Príncipe und der Dominikanischen Republik wird Weihnachten am 25. Dezember gefeiert. Die Menschen gehören in beiden Ländern überwiegend der katholischen Kirche an. In der Nacht auf den 25. Dezember gehen sie zur Messe in die Kirche. Zudem treffen sich Familie und Freunde zu einem großen gemeinsamen Essen. Die Geschenke gibt es zum Beispiel in der Dominikanischen Republik aber erst am 6. Januar – zu den Heiligen Drei Königen.



Heißer Bio Met

Der aromatische Bio-Honigwein wird nach einem traditionellen Rezept mit Bio-Honig aus Lateinamerika hergestellt. Mit Hilfe von Hefe entsteht aus Honig und Wasser eine Art „süßer Wein“, der 12 % Alkohol enthält. Besonders lecker ist er als warmes Getränk in der kalten Jahreszeit! Er ist auch eine Alternative zu Glühwein und hat einen praktischen Schraubverschluss.



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe / Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
8911884	Bio Schoko Adventskalender	75 g	3,49 €	12 St.
8961808	Bio Weihnachtsschokolade mit Gewürzen	40 g	1,09 €	20 St.
895180205	Weihnachts-Edition Bio Vollmilchschokolade	100 g	1,89 €	10 St.
4318603	Bio Heißer Met	0,75 l	7,99 €	6 St.

NEUE HANDWERKSPRODUKTE FÜR HERBST UND WINTER 2023



Für Eure Kund*innen bieten wir einiges Neues für Herbst / Winter 2023 an. Farben wie Petrol, Pflaume oder Rost finden sich dieses Jahr bei vielen Produkten wieder. Neue Pyjamas und Socken für Erwachsene und Kinder gehören auch wieder zum Sortiment, ebenso wie neue Seifen.



Wäschekörbe

Ein Traum von einem Wäschekorb – der neue Korb mit Deckel von unserem Partner Prokritee aus Bangladesch. Der Name unseres Handelspartners bedeutet übrigens auf Bengalischesch „Natur“. Schöne und zugleich nützliche Gegenstände sind eine Bereicherung für den Alltag. Diese Wäschekörbe werden von Hand aus schnell nachwachsendem Kaisa-Gras geflochten. Für den Korb werden zudem recycelte Plastiksnüre verwendet. Mit dem herausnehmbaren Baumwoll-Wäschesack mit Zugband kann die Wäsche bequem zur Waschmaschine gebracht werden. Wir bieten aktuell noch weitere Körbe aus Kaisa-Gras an.

Kerzenständer und Windlichter

Passend zu unseren Kerzen haben wir moderne Kerzenständer aus Terrazzo in das Sortiment aufgenommen. Diese naturfarbenen Kerzenhalter mit farbigen Einschlüssen werden aus Terrazzo gefertigt, einem Kunststein aus Beton. Anschließend werden sie mit einem Kerzeneinsatz aus Messing versehen. Die Glas-Windlichter in den Farben mattweiß und glänzend braun sorgen für eine schöne Atmosphäre bei Euch zu Hause. Das Glas ist mundgeblasen und mithilfe der Millefiori-Technik optisch veredelt. Bei dieser Technik werden kleine Glasbruchstücke in das Glas eingearbeitet, so dass schöne Muster entstehen. Sowohl die Windlichter als auch die Kerzenhalter werden von unserem langjährigen Partner TARA Projects in Indien hergestellt. Mehr zu den Kerzen erfahrt Ihr auf den folgenden Seiten.

Neue Seifen aus Indien

Neu im Sortiment sind die veganen und handgemachten Pflanzenölseifen „Kaffee“ und „Kurkuma“. Bei der Seife „Kaffee“ sorgt der morgendliche Muntermacher für einen leichten Peeling-Effekt und reinigt sanft die Haut. Die Seife „Kurkuma“ duftet nach diesem typisch indischen Gewürz. Sie werden bei unserem langjährigen Partner, dem Palam Rural Centre in Süd-Indien hergestellt und dort in Papier verpackt, was zusätzliche Arbeitsplätze in Indien schafft. Auch dieses GEPA-Produkt kommt ohne Plastikverpackung aus! Die Verwendungsdauer ab Öffnung der Seife beträgt 24 Monate. Vom Palam Rural Centre gibt es noch weitere Seifen im GEPA-Sortiment: Rose, Sandelholz, Kokos, Lavendel und Jasmin.



Verwendungsdauer bei Kosmetik-Artikeln

Bei kosmetischen Produkten, deren Mindesthaltbarkeit länger als 30 Monate beträgt, ist die Angabe eines MHD nicht vorgeschrieben. Stattdessen wird angegeben, wie lange das Produkt nach dem Öffnen sicher und ohne Schaden für den Verbraucher verwendet werden kann. Daher findet Ihr auf unseren Seifen den Hinweis auf diese „Verwendungsdauer ab Öffnung“, angegeben in Monaten.



Pyjama „Rieke“

Pyjama „Maja“

Pyjama „Alois“

Jetzt Socken mit recyceltem Polyamid

Unsere neuen Socken und Sneaker-Socken für Erwachsene und Kinder werden schon länger in folgender Materialmischung produziert: 90 Prozent Bio-Baumwolle, acht Prozent Polyamid und zwei Prozent Elasthan. Unser Partner Bulus in Istanbul verwendet jetzt für unsere Socken recyceltes Polyamid, was auch der jeweiligen Verpackung zu entnehmen ist. Polyamid verfügt über eine hohe Reißfestigkeit und guten Verschleißwiderstand, es macht die Socken robuster. Für Kinder bieten wir übrigens wieder neue Socken mit Igeln, Katzen oder Pinguinen an.

Handgewebte Küchentextilien

Alles wird bunt im Herbst / Winter 2023! Passend zu den Handtüchern gibt es für die Küche auch Schürzen für Groß und Klein, Tisch-Sets, Geschirrtücher und Spültücher. Wir erhalten sie von unserem Partner CO-OPTEX aus Indien, der für seine robusten und saugstarken handgewebten Küchentextilien bekannt ist. Bei unseren Produkten handelt es sich um Unikate. Leichte Abweichungen bei Maßen und Farben sind produktionsbedingt und beeinträchtigen nicht die Funktion. Ein Einlaufen bei der ersten Wäsche von 5 - 10 % ist bei Naturmaterial üblich. Die Textilien sind waschbar bei 40 Grad, anfangs bitte separat waschen.

Nachtwäsche für Groß und Klein

Wir bieten Euch für Eure Kund*innen ein großes Nachtwäsche-Sortiment aus Indien an, für Erwachsene und Kinder und für unterschiedliche Wärmebedürfnisse. Mit dabei sind auch die beliebten Modelle mit dem Sternenhimmel-Motiv.

Neu in diesem Jahr präsentieren wir Euch für Kinder den Pyjama „Toni“, sowie für Erwachsene die Pyjamas „Rieke“, „Maja“ und „Alois“. Ein Beispiel: Der Damenpyjama „Rieke“ ist aus kuscheligem Interlock-Jersey, hat ein unifarbene blaues Oberteil und eine farblich perfekt dazu passende gemusterte Schlafhose in den maritimen Farben Weiß, Blau und Weinrot.

Polyamid Faser

besser bekannt als Nylon, ist sehr robust, leicht zu pflegen und elastisch. Das macht es perfekt zum Mischen mit anderen Fasern, wie Wolle und Baumwolle.

LICHT IM DUNKEL: FAIR GEHANDELTE KERZEN



Viel Handarbeit steckt in den Kerzen unseres Partners Wax Industri aus Indonesien. Jede Kerze wird von Hand in eine Form gegossen und nach dem Aushärten poliert. Sogar beim Formenbau verzichtet Ong Wen Ping auf CNC-Maschinen und Drehbänke. Jeder Form-Urtyp wird per Hand aus Gips oder Holz geschnitzt und anschließend für die Vervielfältigung in Silikon abgeformt. Nachhaltigkeit spielt bei Wax Industri auch bei der Produktion und Verpackung eine sehr große Rolle. So wird z.B. für die Kerzenproduktion Regenwasser aufgefangen und gespeichert sowie Solarenergie zum Schmelzen des Waxes eingesetzt.

» Wir könnten Maschinen einsetzen, um unsere Kerzen herzustellen. Aber wir bevorzugen die manuelle Herstellung: Handgegossene Kerzen bedeuten mehr Hände, mehr Arbeitsplätze, weniger Kriminalität und ein glücklicheres Dorf.«

Ong Wen Ping, Inhaber und Geschäftsführer von Wax Industri

Und noch ein Pluspunkt: Zertifiziertes Palmwachs

Wax Industri verarbeitet bewusst ausschließlich RSPO-zertifiziertes Palmwachs anstelle von Paraffin, da Paraffin als Erdölderivat umweltschädlich ist. RSPO steht für „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ und ist ein Netzwerk, das der WWF 2004 ins Leben gerufen hat. Produzenten, Kleinbauern, Händler, aber auch Hersteller, die Palmwachs verwenden und NGOs wie WWF und Oxfam arbeiten hier zusammen, um den Standard in der Branche zu etablieren.

Mehr dazu in der ausführlichen GEPA-Kundeninfo zum Thema Palmöl: https://www.gepa.de/fileamin/user_upload/Info/Hintergrundinfo/2022-09-Palmoel-Kundeninfo-GEPA.pdf

Das Herbst / Winter-Kerzensortiment

Als Neuheiten präsentieren wir dieses Jahr unter anderem wieder glatte Stumpenkerzen. In herbstlich kräftigen Tönen wie Senf, Petrol und Lila strahlen die Kerzen als Farbakzent in jedem Raum. Auf dem Adventskranz sorgen die Kerzen für einen Hauch Modernität. Um die Oberfläche der glatten Kerzen zu schützen, werden diese in einer überarbeiteten Verpackung geliefert, einem bedruckten Karton aus Recyclingpapier mit Sichtfenster. Die neue marmorierte Tropfenkerze ist die perfekte Ergänzung für unser Kerzensortiment und eignet sich für wunderbare Kerzenarrangements aus unterschiedlichen Formen und Farben. Lasst Euch inspirieren!



Formenwerkstatt und Produktion bei Wax Industri



Alle Kerzen sind handgegossen, durchgefärbt und vegan. Das verwendete Palmwachs wird von den Kernen der Früchte nachhaltig angebaute Ölpalmen gewonnen und ist RSPO-zertifiziert (siehe auch unten). Aufgrund des höheren Schmelzpunktes haben unsere Palmwachskerzen eine höhere Formstabilität als herkömmliche Kerzen.

Durch das gleichmäßige Abbrennen der Kerze wird der Verschwendung von Wachs durch Läufer oder größere Wachsstücke, die sich vom Brennbereich der Kerze lösen, vorgebeugt. Daraus ergibt sich eine längere Brenndauer.

Beim Brennvorgang entwickeln unsere Kerzen, im Vergleich zu Paraffinkerzen, weniger Feinstaub. Die Teelichter werden ohne Aluminium-Behältnis produziert und im praktischen 20er Set verkauft. Dies spart Material und wirkt sich positiv auf die Umweltbilanz aus. Unsere Kerzen bestechen durch ihre wunderschöne Brennoptik: Das warme Licht der Kerze erstrahlt durch die hauchdünnen und kronenförmigen Kerzenränder wie durch eine kleine Laterne.

Kerzen gut präsentieren: das neue Kerzen-Display

Schöne Produkte muss man schön präsentieren! Daher haben wir für Euch ein neues Kerzen-Display entwickelt. Es wird aus Holz gefertigt (nachwachsender Rohstoff) und hilft, das Kerzensortiment noch besser zu präsentieren.

Das Display bietet Platz für je drei Tafelkerzen in neun Farben und je zwei Stumpenkerzen in drei Farben und den Größen S, M und L. Die Einkaufskonditionen sowie die Bestückung könnt Ihr dem entsprechenden Bestellbogen entnehmen. Das neue Display wurde in den Abmessungen an den bekannten Seifen- und Seifenzubehör-Displays ausgerichtet, so dass alle hervorragend nebeneinander auf der Theke oder im Regal platziert werden können!



BESONDERHEITEN DER GEPÄ KERZEN VON WAX INDUSTRI AUS INDONESIA

- Die Kerzen sind handgegossen, durchgefärbt und vegan
- 100 % Palmwachs aus nachhaltigem Anbau (RSPO-zertifiziert) anstelle von Paraffin auf Erdölbasis
- Aufgrund des höheren Schmelzpunktes haben Palmwaxkerzen eine höhere Formstabilität als herkömmliche Kerzen – daraus ergibt sich eine längere Brenndauer
- Gleichmäßiges Abbrennen des Wachses, keine Verschwendung durch überstehende, nicht abbrennbare Wachsmengen
- Unsere Kerzen entwickeln beim Brennvorgang weniger Feinstaub im Vergleich zu Paraffinkerzen
- Die Farben für die Kerzen kommen aus Deutschland und den USA
- Große Auswahl an Formen und Farben
- Dochte aus 100 % Baumwolle / Standard 100 von OEKO-TEX zertifiziert
- Teelichter ohne Aluminium-Behältnis
- Die Verpackungen werden aus mindestens 75 % Recyclingpapier hergestellt und in Ost-Java bedruckt



DAS GEPA-LEITBILD: WIR HABEN DIE ZEIT GENUTZT



Mitten im Corona Lockdown haben wir uns bei GEPA aufgemacht, unsere Vision, unsere Werte, unser Selbstverständnis und unsere Ziele schriftlich zu formulieren, kurz gesagt, wir haben das GEPA Leitbild erarbeitet. Das war ein längerer und sehr partizipativer Prozess, an dem alle Abteilungen teilgenommen haben: in Abteilungs-Treffen, im Führungskreis, in kleinen Arbeitsgruppen und in der „Synthese-Gruppe“. Natürlich unter Corona-Bedingungen, was die maximale

Ausnutzung der neuen technischen Online-Möglichkeiten beinhaltete und uns sozusagen ganz nebenbei auch noch auf den neusten Stand der Methodik brachte.

Nun ist das Leitbild fertig und muss jeden Tag aufs Neue gelebt werden, und das ist an manchen Tagen leichter als an anderen. Oder frei nach Franz Kafka: „Der Weg entsteht beim Gehen“.



Unsere Ziele

Wir eröffnen benachteiligten Handelspartnern Zugang zu internationalen Märkten, zu fairen Preisen und Handelsbedingungen. Wir tragen dazu bei, das Bewusstsein der Menschen im Globalen Norden zu verändern: Wir fordern zu fairem Konsum und nachhaltiger Lebensführung auf und arbeiten auf politischer Ebene für ein gerechteres Weltwirtschaftssystem. Wir machen uns auf allen Ebenen für Klimagerechtigkeit stark: am GEPA-Standort, bei der Unterstützung unserer Handelspartner zur Anpassung an die Klimakrise, mit unserem politischen Einsatz für ein ambitioniertes Klimaschutzgesetz. Erfolg bemisst sich für uns an der gesellschaftlichen Veränderung im Sinne unserer Mission, der Stärkung, Weiterentwicklung und Teilhabe unserer Handelspartner weltweit.



Unsere Unternehmenskultur

Unsere Unternehmenskultur ist von Transparenz, Vertrauen und Offenheit nach innen und außen geprägt. Untereinander führen wir einen ehrlichen Dialog, geben konstruktives Feedback und fördern die individuelle Aus- und Weiterbildung aller Mitarbeiter*innen. Dabei leiten uns unsere gemeinsamen Werte und Ideale. Gemeinsam organisieren wir unsere Arbeitsprozesse effizient und klar, richten sie ressourcenschonend aus und optimieren sie stetig. Unsere Werte sind geprägt von Gleichberechtigung, Chancengleichheit und Wertschätzung auf allen Ebenen. Wir akzeptieren keinerlei Diskriminierung und fördern die Vielfalt bei unseren Mitarbeiter*innen und Partnern. Mitarbeiter*innen tragen auf der Grundlage partizipativer Zusammenarbeit mit ihren individuellen Fähigkeiten zur Entwicklung des Unternehmens bei. Wir übernehmen Verantwortung für alles, was wir tun, und pflegen eine konstruktive und faire Fehlerkultur.

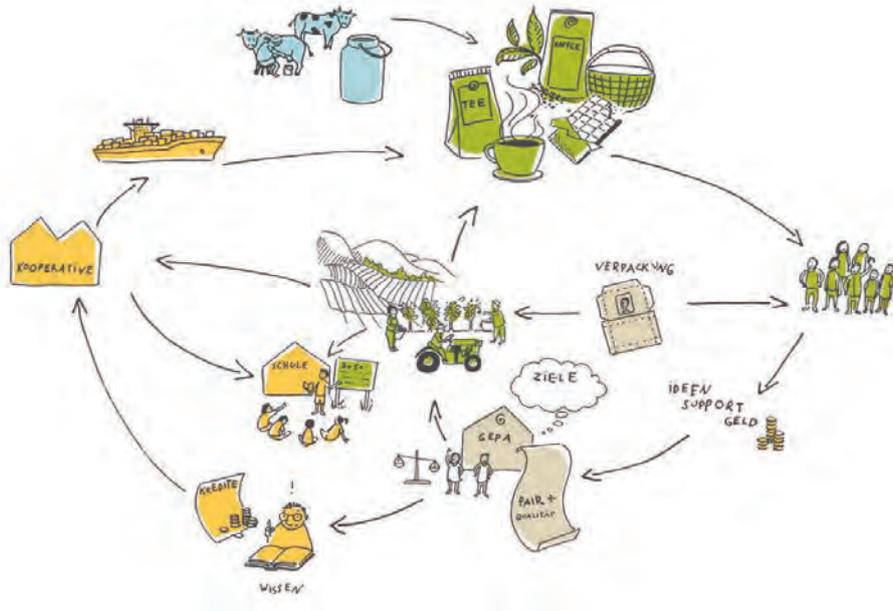
Wir gehen Herausforderungen gemeinsam, lösungsorientiert, flexibel und schnell an. Wir wollen mutig die jeweils innovativsten nachhaltigsten Lösungen für bestmögliche Qualität, höchste Produktsicherheit und maximale Nachhaltigkeit bei unseren Produkten und Leistungen umsetzen. Die Bedürfnisse unserer Kunden und unserer Handelspartner stehen stets im Fokus. Gemeinsam gilt unsere Anstrengung einer steten Verbesserung unseres Handel(n)s.



COOPROAGRO | Dominikanische Republik: Kakao



ATPI | Philippinen: Wiederaufforstungsprojekt



Vision einer gerechten Welt

Unsere Vision ist eine Welt, in der für alle Menschen die Chance auf eine selbstbestimmte Zukunft besteht. Eine Welt, in der jede*r unter menschenwürdigen Bedingungen arbeiten und einen angemessenen Lebensunterhalt bestreiten kann.

Die GEPA setzt sich ein für eine Welt, in der in einem solidarischen, gerechten Weltwirtschaftssystem die Ressourcen fair verteilt sind und schonend genutzt werden. Die GEPA steht für Handelsgerechtigkeit als Grundlage für Klimagerechtigkeit.



Unsere Mission: Wir machen den Wandel

Wir sind mehr als faire Partner im Handel: Auf Augenhöhe und gemeinsam mit unseren Handelspartnern in den Ländern des Globalen Südens und des Globalen Nordens treiben wir den sozial-ökologischen Wandel seit Jahrzehnten voran. Unsere Grundlagen dazu sind unsere langfristigen Handelsbeziehungen, die Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die politische Gestaltung. Ethischer Konsum ist für uns eine Selbstverständlichkeit, eine nachhaltige Gesellschaft alternativlos, ein fairer Welthandel die Zukunft.

Wir zeigen, dass es geht: Wir bieten unseren Kunden ausschließlich qualitativ hochwertige Produkte mit hoher ethischer und ökologischer Qualität an, die die Existenzen der Partner in der Wertschöpfungskette bestmöglich sichern. Gemeinsam mit unseren Handelspartnern führen wir Schulungen, Fortbildungen und Beratungen durch. Wir zeigen alles, was wir machen, und wir machen alles, was wir sagen. Wir sind Vorreiterin, Antreiberin und Gestalterin einer Welt, in der unsere Kinder und Enkel*innen im Süden wie im Norden leben möchten: solidarisch und respektvoll miteinander in einer intakten Natur innerhalb der planetaren Grenzen.



Unser Selbstverständnis: Wir sind Fair +

Aus Protest gegen Hunger und Armut, die offizielle Entwicklungspolitik und den Postkolonialismus gingen 1970 viele junge Menschen auf die Straße. In dieser Jugendbewegung hat auch die GEPA als Teil der Fair Handelsbewegung ihre Wurzeln. Ziel damals und heute ist ein gerechteres Weltwirtschaftssystem. Wir als GEPA zeigen täglich, dass erfolgreiches Wirtschaften als ein 100 % faires Not-for-Profit Unternehmen im Sinne einer fairen und ökologischen Marktwirtschaft möglich und erfolgreich ist. Die GEPA und ihre Mitarbeiter*innen stehen für Glaubwürdigkeit und Transparenz. Zur Mitwirkung an der Entwicklung des Unternehmens sind wir stets im intensiven Dialog mit unseren Handelspartnern, Kund*innen sowie Konsument*innen und gesellschaftlichen Gruppen, die durch ihr Handeln und ihr Konsumverhalten am Wandel beteiligt sind. Die GEPA baut so die Brücke zwischen allen Beteiligten und setzt sich gemeinsam mit ihren Partnern für die Veränderung der politischen und ökonomischen Rahmenbedingungen hin zu einem gerechteren Welthandel ein.

Teilnahme Fridays-for-Future-Demonstrationen



ATPI | Philippinen | Mascobado-Zucker



KCU | Tansania: Ofenprojekt



KAFFEYPREISE: PREISKAMPF IM HANDEL



Zum 1.1.23 musste die GEPA die Kaffeepreise auf Grund gestiegener Rohkaffeepreise und Verarbeitungskosten erhöhen. Der günstigste konventionelle Kaffee bei der GEPA hat zurzeit einen UVP von 17,98 € pro Kilo – damit liegt er preislich deutlich über den Kaffee-Eigenmarken der Discounter und Supermärkte.

Kund*innen in Weltläden wissen um die Qualität des fairen Kaffees der GEPA und sind bereit, für fair gehandelten Kaffee einen höheren Preis zu bezahlen. Vielen Weltläden ist es deshalb ein Ärgernis, dass Bio-Supermärkte und Supermärkte (Discounter beliefert die GEPA nicht) auch GEPA-Kaffee im Sonderangebot anbieten. Die einen Kund*innen fragen sich, ob dies noch ein fairer Preis sein kann, und die anderen Kund*innen kaufen dann ihren Kaffee statt im Weltladen zum Aktionspreis im Supermarkt. Wir wollen die Hintergründe dieses Preiskampfes erläutern und erklären, warum die GEPA Sonderangebote in Supermärkten nicht unterbinden kann und darf – auch wenn sie diese Preispolitik nicht gutheißt.

Die Inflation macht Verbraucher*innen sehr preissensibel – auch im Weltladen. Steigende Energiekosten, Inflation, Kaufkraftverlust – viele Konsument*innen sind verunsichert, es gibt bei vielen eine Tendenz zu sparen bzw. eine Kaufzurückhaltung bei teuren Produkten. Das Kaufverhalten verändert sich auch bei Weltladen-Kund*innen: z.T. werden günstigere Sorten und Angebote gekauft. Auf Kaffee wird nicht so schnell verzichtet – aber vielleicht werden andere Produkte seltener eingekauft als früher.

Vor allem bei Eckpreis-Produkten wie Kaffee achten Verbraucher*innen auf Preisschwellen. Wer kennt die Preise der Lebensmittel, die er einkauft aus dem Kopf? Wahrscheinlich keiner, aber es gibt Produkte die regelmäßig gekauft werden, wie z.B. Kaffee und Butter, bei denen die Verbraucher*innen Preise kennen und vergleichen. Die Kaffeepreise sind zuletzt stark gestiegen und stoßen an psychologische Grenzen (über 15 Euro pro Kilo für konventionellen Kaffee). Die Preise für fair gehandelten Kaffee sind zurzeit gefühlt am Limit.

»Weltläden sind einzigartig, bieten andere Einkaufserlebnisse, sind zu 100 % fair und aus all diesen Gründen der beste Ort fair gehandelte Produkte einzukaufen!«

Jorge Inostroza, GEPA Vertriebsleiter Weltläden & Weltgruppen

Die vier großen Lebensmittelketten haben 76 % Marktanteil und liefern sich einen Preiskampf um Marktanteile. (Quelle: Top-30-Ranking 2022/Top 30 Unternehmen im LEH/Lebensmittelpraxis.de) Im Jahr 2023 tobt vor allem bei Kaffee, der im Lebensmittelhandel als „Frequenzbringer“ gilt, ein heftiger Preiskampf. Es geht zwischen den vier großen Lebensmittelketten (EDEKA, REWE, Aldi und der Schwarz-Gruppe (u.a. Lidl, Kaufland)) um die Positionierung als günstige Einkaufsstätte. Deshalb verzichten die Lebensmittelketten auf einen großen Teil ihrer Marge (Handelspanne / Gewinnspanne), um Marktanteile zu gewinnen – der Kaffee ist dabei nur Mittel zum



Musterkalkulation Kaffee – auch als Download verfügbar

*Weil Hersteller die Preise ihrer Produkte nicht festlegen dürfen, sondern nur unverbindliche Preisempfehlungen aussprechen können, kann die GEPA nicht verhindern, dass GEPA-Kaffee, als Instrument im Preiskampf um die Aufmerksamkeit der Kund*innen verwendet wird.*

Zweck. In Deutschland wird in den Supermärkten etwa 80 % des Kaffeeumsatzes über Aktionen verkauft (Quelle: Lebensmittelzeitung). Auch wenn dieser Preiskampf vor allem im Segment der Handelseigenmarken stattfindet, sind auch die Kaffeemarken der konventionellen Großröstereien betroffen. Und da das Thema Nachhaltigkeit auch immer wichtiger wird, werden auch Kaffees von Anbietern von fairen und Bio-Kaffees in Aktionen mit teils extremen Rabatten angeboten und beworben. Wichtig zu wissen: Die GEPA gewährt hierzu dem Lebensmittelhandel keine höheren Rabatte.

Preisbindung und unverbindliche Preisempfehlung (UVP)

In Deutschland ist eine Preisbindung nur bei Büchern erlaubt. Hersteller dürfen eine unverbindliche Preisempfehlung aussprechen, was viele Markenartikel-Hersteller auch tun – aber die Händler sind nicht verpflichtet sich daran zu halten. Und die Hersteller, wie z.B. die GEPA, haben keinen Einfluss auf die Preisgestaltung im Laden und dürfen sich aus kartellrechtlichen Gründen, auch nicht zu Preisaktionen ihrer Kunden äußern. Es ist für viele im Fairen Handel Engagierte aber unverständlich, dass Kaffee „verramscht“ wird oder Sonderangebote beim Kaffee nur dazu dienen Verbraucher*innen in Supermärkte zu „locken“. Fairer Kaffee ist seinen Mehrpreis wert, der den Kleinbäuer*innen und der Umwelt sowie sozialen Projekten zugutekommt.

Initiative „FÖM“ („Faire und ökologische Marktwirtschaft“): Fairness auch im konventionellen Handel

Die GEPA finanziert den Preiskampf der Lebensmittelketten nicht, sondern sieht die Wertevernichtung mit Blick auf die Kleinbäuer*innen mit großer Sorge. Die GEPA will gemeinsam mit anderen Akteuren, wie z.B. dem Forum Fairer Handel und Naturland, dieses System des Preiskampfes im Lebensmittelhandel verändern und hat deshalb vor ca. zwei Jahren die Initiative FÖM („Faire und ökologische Marktwirtschaft“) initiiert, ein informelles Netzwerk unterschiedlicher Akteure aus Verbänden und Unternehmen.



„Wir wollen nicht nur „Unfaire Handelspraktiken“ (UTP’s) bei Supermärkten abschaffen, sondern positiv „Fair Trade Practices“ (FTP’s) einführen“, so Dr. Peter Schaumberger. Dies ist ein langer Weg, aber Ziel ist, den Fairen Handel auch als Praxis in die Supermärkte zu tragen und in der ganzen Wertschöpfungskette fair zu handeln, vor allem natürlich gegenüber den Kleinbäuer*innen und Partner*innen im Globalen Süden, aber auch entlang der ganzen Wertschöpfungskette bis zur Endkonsument*in. Zwei der großen Supermarktketten haben die Absichtserklärung, sich am Leitbild der „Fairen und ökologischen Marktwirtschaft“ zu orientieren bereits unterzeichnet. „Nun sind wir gespannt auf die gemeinsame Umsetzung“, so Peter Freye, Vertriebsleiter Lebensmittelhandel bei der GEPA.

Wir glauben, dass die GEPA „das Richtige im falschen System tut“. Dieses System zu verändern, sind wir angetreten.

MARKETPLACE-APP »TOO GOOD TO GO«

*Aus Lebensmittelretter*innen werden Neukund*innen*

Die GEPA ist seit fast drei Jahren Anbieterin bei der App „Too Good To Go“ und hat in diesem Zeitraum über 5.000 Tüten mit im Preis reduzierten Lebensmitteln verkauft. Wie funktioniert das und ist dieser digitale Marktplatz auch für Weltläden interessant?

Die Marketplace-App gegen Nahrungsmittelverschwendung ist eine Erfolgsstory: in Dänemark gegründet ist sie heute in vielen europäischen Ländern und Nordamerika aktiv. Das junge Unternehmen www.toogoodtogo.com initiierte z.B. auch die Kampagne „Oft länger gut“ gegen MHD-Fixierung und Lebensmittelverschwendung im Alltag. Anbieter von Lebensmitteln sind Betriebe wie Bäckereien, Lebensmittelhändler, Supermärkte, Restaurants, Hotels, Großhändler und Hersteller. Sie bieten überzählige oder abgelaufene Ware als „Überraschungstüten“ zur Selbstabholung an. Bei der GEPA gibt es z.B. die „Gourmet-Tüte“ für 10 Euro, die Tüte „Bunte Mischung“ für 7 Euro und die „Schokoladen-Tüte“ für 5,50 Euro – mit wechselndem Inhalt und begrenzter Anzahl. Die Tüten werden bei Bedarf zusammengestellt (zurzeit ca. 150 Tüten pro Monat) und enthalten abgelaufene Artikel, Artikel mit sehr kurzem MHD oder überzählige Saisonware. Die Abgabe erfolgt dabei zu ca. einem Drittel des ursprünglichen Preises der Produkte. Der Anbieter der Lebensmittel zahlt eine Jahresgebühr (GEPA Store zurzeit 39 Euro) an Too Good To Go, für die Nutzer*innen ist die App kostenlos – sie bezahlen nur die über die App von ihnen gebuchten Lebensmittel.

Die Nutzer*innen der App können nach Lebensmittel oder Mahlzeiten in ihrer Nähe suchen und sie bei Interesse buchen und bezahlen. Die Ware muss dann in einem festgelegten Zeitfenster beim Anbieter abgeholt werden.

Die App ist eine Erfolgsstory und inzwischen über alle Altersgruppen hinweg bekannt. In Deutschland gibt es, nach eigenen Angaben, über 20.000 Anbieter und über 10 Millionen Nutzer*innen. Bei einigen Nutzer*innen steht das Sparen im Vordergrund, bei anderen die Idee, Lebensmittel zu retten, manche sind „Schnäppchenjäger“,

andere einfach neugierig. Die GEPA-Tüten sind sehr beliebt und immer schnell ausverkauft! Es kommen auch viele Menschen, die den GEPA-Store noch nicht kennen und für die der 10 % Einkaufsgutschein in der Tüte ein Anreiz ist sich dort umzuschauen.

Die im GEPA-Store zuständige Mitarbeiterin Cindy Claudia sagt dazu: „Bei der Abholung der Tüten schauen sich die Kunden normalerweise auch den GEPA-Store an und kaufen dann noch andere GEPA-Produkte und kommen künftig zum Einkaufen wieder. Ich finde die Idee von Too Good To Go sehr gut, weil wir gemeinsam Lebensmittel vor der Verschwendung retten können und somit einen Beitrag zum Schutz der Umwelt leisten.“

Die Marketplace-App ist auch für größere Weltläden interessant: Damit können Überbestände und Produkte mit problematischem MHD zur Gewinnung von Neukund*innen genutzt werden und gleichzeitig Lebensmittel gerettet werden.



Beispiel für Tüte

PROMOTION-MATERIALIEN IM 2. HALBJAHR 2023



Bio-Limos: fair & lecker

Seit Beginn des Sommers bewerben wir die beiden Bio-Limos Orange und Zitrone: Die Bio Limo Orange hat ein neues Etikett bekommen und das Plakat Limo Zitrone & Orange (Art. Nr. 8944875) wurde entsprechend aktualisiert. Neu sind zwei Flaschenanhänger für die Limos mit coolen Getränkerezepten mit Limo und Tee. Die Zitronenlimo wird mit Bio Ceylon Grüntee und die Orangenlimo mit dem Wellnesstee Lively zu zweifarbigen Getränken kombiniert. Eine gute Idee ist auch, den Kund*innen zur Limonade noch auch den passenden Tee anzubieten.

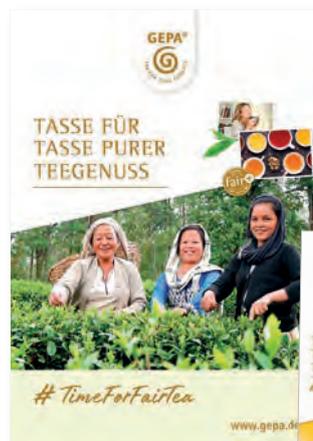


Flaschenanhänger Orangen-Limo
VPE 20 St.
Art. Nr. 8944902
Flaschenanhänger Zitronen-Limo
VPE 20 St.
Art. Nr. 8944901

Plakat Limo Zitrone & Orange DIN A1
VPE 2 Stück
Art. Nr. 8944875

Fairer Tee genuss – für alle Jahreszeiten

Im Herbst steht das GEPA-Tee-Sortiment im Fokus. Solange es heiß ist, bieten sich viele Teesorten auch für Eistees an (siehe auch Eistee-Rezepte S. 11) und wenn es kühler wird, wird der Tee wieder heiß getrunken. Immer noch lesenswert ist die umfangreiche Teebroschüre „Purer Tee genuss“ (Art. Nr. 8934844). Neu gestaltet wurden das Teeplakat und der Tischaufsteller und das Falblatt Tee „Tasse für Tasse purer Tee genuss“. Auch die Materialien von GEMEINSAM VERÄNDERN Motiv Tee lassen sich für die Bewerbung unserer Tees einsetzen.



Plakat Tee DIN A1
VPE 2 Stk.
Art. Nr. 8944898

Falblatt Tee
VPE 20 Stk.
Art. Nr. 8944888

Tischaufsteller Tee
VPE 20 Stk.
Art. Nr. 8944899

Faire Woche 2023 vom 15.-29.9. – Thema Klimagerechtigkeit

Im September zur Fairen Woche steht bei der GEPA das Faire Klima-Frühstück im Mittelpunkt (Infos und Materialien dazu siehe Beitrag S. 2/3). In allen vier Vertriebsbereichen gibt es dazu Aktionen und während der Fairen Woche wird die Aktion von GEPA, vor allem in Social Media, aktiv beworben. Für Weltläden und Weltgruppen gibt es im September übrigens auch einen Zusatzsatzrabatt von 5 % auf die Aktionsprodukte rund um das Thema Frühstück – mitmachen lohnt also „doppelt“!



Flyer Faires Klima-Frühstück 2023
VPE 20 Stk.
Art. Nr. 8944903



Poster Faires Klima-Frühstück 2023
VPE 1 Stk.
Art. Nr. 8944904

GEMEINSAM VERÄNDERN Motiv Kerzen

Themenschwerpunkt bei der Plakatkampagne GEMEINSAM VERÄNDERN ist im Herbst das GEPA-Kerzensortiment von Wax Industri aus Indonesien, denn faire Kerzen sind ein wichtiges Produkt im Weltladen und haben das ganze Jahr Saison!

Wie schon bei den sieben vorhergehenden Themen (u.a. Honig, Kakao & Kaffee) gibt es ein Poster DIN A1, für drinnen oder draußen, einen Aufsteller, der den Handelspartner und seine Erfolge darstellt und Bildmaterial zum Handelspartner (Share Pics für Instagram und Facebook). Das Poster kann kostenlos im Infomaterial-Shop bestellt werden, die anderen Materialien stehen in der Rubrik „Infos & Service“ zum Download zur Verfügung.

Neu ist auch ein schon bestücktes Kerzen-Display für Regal, Theke oder Aktionsfläche zur besseren Präsentation des Kerzen-Sortimentes (alle Infos dazu auf Seite 20).

Aufsteller DIN A4



Plakat GEMEINSAM VERÄNDERN
Motiv Kerzen DIN A1
VPE 2 St.
Art. Nr. 8844898

Share Pics / Social Media

WEITERE NEUE INFO- UND WERBEMATERIALIEN



Digitaler Handwerks-Katalog
Herbst / Winter 2023



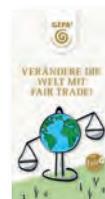
Aufsteller Handwerk
als Download,
unterschiedliche Motive



Plakat Faire
Weihnachtszeit
VPE 1 St.
Art. Nr. 8944878



Plakat Zeit für eine
Faire Kaffeepause
VPE 1 St.
Art. Nr. 8944905



Faltblatt Jugend:
Verändere die Welt
mit Fair Trade!
VPE 20 St.
Art. Nr. 8954895



Faltblatt GEPA:
Unsere Plus-Punkte!
VPE 20 St.
Art. Nr. 8903260

TIPP ZUR KUNDENBINDUNG: WÜNSCHE ERFÜLLEN!

Nachdem wir im vergangenen Jahr ein ausführliches Interview mit GEPA-Beraterin Dorothea Weber zum Thema Kundenbindung geführt hatten, wollen wir nun immer wieder mal hilfreiche Tipps und Anregungen zum Thema veröffentlichen. Wenn Ihr gute Tipps habt, die in diese Rubrik passen – immer her damit, wir freuen uns über neue Ideen aus dem Ladenalltag!

Kaum etwas überzeugt Kund*innen mehr als „VIP-Behandlung“: Wenn sie das Gefühl haben, dass sie etwas wirklich Besonderes sind. Dabei geht es nicht um Bevorzugung gegenüber anderen, sondern darum, dass jede und jeder so behandelt wird, wie er oder sie es sich wünschen würde. Wer im Restaurant

nach einem Gericht oder einer Variante fragt, die nicht auf der Speisekarte steht und die Antwort bekommt: „Das können wir für Sie machen, kein Problem!“, der wird sich sicher wohl fühlen.

So auch im Weltladen: Die Kundin, die den Schal gern in anderer Farbe bestellen möchte oder zum Anprobieren ihr Lieblingskleid mit nach Hause nehmen möchte, oder der Kunde, der statt des Sets von vier Tassen mit Untertasse nur zwei benötigt – sie alle freuen sich, wenn der Weltladen die Mühe nicht scheut, ihre Wünsche zu erfüllen.

Bei diesem „Sonderwuschkonzert“ darf es durchaus auch mal Einschränkungen oder Zusatzkosten geben. Dass etwa eine Auflösung des Tassensets mit einem etwas höheren Preis als für 50 % der Menge einhergeht,

werden die meisten Kunden verstehen und gern akzeptieren. Und dass Zusatzleistungen mit zusätzlichen Kosten verbunden sein können, dürfte leicht nachvollziehbar sein.

Wenn die Grenze erreicht ist, aber eine Erfüllung von Sonderwünschen nicht mehr möglich ist, dann empfiehlt es sich, auch das offen und klar zu kommunizieren, am besten mit einer Begründung.

Also immer ans Lieblingsrestaurant denken: Das Schnitzel mit Bratkartoffeln statt mit Pommes und statt Salat lieber etwas Gemüse? Machen wir, selbstverständlich gerne!



MUT ZUR VERÄNDERUNG LOHNT SICH: UMZUG UND NEUE EINRICHTUNG

Der Weltladen Königsbrunn gehört seit über 40 Jahren zur bayrisch-schwäbischen Fair-Handels-Landschaft. Und Gerlinde Ostermeier gehört zu denen, die seit vielen Jahren dafür gearbeitet haben. Wir haben mit ihr über die positiven Veränderungen im Weltladen Königsbrunn gesprochen.

GEPA AKTUELL: Hallo Gerlinde, im vergangenen Jahr hat sich für euch ja viel verändert: Ihr habt ein neues Ladenlokal bezogen und so einen ganz neuen Weltladen geschaffen. Erzähl uns doch bitte mal, wie es dazu kam.

Gerlinde Ostermeier: Das ist eigentlich eine sehr lange Geschichte – viel zu lang! (lacht) Ganz knapp gesagt: Im Jahr 2006 haben wir unseren damaligen Weltladen mit großem Aufwand umgebaut nach dem Konzept „Weltladen 2006“. Das war ein großer Schritt nach vorn und hat uns sehr geholfen. Aber seit vierzehn Jahren hieß es immer wieder, dass das Gebäude, in dem der Laden sich befand, abgerissen werden würde. Immer wieder gab's Termindruck für einen Auszug, immer wieder wurden uns neue Optionen angeboten, die dann doch nicht zustande kamen. Wir waren dann der Meinung: Uns gefällt es hier und wir ziehen erst aus, wenn der Bagger vor der Tür steht. Am Ende war es dann Sommer 2021, als wir uns wieder ein mögliches neues Ladenlokal anschauen konnten – das war der sechste Vorschlag, den wir erhalten haben! Wegen der Pandemie und diverser anderer Gründe hat es dann aber noch bis Dezember gedauert, bis wir den Mietvertrag unterschreiben konnten – und dann nochmal bis ins Frühjahr 2022 und der Neu-Eröffnung.

GEPA AKTUELL: Klingt nach einer nicht ganz einfachen Entscheidung – berichte doch mal von den Diskussionen in eurer Gruppe.

GO: Erstmals gab es schon eine Menge externe Hindernisse, bis wir dieses Ladenlokal überhaupt bekommen konnten. Aber dann haben wir tatsächlich auch intensiv diskutiert und uns die Entscheidung nicht leicht gemacht. Wir hatten Angst, uns mit einem solchen Umzug zu überfordern – wie viele Weltläden haben wir ein nicht mehr ganz junges Team und man denkt natürlich drüber nach, wie lange wir so ein Projekt noch begleiten können und wollen. Daneben hatten wir schon auch Respekt vor der wirtschaftlichen Verantwortung. Der Standort ist etwas besser als der alte – aber die Miete ist auch



»Wir hatten die Wahl: Ganz oder gar nicht. Wir haben uns für »Ganz« entschieden und sind heute sehr froh darüber.«

Gerlinde Ostermeier, WL Königsbrunn

viel höher. Ein langer aufwendiger Entscheidungsprozess, da dies ja alle Mitarbeiter*innen mittragen sollen. Letzten Endes war es die Entscheidung „Wachsen oder Weichen“, also: Entweder wir machen das, oder wir hören komplett auf. Wobei ich ja eher formulieren würde: „Ganz oder gar nicht – und dann lieber ganz!“

GEPA AKTUELL: Habt ihr eine Planungsrechnung gemacht, bevor ihr die Entscheidung getroffen habt?

GO: Nicht nur davor – eigentlich dauernd! Zuerst war die Frage, wieviel uns die 30 qm mehr Fläche bringen können an Umsatz. Oder auch ausgeweitete Öffnungszeiten, die für ein modernes Geschäft total wichtig sind. Mit der Hilfe von Bede Godwyll haben wir versucht, diese Aspekte zu quantifizieren. Aber richtig wichtig wurde er dann bei der Frage der Regale ...

GEPA AKTUELL: Wie meinst Du das?

GO: Na, aus Kostengründen gab es in der Ladengruppe natürlich Stimmen, die meinten, wir sollten die Regale aus dem alten Laden behalten und mitnehmen. Ist ja ein gutes

Argument – aber wie gesagt: ganz oder gar nicht ... Und wir hatten ja schon 2022, also mehr als 16 Jahre nach der Entwicklung von „Weltladen 2006“. Bede Godwyll hat uns letzten Endes davon überzeugt, dass neue Regale, Farbe und Beleuchtung einfach sinnvoll sind, wenn wir das erreichen wollen, was mit dem neuen Laden möglich schien. Und nach der Neueinrichtung haben wir alle gespürt, wie wichtig das war: „Wow!“ – dieser Effekt wurde erreicht. Nicht nur die vielen ganz neuen Kunden waren begeistert – uns selbst ging's ja genauso. Und das sollte man auch nicht unterschätzen, weil es neue Motivation vermittelt, wenn die Aktiven den Laden selbst auch toll finden!

GEPA AKTUELL: Soweit wir wissen, gab es aber noch andere Unterstützung in Sachen Einrichtung, oder?

GO: Ja, und zwar ganz unterschiedlicher Art. Vom pensionierten Handwerker, der sich einige maßgefertigte Einrichtungsdetails ausgedacht und gebaut hat, bis zum Sponsoring einer Küche, die wir von einem bekannten Möbelhaus statt für 3.000 € für 640 € bekommen haben. Dann wurde sie geliefert – und wir brauchten auf einmal jemanden, der sowas montieren kann. Aber immer, wenn ein Problem auftrat, hat sich wundersamer Weise eine neue Tür geöffnet und es ging am Ende alles gut! Die Finanzierung ist heftig und nicht alles ist gleich möglich aber dabei geholfen haben uns die Fairhandels-Firmen, die Stadt Königsbrunn, die Banken und (sehr zu empfehlen!) eine „Crowdfunding“-Aktion.

GEPA AKTUELL: Ihr habt jetzt ein gutes Jahr im neuen Laden hinter euch. Wie sind die Erfahrungen?

GO: Erstmals muss ich noch sagen: Wir haben es geschafft, die ganze Aktion von Umbau über Einrichtung bis Neueröffnung mit nur zwei Wochen Schließung zu schaffen. Das war unglaublich stressig, aber für die Umsätze natürlich Gold wert! Und auch allgemein muss ich wirklich sagen: Es hat sich gelohnt! Wir haben einen zum Laden gehörenden



Hell, übersichtlich, geräumig: Die Einrichtung des Weltladens folgt dem bewährten Konzept von der Firma „wiederverwandt“



Übersichtlich zusammengefasst das Textil-, Bad- und Taschen-Sortiment

Büroraum aus Kostengründen an das Mehr- generationenbüro der Stadt untervermietet, was uns etwas entlastet. Wir haben viele, viele neue Kunden gewonnen und auch vier neue Mitarbeiterinnen, wirklich tolle, enga- gierte Frauen, die wunderbar in unser Team passen. Wir haben bis auf den Montag ganz normale Öffnungszeiten von 10 bis 18 Uhr und die Umsätze sind um rund 38 % gestie- gen. Aber das ist noch nicht das Limit, unser angestrebtes Ziel liegt nochmal 20.000 bis 30.000 € höher, damit wir keine schlaflosen Nächte bekommen. Und ich glaube, dass wir das schaffen!

GEPA AKTUELL: Das klingt wirklich super. Was, würdest Du sagen, waren die Schlüssel zu diesem Erfolg?

GO: Die großen Entscheidungen. Sich zu trauen, in den größeren Laden am besseren Standort zu wechseln. Sich zu trauen, die Investition in neue Regale von „wieder- verwandt“ und auch in das Beleuchtungs- konzept zu tätigen. Eben das „Ganz oder gar nicht“ – beziehungsweise das „Ganz“! Und da muss ich echt sagen, ohne die Beratung, die kontinuierliche Begleitung und auch das Mutmachen von den GEPA-Beratern Bede Godwyll und Christine Weiner hätten wir das nicht geschafft. **Großes Danke an die GEPA!**

GEPA AKTUELL: Danke Dir! Vielleicht zum Abschluss noch kurz: Was wünschst Du euch für die Zukunft?

GO: Eine Kundengesprächs-Schulung von der GEPA für uns alle! (lacht)

Weltladen Königsbrunn

Bürgermeister-Wohlfarth-Str. 97
86343 Königsbrunn
weltladen.koenigsbrunn@t-online.de



Nach langer Wartezeit ein großes Ereignis: Neueröffnung des Weltladens in Königsbrunn



Wichtig für jeden Weltladen:
Kreative Ideen für das Schaufenster

Wenig Geld von vielen ist viel Geld: Crowdfunding

Crowdfunding ist eine beliebte Finanzierungsmethode für soziale Projekte, aber auch für Startups geworden. Der Grundgedanke: Wenn viele Unterstützer jeweils kleine Beträge zur Verfügung stellen, kommt eine große Summe leichter zusammen als wenn man auf den einen Großspender wartet. Fürs Crowdfunding gibt es sehr hilfreiche Portale im Internet, auf denen man seinen Aufruf platzieren kann. Ausgestalten kann man das ganz unterschiedlich: Meist verbindet man die Spende mit einer mehr oder weniger kleinen Gegenleistung, wobei die Palette von einer Danke-Urkunde oder einer namentlichen Erwähnung bis zu bestimmten, evtl. sogar limitierten Produkten bestehen kann. Die meisten „Crowdfunding“-Projekte denken sich hierfür eine gestaffelte Reihe an Gegenleistungen aus, kleinere für kleine Spenden, größere für größere Spenden. Die Portale wickeln die Zahlungen ab (empfehlenswert auch wegen der Rechtssicherheit und dem Hackerschutz) und man kann dort gut nachvollziehen, wie weit das eigene Projekt noch vom Finanzierungsziel entfernt ist.

NACHHALTIG TAGEN: AUSZEICHNUNG FÜR VCH EVANGELISCHE TAGUNGSSTÄTTE HOFGEISMAR



Auch im Gastgewerbe nehmen Umwelt- und Klimaschutz stetig an Bedeutung zu. Das hat auch der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband DEHOGA erkannt und vergibt jährlich seine "Umweltcheck" Auszeichnungen für besonders nachhaltige Betriebe. Einer der Prämierten in diesem Jahr ist ein langjähriger GEPA-Kunde: die Evangelische Tagungsstätte Hofgeismar. Im Interview erzählt uns ihr Geschäftsführer Thomas Pape, welche Bedeutung dieser Nachweis für seinen Betrieb hat und welche Rolle die GEPA dabei gespielt hat.



Was bedeutet der DEHOGA-Umweltcheck für Ihr Tagungshaus?

Der DEHOGA Umweltcheck bedeutet einen echten Mehrwert für unser Tagungsgeschäft und unsere täglichen Bemühungen, den Betrieb nachhaltiger zu bewirtschaften. Er ist außerdem ein klares Statement an unsere Gäste, dass wir ökologische Nachhaltigkeit auch leben. Darüber hinaus machen immer mehr Kunden eine umweltbewusste Betriebsführung zum Buchungskriterium.

Warum haben Sie die Zertifizierung angestrebt?

Als größte Tagungseinrichtung in Trägerschaft der Evangelischen Kirche von Kurhessen-Waldeck sind wir uns unserer Verantwortung gegenüber unserer Umwelt mit Blick auf Nachhaltigkeit mehr als bewusst. Somit war es nur naheliegend, unser nachhaltiges und umweltbewusstes Handeln auch in Zahlen zu überprüfen und zu dokumentieren, um auch weiterhin unsere CO2-Bilanz kontinuierlich zu verbessern.



Der DEHOGA Umweltcheck erfolgt auf Grundlage der Auswertung ausgewählter Umweltkennzahlen aus vier Bereichen:

- Energieverbrauch
- Wasserverbrauch
- Abfallaufkommen / Restmüll
- Lebensmittel (z.B. regional, fair gehandelt, bio)

Für jede der vier Kategorien sind differenzierte Grenzwerte und Anforderungen für die Auszeichnungsstufen Bronze, Silber und Gold festgelegt. Dabei werden die individuellen Besonderheiten der Betriebe umfassend berücksichtigt. Quelle: DEHOGA

Welche Rolle hat die GEPA bei der Zertifizierung gespielt und was hat Sie anfangs überzeugt, GEPA-Kunde zu werden?

Die GEPA und unser Ansprechpartner Herr Garcia haben einen entscheidenden Beitrag zur Erfüllung des DEHOGA Umweltchecks geleistet. Wir schätzen dabei nicht nur die hohe Qualität und Vielfalt der Produkte, sondern auch die kompetente Beratung sowie faire und transparente Preisgestaltung bei der GEPA. Auch die Tatsache, dass die Produzent*innen im Globalen Süden und ihre Familien von ihrer Arbeit leben können, hat uns überzeugt GEPA-Kunde zu werden. Eine Maximierung des Profits steht nicht an erster Stelle, sondern Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit.

Wie kommt es bei Ihren Gästen an, dass Sie fair gehandelten Kaffee anbieten?

Der Großteil unserer Gäste ist begeistert, gerade die Mitmenschen aus dem kirchlichen Umfeld freuen sich über unseren konsequenten Einsatz von GEPA-Produkten. Schließlich lagen bei der Gründung der GEPA vor 48 Jahren ihre Wurzeln bei der Kirche. Aber auch bei nicht-kirchlichen Gästen ist über die Jahre ein Umdenken erfolgt. Fair Trade und Bio werden auch hier immer mehr eingefordert.

Das bietet der GEPA Außer-Haus-Service:

- Einzigartige Auswahl an fairen Kaffees in Gastronomiequalität, speziell auf die Bedürfnisse von Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung abgestimmt
- Erstklassige Auswahl an fairen Ergänzungsprodukten
- Schnelle und unkomplizierte Beratung – vor Ort oder am Telefon
- Röstfrische Lieferung frei Haus
- Beratung bei der Anschaffung von Kaffeemaschinen
- Unterstützung bei Werbung und Öffentlichkeitsarbeit durch Flyer, Aufsteller und Displays
- Kaffeebar, café sí-Konzept
- Bewährte Kaffee-Klassiker und „Extras“
wie z. B. feine Bio Trinkschokoladen und große Auswahl an Tees
- Onlineshop exklusiv für AHS-Kunden: unverbindlich stöbern, unkompliziert nachbestellen oder Produktneuheiten kennenlernen

Unser kompetentes Team im Kundenservice berät gerne bei allen Anliegen. Ihr erreicht uns montags bis freitags von 08:00 bis 17:00 Uhr unter Telefon 0202 26683 320 oder schreibt uns eine Mail an: ahs@gepa.de

LANGJÄHRIGE HANDELSPARTNERSCHAFTEN 20 BIS 45 JAHRE!



45 Jahre sind eine ganz schön lange Zeit! Mit einigen Partnern arbeitet die GEPA schon fast schon von Anfang an zusammen. Was für eine lange Zeit, die uns zum Beispiel mit dem Kaffeepartner FEDECOCAGUA aus Guatemala und den Handwerkspartnern Saidpur aus Bangladesch und EMA aus Indien verbindet. Aber auch mit allen anderen GEPA-Partnern in der unten abgebildeten Übersicht verbinden uns Jahrzehnte intensiver Kooperation, wie zum Beispiel mit PREDA. Dazu haben wir dieses Jahr schon ein „Special“ auf unserer Webseite veröffentlicht. (Siehe Bilder rechts und QR-Code oben.)

Mit dem Kaffee-Partner FEDECOCAGUA besteht die Zusammenarbeit eigentlich sogar noch länger als es die GEPA gibt: Schon die Vorläuferorganisation der GEPA bezog von dort den berühmten "Indio-Kaffee". Und von Saidpur in Bangladesch haben wir die berühmten Jutesäcke erhalten. Also Gründe genug, um die Jubiläen zu begehen.

Die Jubilare unter den Handelspartnern der GEPA erhalten von uns aus diesem Anlass Urkunden zugesandt, verbunden mit einem Anschreiben der zuständigen Einkaufsmanager*in. Wenn Reisen wieder öfter möglich sind, können die Urkunden auch wieder persönlich vor Ort oder in Wuppertal übergeben werden.

Wir laden Euch ein, die langjährige Zusammenarbeit zum Thema in Eurer Weltladen-Arbeit zu machen – feiert die Zusammenarbeit mit unseren Partnern gemeinsam mit uns!



Partner	Land	Produkt	Partner seit	Jubiläum in 2023
ANAPQUI	Bolivien	Quinoa	1988	35 Jahre
ATPI	Philippinen	Vollrohrzucker Mascobado	1988	35 Jahre
EMA	Indien	Handwerk	1978	45 Jahre
FEDECOCAGUA	Guatemala	Kaffee	1978	45 Jahre
ISMAM	Mexiko	Kaffee	1993	30 Jahre
KCU	Tansania	Kaffee	1993	30 Jahre
La Sureñita	Honduras	Cashewnüsse	1988	35 Jahre
Navdanya	Indien	Reis	1998	25 Jahre
Norandino	Peru	Kaffee, Zucker	1993	30 Jahre
PREDA	Philippinen	Getrocknete Mangos	1983	40 Jahre
RAOS	Honduras	Kaffee	1998	25 Jahre
Saidpur	Bangladesch	Handwerk	1978	45 Jahre
Soppexcca	Nicaragua	Kaffee	1998	25 Jahre
Tzeltal Tzotzil	Mexiko	Honig	1998	25 Jahre
Wüstensand	Marokko	Handwerk	2003	20 Jahre



»MOASI« – EIN DESSERT VON DEN PHILIPPINEN



Ruth Fe Salditos hat uns dieses Rezept für den philippinischen Nachtisch mit Mascobado-Zucker zur Verfügung gestellt. Sie hat früher PFTC auf der Insel Panay geleitet und lebt inzwischen im Exil. Die Diät-Assistentin ist eine begeisterte Köchin und liebt neben ihren philippinischen Gerichten auch Rezepte aus der ganzen Welt, zu denen sie einen persönlichen Bezug hat.

Moasi (in der Sprache Ilongo oder "Palitaw" in der Sprache Tagalog) ist eine der beliebtesten Speisen, die am Feiertag Allerheiligen auf den Philippinen serviert werden. Ganz besonders beliebt ist Moasi auf der Insel Panay.

Zutaten

- 2 Tassen klebriges Reismehl
- 1 Tasse Wasser
- 1/4 Tasse Sesam-Samen
- 1 1/2 Tassen geraspelte frische Kokosnuss oder Kokosraspel
- 1/2 Tasse Mascobado Vollrohrzucker
- 1/2 Teelöffel Salz



Zubereitung

1. Mischt das Reismehl mit Salz und Wasser und formt daraus kleine Kugeln. Drückt die Kugeln platt und beginnt damit in der Mitte der Kugel. So entsteht ein Rand. Dann legt sie beiseite.
2. Bringt Wasser in einem großen Topf zum Kochen, gerade genug, um alle plattgedrückten Kugeln unterzubringen. Wenn das Wasser zu Kochen beginnt, die plattgedrückten Kugeln bitte in das Wasser legen. Wartet, bis sie oben schwimmen. Denn das ist das Zeichen dafür, dass sie aus dem Wasser genommen werden können.
3. Die gekochten kleinen Reisfladen unter kaltes Wasser halten, damit der Kochvorgang beendet wird. Und danach – wenn vorhanden – auf ein Bananen-Blatt oder auf eine Platte legen.
4. Anschließend auf kleiner Flamme die Sesam-Samen, rösten bis sie goldbraun sind.
5. Dann mischt einen Teil der gerösteten Sesam-Samen mit dem Mascobado-Vollrohrzucker. Am besten geht das in einem Mörser mit einem Stößel, damit sich beide Zutaten besonders gut mischen.
6. Die Reisfladen nacheinander mit frisch geriebener Kokosnuss oder Kokosraspeln, der Mascobado-Sesam-Mischung und den übrig gelassenen gerösteten Sesam-Samen bestreuen.
7. Serviert das Dessert mit Eurem Lieblings-Heißgetränk, wie Kaffee oder Tee, und genießt die typisch philippinische Spezialität Moasi!

Und wem dieses Rezept zu kompliziert sein sollte, der kann einfach süßen Reis nach philippinischer Art zubereiten: Reis mit Kokosmilch, anstelle von Wasser oder Milch, kochen und Mascobado darüber streuen. Frisches Obst dazu und fertig ist eine schnelle und leckere süße Mahlzeit!

Viele Rezepte mit fairen Rezepten findet Ihr unter www.gepa.de/service/rezepte.html

Impressum GEPA AKTUELL

V.i.S.d.P.: Jorge Inostroza, Vertriebsleiter
Weltläden und Weltgruppen
Kontakt: bettina.kasper@gepa.de

Gestaltung:
Stefani Konrad und Birgit Bassalay

GEPA - The Fair Trade Company
GEPA mbH, GEPA-Weg 1, 42327 Wuppertal
www.gepa.de

[www.facebook.com/
gepa.fairtradecompany](https://www.facebook.com/gepa.fairtradecompany)
www.instagram.com/gepafairtrade
www.twitter.com/GEPAFairTrade
[www.youtube.com/user/
GEPAFairerHandel](https://www.youtube.com/user/GEPAFairerHandel)



Für inhaltliche Fehler und eventuell daraus resultierende Schäden kann keine Haftung übernommen werden.

Druck: Druckerei Hitzegrad, Wuppertal
Gedruckt auf Circle Volume 100g / m²

Einem Teil der Ausgabe liegt das Faltblatt
Tee – Tasse für Tasse purer Teegenuss bei.

Abbildungen: Produkt- und Handwerksfotos GEPA - The Fair Trade Company, C. Schreer **Portrait- & Reportagefotos** S. 3 GEPA - The Fair Trade Company, A. Fischer, S. 4 M. Sommer (Steffen Weber), S. 2/3, 14/15, 20, 31, 32 Handelspartner, S. 6/7, 12/13, 20 C. Nusch, S. 8/9 Martinshof Bremen **Food- & Rezeptfotos** S. 2, 11, 32 GEPA - The Fair Trade Company, C. Schreer **weitere Abbildungen** S.3 Kampagnenmotiv Faire Woche, S. 28/29 WL Königsbrunn, S. 30 VCH Evangelische Tagungsstätte Hofgeismar

