

GAKTUELL

THEMEN

- 02 GEPA in Deutschland klimaneutral
- 04 Aktion Faires Klima - Frühstück
- 06 Rooibos: Tee und Klimawandel
- 10 Neu: Saisonprodukte für den Advent
- 12 Geschenksets – auch für Weihnachten
- 14 Neu: Handwerk für Herbst & Winter
- 17 Seifen- und Badzubehör-Displays
- 18 Nachgefragt: das GEPA-Zentrallager
- 22 Kundenbindung im Weltladen
- 27 Start Gutschein-System des WLDV



DIE GEPA IN DEUTSCHLAND IST „KLIMANEUTRAL“!

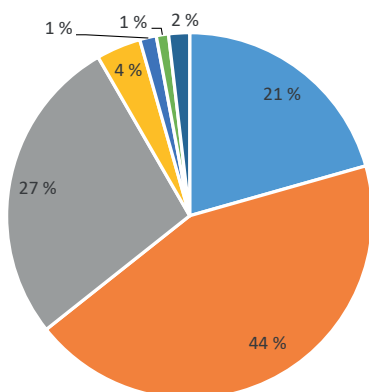
Klimaschutz ist eine gute Sache – aber zunächst mal ein sehr abstraktes Thema. Spannend wird es, wenn man mal genau hinschaut, womit man denn selbst als Person oder als Organisation das Klima belastet und wie stark diese Belastung ist. Das wird heute als „ökologischer Fußabdruck“ bezeichnet und mithilfe moderner Berechnungsmethoden lässt sich das auch für Firmen mittlerweile gut ermitteln.



Dazu hat die GEPA in 2021 viel gerechnet, und normalerweise hätten wir das natürlich mit den Zahlen vom Geschäftsjahr 2020 getan. Wir haben uns bei der Berechnung auf das Geschäftsjahr 2019 bezogen, da im Corona-Jahr 2020 vieles im Geschäftsverlauf unüblich war: Sehr viele Mitarbeiter*innen arbeiteten 2020 im Home Office, es gab keine Auslands- und kaum Inlands-Dienstreisen, Umsatz-Rückgänge hatten erhebliche Auswirkungen auf Transport und Versand. Kurz gesagt, wir hätten kein realistisches Bild eines GEPA-Geschäftsjahres abgebildet und damit keine angemessene Kompensation errechnet; eine Vergleichbarkeit bei späteren Berechnungen wäre nicht gegeben.

Was umfasst nun die Klimabilanz der „GEPA in Deutschland“?

Dazu gehören alle Aktivitäten von der Ankunft der Produkte oder Rohstoffe in Hamburg und Bremerhaven (und ein bisschen Rotterdam ist auch dabei, ca. 10 %), bis ins Regal bzw. ganz genau gesagt bis zur Anlieferung zum Weltladen, zum Supermarkt oder den Endkund*innen. Dies beinhaltet natürlich auch alle Aktivitäten am Standort in Wuppertal.



Bilanz GEPA Standort Wuppertal (in Tonnen)

Energie	316	Mobilität	420	Beschaffung IT	61
Wärmeenergie	304	Fuhrpark	239	Papier und Print	23
Strom	12	Dienstreisen	68	Website/Webshop	17
Logistik	672	Mitarbeitende	113	Sonstiges	28
Logistik LKW / Schiff	591				
Logistik Versand	81				

Kurz gesagt: Vom deutschen Hafen bis ins „Regal“!

NEU und zum ersten Mal haben wir dieses Mal auch alle unsere Verarbeiter einbezogen, das sind 31 Unternehmen, die für uns Rohstoffe oder Vorprodukte weiterverarbeiten. Genau gesagt sind es 32, jedoch sind die Werte unseres Honig-Verarbeiters bereits bei der Bilanzierung des Honig-Sortimentes eingeflossen.

» Wir freuen uns sehr, dass wir ab jetzt als GEPA zertifiziert klimaneutral sind – also vom Hafen in Deutschland bis ins Regal.«

Dr. Peter Schaumberger, Geschäftsführer Marke und Vertrieb

Das Gesamtergebnis sieht so aus:

Insgesamt verursachte die GEPA in Deutschland 2.890 Tonnen CO₂, davon entfielen 1.537 Tonnen auf den GEPA-Standort und die Inlands-Aktivitäten und 1.353 Tonnen auf die Verarbeiter.

Konkret entstehen folgende Emissionen im Bereich GEPA-CO₂-Fußabdruck Standort und Inlandstätigkeit (s. Abb.):

Die meisten Emissionen verursacht die Logistik (also der Gütertransport mit LKW und Schiff sowie der Versand), nämlich 672 Tonnen CO₂, das entspricht 44 % der gesamten Emissionen. An zweiter Stelle kommt die Mobilität, das sind der Fuhrpark, die Dienstreisen und die Mitarbeitenden-Mobilität, dies macht zusammen 420 Tonnen CO₂ und entspricht 27 % der Emissionen.

An dritter Stelle kommt die Energie für Wärme und Strom, die 316 Tonnen CO₂ verursachen, das entspricht 21 % der Emissionen. Die Beschaffung IT, Papier und Print, die Websites und Webshops, GEPA-interne Veranstaltungen und Beschaffung sowie externe Dienstleistungen machen zusammen



8 % der Emissionen aus. Zur Berechnung der Emissionen bei unseren Verarbeitern haben diese die notwendigen Zahlen anteilig für die GEPA-Verarbeitung innerhalb ihres Gesamtgeschäftes errechnet.

Wir bilanzieren Scope 1 bis 3!

Diese bisher in der Öffentlichkeit kaum bekannten Begriffe beschreiben den Rahmen und die Tiefe der Bilanzierung und bedeuten folgendes:

Scope 1 bezieht sich auf die direkten Emissionen: Quellen, die direkt im Besitz oder eigenen Geltungsbereich sind, z.B. der Fuhrpark und unser Blockheizkraftwerk.

Scope 2 bezieht sich auf indirekte Emissionen: die Nutzung von Energie, die wir einkaufen, z.B. Strom, Gas, Wärme, Kühlung.

Scope 3 bezieht sich ebenfalls auf indirekte Emissionen jenseits von Energie: Gütertransport, Versand, Dienstreisen, pendeln, Büromaterialien, IT, Verpackung, etc. Dies bezeichnet man auch als die vor- und nachgelagerte Wertschöpfungskette.

Es ist sehr wichtig zu wissen, dass die Bilanzierung der Scope 3-Emissionen optional, also freiwillig ist. Jedoch befinden sich hier die größten CO₂-Emittenten, z.B. Gütertransport und Versand, wie auch das Beispiel der GEPA zeigt. Daher ist aus unserer Sicht nur diese Gesamt-Bilanzierung sinnvoll und angemessen.

Um im „Dschungel“ der CO₂-Neutralität, die gerade überall propagiert wird, ein klares Bild zu erhalten, sollte es eigentlich verpflichtend sein, den Scope zu benennen, den man einbezogen hat. Auf die GEPA bezogen bedeutet das, wenn wir sagen, die GEPA ist klimaneutral, haben wir ALLE 3 Scopes einbezogen!

Die aktuelle CO₂-Bilanzierung haben wir mit der Klima-Kollekte erstellt, dem kirchlichen Kompensationsfonds, dem u. a. die GEPA-Gesellschafter MISEREOR, Brot für die Welt und das Kindermisereorwerk „Die Sternsinger“ angehören.



Wie arbeitet die Klima-Kollekte?

Die Klima-Kollekte führt gegen Gebühr CO₂-Bilanzierung von Unternehmen und Organisationen durch. Im Anschluss an die CO₂-Bilanzierung berät die Klima-Kollekte zu Reduktionsmöglichkeiten und Kompensation. Kooperationspartner, die ihre CO₂-Bilanz bereits kennen und Reduktionsmaßnahmen durchführten, können über die Klima-Kollekte unvermeidbar anfallende Treibhausgasemissionen kompensieren. Der Ausgleich erfolgt durch Klimaschutzprojekte kirchlicher Organisationen oder ihrer Partner*innen in Schwellen- und Entwicklungsländern und kostet 25 Euro pro Tonne, wobei der Großteil in die Projektarbeit fließt und nur 3 Euro bei der Geschäftsstelle der Klima-Kollekte für Administration verbleiben.

Weitere Informationen unter: www.klima-kollekte.de

Klimafreundliche Beleuchtung für Südindien

Wir kompensieren die Emissionen aus der CO₂-Bilanzierung über ein zertifiziertes Projekt der Klima Kollekte. Dabei geht es um die Beschaffung und Installation von Photovoltaik-Systemen in Dalit-Gemeinden im südlichen Indien (Dörfer des Distriktes Tumkur). Die Dalits oder Unberührbaren stehen am Ende der gesellschaftlichen Hierarchie in Indien und leben oft in separaten Dörfern außerhalb



Solarprojekt der Klimakollekte im südlichen Indien / Foto: Christoph Pueschner

des Hauptdorfes, u.a. ohne Stromanbindung. Als Lichtquelle dienen ihnen meist Kerosinlampen, die schädliche Dämpfe verbreiten, kostenintensiv sind und nur schwaches Licht verbreiten. Im Rahmen des Projektes werden 4.163 Photovoltaik-Systeme auf den Häusern der Familien installiert, jede Familie erhält eine tragbare und drei fest installierte LED-Lampen. Die klimafreundlichen Solarlampen vermeiden so die gesundheitsschädlichen Dämpfe, verbessern die Lichtqualität und Verfügbarkeit und sorgen für eine direkte Einsparung der CO₂-Emissionen. Besonders Frauen und junge Menschen werden in der Wartung und Reparatur der Lampen ausgebildet und erhalten damit ein eigenes Einkommen und eine berufliche Perspektive.

Klimagerechtigkeit ist mehr als „klimaneutral“

Bis hierhin haben wir nur über „Klimaneutralität“ gesprochen, also über die Berechnung und Kompensation von CO₂-Emissionen. Klimaneutralität ist jedoch nur ein Aspekt von Klimagerechtigkeit, hierbei geht es um die Kompensation von unvermeidbaren Emissionen. Noch wichtiger ist es, CO₂-Emissionen erst gar nicht entstehen zu lassen, also zu vermeiden, oder sie zu reduzieren. Über die verschiedenen Maßnahmen der GEPA hierzu haben wir bereits in einem früheren GEPA AKTUELL berichtet.

Wichtig für unseren Ansatz der Klimagerechtigkeit ist, dass wir eine ganzheitliche Sicht auf die Klimakrise haben und ihr auf verschiedenen Ebenen mit vielfältigen Aktivitäten begegnen wollen. Dazu gehören neben der Kompensation und dem Vermeiden und Reduzieren von CO₂-Emissionen die Klimaschutzprojekte mit unseren Handelspartnern im Globalen Süden, die Förderung des Bio-Anbaus und der Bio-Diversität, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit und die politische Lobby-Arbeit.

Klimaschutz und Fairer Handel gehören zusammen

Zuletzt konnten wir über unseren Handelspartner-Fonds unseren Honig-Handelspartner Tzeltal Tzotzil in Mexiko mit 5.000 € für ihr Aufforstungsprojekt unterstützen und unseren Kaffee-Handelspartner COSURCA in Kolumbien mit 5.000 € für den Aufbau einer Biodüngeranlage, Trainings zu Anpassungsmaßnahmen und einer Baumschule für Schattenbäume.

Unsere Hauptaussage zum Thema Klimawandel / Klimakrise war und ist: Fairer Handel ist Teil der Lösung, u.a. weil er Kleinproduzent*innen bei der Anpassung an die Klimakrise unterstützt, weil kleinbäuerliche und ökologische Landwirtschaft klimafreundlicher ist und weil faire Lieferketten eine größere Krisen-Resilienz haben.

GLEICH MORGENS – FAIR STARTEN! FAIRES KLIMA-FRÜHSTÜCK IN DER FAIREN WOCHEN

Schon am Morgen fair genießen und etwas fürs Klima tun: Die gemeinsame EFTA-Klimakampagne CLIMATE JUSTICE – LET'S DO IT FAIR aus dem letzten Jahr setzen wir passend zu unserem Schwerpunkt „Klimagerechtigkeit“ fort. Bei der GEPA dreht sich im Aktionszeitraum vom 16. bis 30. September zur bundesweiten Fairen Woche daher alles um ein „Faires Klima-Frühstück“ unter dem Motto: „GLEICH MORGENS – FAIR STARTEN!“



Neben bio-fairen klimafreundlichen Frühstückspunkten werden auch Textilien wie faire Pyjamas und Tischwäsche passend zum Frühstück und zum Textilschwerpunkt der Fairen Woche eingebunden. Selbst beim Frühstück im Bett kann man sich für Fairen Handel und Klimagerechtigkeit engagieren. Jede EFTA-Organisation hat für die Aktion ein besonderes Aktionsassortiment definiert, aus dessen Erlösen ein Teil in einen gemeinsamen Klimafonds für Projekte bei acht ausgewählten Handelspartnern fließt. Generelle Infos zur EFTA-Klimakampagne und zum Schwerpunkt Klimagerechtigkeit der GEPA findet Ihr unter: www.gepa.de/klimagerechtigkeit

Folgende GEPA-Partner werden durch die Aktion bei Klimaktivitäten unterstützt:

- **TPI in Indien** (Biotee):
Bau von Regenwasser-Auffang-Systemen
(s. auch Beitrag nächste Seite)
- **Tzeltal Tzotzil in Mexiko** (Bio-Honig):
Aufforstung mit Obstbäumen
- **ACPCU in Uganda** (Bio-Kaffee):
Bau energie-effizienter Kochöfen
- **Norandino in Peru** (Bio-Kakao, Bio-Rohrzucker, Bio-Kaffee):
Wiederaufforstung

Das GEPA-Aktionsassortiment umfasst Kaffee, Tee, Kakao, Honig, Brotaufstriche, Pyjamas, Socken und Tischwäsche. **5% des GEPA-Umsatzes dieser Warengruppen gehen im Aktionszeitraum in den erwähnten EFTA-Fonds.**



Materialien zur Aktion

Für die Aktion werden kostenlose Materialien zur Verfügung gestellt, siehe S. 26. Im Einzelnen gibt es ein Plakat (DIN A1), einen Tischaufsteller / Handzettel (DIN A5) zum Ausdrucken und einen Folder zur Aktion mit Infos zu Handelspartnern und Projekten, sowie eine Reihe an Share Pics für die Nutzung in den Social Media-Kanälen. Auch Dekobeispiele für die Aktionsprodukte wird es geben und als Aktionsidee eine Faire Frühstücks-Tüte.



Fotos: GEPA-The Fair Trade Company / C. Schreier

Aktion, Aktion, Aktion

Auf der neuen Wiederverkäuferwebseite www.gepa.de/wiederverkaeuer/weltlaeden-und-gruppen.html werden wir rechtzeitig vor der Aktion auch noch Anregungen für den Aktionszeitraum veröffentlichen. Die Frühstücksaktion wird von GEPA begleitet mit intensiver Social Media-Kommunikation unter dem Hashtag #FairesKlimaFrühstück – es lohnt sich also, diesen Hashtag auch bei den Aktionen Eures Weltladens zu verwenden. Rund um das „Faire Klima-Frühstück“ ist am 22.9.2022 (also in der Fairen Woche) ein PR-Event geplant – voraussichtlich als Livestream / Fototermin. Zudem soll es im Vorfeld der Klimakonferenz COP 27 (7. bis 18. November 2022) eine gemeinsame Presseaktion und / oder Petition der EFTA-Mitglieder geben.

Genauere Infos findet Ihr rechtzeitig im GEPA-Special unter: www.gepa.de/klimafruehstueck

Petition: Klimagerechtigkeit für alle!

Zur Fairen Woche startet die GEPA eine Petition an die EU. Die Forderung: Gerechtere Klimafinanzierung für Kleinproduzent*innen! Die Petition zum Unterzeichnen und wie ihr in eurem Laden darauf aufmerksam machen könnt, findet ihr ab September auf: www.gepa.de/klimapetition

TPI – NACHHALTIGKEIT IN DEN TEEGÄRTEN



Bei unserem sozial und ökologisch engagierten Teepartner TPI wird ein umfassendes Konzept in Sachen Nachhaltigkeit umgesetzt. In ihrem Newsletter hält uns Ashwini Sashidhar, die bei TPI für Nachhaltigkeit und Entwicklung zuständig ist, darüber auf dem Laufenden.

Wasserauffangbecken

In der aktuellen Ausgabe des Newsletters berichtet Ashwini Sashidhar über die Bedeutung der Wasserauffangbecken im Teegarten Putharjhora in Dooars. Er liegt am Fuße des westlichen Himalajas. Auch im Teeanbaugebiet Dooars kommt es in den letzten Jahren verstärkt zu einem Wechsel von Zeiten mit massiver Trockenheit und flutartigen Regenfällen. Durch die steigenden Temperaturen schmilzt zum Beispiel der Schnee im Himalaja früher, so dass die Teeproduzent*innen in den trockenen Sommermonaten nicht genug Wasser im Teegarten haben. In den Wasserauffangbecken, die im Teegarten Putharjhora gebaut werden, wird nicht nur Regenwasser für den trockenen Sommer gesammelt werden, sondern das Wasser kühlt in der heißen Jahreszeit auch die Temperatur im Teegarten.

Bei dem Bau der Becken wird übrigens auch darauf geachtet, dass möglichst wenig in die Natur eingegriffen wird. Mit den Wasserauffangbecken kann bei erneuten flutartigen Regenfällen Schaden von den Dörfern und dem Teegarten abgewandt werden. Der Bau der Wasserauffangbecken im Teegarten Putharjhora wird mit 5.000 Euro aus Mitteln des GEPA-Handelspartnerfonds unterstützt. Geplant ist eine weitere Unterstützung in ähnlicher Höhe durch den Klimafonds der European Fair Trade Association (EFTA). Das ist ein Pilotprojekt im Teegarten Putharjhora und soll in Zukunft auch in den anderen TPI-Teegärten umgesetzt werden.



Wasserauffangbecken im Teegarten Putharjhora

Solarenergie in der Teeverarbeitung

In den Wohnsiedlungen in den TPI-Teegärten wird schon lange auf Solarenergie gesetzt. Sowohl in die Wohnhäuser der Mitarbeiter*innen selbst als auch für das Straßenlicht in den Teegärten wird Solarenergie genutzt. Solarenergie ist für die Familie Mohan,



Solaranlage im Teegarten Chardwar

die Eigentümer der TPI-Teegärten, die Energieform der Zukunft. Bei der Herstellung von Tee wird bis jetzt noch überwiegend Energie verbraucht, die entweder durch die Verstromung von Kohle gewonnen wird oder mit Dieselgeneratoren bei Stromausfall. Doch das soll sich in Zukunft bei TPI ändern!

In der Teeanbauregion Assam ist die Sonnenscheindauer und somit das Potential für Solarenergie am größten. Daher hat TPI dort ein Pilotprojekt zum Betrieb einer Tee-Fabrik im Teegarten Chardwar mit Solarenergie gestartet. Chardwar ist neben Banaspaty der zweite TPI-Teegarten in Assam, von dem auch die GEPA Schwarztée erhält.

Zunächst hat eine darauf spezialisierte Firma ein Energie-Audit im Teegarten Chardwar durchgeführt. Dabei wurde der Energieaufwand bei der Verarbeitung der frischen Teeblätter und dem Verpacken analysiert. Das Ergebnis des Audits war, dass derzeit für ein Kilogramm Tee 3,5 Kilowattstunden Energie aus Kohle verwendet werden. Weitere 0,5 Kilowattstunden Energie aus Kohle werden pro Kilogramm Tee benötigt, um die verschiedenen Blatt-Grade auszusieben und den Tee anschließend zu verpacken.

Für die Teefabrik im Teegarten Chardwar wurden daraufhin Solarpaneele angeschafft, die die Fabrik mit Strom versorgen. Hier sollen praktische Erfahrungen gesammelt werden, die dann die Grundlage für die zukünftige Teeverarbeitung unter Nutzung von Solarenergie in allen anderen TPI-Teegärten in Darjeeling, Dooars und Assam sein sollen.

Der Traum der Teebäuer*innen ist es, dass alle ihre Teefabriken mit Solarenergie betrieben werden können, so Ashwini Sashidhar von TPI. Das wird in Darjeeling aufgrund der Höhe etwas schwieriger werden als in Assam. Aber sie hoffen auf weitere technische Entwicklungen und gehen davon aus, dass es in den nächsten Jahren überall möglich werden wird, die frischen Teeblätter unter Nutzung von Solarenergie zu verarbeiten. Ein weiterer Schritt zu einem nicht nur fairen, sondern auch klimagerechten Handel!

Fotos: GEPA-The Fair Trade Company / Anne Welsing

WORC: MIT ROOIBOS-TEE GEGEN DEN KLIMAWANDEL



Von unserem Partner WORC erhalten wir seit vielen Jahren Bio Rooibos aus den Cedar-Bergen in Südafrika. Der von WORC praktizierte Bio-Anbau bzw. die Wildsammlung ist die nachhaltigste Form der Rooibostee-Gewinnung, die das ökologische Gleichgewicht in den Cedar-Bergen schützt. Doch auch hier spüren die Menschen den Klimawandel sehr deutlich.

Die kargen Böden der Cedarberge und die geringen Niederschläge reichen den Pflanzen bisher aus. Doch unser Partner berichtete bei verschiedenen Gelegenheiten, dass auch sie vom Klimawandel betroffen sind.

„Wir konnten also den Effekt des Klimawandels mit den längeren, heißeren Sommern und dem geringeren Regenfall direkt beobachten und die Sorge, dass es mit dem Fortschreiten des Klimawandels auch bei uns zu heiß für den Tee wird, war groß.“

Barend Salomo, Leiter von WORC

Aus diesem Grund hatte sich die GEPA 2017 entschieden, einem Antrag von WORC auf eine zweijährige Beratung vor Ort durch ihren Handelspartnerfonds zu unterstützen. Die Beratung sollte helfen, die Anbaumethoden von Rooibos an den Klimawandel in den Cedar-Bergen anzupassen. Vor allem sollten die Böden vor dem Austrocknen geschützt werden.

Aufwendig, aber wirkungsvoll: Mischkultur

Eines der Ergebnisse der Beratung war, dass die Rooibos-Büsche in einer Mischkultur mit Weizen wachsen sollten.

„Eine neue Anbaumethode, die der Berater einbrachte, war, die einzelnen Reihen der Felder im Wechsel zu bestellen: eine Reihe Teebüsche, eine Reihe Weizen. Die Reihe mit Weizen lassen wir von den Schafen abweiden, die dabei die Erde düngen. Die Weizenreste verrotten auf dem Feld, so dass die Erde mit organischem Dünger versorgt wird. Nach fünf Jahren pflanzen wir dann die neuen Rooibos-Setzlinge in diesen Streifen. Wir verlieren dadurch zwar Anbaufläche für die aktuelle Rooibos-Produktion, aber da die Rooibos-Büsche bereits bei der ersten Ernte dank des natürlichen Düngers besonders gut tragen, gleicht sich das aus. Außerdem sind die jungen Pflanzen, wenn die alten Büsche nach sieben Jahren absterben, so weit, dass sie die erste Ernte tragen. So können wir immer Rooibos produzieren und stehen

nicht zwischendrin für zwei Jahre ohne Einkommen da. Außerdem versuchen wir, die Erde so wenig wie möglich zu stören, also nicht jedes Jahr zu pflügen, um die weiter unten liegende Schicht von Mikroorganismen nicht der Sonne auszusetzen“, erklärt Barend Salomo.

Experiment gelungen

Von dieser neuen Anbaumethode war zunächst nur Barend Salomo, langjähriger Leiter unseres Partners WORC überzeugt. Er stellte seine eigene Rooibostee-Fläche als Experimentierfeld zur Verfügung. Als sich die neuen Methoden bei ihm als erfolgreich erwiesen hatten, überzeugte dies auch die anderen WORC-Mitglieder und sie begannen auch damit, Weizen zwischen ihren Rooibos-Büschen anzubauen. Die Rooibos-Büsche sind heute deutlich höher, üppiger und grüner als anderswo. „Dank der Methoden, die uns der Berater beigebracht hat, fühlen wir uns gut für den Klimawandel gerüstet. Ohne sie wären wir jedoch stark betroffen“, betont Barend Salomo. Auf Anraten des Beraters hat WORC zudem einen Produktionsmanager für die Qualitätssicherung des Rooibostees eingestellt.

Die Umweltschutzmaßnahmen bleiben nicht ohne Auswirkung: So wurde der Bio-Rooibos-Tee von WORC und GEPA im April 2022 Testsieger bei Stiftung Warentest – ein weiterer Grund zur Freude für uns und natürlich besonders für unseren Partner!

Mehr zu WORC erfährt Ihr unter:

www.gepa.de/produzenten/partner/worc.html

www.gepa.de/gepa/menschen/reportagen/reportage-worc.html



Fotos: GEPA-The Fair Trade Company / C. Nusch

DEN OFEN ANHEIZEN UND NICHT DAS KLIMA

ENERGIEEFFIZIENTE ÖFEN IN TANSANIA

In der Region Kagera im Nord-Westen von Tansania, in der sich unser Kaffee-Handelspartner Kagera Coffee Union (KCU) befindet, leben etwa zwei Millionen Menschen. 90 % der Haushalte in der Region sind auf Feuerholz als Hauptenergiequelle für das Kochen angewiesen. Die offenen Feuerstellen haben nicht nur Waldrodung und starke Rauchemissionen zur Folge, die gesundheitsschädlich sind, sondern auch ein großer Teil des Einkommens wird für den Kauf von Holzkohle verwendet.



Fotos: Handelspartner KCU

Weniger Rauch, weniger Asche: effiziente Öfen

Um diesen negativen Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima entgegenzuwirken, unterstützt die GEPA seit 2018 das Projekt „Energieeffiziente Öfen“ bei ihrem Partner KCU. Diese energieeffizienten Öfen, die vor Ort mithilfe lokaler Materialien gefertigt werden, ersetzen die bisherigen, offenen Feuerstellen. Das verringert Emissionen, da weniger Holz zum Kochen genutzt wird und sorgt zusätzlich für einen Kochvorgang mit deutlich weniger Rauch und Asche. Ein weiterer Vorteil des Projekts ist, dass die Mitglieder von KCU, die die Öfen einsetzen, teils auch selbst an der Fertigung der Öfen beteiligt sind. Dadurch erhalten sie neben dem Verkauf der Kaffees an KCU ein zusätzliches Einkommen.

Initiiert wurde das Projekt bereits von KCU selbst, die GEPA und auch El Puente haben sich 2018 mit insgesamt 550 energieeffizienten Öfen an dem Projekt beteiligt. 430 von den Öfen wurden von der GEPA finanziert. Durch die 430 Öfen werden die Emissionen ausgeglichen, die pro Jahr durch den Schiffstransport des gesamten GEPA-Kaffee-Sortiments entstehen. Für die GEPA war und ist es sehr wichtig, dass die Kompensationszahlungen (über die Klimakollekte) in ein Projekt fließen, welches wir zusammen mit einem unserer Handelspartner realisieren können. Und es ist bemerkenswert, wie viele Emissionen CO₂ durch die Öfen eingespart werden können: Jeder energieeffiziente Ofen spart im Durchschnitt pro Jahr etwa zwei Tonnen CO₂ ein!



Noch mehr Öfen: #Choco4Change

Da wir von der Einsparung von CO₂-Emissionen durch die energieeffizienten Öfen sehr überzeugt sind, haben wir uns im Jahr 2020 dazu entschieden, weitere Öfen zu finanzieren. Dies tun wir seither im Rahmen unserer Klimaschutzkollekte #Choco4Change, durch deren Verkauf pro Tafel 20 Cent in zwei Klimaprojekte bei unseren Handelspartnern in Tansania und auf São Tomé fließen. Eines dieser Projekte ist

das Ofenprojekt von KCU. Für jede verkaufte Tafel wird das Ofenprojekt mit 14 Cent unterstützt. Da bereits über 100.000 #Choco4Change-Tafeln verkauft wurden, konnten schon weitere 400 Öfen gefertigt werden!

„Das Projekt fördert einerseits Maßnahmen zur Anpassung und Eindämmung des Klimawandels – ein brennendes globales Problem. Die Öfen selbst bieten beim Kochen viele Vorteile, sparen CO₂ und fördern unter anderem Gender-Gerechtigkeit. Das Projekt ist zudem eine weitere Einkommensquelle für unsere Mitglieder, die die Öfen herstellen. Außerdem ist es ein Zeichen für die gute Zusammenarbeit mit der GEPA.“ Josephat Sylvand, Exportmanager von KCU

Es ist wichtig, dass das Projekt und die gesteckten Ziele regelmäßig überprüft werden. Die Umweltbeauftragten von KCU stellen durch Besuche bei den Mitgliedern sicher, dass die Öfen richtig eingesetzt werden und noch funktionstüchtig sind. Denn nach einer Laufzeit von ca. vier Jahren müssen die Öfen ausgewechselt werden, da nach diesem Zeitraum nicht mehr die entsprechenden CO₂-Einsparungen erzielt werden.

Ende 2021 wurde das Projekt zudem von einem externen Berater überprüft. Dazu wurden einige Mitglieder von KCU vor Ort besucht und über den genauen Einsatz und den Zustand der Öfen befragt. Anschließend wurden die Ergebnisse ausgewertet und dem Team von KCU vorgestellt. Ein paar Verbesserungsvorschläge wurden gemacht, um den Einsatz der Öfen noch effizienter zu gestalten. Wir freuen uns, dass wir durch die Kooperation mit der Klimakollekte und KCU dazu beitragen können, einen Teil unserer unvermeidbaren CO₂ Emissionen auf sinnvolle Weise zu kompensieren!

ERFOLGREICH GESTARTET: BIO LIMO ZITRONE

Im letzten GEPA AKTUELL hatten wir sie schon angekündigt und seit Ende Mai ist sie verfügbar: Die neue Bio Limo Zitrone natürlich mit echtem Zitronensaft. Erfrischend spritziger Limo-Genuss – eine perfekte Mischung aus süß und sauer! Wie die Bio Limo Orange in 0,33 Longneck-Flaschen und in einer Pfandkiste mit 24 Flaschen (bitte bei der Bestellung die Mindestbestellmenge von zwei Kisten beachten).

Gut gekühlt der perfekte Sommergenuss für Zuhause, bei Festen und Veranstaltungen. Damit Ihr Eure Kund*innen auf die neue Limo Sorte aufmerksam machen könnt, gibt es im Infoshop ein Poster in Din A1 und einen Aufsteller zum Ausdrucken.



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe / Gewicht	UVP / Stück.	Inhalt je Kiste
8912011	Bio Limo Orange	0,33 l	1,29 €	24 Fl.
8912022	Bio Limo Zitrone	0,33 l	1,29 €	24 Fl.
8944875	Plakat Limo Zitrone & Orange	DIN A1 S/2	kostenlos	
	Aufsteller Limo Zitrone & Orange	DIN A4	zum Ausdrucken	

CHOCO-SESAMRIEGEL: BARRITA SESAMRIEGEL BEKOMMT IM OKTOBER LECKERE VERSTÄRKUNG

Der Barrita Sesamriegel ist ein beliebter Klassiker im GEPA Sortiment. Im Herbst gibt es eine neue Sorte, die unwiderstehlich lecker ist! Der Barrita Bio Choco-Sesamriegel enthält unter anderem Sesam, Rohrohrzucker und Bitterschokolade. Dieser neue Riegel ist ein idealer Pausensnack und findet bestimmt schnell Liebhaber*innen!

Der im Riegel enthaltene Bio-Rohrohrzucker stammt von der Kooperative Manduvirá aus Paraguay. Die 1.700 Mitglieder der Kooperative sind Kleinbäuer*innen und bauen überwiegend Zuckerrohr an. 2014 konnten sie, auch durch die Zusammenarbeit mit dem Fairen Handel, ihre eigene Zuckerrohrmühle bauen, durch die 200 neue Arbeitsplätze entstanden sind.

Besonderheiten auf einen Blick:

- ein schokoladig-herber Riegel mit nussigem Aroma für den kleinen Hunger zwischendurch
- angenehm milde Süße und leicht herb durch echte Bitterschokolade
- 100 % Bio mit fairem Bio Sesam aus Ägypten
- Unterstützung von Kleinbäuer*innen der Kooperative Manduvirá in Paraguay
- im praktischen Display-Karton für Regal und Theke



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe / Gewicht	UVP / Stück.	Inhalt je Karton
8919113	Barrita Bio Choco-Sesamriegel	20 g	0,49 €	45 St.

ÖFTER MAL WAS NEUES: MEIN LIEBLINGSTEE

Auch wenn jede/r den Spruch kennt, dass Probieren über Studieren geht – in unseren Trinkgewohnheiten sind wir oft eingefahren. Das gilt auch für die vielen leckeren GEPA-Produkte: Hat man mal einen Favoriten gefunden, dann neigt man dazu, nicht mehr viel anderes zu versuchen. Der neue Tee-Adventskalender bietet mit seinen zwölf verschiedenen Sorten eine gute Möglichkeit, neue Tee-Sorten zu testen.

Wir haben GEPA-Kolleg*innen gebeten, uns ihre Lieblingssorten daraus vorzustellen. Als Anregung zum eigenen Ausprobieren und als Idee zum Nachmachen: Welche Tees sind die Lieblingssorten in Eurem Weltladenteam? Verleiht doch den GEPA-Produkten in Eurem Regal auf diese Weise eine ganz persönliche Note – Eure Kund*innen werden es zu schätzen wissen! Und der oder die eine oder andere wird dadurch bestimmt angeregt, auch eine neue Sorte zu probieren!

1. Ingwer Zitronengras

Schärfe nach eigener Dosierung – dafür liebe ich den Ingwer Zitronengras Tee. Je nach Lust und Laune lasse ich meinen Beutel kürzer oder länger ziehen, um die von mir gewünschte Schärfe des Ingwers zu erhalten. Durch das Zitronengras hat der Aufguss dann immer noch eine frische Note – für mich der liebste Tee am Morgen im Thermobecher auf dem Weg zur Arbeit. Egal ob Sommer oder Winter, morgens ist es frisch und der Tee wärmt mich von innen. Alexandra Bleuel, GEPA Sortimentsmanagerin Tee

2. Chai Wellness Tee

Der Chai ist mein Feierabend-Getränk: Wenn ich aus dem Büro komme, ist es mir für eine Tasse Kaffee schon zu spät. Aber da Schwarztee nur halb so viel Koffein wie Kaffee enthält, ist eine Tasse Tee am Abend noch okay. Der Chai duftet wunderbar nach exotischen Gewürzen und hat, durch den in der Mischung enthaltenen schwarzen Pfeffer, eine leichte Schärfe. Ich trinke ihn wie in Indien üblich: gesüßt und mit einem Schuss Milch. Ein Tee, der die Sinne belebt. Bettina Kasper, GEPA Marketing-Assistentin

3. Rooibos Natur

Der Rooibos Tee erinnert mich immer wieder aufs Neue an einen tollen Urlaub in Südafrika. Er schmeckt rund und erdig und mir gefällt auch die kräftige rote Farbe in der Tasse. Der Tee ist super, weil ohne Koffein und aufputschende Wirkung, und er enthält viele gesunde Inhaltsstoffe wie Fluor, Vitamin C, Eisen, Zink und Mineralstoffe. Ich kann ihn mir zu jeder Tageszeit schmecken lassen und im Sommer ist er auch gekühlt als Eistee sehr lecker. Christine Weiner, GEPA-Beraterin

4. Power Wellness Tee

Der Power-Wellnesstee ist für mich eine der Kraftquellen in der Winterzeit. Ob frisch aufgebrüht im Büro oder auch bei Außendiensttouren aus der Thermoskanne: Der Tee wärmt und lässt die Sonne von innen heraus scheinen. Genau der richtige Tee, wenn es draußen dunkel ist. Ganz besonders gern genieße ich den Tee bei winterlichen Radtouren am Jahresanfang. Einen windgeschützten Platz suchen, heißen Tee in den Becher gießen und leicht abkühlen lassen. Dann ein Stück GEPA-Schokolade auf die Zunge legen, einen Schluck Tee dazu und schon hat man die beste flüssige Tee-Schokoladenmischung im Mund. Lecker, würzig und Energie spendend für die nächsten Kilometer auf dem Rad – unbedingt mal ausprobieren! Lutz Heiden, GEPA-Berater

5. Zimt Cacao Gewürztee

Ich liebe Tee und Kakao und dieser Tee vereint beides. Beim ersten Trinken des Zimt Cacao Gewürztees fand ich seinen Geschmack ungewöhnlich, aber nach kurzer Zeit ist der Tee zu einem meiner Lieblingstees geworden. Der Zimt rundet den Kakaogeschmack ab und der duftende und wärmende Tee erinnert mich an einen gemütlichen Winterabend. Duc Dung Nguyen, GEPA-Einkaufsmanagerin Tee

6. Bio Darjeeling Tee

Ich bin begeisterte Teetrinkerin. Wenn ich eine Tasse GEPA Darjeeling-Tee genieße, denke ich oft an meine erste Reise in dieses berühmte Teeanbaugebiet. Im TPI-Teegarten „Samabeong“ haben mein Kollege Karl Linnartz und ich 1993 das erste GEPA-Gemeinschaftszentrum eröffnet. Das war für mich der Beginn einer guten Zusammenarbeit mit unserem Partner TPI. Inzwischen ist mit Gautam Mohan für TPI verantwortlich. Das große soziale und ökologische Engagement ist unverändert. Der Teegarten „Samabeong“ ist für mich ein Sehnsuchtsort, den ich gerne einmal wieder besuchen möchte. Und um vor Ort zu sehen, was sich alles zum Positiven verändert hat in den zurückliegenden Jahren und eine Tasse Darjeeling-Tee zu genießen – am liebsten als frisch aufgebrühten Early-Morning-Tee. Claudia Grözingen, GEPA Informationsreferentin



NEUE SAISONPRODUKTE: TEE UND KAFFEE FÜR ADVENT UND WINTER

Die Saisonprodukte bekommen in diesem Jahr Verstärkung: einen Winterkaffee mit Gewürzen und einen Tee-Adventskalender mit unterschiedlichen Teebeutel-Teesorten. Attraktive und schön verpackte Produkte für Kaffee- und Tee-Trinker*innen in der Vorweihnachtszeit.

Neu: Winterkaffee

Eine feine Kaffeekeation aus aromatischem Bio-Arabica mit winterlichen Gewürzen. Ein wohliger Genuss besonders für kalte Wintertage und für die Zeit zwischen den Jahren. Die winterlichen Aromen der Gewürzmischung stehen im Vordergrund und verleihen dem Kaffee einen an Lebkuchen erinnernden Geschmack. Er ergibt sowohl in der French Press als auch in der Filtermaschine oder dem Handfilter einen sehr aromatischen und leckeren Kaffee.

Besonderheiten auf einen Blick:

- gemahlener Kaffee mit 5% Bio-Gewürzmischung (Nelken, Anis, Zimt, Kardamom, Fenchel und Ingwer)
- fairer Bio-Arabica aus den besten Höhenlagen und Anbauregionen Südamerikas
- mit Rohkaffees von Norandino / Peru und Asociación Chajulense / Guatemala
- Fair-Handelsanteil: 95%



Neu: Bio Tee-Adventskalender

Der etwas andere GEPA-Adventskalender mit zwölf unterschiedlichen Tee-Sorten. Fairer GEPA Kräuter-, Früchte-, Gewürz- und Rooibostee sowie Schwarz- und Grüntee machen diesen Tee-Adventskalender zu einem ganz besonderen Geschenk. Er hat aufgeklappt die Maße 71 x 33,5 cm und steckt in einer attraktiven Verpackung. Genießt jeden Tag eine aromatische Tasse GEPA-Tee und findet dabei Eure Liebessorte. Einige der enthaltenen Sorten werden im Beitrag „Öfter mal was Neues – mein Lieblings-tee“ auf der vorherigen Seite vorgestellt. Unser Teekalender wird von Menschen mit Behinderung in den Werkstätten der Evangelischen Stiftung HEPHATA in Mettmann zusammengestellt.

Besonderheiten auf einen Blick:

- Adventskalender zum Aufhängen, in einem Geschenkkarton verpackt
- 2 x 12 Teespezialitäten zum Ausprobieren und Genießen
- 100 % Bio-Tee – ohne Aromazusätze
- Zusammenarbeit mit mehreren Handelspartnern u.a. in Ägypten, Vietnam, Südafrika, Indien und Sri Lanka, und zusammengestellt in einer Werkstatt für Menschen mit Behinderungen
- Aromaschutzfolie für einen intensiven Geschmack, kompostierbare Teeküverts



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe / Gewicht	UVP / Stück.	Inhalt je Karton
8880904	Bio Tee Adventskalender	40,6 g	12,99 €	5
8900940	Bio Winterkaffee 250g gemahlen	250 g	8,99 €	12

WIE FEIERT MAN IN BURKINA FASO WEIHNACHTEN?

Diese Frage drängt sich auf, wenn man an den diesjährigen GEPA-Adventskalender und die Weihnachtsschokoladen denkt. Burkina Faso ist ein Land in Westafrika. Dort leben die Angehörigen verschiedener Religionen friedlich zusammen. So bringen zum Beispiel die Christ*innen ihren muslimischen Nachbar*innen an Weihnachten Essen vorbei und diese machen das an den islamischen Festtagen ebenso.

Weihnachten ist in Burkina Faso ein großes Familienfest, das am 25. Dezember gefeiert und bei dem viel getanzt, gesungen und gelacht wird. Vor vielen Häusern, in denen Christ*innen leben, bauen Kinder und Jugendliche kleine Weihnachtskrippen aus Lehmziegeln. Die Ziegel werden mithilfe kleiner Förmchen aus Lehm Boden geformt und an der Luft getrocknet. Anschließend wird die Krippe mit Lehm verputzt und auch bemalt oder beschrieben.

Weihnachten ist ein Gemeinschafts-Fest

Am 25. Dezember wird in den Familien gekocht. Jeder kocht das, was er hat oder kann. Gern wird eine Ziege oder ein Schaf zubereitet. Die Kinder gehen dann in der Nachbarschaft herum und verteilen das Festessen an die Nachbarn und an die Familienmitglieder, die im selben Ort wohnen. Die Kinder übermitteln später die Grüße von den Nachbarn und Familienmitgliedern an die teilweise noch kochenden Erwachsenen zu Hause. Die Erwachsenen und die Kinder gehen später umher und begrüßen die Mitglieder der anderen Haushalte, sitzen zusammen, reden und essen – zum Teil auch unter Bäumen auf Plätzen. An Weihnachten geht es jedenfalls sehr gesellig zu – ein Fest für Familie, Freunde und Bekannte.

Die Heilige Familie inmitten des gesellschaftlichen Lebens

Der Nachwuchskünstler Campaoré Abdoulaye aus Burkina Faso hat das Bild für den diesjährigen GEPA-Adventskalender gemalt. In seinem Bild begegnen wir der Heiligen Familie auf einem Platz

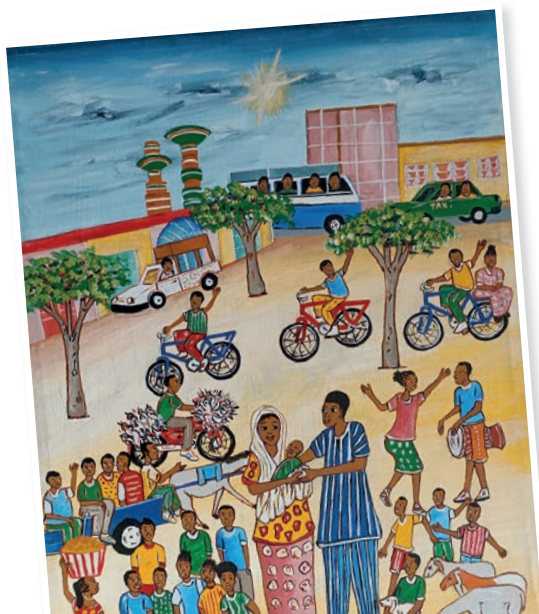
im Zentrum der Hauptstadt Ouagadougou. Dort präsentieren Maria und Josef spielenden Kindern stolz ihr Neugeborenes. Eine Frau bringt ein traditionelles Gericht aus Sorghum-Hirse und ein junges Paar tanzt und trommelt aus Freude über die Geburt Jesu. Rund um die Familie herum tost das Leben von Ouagadougou.

Campaoré Abdoulaye hat einen Malwettbewerb der Diözese Dédougou gewonnen, die mithilfe von MISEREOR junge Leute dabei unterstützt, sich zu treffen, kreativ zu arbeiten und sich gegen Gewalt unter Jugendlichen einzusetzen. Diese Jugendarbeit ist besonders wichtig in einer Gegend, in der die meisten jungen Leute keine guten wirtschaftlichen Perspektiven haben. Burkina Faso gehört zu den ärmsten Ländern Afrikas, ist aber reich an Literatur, Handwerk und Musik. An diesen Reichtum knüpft die soziale Arbeit des Bistums Dédougou an.

GEPA-Partner in Burkina Faso

Zusammen mit den diesjährigen GEPA-Adventskalendern könnt Ihr auch die getrockneten Mangos anbieten, die wir von unserem Partner UPROMABIO aus Burkina Faso erhalten. Mit dem Geld, dass die Mitglieder durch den Verkauf der Mangos verdienen, werden u.a. Schulgeld, Kleidung und Medikamente bezahlt. In einem Dorf wurde von unserem Partner der Bau einer Grundschule sowie die Ausstattung mit Schulmöbeln bezahlt.

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe / Gewicht	UVP / Stück	Inhalt je Karton
8911884	Bio Schoko Adventskalender	75 g	3,49 €	12 St.
8961808	Weihnachtsschokolade	40 g	0,99 €	20 St.
895180205	Weihnachts-Edition Bio Vollmilchschokolade	100 g	1,79 €	10 St.



GESCHENKSETS AUS FAIREM HANDEL: TÜTEN & KÖRBE PACKEN LOHNT SICH!

Lebensmittel aus Fairem Handel sind ein Geschenk, das immer gut ankommt: Egal ob für Geburtstag, Jubiläum, Weihnachten oder einfach als Dankeschön – essbare Geschenke mag jeder und jede! Und zum Jahresende machen viele Firmen, Einrichtungen und Behörden Kund*innen, Bewohner*innen oder Mitarbeiter*innen Geschenke – fair gehandelt machen sie doppelt Freude! Da viele Unternehmen und Behörden mittlerweile verstärkt auf die Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung achten, können Weltläden diese "Hochsaison" nutzen um Neukunden zu gewinnen.

Als Anregung für die Zusammenstellung von Geschenksets zeigen wir Beispiele für thematische Sets mit UVPs zwischen 12 Euro (Schokolade) und 40 Euro (Wein). Dabei handelt es sich um besonders erfolgreiche GEPA-Lebensmittel – Topseller nach Umsatz bzw. Absatz im Vertrieb Weltläden & Weltgruppen und beim Wein um unsere prämierten Rotweine. Mit diesen Themensets, mit jeweils fünf beliebten Produkten, trifft Ihr garantiert jeden Geschmack!

Fünf leckere Kombinationen für jeden Geschmack

„Faire Liebe – Bestseller zum Probieren“ ist das Einstiegerspaket mit GEPA-Klassikern. „Faire Pause – für unterwegs oder im Büro“ enthält To-Go-Produkte für den Energiekick zwischendurch. „Vegan – für Umwelt und Gesundheit“ enthält eine Auswahl veganer

Produkte. „Schokoladen-Liebhaber*innen“ enthält die beliebtesten Bio-Schokoladen-Sorten. Und das Weinset enthält mit Gold oder Silber prämierte GEPA Rotweine für Genießer*innen.

Ihr könnt auch eigene Sets kreieren: Wie wäre es z.B. mit den Lieblingsprodukten aus Eurem Weltladen? Oder einer Frühstückstüte zur Fairen Woche? Oder mit einem Geschenkkorb, der nur Produkte aus einem Land oder Kontinent enthält? Auch für die Verpackung gibt es viele Ideen, es müssen nicht immer vorgefertigten Geschenkverpackungen sein: Papiertüten, Gemüsenetze, Baumwoll-Taschen, Korbschalen oder kleine Bolgakörbe eignen sich – je nach Budget – auch als Geschenkverpackungen.



Set FAIRE LIEBE - Bestseller zum Probieren

6042010 Merida Orangensaft / 7740801 Mangos Preda
8950925 Kaffee Milde Mischung / 8880933 Bio Darjeeling
Schwarztee lose / 8911918 Bio Marmor Dinkel Knusperchen



Set FAIRE PAUSE - für unterwegs oder im Büro

6042005 Merida Orangensaft 3 x 0,2l / 8910853 Bio Cashews natur
8910852 Studentenfutter / 8811917 Bio Mascobado Lemon Herzen
8919112 Barrita Bio Sesamriegel, 5 Stk.



Set VEGAN - für Umwelt & Gesundheit

8961876 Choco4Change VEGAN / 8961857 Vegan Knusper Nuss
8911935 Bio Hafer Haselnuss Cookies / 8961838 Bio Cocoba Zartbitter
Schoko Creme / 8902004 Erdnusscreme Crunchy

Firmengeschenke aus Fairem Handel:

Beispiele vom Weltladen Schwäbisch Gmünd

„Ich wills fair!“ Das sagen immer mehr Organisationen, wenn wieder Geschenke zu überreichen sind. Denn ein Geschenk mit doppeltem Nutzen, das ist nicht selbstverständlich! Die Beschenkten freuen sich über die Aufmerksamkeit und das Wohlwollen, das ihnen entgegengebracht wird und die Kleinproduzent*innen im Globalen Süden können ihre Lebensgrundlage verbessern oder zumindest sichern. Diesem Ziel kommt der Weltladen Schwäbisch Gmünd mit kleineren und manchmal größeren Schritten näher. Hauptsächlich durch persönliche Ansprache und konsequentes Nachfragen hat sich der Weltladen einen nachhaltigen Abnehmerkreis aufgebaut, der aber stetig umworben werden muss.

Besonders in der Weihnachtszeit florieren die fairen Geschenkkörbe oder auch Geschenkboxen, etwa wenn eine Apotheke seit Jahren knapp zwanzig Geschenke ordert, die wir jährlich anders verpacken, so dass die Beschenkten auch die Körbe, Boxen, Geschenktüten usw. als Bereicherung empfinden. Die Geschenkboxen holen wir von einer Behinderteneinrichtung und tun auch hier doppelt Gutes. Ein Steuerberaterbüro kauft nicht nur regelmäßige Kaffee bei uns, sondern holt auch zu Weihnachten faire Geschenke. Der Freundeskreis des örtlichen Blindenheimes gibt zu ihren Gaben an die Heimbewohner immer ein Produkt aus dem Weltladen dazu, wofür wir aber die Arbeit mit dem Verpacken der ca. sechzig Geschenke übernehmen. Kirchengemeinden, „Fair zertifizierte“ Kirchengemeinden und die Münsterbauhütte sind Abnehmer von Geschenken oder Gutscheinen. Ein großer Gmünder Naturkosme-



Foto: Weltladen Schwäbisch-Gmünd

tikerhersteller segnete uns im Coronajahr mit 1.000 (!) Gutscheinen zu je 44 € als Weihnachtsgabe an ihre Mitarbeiter*innen. Und dann ist nach jahrelanger Überzeugungsarbeit die Stadtverwaltung immer mehr bereit, faire Geschenke zu machen: Wir packen vor jeder Bundestags- oder Landtagswahl für alle sieben Wahlbüros mit je acht Wahlhelfern eine Verköstigungstüte – immerhin für 560 Personen. Man braucht halt den langen Atem!

Gastbeitrag von Cordula Reichert

Vorsitzende Weltladen Schwäbisch Gmünd e.V.



Set Prämierte GEPA Rotweine

3502201 Bio SOLOMBRA Cabernet Sauvignon Bonarda Jahrgang 2020 Großes Gold / 1522206 Koopmanskloof Private Reserve Cabernet Sauvignon Merlot 2013 Silber / 1522203 Koopmanskloof Shiraz Jahrgang 2019 Gold / 3982209 Bio Lautaro Carmenère Jahrgang 2017 Gold / 3982208 Bio Lautaro Cabernet Sauvignon Jahrgang 2019 Silber



Set Schokoladen-Liebhaber*innen

8901858 Bio Zarte Bitter Orange 70% / 8901859 Bio Edelbitter 85% / 8951812 Bio Café Blanc / 8951809 Bio Espresso Caramel Vollmilch / 8951811 Bio Fleur de Sel Vollmilch





NEUE PRODUKTE IN NEUEN FARBEN: HANDWERK FÜR HERBST UND WINTER

Die Trendfarben bei der GEPA für die kommende Saison sind „Galapagosgrün“ und „Physalis“. Der vornehme Grünerton und das frische Orange werden zum Beispiel im Badezimmer mit viel Weiß kombiniert. Bei den Heimtextilien kommt noch „Oxfordblau“ mit ins Spiel. Und die maritime Farbkombination Dunkelblau, Tiefrot und Weiß findet Ihr zum Beispiel bei der Nachtwäsche für Kinder und Erwachsene. Freut Euch auf neue Produkte in neuen Farbkombinationen!



Körbe

Schöne neue Körbe aus Bangladesch und Vietnam eröffnen die Produktauswahl, die wir für Eure Kund*innen getroffen haben. Sie werden aus den Naturmaterialien wie Jute, Bambus und Hogla (Wasserhyazinthe) gefertigt und sind farblich eher zurückhaltend. Auf die Färbung wurde ganz bewusst weitgehend verzichtet, da das Naturmaterial im Vordergrund stehen sollte.

Kerzenleuchter

Neu im Sortiment sind auch Kerzenleuchter für zwei oder drei verschiedene Kerzengrößen, ebenso wie eine Kerzenschale für vier Tafelkerzen, die Ihr zum Beispiel zum Advent anbieten könnt. Natürlich kann die Schale das ganze Jahr über – je nach Jahreszeit – immer wieder anders dekoriert werden. Der Fantasie Eurer Kund*innen sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Neue Pyjamas

Unsere beliebten Bio-Pyjamas und -Nachthemden, die in Indien gefertigt werden, sind im Herbst / Winter 2022 in den maritimen Farben Oxfordblau, Rot und Weiß im Angebot. Die Muster haben wir speziell für unsere hiesigen Kund*innen ausgesucht. Passend zur kühleren Jahreszeit ist die Nachtwäsche überwiegend aus Bio-Interlock-Jersey gefertigt worden.

Interlock-Jersey

ist eine Technik, bei der die Fäden nicht verwebt, sondern gewirkt werden, wozu man auch eigens eine besondere Maschine benötigt. Dadurch werden zwei Stofflagen miteinander verbunden, der Stoff bekommt so eine doppelte Anzahl an Fasern. Das macht ihn sowohl besonders weich und geschmeidig, aber auch besonders strapazierfähig. Für Nachtwäsche ist das perfekt: Interlock-Jersey ist angenehm weich und kuschelig warm, verzieht sich aber auch bei häufigem Waschen nicht.



Kindersocken

Da unsere Kindersocken von den Kund*innen so gut angenommen worden sind, bieten wir sie Euch jetzt mit den neuen Motiven „Leopard“, „Affen“ und „Füchse“ an. Bestimmt werden auch diese neuen Tiere Groß und Klein begeistern!



Duftnoten im Zweiklang: neue Seifen

Neue Handseifen aus Thailand ergänzen unser pflegendes Seifensortiment aus Pflanzenölen. So vereint die Handseife „Anong“ – wie oben zu sehen – zwei Seifen in einem Seifenstück, und zwar die Duftnoten Kürbis, Hanf, Orange und Ylang-Ylang, Ceylon-Zimt. Die Handseife „Tikky“ besteht ebenfalls aus zwei verschiedenen Duftmischungen in einem Stück und zwar in den Duftnoten: Bergamotte-Öl (bekannt als „Earl Grey“ beim Tee) und grüner Tee.



Neben den einzeln verpackten Seifen „Tikky“ und „Anong“ bieten wir Euch auch zehn unverpackte Seifen in einem Karton an. Es sind die Seifen „Praphat“ und „Conthicha“ von SOAP-n-SCENT in Thailand, die Ihr einzeln oder stückweise an Eure Kund*innen im Laden verkaufen könnt, die auf eine Einzelverpackung verzichten möchten.



Seifendose

Für unterwegs haben wir eine Edelstahl-dose mit liebevoller maritimer Bemalung neu im Sortiment, damit Eure Kund*innen die GEPA-Seifen auch gut auf Reisen mitnehmen können.

Um Euren Kund*innen das gesamte GEPA-Seifensortiment ansprechend präsentieren zu können, bietet Euch die GEPA ein Seifen-Display an. Mehr dazu auf der folgenden Seite.

Alle neuen Handwerksprodukte für Herbst und Winter findet Ihr im neuen digitalen Handwerkskatalog und im Handwerk-Shop unter: <https://wug.gepa-shop.de/handwerk-shop.html>

Lieferungen in Zeiten von COVID19

Wir müssen leider immer noch mit Lieferschwierigkeiten bei einzelnen Partnern rechnen. Vor allem wegen gestiegener Transportkosten ist im Handwerksbereich auch mit kurzfristigen Preiserhöhungen zu rechnen – wir bitten weiterhin um Euer Verständnis!

GUT PRÄSENTIERT: NEUE DISPLAYS FÜR SEIFEN UND SEIFENZUBEHÖR

Wer im Badezimmer Plastik sparen will, kommt um feste Körperseifen, Handseifen, Haarseifen und Duschseifen nicht herum! Seife aus natürlichen Inhaltsstoffen wird bereits seit Jahrtausenden zur täglichen Hygiene eingesetzt. Neue innovative Entwicklungen wie Haarseifen, mit natürlichen, individuell auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Haare abgestimmten Inhaltsstoffen, wurden hingegen erst in den letzten Jahren wiederentdeckt. Mittlerweile wurde aus einem Trend ein etabliertes Produktsegment in der Körperpflege – nicht zuletzt aufgrund der Pluspunkte in Sachen Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit!



Plastikfrei leben (oder zumindest: den Verbrauch an Plastik so weit wie möglich zu verringern) ist heute ein Teil des Lebensstils ganzer Generationen. Sie wollen die Unmengen an Plastikmüll von Flüssigseife, Duschgel, Shampoo und Spülung im Badezimmer nicht länger hinnehmen.

Der Wunsch der Verbraucher*innen nach natürlichen, umweltfreundlichen oder veganen Produkten zeigt sich auch an der guten Entwicklung der GEPA Dusch- und Haarseifen „Aranya“, „Fahsai“, „Kamon“ und „Kanyanat“, welche sich aus dem Stand zu Top-Sellern im Seifensortiment entwickelt haben und zu neuen Produktentwicklungen in diesem Segment angeregt haben. Die GEPA-Kollektion „Plastikfrei“ wird im nächsten Jahr im Bereich Badezimmer mit neuen Rasierseifen fortgeführt. Und: Mit drei festen Spülseifen in den Varianten Zitrone & Orange, Eukalyptus & Pfefferminz

und einer unparfümierten Variante bringen wir diese nachhaltige Sauberkeit auch in die Küche!

Wir werden gemeinsam mit unserem Handelspartner – der thailändischen Seifenmanufaktur SOAP-n-SCENT – auch weiterhin an innovativen und spannenden neuen Produkten arbeiten, um das Bedürfnis nach natürlichen, nachhaltigen und besonders ergiebigen Produkten zu erfüllen.

Um diese positive Entwicklung rund um plastikfreie Pflegeprodukte für Kund*innen im Weltladen besser erlebbar und als Sortiment sichtbar zu machen, wurden in Zusammenarbeit mit der Firma Werkhaus jeweils ein Seifendisplay und ein Display für Seifenzubehör aus MDF (Holzfaserplatten) für eine attraktive Präsentation entwickelt. Sie sollen Weltläden bei einer ganzheitlichen Sortiments- und Produkt-

präsentation von Seifen und Zubehör, wie Massagekugeln, Seifenschalen, Seifensäckchen, Waschhandschuhen, Peelingbändern und Peelingkissen unterstützen.

Die Displays werden im September verfügbar sein. Sie werden auf regionalen Hausmessen vorgestellt. Weitere Informationen dazu gibt es von Euren GEPA-Berater*innen.

Produktinformationen unter
<https://wug.gepa-shop.de/verkaufsunterlagen/informationen>
www.gepa-shop.de/wohnen-deko/wohnen/bad/seifen.html

ZEHNTAUSEND PALETTEN FAIRER HANDEL: DAS GEPA-ZENTRALLAGER IN WUPPERTAL

Führungen durch das Hochregallager waren vor der Pandemie stets ein Highlight bei Veranstaltungen im GEPA-Store. Nicht nur die Größe des Lagers mit über 10.000 Paletten-Stellplätzen ist beeindruckend, sondern auch die Organisation, die dahintersteckt. Ihr schickt Eure Bestellung, bekommt die Ware zugeschickt, aber was passiert dazwischen? Sehr viel! Alles im Lager läuft optimiert auf Schnelligkeit und Zuverlässigkeit ab!

Lagergebäude und Ausstattung

Das 2007 erbaute Lager in Wuppertal dient der Lagerung aller Fertigprodukte, sowohl Lebensmittel als auch Handwerk. Rohwaren wie z.B. Kaffee und Kakao liegen in Fremdlägern und werden nach Bedarf für die Produktion abgerufen. Das Lager hat wegen der Lebensmittel eine konstante Temperatur von 18 Grad, was v.a. für die Qualität der Schokoladenprodukte wichtig ist. Die gesamte Lagerfläche beträgt 8.500 qm, davon entfallen knapp 3.500 qm auf das Hochregallager, in dem die Regale eine Höhe von 12 Metern haben. Vor dem Hochregallager gibt es einen Bereich für Ware in Verpackungseinheiten und einen Bereich für Einzelteile, in dem auch Handwerksartikel und Infomaterialien lagern. Wiederum davor sind Packstationen: acht für Paketversand und drei für Mischpaletten-Versand. Ergänzend gibt es 8 LKW-Laderampen für die ein- und ausgehende Ware.



Lager-Mitarbeiter*innen 2019

Mitarbeiter und Aufträge

Zurzeit arbeiten 40 feste Mitarbeiter*innen im Lagerleitstand (Koordination und Logistik der Kundenaufträge), im Lager (Wareneingang, Kommissionierung, Verpackung und Versand) und im Packraum (Aus- und Umpacken von Produkten v.a. Handwerksartikeln nach Bedarf). Je nach Arbeitsaufkommen werden noch Zeitarbeitskräfte und Student*innen beschäftigt. Die Anzahl der Aufträge pro Monat lag im letzten Jahr zwischen 11.000 und 18.000, je nach Saison. Das sind Aufträge aller vier Vertriebsbereiche: Ein Auftrag kann z.B. von einem Endverbraucher kommen, der einen Schal bestellt oder einem Supermarkt, der eine Palette Kaffee bestellt. Weniger als 10 % der Aufträge werden zurzeit per Spedition verschickt, mehr als 90 % der Aufträge gehen per Paketversand an die Kund*innen.

Chaotische Lagerführung und mobile Datenerfassung

Eins vorweg: Das GEPA Zentrallager ist ordentlich und sauber, wie es sich für ein Lebensmittellager mit hohem Qualitätsstandards (HACCP und IFS) vorgeschrieben ist. „Chaotische Lagerführung“

nennt man das Prinzip, dass es nicht einen Bereich gibt für Kaffee, einen für Schokolade usw., sondern dass die Ware „durcheinander“ eingelagert wird. Natürlich nach bestimmten Vorgaben: z.B. dass der beliebte Orgánico an einem gut erreichbaren Platz lagert und die temperaturempfindliche Schokolade nicht oben unterm Hallendach. Das Warenwirtschaftssystem ermöglicht trotzdem den



Arbeit mit Handskannern (MDE-Geräte)

Überblick zu behalten, was gerade wo in welcher Menge und mit welchem MHD liegt.

Wichtigstes Arbeitsgerät im Lager sind daher auch kleine handliche Scanner (MDE-Geräte), mit denen Produkte und Lagerplätze per Barcode ein- und ausgelesen werden. Diese mobile Datenerfassung spart Zeit und verringert Fehler. Die Erfassung der Chargeninformation ist ausserdem Voraussetzung für die Rückverfolgbarkeit aller Produkte.

Ein Lebensmittelprodukt steht an mindestens drei unterschiedlichen Plätzen im GEPA Lager in den drei unterschiedlichen Verpackungseinheiten: Palette, Karton oder Einzelprodukt. Man merkt schon: Zu einem so großen Warenlager gehört viel und gute Planung!

Der Ablauf im Lager: Wareneingang

Fangen wir ganz vorne an: Ein Container kommt an, z.B. ein Container mit Mascobado-Zucker in 1-kg-Päckchen aus den Philippinen. Die Kartons sind lose im Container, sie werden entladen und auf Paletten gestellt. Jede Palette bekommt ein Wareneingangsetikett mit Barcode (es enthält die Artikelnummer, Bezeichnung,



Hochregal-Lager



Hochschubmast-Stapler

Alle Fotos: GEPA-The Fair Trade Company

Verpackungseinheit, Chargennummer, MHD), bevor sie auf ein Rollband wandert. Am Ende des Rollbandes nimmt ein Hochschubmast-Stapler sie auf und parkt sie an den Schmalseiten der Hochregalreihen auf den sogenannten Regalköpfen. Dann kommt ein Schmalgang-Stapler, der nur in den Reihen des Hochregallagers unterwegs ist und bis zu 12 Meter hoch ausfahren kann. Er lagert die Palette am elektronisch zugeteilten Lagerplatz ein. Bei Bedarf wird eine Palette umgelagert und in Verpackungseinheiten aufgelöst. Z.B. sind beim Mascobado fünf Päckchen in jedem Karton, die einzelnen Kartons stehen dann im Verpackungseinheiten-Bereich des Lagers. Ausschließlich für den Endverbraucher Online-Shop gibt es den Zucker auch noch im Einzelteillager in niedrigen Regalen, dieser wird durch Umlagerung aus dem Verpackungseinheiten-Bereich bestückt.

Ablauf im Lager: Kommissionierung und Versand

Was passiert z.B. mit der Bestellung eines Weltladens, der eine Palette Nikoläuse, einen Karton Mangos und einen einzelnen Schal bestellt? Die Bestellung wird elektronisch an die Warenwirtschaft übermittelt, dann wird die Bestellung vom System aufgesplittet



Packstation

und in diesem Fall von drei unterschiedlichen Kommissionier*innen bearbeitet. Einer oder eine holt die Palette Nikoläuse aus dem Hochregallager, jemand zweites den Karton Mangos aus dem Verpackungseinheiten-Bereich und nochmal jemand anderes den Schal aus dem Einzelteilregal. Die Einzelaufträge erscheinen auf den jeweiligen MDE-Geräten der Mitarbeiter*innen und zeigen die benötigten Artikel, ihre Stückzahl, den Lagerplatz und den

Empfänger/ Kunden an. Das MDE-Gerät weist dabei den Weg: Die Produkte werden in der Reihenfolge angezeigt, in der die Wege am kürzesten sind. Im Einzelteillager können auch ca. 25 Kleinbestellungen gleichzeitig bearbeitet werden, dafür gibt es Kommissionier-Wagen mit mehreren Ebenen – das spart unnötige Lauferei. Die Kommissionierer*innen stellen die Ware dann im sogenannten Übergabebereich ab: auf Palette, in Einkaufswagen oder in einem Regal und scannen den Platz ein. An den Packstationen wird am Bildschirm angezeigt, wenn eine Sendung fertig kommissioniert ist und zur Abholung bereitsteht. Dann kommt der oder die Fachlagerrist*in und führt die einzelnen Bestandteile der Sendung wieder zusammen, prüft sie und verpackt sie fachgerecht und bruchsticher, je nach Versandart im Karton (bis max. 31 Kilo) oder auf Mischpaletten. Danach wird ein Versandetikett erstellt und auf die Sendung geklebt. Am Ende kommt die Sendung in eine an der Rampe bereitstehenden LKW-Brücke (Leer-Container auf Stelzen) entweder für Paket- oder Speditionsversand.

Wenn Ihr das nächste Mal ein Paket von der GEPA öffnet oder eine Palette abräumt, wisst Ihr nun also, was zwischen Bestellung und Auslieferung alles passiert ist: Im GEPA-Zentrallager arbeiten viele Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen Hand in Hand, damit die Ware möglichst schnell, an Euch verschickt werden kann!

Umweltfreundliche Versandart auswählen

Aus Logistik- und Umweltaspekten wäre es gut, wenn Kund*innen ihre Bestellungen bündeln und sich für eine Belieferung per Spedition statt Paketversand entscheiden. Dafür stehen Einweg- oder Mehrwegpaletten zur Verfügung. GEPA arbeitet vor allem mit Europaletten aus Holz, diese sind zurzeit knapp und teuer, sie müssen ausgetauscht bzw. zurückgegeben werden. Wenn Ihr Eure Versandart dauerhaft ändern wollt, könnt Ihr Euch gerne vom WUG-Kundenservice beraten lassen.

HILFE NACH DEM TAIFUN: VERWENDUNG DER SPENDEN AUF DEN PHILIPPINEN

Von unserem Partner ATPI erhielten wir Anfang Juni 2022 einen ausführlichen Bericht, was mit allen bei ihnen eingegangenen Spendengeldern vor Ort gemacht worden ist, die sie nach dem Taifun Odette im Dezember 2021 erhalten haben.

Ella Joan M. Macatangay, die bei ATPI für Advocacy zuständig ist, bedankt sich im Namen ihrer Organisation ganz herzlich bei allen Spender*innen und Spendern!

Lebensmittel = Überlebensmittel

So wurden als erstes Lebensmittelpakete sowie Wellblechplatten und Nägel an die Mitglieder verteilt, die am stärksten betroffen waren und deren Häuser repariert werden mussten. Insgesamt waren die Regionen, aus denen die Frischbananen kommen, stärker betroffen als die Regionen, in denen das Zuckerrohr für den Mascobado-Vollrohrzucker angebaut wird. In einem solchen Lebensmittelpaket waren zum Beispiel: Kaffee, Mascobado, Milch-

schiedene Gemüsesorten anbauen. THE BOX ist eine Art „Gemüsebox“, die die Konsument*innen in der Stadt Bacolod bei ATPI bestellen können und die ihnen nach Hause geliefert wird. Dies ist eine zusätzliche Verdienstmöglichkeit zum Beispiel für die Bäuer*innen, die hauptsächlich Bananen oder Zuckerrohr anbauen.

Risikominimierung lernen

Vor allem den Bananen- und Gemüseproduzent*innen lieferte ATPI im ersten Halbjahr 2022 Dünger für ihre Felder, hauptsächlich in Form von Hühnermist. Dadurch sollen sich die Pflanzen schneller erholen und die nach dem Taifun neu gesetzten Pflanzen sollten besser anwachsen. Mit Hilfe des „United Nation Food Programm“ konnte ATPI zudem ein Seminar anbieten, bei dem es um das Thema „Risikominimierung bei Unwettern“ ging. Ein weiteres soll folgen. Da der Taifun sicher nicht der letzte seiner Art war, ist solche Vorsorge dringend erforderlich.

Strategieplanung für den Katastrophenfall

Die ATPI-Mitarbeiter*innen haben sich mit vielen Produzentengruppen auf der Insel Negros getroffen, um genau zu ermitteln, was welche Gruppe am notwendigsten braucht und was wo am besten geholfen hat. Außerdem fand in Bacolod ein Workshop mit 19 Mitgliedern des ATPI-Managementteams statt, bei dem besprochen wurde, wie die Organisation unter diesen Bedingungen weiterarbeiten kann. Wenn die Bananenernte zum Teil ausfällt, ist der Inlandsmarkt und der Export von Mascobado-Zucker wichtiger denn je.

Zusammenfassend kann man sagen: Die Hilfe löst nicht alle Probleme, aber der Faire Handel ist, wie schon so oft, gerade in schwierigen Zeiten für seine Partner da.



Verwüstung nach Taifun Odette beim Handelsspartner ATPI / Foto: Handelspartner

pulver, Sardinendosen, Seife zum Baden und zum Waschen der Wäsche. Außerdem wurden Säcke mit 10 Kilogramm Reis, dem Hauptnahrungsmittel auf den Philippinen, verteilt.

Aufräumen statt Verpacken

Die ATPI-Mitglieder, die normalerweise Frischbananen für den Export nach Japan und Südkorea verpacken, halfen den Bäuer*innen beim Aufräumen in den Bananenpflanzungen. ATPI versuchte, möglichst vielen Bäuer*innen zwei Tage pro Woche mit Aufräumarbeiten und anderen Arbeiten zu beschäftigen. Dafür erhielten sie dann Reis als Lohn.

Gemüsebox als zusätzlicher Absatzmarkt

An die acht Gruppen der Zuckerrohrproduzent*innen wurden nach dem Taifun rund 700 Setzlinge für Obst- und Hartholzbäume verteilt. Die Bäuer*innen, die Gemüse für das ATPI-Projekt „THE BOX“ produzieren, erhielten Saatgut. So konnten sie wieder ver-

GEPA-Spendenaktion nach Taifun Odette (Philippinen) erfolgreich abgeschlossen

Wir können es kaum glauben, aber es sind stolze 12.632,80 € auf das Spendenkonto bei unserem Gesellschafter MISEREOR eingezahlt worden. Wir danken allen Spender*innen von ganzem Herzen, auch für ihr Engagement und ihre Kreativität beim Spendensammeln. Ganz besonders möchten wir uns aber beim Weltladen Köln und beim Weltladen „La Esperanza“ bedanken. Ohne das großartige Engagement dieser beiden Weltläden wäre die stolze Summe nicht zusammengekommen. Da unerwartet viele Spenden eingegangen sind, haben wir uns entschieden, auch einen Teil der Spenden an unseren Partner PREDA z.B. für die Kosten der Reparatur des „Boys Home“ auf der Insel Cebu zu überweisen. Auch die Insel Cebu wurde damals vom Taifun Odette betroffen. Im Namen unserer Partner ein ganz herzliches Dankeschön – Salamat!

KUNDENBINDUNG IM WELTLADEN



Dorothea Weber ist vielen Weltläden und Gruppen seit Jahren bekannt als Außendienst-Mitarbeiterin und Beraterin. Sie hat über 16 Jahre Erfahrung, nicht nur in der Beratung von Weltläden, sondern auch in der Verkaufsförderung und sie war selbst Mitarbeiterin und Vorstandsmitglied in einem Weltladen. Wir haben mit ihr darüber gesprochen, wie sie Weltläden das Thema "Kundenbindungs-Maßnahmen" näherbringt.

Hallo Dorothea, lass uns doch zum Anfang mal kurz klären: Was versteht man eigentlich unter Kundenbindungs-Maßnahmen?

Der Begriff selbst sagt ja eigentlich schon alles: Wir möchten die Kund*innen an den Weltladen binden. Das heißt: Aus Laufkundschaft, aus Gelegenheits- oder vielleicht auch Verlegenheitskund*innen sollen Stammkund*innen werden. Das kann man natürlich auf völlig unterschiedlichen Wegen bewirken, und entsprechend breit ist das Feld denn auch. Üblicherweise denkt man im Handel als erstes Mal an so etwas wie Kundenkarten, Coupons oder Rabattmarken. Aber nicht nur nach außen gehende Aktionen sind Kundenbindungs-Instrumente – auch ein gutes Beschwerdemanagement kann eine hervorragende Maßnahme sein, um Leute zu Stammkund*innen zu machen.

Wie gehst du denn vor, wenn du dieses Thema mit einem Weltladen besprechen möchtest?

Ich werde selten gezielt auf dieses Thema angesprochen. Meist ist es so, dass ich im laufenden Beratungsprozess feststelle, von welchen Themen oder Tipps der jeweilige Weltladen profitieren könnte. Und das ist mir eigentlich auch recht – ich möchte ja nicht einer Gruppe vorgefertigte „Rezepte“ überstülpen, sondern im Dialog mit ihr den Laden weiterentwickeln und da Hinweise geben, wo sie gebraucht werden. Im Grunde ist es in meiner Arbeit mit dem Weltladen genauso wie beim Kontakt des Weltladens zu den Kund*innen: Es geht darum, eine Vertrauensbasis zu schaffen. Das macht ja die Beziehung von Stammkund*innen zu „ihrem“ Laden aus. Sie wissen, dass sie gut beraten werden, dass sie immer Neues entdecken und dass eine hohe Qualität in Produkt und Service gesichert ist.

Das klingt viel psychologischer als der Gedanke, den Umsatz über wiederkehrende Käufe zu steigern?

Natürlich – Kundenservice ist in weiten Teilen auch Psychologie. Es beginnt damit, dass man sich klar macht, dass man selbst auch oft Kund*in ist und froh über gute Beratung, zuvorkommende Bedienung, hilfreiche Hinweise und vor allem: Freundlichkeit. Und den Kund*innen im Weltladen geht es natürlich nicht anders. Ein Weltladen, dessen Team eine gute Atmosphäre schafft, positiv auf die Menschen zugeht, guten Service bietet und auch mal besondere Mühen auf sich nimmt, um Kund*innenwünsche zu erfüllen, liegt damit definitiv richtig.

Also ist Kundenbindung quasi eine "Querschnittsaufgabe" in allen Tätigkeitsfeldern?

Ja, so kann man das betrachten. Eine Ladengestaltung, die zum Erkunden und Stöbern einlädt, die mit angenehmem Licht, mit Platz, vielleicht mit dem Geruch frisch gemahlener Kaffees oder ähnlichem glänzt, ist ein Werkzeug zur Kundenbindung genauso wie die individuelle Beratung durch Mitarbeitende, die das Sortiment, die Produkte und Produzent*innen gut kennen und sensibel sind für die Präferenzen der Kund*innen.

Trotzdem gibt es doch sicher einige praktische Hilfsmittel und Tipps, die du weitergeben kannst, oder?

Auf jeden Fall. Wenn man das mal durchdenkt, kommt man auf viele Werkzeuge von selbst. Wenn Kund*innen spüren, dass ihre wiederholten Besuche im Weltladen wertgeschätzt werden, fühlen Sie sich wohl und werden sicher häufiger kommen. Diese Wertschätzung kann in einer Stammkundenkarte mit Ermäßigungen oder anderen Vorteilen bestehen, oder in kostenfrei

mitgegebenen kleinen „Goodies“ und Geschenken oder Coupons. Die klassische Metzgereiverkäuferin bot zum Beispiel den Kindern immer ein Stückchen Fleischwurst an – und sie wusste warum ...

Anstelle der Wurst kann es bei uns ein Cappuccino sein oder ein Schokoriegel oder eben ein Gutschein mit einem bestimmten Rabatt für den nächsten Besuch. Egal, welches Instrument man wählt: wenn die Kund*innen dadurch das Gefühl bekommen, jemand Besonderes zu sein, ist das Ziel erreicht.

Foto: GEPA-The Fair Trade Company / C. Schreier



»Cappuccino?«

Was hältst du von Kund*innen-Karteien?

Wenn man das umsetzen kann, ist eine Kund*innen-Karte ein gutes Instrument. Aber auch die "Karte im Kopf" ist gut: Wenn Mitarbeiter*innen "ihre" Kund*innen kennen und z.B. mit Namen ansprechen können, das ist Gold wert. Und wenn man die Kund*in noch nicht kennt, der oder die da vor mir steht, dann ist Freundlichkeit und das Angebot von Hilfe, Beratung, Aus-

»Kundenbindung ist in erster Linie Kommunikation und wertschätzender Umgang miteinander.«

»Wie kann ich Ihnen helfen?«

kunft das Wichtigste. Da reicht oft eine freundliche Ansprache, am besten mit einer Formulierung wie „Wie kann ich Ihnen helfen?“ – das ist viel besser als „Kann ich Ihnen helfen?“, weil die Wie-Frage ein Gespräch eröffnet, anstatt es abzuwürgen. Und wenn der oder die Kund*in darauf nicht „anspringt“, kann man immer noch ergänzen: „Sprechen Sie mich gern an, wenn Sie eine Frage haben, ich helfe gern weiter“ oder so ähnlich.

Das klingt vor allem nach Kommunikation...

Absolut, Kundenbindung ist in erster Linie Kommunikation und wertschätzender Umgang. Eigentlich wie beim Kennenlernen eines Menschen, den man für sich einnehmen möchte: Da bemüht man sich ja auch nach Kräften, überlegt sich etwas Nettes, versucht aber gleichzeitig, authentisch zu bleiben.

Nochmal zu den Werkzeugen: Welche würdest du noch empfehlen?

Etwas, was auch ohne allzu großen Aufwand umsetzbar ist, ist das Kund*innenbuch. Also ein Notizheft, in dem alle Mitarbeiter*innen notieren, wenn jemand nach bestimmten Produkten fragt oder sich für etwas interessiert, was derzeit nicht im Laden ist. Und idealerweise geht man damit sehr aktiv um, also man geht dem Wunsch nach und spricht den Kunden oder die Kundin aktiv wieder darauf an. Es lohnt sich meist, bei solchen Wünschen auch Produkte zur Ansicht zu bestellen und den Kunden oder die Kundin zu informieren, wenn sie eingetroffen sind. Übrigens kann man in solchen Fällen auch uns mal ansprechen, ob da nicht mal eine Bestellung auf Kommission, also mit Rück-

gabemöglichkeit besteht!

Wir sprachen vorhin schon kurz vom Beschwerde-Management: Inwiefern ist das wichtig?

Dass mal Fehler passieren, ist ganz normal – diese Erfahrung teilen wir alle. Daher ist dafür grundsätzlich auch ein Potenzial an Verständnis bei Kund*innen vorhanden – wenn die Fehler nicht zu Konflikten führen zwischen Kund*in und Weltladen. Und genau darum geht es: Mit Fehlern, Pannen, Reklamationen so umgehen, dass die Kund*innen nicht nur spüren: das stört jetzt die Kundenbeziehung nicht wirklich, sondern im Gegenteil: der Weltladen als gutes Fachgeschäft zeigt, dass ihm etwas an mir liegt und er mich als Kund*in behalten möchte. Ich erlebe und höre von Weltläden immer wieder, dass Kund*innen mit Reklamationen später die treuesten Stammkund*innen wurden, wenn sie erlebten, dass ihr Anliegen ernst genommen und zügig und kulant geklärt wird. Das heißt nicht, dass man jedem Wunsch nachgibt, aber auf jeden Fall, dass man die Anliegen aufgreift, sich um eine für die Kund*innen gute Lösung bemüht und vor allem: dass man aktiv und ehrlich kommuniziert.

Danke für diese Anregungen und Hinweise – wir werden das Thema in kommenden Ausgaben noch etwas vertiefen und weitere Instrumente besprechen!

Definition Kundenbindung

Es geht um die aktive Pflege der Beziehungen zu Kund*innen und die langfristige Kundenorientierung von Unternehmen. Das Ziel ist einfach: Die Kund*innen sollen zufrieden mit ihrem Einkauf sein und zu Stammkund*innen werden. Es gibt aber viele Wege, die zum Ziel führen!

Im Handel wird zwischen folgenden Kundenbindungsmaßnahmen unterschieden: Belohnung vor dem Kauf (z.B. Ankündigung von Rabatten), Belohnung während des Kaufs (z.B. kostenlose Tasse Kaffee) und Belohnung nach dem Kauf (z.B. kleines Geschenk). Ein wichtiger Faktor ist auch ein persönlicher Service, der die Bedürfnisse der Kund*innen wahrnimmt und im Idealfall zu einer emotionalen Bindung an „ihren bzw. seinen Laden“ führt.

Da das Thema so vielschichtig ist, starten wir eine Reihe, die verschiedene Aspekte der Kundenbindung behandelt. Im ersten Beitrag gibt es u.a. Anregungen zu den Themen Kund*innen-Kartei, Bestellbuch und Reklamationen.

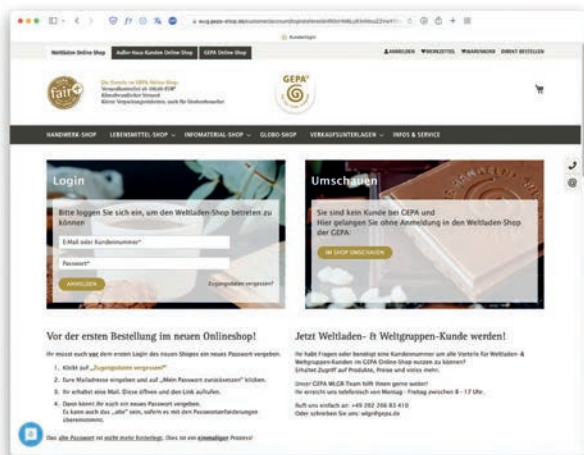
NEU, SCHICK UND PRAKTISCH: DIE NEUE WEBSEITE FÜR WELTLÄDEN UND WELTGRUPPEN

Ja, es stimmt, es war Zeit: Unsere alte Webseite (die unter der bekannten Adresse www.gepa-wug.de) war ein bisschen in die Jahre gekommen, von der Optik, aber auch von den Funktionen her betrachtet. Das war für Euch manchmal etwas unkomfortabel, etwa bei dem Wunsch, Produkte im Shop mal etwas größer zu sehen. Und auch für uns, etwa bei den begrenzten Möglichkeiten, inhaltliche Artikel mit Fotos attraktiv zu gestalten. Und auch bei der Datenverwaltung war unsere alte Seite manchmal ein bisschen "zickig" ... Aber das ist jetzt alles besser, denn: Die neue Webseite für Weltläden und Weltgruppen ist fertig!

Ihr habt vor einigen Wochen alle bereits eine entsprechende Mail bekommen, Ende Juni sind wir offiziell umgezogen. Die neue Shop-Adresse lautet nun: wug.gepa-shop.de

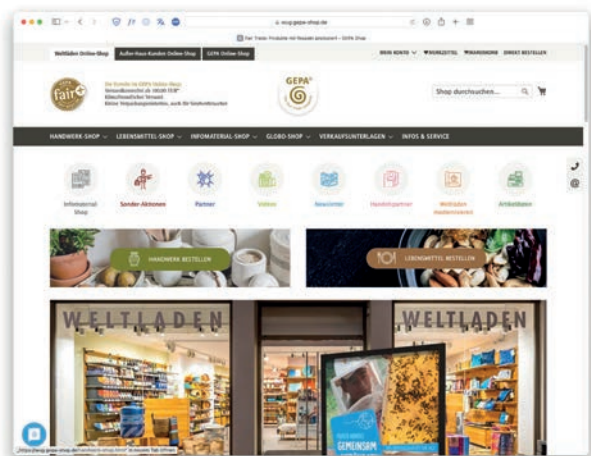


Für Kenner: es ist jetzt also eine Unter-Domain der allgemeinen GEPA-Seite – das hat technisch viele Vorteile, etwa die gemeinsame Nutzung von Komponenten, die nur einmal eingebaut werden müssen.



Das erste, was sicher jedem sofort auffällt, ist, dass wir die alten Passwörter nicht übernehmen konnten. Das hat datenschutzrechtliche Gründe (wir dürfen die Passwörter nicht kennen, aber übertragen ohne sie zu kennen ist technisch nicht machbar). Aber dieses Problem ist schnell gelöst, weil das neue System die Funktion „Passwort vergessen“ enthält, die Ihr sicher von vielen anderen Webseiten kennt. Hier könnt Ihr ganz rasch und unkompliziert ein neues Passwort erzeugen.

Na, dann login wir uns doch mal ein...

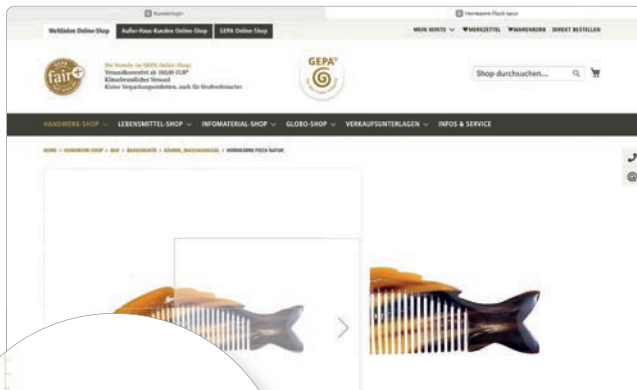


Was man sofort sehen kann ist: Die Shop-Seiten sind ganz neu, viel schicker und sehen insgesamt so ähnlich aus wie der GEPA-Shop für Endverbraucher*innen.

Die Unterteilung in Handwerksshop und Lebensmittelshop haben wir beibehalten, auch das Untermenü auf der linken Seite kennt Ihr und könnt Euch so schneller zurechtfinden.

Über den Menüpunkt „Infos & Service“ in der Leiste ganz rechts kommt Ihr (natürlich...) in den Bereich mit all den nützlichen Informationen zu den GEPA-Produkten, Aktionen, Kampagnen und Angeboten.





Im Detail stecken aber viele Verbesserungen in der Seite, etwa eine Lupen-Funktion, mit der man Bilddetails genauer betrachten kann oder ein zusätzliches Produktbild mit Größenmaßstab (man kennt das ja, dass man manchmal gar keine genaue Vorstellung von der Größe eines Produkts hat).

Bekannte Funktionen wie der Merkzettel und die eigenen Bestellungen sind wie bisher vorhanden – und sogar die Bestellungen aus dem alten System konnten übertragen werden! Wenn Ihr also die Socken nochmal bestellen wollt, die ihr schon 2021 gut verkauft habt – kein Problem!



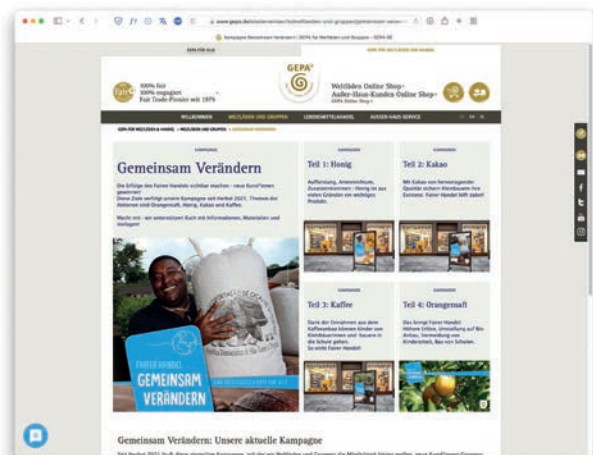
Aber nicht nur im Shop für Weltläden und Weltgruppen ist vieles neu, auch im Bereich „Info & Service“! Ein Klick auf den entsprechenden Menüpunkt bringt Euch auf unsere Info-Seite, die natürlich auch direkt angesteuert werden kann:

www.gepa.de/wiederverkaeufel/weltlaeden-und-gruppen.html



Auf der Startseite findet Ihr einerseits die aktuellsten Meldungen, andererseits auch weitere Unterbereiche wie die ganzjährige Plakatkampagne „GEMEINSAM VERÄNDERN“, siehe auch Seite 21 in dieser Ausgabe, die Ansprechpartner*innen und natürlich den Link zurück zum Shop.

Oben in der braunen Menüleiste könnt Ihr mit einem Klick auf „Weltläden und Gruppen“ alle Untermenü-Seiten auf einen Blick sehen. Und auch wenn Ihr nur kurz die richtige Telefonnummer suchen wollt, um beraten zu werden – da findet Ihr sie immer.



Welche schönen Möglichkeiten zur Gestaltung uns das neue System bietet, seht Ihr zum Beispiel auf der Startseite zu GEMEINSAM VERÄNDERN“. Wir können die Inhalte jetzt viel attraktiver aufbereiten – was Euch als Besucher*innen wiederum nutzt, weil Ihr Euch schneller orientieren könnt!

Viele schicke neue Pluspunkte also, die das Surfen auf der neuen Webseite für Weltläden und Weltgruppen zum Vergnügen machen. Klickt Euch mal durch – wir wünschen viel Spaß!

NEUE INFO- UND WERBEMATERIALIEN



Digitaler Handwerks-Katalog
Herbst / Winter 2022
<https://wug.gepa-shop.de/handwerk-shop.html>



Plakat Limo Zitrone & Orange
DIN A1 S/2
Art.-Nr. 8944875



Plakat Faires Klima-Frühstück, DIN A1, S/2
Art.-Nr. 8944880
Flyer Faires Klima-Frühstück, DIN A5, VPE 25 St.
Art.-Nr. 8944881



Faltkarte Tee für Teeproben
DIN A6, VPE 25 St.
Art.-Nr. 8944873



Tischauflsteller Kaffee, VPE 25 St.
Art.-Nr. 8903203



Plakat Faire Weihnachten 2022
DIN A1, S/2
Art.-Nr. 8944878

GEPA EINKAUFNEWSLETTER & GEPA AKTUELL ONLINE ABONNIEREN



Schon dabei? Immer gut informiert über neue Produkte, Aktionen und Veranstaltungen mit unserem GEPA EINKAUFNEWSLETTER, den es nur als digitale Version gibt. Und mehr Wissen durch Hintergrundinfos aus GEPA AKTUELL, das zweimal pro Jahr erscheint und als

Datei schneller bei Euch ist als die gedruckte Version. Einfach im Infoshop anmelden (unten auf der Seite):
<https://wug.gepa-shop.de>



DAS BUNDESWEITE GUTSCHEIN-SYSTEM FÜR WELTLÄDEN KOMMT



Gutscheine gehören zu den beliebtesten Geschenken in Deutschland. Und Weltläden sind wegen ihrer vielen schönen Produkte die perfekten Einkaufsorte für Geschenke. Vor diesem Hintergrund bereitet der Weltladen-Dachverband die Einführung eines bundesweiten Gutschein-Systems für Weltläden vor.

Bundesweit einsetzbare Gutscheine bieten der Weltladen-Bewegung die Chance, deutlich steigende Umsätze zu erzielen – vor allem durch neue Kund*innen, die auf diese Weise gewonnen werden können. Somit stärken Weltläden ihre Stimme und Wirkung als bundesweite Bewegung für den Fairen Handel und werden sichtbarer. Dank einer professionellen und für Kund*innen und das Team unkomplizierten digitalen Lösung können Weltläden ihren Service ausbauen und die Digitalisierung der Weltladen-Bewegung vorantreiben.

Zentrale Vermarktung und Ansprache von Firmenkunden

Insbesondere für Unternehmen, Kommunen und andere Akteure sind die Gutscheine eine gute Möglichkeit, ihren Mitarbeiter*innen und Geschäftspartner*innen sinnvolle Geschenke zukommen zu lassen. Auch das wird mit dem bundesweiten Gutschein-System möglich und durch den Weltladen-Dachverband zentral gesteuert. Erste Anfragen liegen bereits für Weihnachten 2022 vor.

„Nach unserer Einschätzung ist die Gutschein-Angelegenheit vom Weltladen-Dachverband bestens vorbereitet und problemlos zu praktizieren.“ Weltladen Lindenberg

Die Gutscheine können im Weltladen und online gekauft werden. Der Weltladen-Dachverband stellt teilnehmenden Weltläden ein Starterpaket mit Gutscheinen, einem Plakat und weiteren Werbemitteln zur Verfügung. Darüber hinaus unterstützt er Weltläden bei der Einführung mit Handreichungen und Infoveranstaltungen.

„Wir finden die Gutscheine für die Weltläden und unseren Zusammenschluss wichtig und werden deshalb vom ersten Tag an dabei sein.“ Weltladen Schwabmünchen

Schon vor dem Start des Systems haben rund 100 Weltläden angekündigt, mitzumachen. Das Gutschein-System ist umso attraktiver für Kund*innen, je mehr Weltläden mitmachen, sprich, je mehr Weltläden dabei sind, in denen die Gutscheine eingelöst werden können. Der Weltladen-Dachverband hat die Vorbereitungen zum Start des Gutschein-Systems abgeschlossen – und Anfang Juli das grüne Licht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht

erhalten, die nur wenige Auflagen gemacht hat. So müssen z.B. die teilnehmenden Weltläden nach außen deutlich erkennbar als „Weltladen“ auftreten und es muss klar ersichtlich sein, in welchen Läden die Gutscheine eingelöst werden können. Der BaFin ging es bei der Prüfung in erster Linie um die Frage, ob es einen einheitlichen Marktauftritt der Weltläden gibt, so dass davon gesprochen werden kann, dass die Gutscheine in einem klar begrenzten Netzwerk einlösbar sind. Diese Hürde wurde erfolgreich gemeistert.

Weitere Informationen zum Gutschein-System findet Ihr auf der Webseite des Weltladen-Dachverbands:

www.weltladen.de/fuer-weltlaeden/gutschein-system-fuer-weltlaeden/

Fragen zum Gutschein-System

beantworten Rachel Billard (r.billard@weltladen.de) & Stefanie Krass (s.krass@weltladen.de) vom Weltladen-Dachverband



FAIRSCHENKEN. FAIRWÖHNEN. FAIRÄNDERN!

FAIRES BANANENBROT MIT MANGO UND KOKOSMILCH

Liebt Ihr auch Frühstückskuchen? Rezepte für ein süßes Frühstück gibt es viele: z.B. für Früchtebrot, Teekuchen oder Bananenbrot – alle schmecken pur, mit Butter oder Konfitüre. Ein Klassiker ist das Bananenbrot, in dem man auch gut reife Bananen und anderes übrig gebliebenes „Resteobst“ verarbeiten kann. Da das Bananenbrot recht feucht ist, sollte es im Kühlschrank aufbewahrt werden, damit es länger hält.

Zutaten

100 g getrocknete Mangos
1 große Zitrone
2 Eier
200 ml Kokosmilch
150 g Mascobado-Zucker
1 Prise Salz
5 reife Bananen
300 g Weizenmehl
50 g Kokosflocken
1 Päckchen Backpulver

Viele Rezeptideen mit fairen Zutaten findet Ihr unter:
www.gepa.de/service/rezepte.html

Zubereitung

1. Getrocknete Mangos in kleine Stücke schneiden und einige Stunden oder über Nacht im Saft einer Zitrone einweichen.
2. Eier, Kokosmilch, Mascobado-Zucker und Salz verquirlen.
3. Geschälte Bananen mit der Gabel zerquetschen und unterrühren. Eingeweichte Mangostücke mit dem Zitronensaft und die Kokosflocken ebenfalls dazugeben. Anschließend das zuvor mit dem Backpulver vermengte Mehl esslöffelweise unterrühren.
4. Den Teig in eine gefettete oder mit Backpapier ausgelegte Kastenform geben.
5. Das Brot im vorgeheizten Ofen bei 180 Grad Ober- und Unterhitze oder 170 Grad Umluft ca. 50-60 Minuten backen.
6. Aus dem Ofen nehmen und 15 Minuten in der Backform abkühlen lassen, danach aus der Form stürzen.
7. Wenn das Brot abgekühlt ist mit Kokosflocken verzieren.



Fotos: GEPA-The Fair Trade Company / C. Schreier
Foto Bananenbrot: GEPA-The Fair Trade Company / B. Kasper

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 der
Flyer Faires Klima-Frühstück bei.