



# Geschäftsbericht 2022

# Fairness zeigt Wirkung!



**Matthias Kroth und Dr. Peter Schaumberger**  
Geschäftsführer

GEPA – The Fair Trade Company

*Liebe Kund\*innen,  
liebe Engagierte im Fairen Handel,*

**unter den schwierigen Rahmenbedingungen von Pandemie, Krieg und Inflation haben wir die letzten drei Jahre gut gemeistert.**

Trotz allgemeiner Kaufzurückhaltung aufgrund der Inflation im Jahr 2022 und damit einhergehendem Umsatzrückgang konnten

wir durch bewusstes Kostenmanagement sowie einige nicht-operative Effekte dennoch ein gutes Jahresergebnis für 2022 erzielen. Auch für das Geschäftsjahr 2023 planen wir einen vorsichtigen Aufwärtstrend.

**Unsere Stärke beruht auf Verbraucher\*innen, die beim Einkauf den Wert über den Preis stellen.**

Ohne das jahrzehntelange Engagement der Ehrenamtlichen in den Weltläden wären der Faire Handel und das Ansehen der GEPA in der Gesellschaft nicht das, was es heute ist.

Fairness durch **Klimagerechtigkeit in Süd und Nord** – das bleibt unser zentrales Anliegen. Mit der Teilnahme am Projekt ÖKOPROFIT und Erstellung des Nachhaltigkeitsberichtes gemäß des Deutschen

Nachhaltigkeitskodex (DNK) schließen wir den Kreis unserer Klimaschutzaktivitäten: Wir setzen uns vor Ort mit unseren Handelspartnern im Globalen Süden dafür ein und stellen z. B. Ressourcenschutz auch in unseren eigenen Fokus.

Übergreifende Kampagnen wie unser „**Faires Klima-Frühstück**“ während der Fairen Woche machen auf diese Themen aufmerksam.

Auch in herausfordernden Zeiten handeln wir natürlich fair – das heißt sowohl unsere Kund\*innen hier als auch unsere Handelspartnerorganisationen in Lateinamerika, Afrika und Asien im Blick zu haben. Fair heißt für uns dort immer mehr! **So haben wir an unsere Handelspartner bei Rohkaffee 20 Prozent, bei Kakao sogar 25 Prozent über dem Weltmarktniveau liegende Preise gezahlt.**

Sie, die engagierten Verbraucher\*innen, haben zu all diesen Entwicklungen beigetragen. Auch im Namen unserer Partner im Süden möchten wir Ihnen dafür herzlich danken!

*Ein Baumpflanzprojekt,  
das Früchte trägt*



Rolly Turabella, ATPI

Beim langjährigen Partner ATPI (Alter Trade Philippines Inc.) hatte die GEPA schon seit 2013 in ein Aufforstungsprojekt für mehr Klimaschutz und Einkommen investiert: Es trägt inzwischen buchstäblich Früchte und hat, Stand 2022, bereits 73.050 Obst- und andere Bäume hervorgebracht.

Dazu sagt Erlinda Marcon, Zuckerrohr-, Bananen- und Gemüsebauerin sowie Schatzmeisterin einer Partnerkooperative von ATPI: **„Die Bäume, die wir pflanzen, bewahren auch unsere anderen Kulturen wie etwa Zuckerrohr, schützen unser Haus, spenden Schatten und bieten Schutz bei starkem Wind. Die geernteten Jackfrüchte etwa essen wir selbst, einige verkaufen wir auf dem lokalen Markt. Wir verwenden die Einnahmen für die Schulkosten unserer Kinder.“**



# 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.



## 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, Kunden 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.

## 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.



COOPROAGRO; Dominikanische Republik; Kakao



ATPI; Philippinen; Mascobado-Zucker



ATPI; Philippinen, Wiederaufforstungsprojekt

# Unser GEPA-Leitbild

## Unsere Ziele

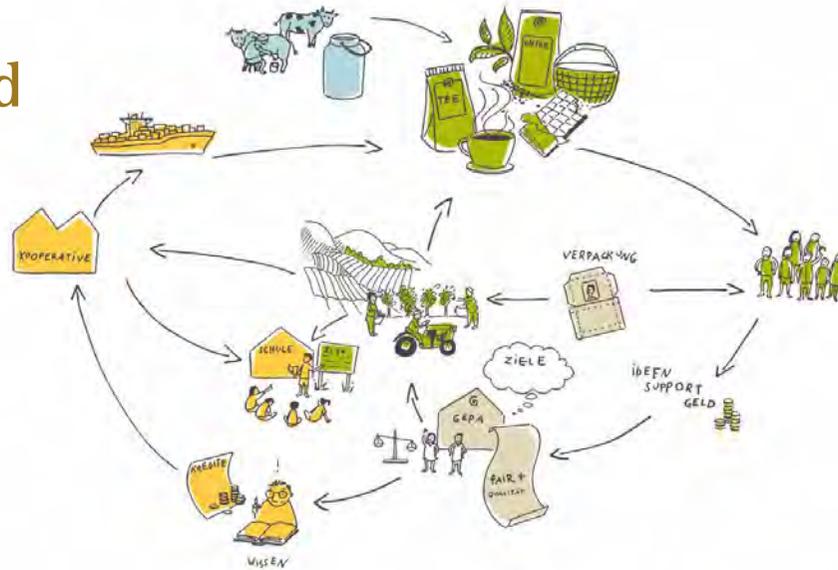


Wir eröffnen benachteiligten Handelspartnern Zugang zu internationalen Märkten, zu fairen Preisen und Handelsbedingungen.

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.



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



# Gewinn- und Verlustrechnung 2022



	Wirtschaftsjahr	Wirtschaftsjahr	Veränderung in Tsd. €	Veränderung in %
	2022 in Tsd. €	2021 in Tsd. €		
Umsatz Warenverkauf	78.155	84.911	- 6.756	- 7,96
Wareneinsatz	- 55.655	- 60.730	5.075	- 8,36
Handelsspanne	28,79 %	28,48 %		1,09
Roherlös	22.500	24.181	- 1.681	- 6,95
Sonstige Umsätze und betriebliche Erträge	1.454	1.188	266	22,39
Erlösschmälerungen	- 4.382	- 4.953	571	- 11,53
<b>Ertrag</b>	<b>19.572</b>	<b>20.416</b>	<b>- 844</b>	<b>- 4,13</b>
Personal	- 8.704	- 8.823	119	- 1,35
Raumaufwand	- 774	- 721	- 53	7,35
Verwaltung	- 1.689	- 1.804	115	- 6,37
Vertrieb	- 4.802	- 4.830	28	- 0,58
Abschreibung	- 818	- 1.113	295	- 26,50
Sonstiger Aufwand	- 488	- 903	415	- 45,96
Finanzergebnis	- 329	- 334	5	- 1,5
<b>Summe Aufwand</b>	<b>- 17.604</b>	<b>- 18.528</b>	<b>924</b>	<b>- 4,99</b>
<b>Ergebnis vor Steuern &amp; Bewertung</b>	<b>1.968</b>	<b>1.888</b>	<b>80</b>	<b>4,24</b>
Ertragsteuern	- 465	- 549	84	
Bewertung Vorratsvermögen	- 528	139	- 667	
<b>Ergebnis nach Steuern &amp; Bewertung</b>	<b>975</b>	<b>1.478</b>	<b>- 503</b>	<b>- 34,03</b>
Einstellung in die Gewinnrücklagen	- 975	- 1.478		
<b>Ergebnis nach Gewinnverwendung</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		

Das mit dem russischen Angriffskrieg auf die Ukraine ausgelöste dritte aufeinanderfolgende gesamtwirtschaftliche Krisenjahr hat uns vor große Herausforderungen gestellt. Eine durch exorbitante inflationäre Entwicklungen ausgelöste Kaufzurückhaltung führte vor Erlösschmälerungen zu einem um fast 8 % unter dem Vorjahresniveau liegenden Umsatz aus Warenverkäufen in Höhe von ca. € 78,2 Mio.

Auf die Kernvertriebsbereiche entfielen hiervon etwa € 62,4 Mio., was einer Reduzierung gegenüber dem Vorjahresumsatz von etwa 4 % entspricht. Außerhalb des Kernvertriebs erzielten wir weitere Umsätze in Höhe von ca. € 15,8 Mio. und lagen damit sehr deutlich um € 4,2 Mio. (21,2 %) unter Vorjahresumsatz. Zumeist handelte es sich um Verkäufe an andere Fair Trade-Organisationen, Auslandsumsätze oder auch Rohwarenverkäufe an unsere Verarbeitungsunternehmen.

Die Gesamterträge entwickelten sich um lediglich ca. 4,1 % rückläufig. Ursache sind neben der im Vergleich zum Umsatz überproportionalen Reduzierung des Materialaufwandes vor allem die um gut 11,5 % stark verminderten Erlösschmälerungen. Darüber hinaus stiegen die sonstigen Umsätze und betrieblichen Erträge um 22,4 %. Die insgesamt um T € 844 verminderten Erträge konnten durch Kosteneinsparungen in Höhe von T € 924 überkompensiert werden, so dass vor Steuern und Vorratsbewertung ein um ca. 4,2 % erhöhtes Ergebnis generiert wurde.

Während im letzten Jahr die Wertberichtigung auf das Vorratsvermögen um T € 139 aufgelöst werden konnte, war im Berichtsjahr aufgrund des vor dem Bilanzstichtag zu verzeichnenden Börsenpreisverfalls für Arabica-Kaffee eine Zuführung um T € 528 erforderlich. Trotz dieser Ergebnisbeeinflussung in Höhe von T € 667 können wir nach Ertragsteuern einen sehr erfreulichen Jahresüberschuss von T € 975 (Vj. T € 1.478) ausweisen. Dies entspricht einer Nachsteuerrendite von 1,3 % (Vj. 1,7 %).

Unter diesen widrigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind wir mit dem Ergebnis sehr zufrieden.

Mehr über die Entwicklungen im Geschäftsjahr 2022 sehen Sie in der Aufzeichnung des Livestreams unserer Jahres-Pressekonferenz: [gepa.de/jahres-pk-2023](https://gepa.de/jahres-pk-2023)

# Umsatzentwicklung 2022



## UMSATZENTWICKLUNG 2022 NACH VERTRIEBSBEREICHEN

**43,3 %**

Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel

**23,8 %**

Weltläden und Aktionsgruppen

**9,0 %**

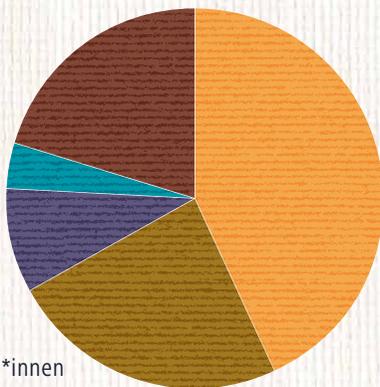
Außer-Haus-Service

**3,7 %**

Online Shop Endkund\*innen

**20,2 %**

Ausland / Verarbeiter



	2022 in Tsd. €	2021 in Tsd. €	Veränd. in %
Lebensmittel-, Bio- und Naturkosthandel	33.881	39.176	- 13,5
Weltläden und Aktionsgruppen	18.582	17.549	5,9
Außer-Haus-Service	7.008	5.214	34,4
Online Shop Endkund*innen	2.925	2.964	- 1,3
Ausland / Verarbeiter	15.759	20.008	- 21,2
<b>Summe</b>	<b>78.155</b>	<b>84.911</b>	<b>- 8,0</b>

## UMSATZENTWICKLUNG 2022 NACH PRODUKTGRUPPEN

**44,8 %**

Kaffee

**25,5 %**

Schokolade

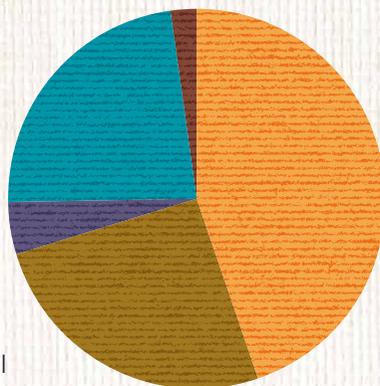
**4,5 %**

Tee

**23,2 %**

Sonstige Lebensmittel

**2,0 %** Handwerk



	2022 in Tsd. €	2021 in Tsd. €	Veränd. in %
Kaffee	34.996	34.612	1,1
Schokolade	19.876	22.050	- 9,9
Tee	3.552	4.110	- 13,6
Sonstige Lebensmittel	18.152	22.457	- 19,2
Handwerk	1.579	1.682	- 6,1
<b>Summe</b>	<b>78.155</b>	<b>84.911</b>	<b>- 8,0</b>

## Umsatzerlöse

Im Geschäftsjahr 2022 gab es abermals starke Umsatzverschiebungen innerhalb der Kernvertriebsbereiche. Im Vergleich zu den beiden Vorjahren haben sich die Vorzeichen jedoch umgedreht: Nach zwei von starkem Wachstum geprägten Jahren mussten nun im **Lebensmitteleinzel-, Bio- und Naturkosthandel** bedeutsame Umsatzreduzierungen um € 5,3 Mio. auf nunmehr € 33,9 Mio. hingenommen werden.

Auch im **Onlineshop** für Endverbraucher waren nach starken Zuwächsen nun um 1,3 % rückläufige Umsätze zu verzeichnen.

Umsatzsteigerungen von knapp 6 % wurden dagegen mit den **Weltläden und Gruppen** sowie im **Außer-Haus-Service** um über 34 % erzielt. Diese erfreulichen Zuwächse reichten allerdings nicht aus, um die in den Supermärkten erlittenen Umsatzverluste zu kompensieren.

Die Produktgruppe **Kaffee** ist unangefochten weiterhin der stärkste Umsatzträger. Der Vorjahresumsatz wurde um 1,1 % auf nunmehr € 35,0 Mio. gesteigert.

Entgegen der in den letzten Jahren extrem positiven Entwicklung der **Schokoladen**-Umsätze mit regelmäßig zweistelligen Wachstumsraten musste der Produktbereich im Berichtsjahr Rückgänge hinnehmen. Insgesamt wurden Umsätze in Höhe von € 19,9 Mio. erzielt und damit der Vorjahresumsatz um nahezu 10 % unterschritten.

Die Produktgruppe **Tee** ist mit einem erwirtschafteten Umsatz in Höhe von annähernd € 3,6 Mio. zwar weiterhin die drittstärkste Fertigwaren-Produktgruppe, jedoch gab es gegenüber dem Vorjahr Umsatzverluste von ca. 13,6 %.

In den weiteren **Food-Bereichen** wurden um € 4,3 Mio. reduzierte Umsätze in Höhe von € 18,2 Mio. erwirtschaftet. Hintergrund sind stark erhöhte (margenschwache) Rohwarenverkäufe an Verarbeitungsunternehmen im Vorjahr.

Im Bereich **Non-Food** wurden knapp € 1,6 Mio. Umsatz erwirtschaftet und damit der Vorjahresumsatz um ca. 6,1 % unterschritten.

# Wirkung im Süden – Weltweit fair

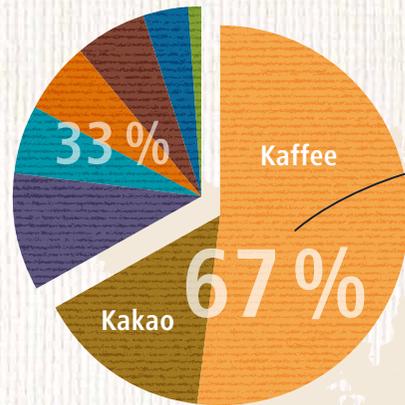
**20,87 Mio. Euro**

haben wir unseren Partnern 2022 für faire Rohwaren bezahlt.



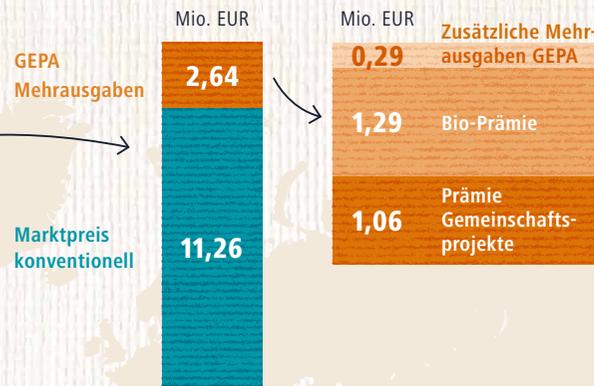
## EINKAUFSVOLUMEN BEI HANDELPARTNERN nach Produktgruppen | Geschäftsjahr 2022

- 52 % Kaffee
- 15 % Kakao
- 10 % Sonstige Lebensmittel
- 6 % Zucker
- 6 % Honig
- 6 % Milchpulver
- 4 % Handwerk
- 1 % Tee



### FAIR HEISST MEHR

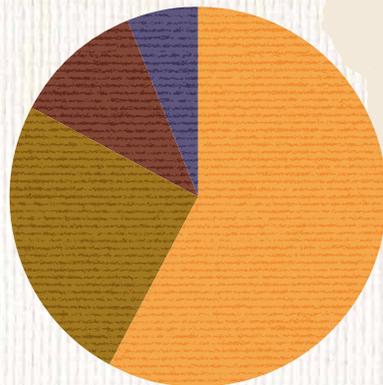
GEPA-Preise am Beispiel Kaffee und Kakao



**GEPA-Wirkung 13,9 Mio. EUR**

## nach Kontinenten

- 58 % Lateinamerika
- 25 % Afrika
- 11 % Asien
- 6 % Europa



### Einkaufsvolumen in Mio.

Kontinent	Euro	US-Dollar
Lateinamerika	12,14	12,75
Afrika	5,19	5,45
Asien	2,37	2,49
Europa	1,17	1,23
<b>Gesamt</b>	<b>20,87</b>	<b>21,92</b>

Mit welchen Handelspartnern arbeiten wir?

## Afrika

24 Partner in 15 Ländern

## Amerika

52 Partner in 14 Ländern

## Asien

36 Partner in 12 Ländern

## Europa

5 Partner in 4 Ländern

## Gesamt

117 Partner



# Faires Klima-Frühstück



## Gleich morgens – fair starten

Mit der Aktion „Faires Klima-Frühstück“ haben wir während der Fairen Woche Verbraucher\*innen dazu aufgerufen, mit bewusstem Konsum etwas fürs Klima zu tun – zusätzlich zum Fairen Handel: Durch den Kauf ausgewählter Frühstücksprodukte konnten sie im Aktionszeitraum Klima-Projekte unterstützen, mehr dazu rechts.

Sehen Sie hier unseren Insta-Live-Talk zum Fairen Klima-Frühstück 2022 im Rückblick an: [gepa.de/fruehstuecks-talk-2022](https://gepa.de/fruehstuecks-talk-2022)

Viele Weltläden haben sich an der Aktion beteiligt, ebenso Partner unseres Außer-Haus-Service wie Tagungseinrichtungen oder Jugendherbergen sowie im Lebensmitteleinzelhandel Denns BioMarkt, Basic und Konsum Dresden.

Mit der Aktion haben wir die Kampagne CLIMATE JUSTICE – LET'S DO IT FAIR aus dem Vorjahr fortgesetzt.

Auch 2023 gibt es wieder die Aktion zum Fairen Klima-Frühstück: [gepa.de/klimafruehstueck](https://gepa.de/klimafruehstueck)

## Klima-Fonds 2022

5 % des GEPA-Umsatzes mit ausgewählten Frühstücksprodukten gingen im Aktionszeitraum (16. – 30.09.2022) in einen speziellen, europäischen Klima-Fonds. Im Ergebnis konnte die GEPA insgesamt rund 21.000 Euro beisteuern. [gepa.de/klimafonds-2022](https://gepa.de/klimafonds-2022)

5%  
für Klima-  
projekte  
vor Ort

## DIESE PROJEKTE WURDEN UNTERSTÜTZT:

### Obst- & Nutzbäume, Honigpartner Tzeltal Tzotzil, Mexiko

- + Das Blätterdach der Bäume trägt dazu bei, die Umgebung zu kühlen.
- + Bäume verbessern die Feuchtigkeitsbedingungen vor Ort.
- + Nahrung für Bienen – das bedeutet für die Imker\*innen mehr Honig und Einkommen.
- + Früchte können die Familien verkaufen oder selbst nutzen.



### Wasserreservoir, Teepartner Tea Promoters India (TPI)

- + Regenwasser für Tee-Anbau im trockenen Sommer senkt die Temperatur im Teegarten.
- + Wasser für täglichen Bedarf der umliegenden Gemeinden
- + Wasserfläche sorgt für „Mikroklima“, von dem auch Tiere und Pflanzen profitieren.
- + Bei flutartigen Regenfällen kann Schaden vom Teegarten selbst und den umliegenden Dörfern abgewandt werden.



## Petition für gerechtere Klimafinanzierung

Parallel zum Fairen Klima-Frühstück 2022 hatte die GEPA eine Online-Petition gestartet, mit Blick auf die Klimakonferenz COP 27 in Ägypten. Die Forderung: **Klimafinanzierung soll an Bedürfnissen von Kleinbäuer\*innen ausgerichtet sein!**

In drei Sprachen hat sich ein breites Bündnis aus der Fair Handelsbewegung zusammen mit 790 Engagierten Personen an EU-Klimakommissar Frans Timmermans gewandt. Das Aktionsplakat mit allen Unterstützenden haben wir nicht nur direkt an ihn geschickt: Vertreter\*innen unseres Gesellschafters Misereor, von Fairtrade International sowie von unserem Handelspartner Sekem waren in Ägypten bei der COP vor Ort und haben das Anliegen sichtbar gemacht.

[gepa.de/gemeinsam-fuer-klimagerechtigkeit](https://gepa.de/gemeinsam-fuer-klimagerechtigkeit)



# #Klimagerechtigkeit

Handelsgerechtigkeit sehen wir als Grundlage für Klimagerechtigkeit. Viele Puzzleteile unseres Handelns fügen sich in ein Ganzes und tragen zu globaler Klimagerechtigkeit bei. Vermeiden, reduzieren und kompensieren sind dabei zentrale Bausteine – für unsere Arbeit weltweit und am Standort Wuppertal.



[gepa.de/klimagerechtigkeit](https://gepa.de/klimagerechtigkeit)

## Fair fürs Klima im Süden

Projekte zur Vermeidung von Emissionen und Anpassung an die Klimakrise:

- Seit 2013 Aufforstung mit Zuckerpartner ATPI
- 2021 Klimaschokolade #Choco4Change Vegan
- EFTA-Klimafonds
- GEPA-Handelspartnerfonds

## Fair fürs Klima im Norden

- Wir schützen Klima und Ressourcen auch bei uns, z. B. Dachbegrünung, LED-Beleuchtung
- Nachweis: GEPA beim ÖKOPROFIT-Projekt

## Klimaneutral produzieren

**2019:** Schiffstransport Kaffee

**2021:** Honigsortiment

**2022:** GEPA-Aktivitäten in Deutschland, vom Hafen bis ins Regal

→ [gepa.de/klimaneutral](https://gepa.de/klimaneutral)

## Fair und gerecht handeln

- Fairer Handel ist Teil der Lösung
- Faire Lieferketten haben eine größere Krisenresilienz
- Wir zeigen täglich, dass nachhaltiges Wirtschaften möglich und erfolgreich ist

→ [gepa.de/leitbild](https://gepa.de/leitbild)

## Klimaschonend anbauen

- Kleinbäuerliche Landwirtschaft ist besser fürs Klima
- Bio-Anbau schützt Mensch und Natur

## Politisch bewegen

„System Change – Not Climate Change“

- Wir engagieren uns gemeinsam in der Fair Handelsbewegung
- Wir stellen Forderungen gegenüber Politik, Wirtschaft, Handel
- Wir zeigen Flagge für Klimagerechtigkeit, z. B. mit Fridays For Future

## Transparent berichten

- Nachhaltigkeitsbericht nach Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK)
- Prinzipien der Fair Handels-Kontrollsysteme
- Umfassende Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit



# Fair fürs Klima in Süd und Nord



## CO2 vermeiden, reduzieren und kompensieren – das sind zentrale Schwerpunkte der GEPA, um der Klimakrise mit einem umfassenden Konzept zu begegnen.

Als Unternehmen haben wir erfolgreich an „ÖKOPROFIT“ teilgenommen, einem Beratungs- und Qualifizierungsprogramm der Bergischen Städte Wuppertal, Remscheid und Solingen – auch bekannt als das Bergische Städtedreieck. Wir freuen uns, mit der erfolgreichen Teilnahme einen weiteren Meilenstein erreicht zu haben und mit unserer Arbeit nicht nur im Globalen Süden, sondern auch vor Ort in Deutschland etwas zu bewegen.

Bei ÖKOPROFIT stehen – in Kooperation mit dem Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M. e.V.) – Umwelt-, Klima- und Ressourcenschutz in Unternehmen im Fokus. „So schließt sich ein Kreis und das heißt fair fürs Klima in Süd und Nord“, sagt Andrea Fütterer, Leiterin unserer Abteilung Grundsatz und Politik. Und weiter: **„Nicht nur bei unseren Partnern im Globalen Süden, sondern auch hier in Deutschland sind wir sehr aktiv. Für uns heißt Klimagerechtigkeit, dass wir uns auf allen Ebenen einsetzen und nach Verbesserungen streben.“** Andrea Fütterer betont insbesondere die Synergieeffekte, die sich aus dem Austausch mit Firmen aus verschiedenen Branchen in der Region ergeben haben.

Die GEPA hat beispielsweise den **gesamten Standort in Wuppertal auf LED-Technik umgerüstet** und wird im Bereich Büro und IT-Technik die **Energieeffizienz** weiter optimieren. Ein Energie-Audit, bei dem die eingesetzten Energiemengen und -träger eines Unternehmens analysiert werden, hat gezeigt, dass wir hier schon eine Menge erreicht haben.

Darüber hinaus setzen wir uns auf **politischer Ebene** seit Jahren zusammen mit zahlreichen Akteuren dafür ein, dass die Bedeutung der **Handelsgerechtigkeit** als Grundlage für eine umfassende **Klimagerechtigkeit** weltweit wahrgenommen wird.



Rund 1.950 Quadratmeter Dachfläche unserer Firmenzentrale in Wuppertal sind begrünt.



Ladesäulen für Elektroautos sowie Ladeplätze für E-Bikes können Mitarbeitende, Besuchende sowie Kund\*innen des GEPA-Stores nutzen.

## Was ist ÖKOPROFIT?

- ⊕ Allgemein: Beratungs- und Qualifizierungsprogramm für nachhaltiges Wirtschaften in Kooperation mit B.A.U.M. e.V.
- ⊕ im Bergischen Städtedreieck: Initiative der Städte Wuppertal, Solingen und Remscheid

## Was sind die Ziele?

- ⊕ Allgemein: Orientierung an UN-Nachhaltigkeitszielen
- ⊕ Konkret: Nachweis für praktizierten Klimaschutz (Reduktion: Verbrauch Energie, Wasser, Betriebsmittel, Abfallvolumen)
- ⊕ Betriebskosten sparen: Ressourcen und CO2-Emissionen werden immer teurer.
- ⊕ Synergie-Effekte durch Erfahrungsaustausch mit anderen ÖKOPROFIT-Betrieben der Region

## Warum macht die GEPA mit?

- ⊕ Die GEPA ist Fair Trade-Pionier, Fairer Handel und Nachhaltigkeit sind untrennbar.
- ⊕ Unterstützung bei der Verfassung des Nachhaltigkeitsberichtes nach dem DNK
- ⊕ Objektive Bewertung durch die Auszeichnung



# Fair, ökologisch, nachhaltig – die GEPA in Wuppertal!



Aus den 20 Kriterien des DNK (Deutscher Nachhaltigkeitskodex) haben wir hier sieben zentrale Bereiche herausgegriffen.



In der DNK-Datenbank ist der ausführliche GEPA-Bericht zu finden: [deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Home/Database](https://deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/Home/Database)



KRITERIUM

## 1

### Strategie

**People and Planet before Profit: Unsere Unternehmensstrategie ist gleichzeitig unsere Nachhaltigkeitsstrategie. Fairer Handel ist unser einziger Unternehmenszweck.**

**Unsere Gesellschaftsziele:**

- ⊕ Förderung von benachteiligten Produzent\*innen, vor allem im Globalen Süden
- ⊕ Veränderung des Kaufverhaltens von Konsument\*innen
- ⊕ Hinwirken auf strukturelle Veränderungen im Welthandel durch Lobby- und Advocacy-Arbeit

Wir arbeiten nach den zehn Prinzipien des Fairen Handels der WFTO: [www.wfto.com](http://www.wfto.com). Schon seit 1977 enthält unser Kriterienkatalog Sozial- und Umweltkriterien. Fair+ zeigt, dass wir oft über Fair Trade-Standards hinausgehen.



KRITERIUM

## 2

### Wesentlichkeit

Die 10 Prinzipien der WFTO haben große Schnittmengen mit den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen (SDGs). Diese acht SDGs sind für uns wesentlich, da sie unsere Geschäftstätigkeit definieren. Zum Beispiel Geschlechtergleichheit, Klimaschutz und menschenwürdige Arbeit.



**Größte Herausforderung für uns:**

Wir bewegen uns in einem überwiegend „unfairen Welthandelskontext“: Dennoch zeigen wir seit fast 50 Jahren, dass Handel zu fairen Bedingungen möglich und erfolgreich ist.

## DNK auf einen Blick

**Geschichte:**

2010 gemeinsam konzipiert vom Rat für nachhaltige Entwicklung und Vertreter\*innen aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft

**Ziel:**

Aufbau eines einheitlichen Leitfadens zur Nachhaltigkeits-Berichterstattung

**Die GEPA und der DNK:**

- ⊕ Anerkannte Referenz für die Performance der GEPA: Fair Trade und Nachhaltigkeit als einziger Unternehmenszweck
- ⊕ Basis: 20 Kriterien wie Verantwortung, Innovation, Strategie, Wesentlichkeit
- ⊕ Integration der Ergebnisse von ÖKOPROFIT zum betrieblichen Umweltschutz

**Überprüfung:**

- ⊕ Überprüfung der 20 Kriterien auf formale Richtigkeit nach dem Motto „Comply or explain“
- ⊕ Freischaltung der Ergebnisse ca. Oktober für die Öffentlichkeit in der DNK-Datenbank



# Deutscher Nachhaltigkeitskodex



ATPI, Philippinen (Zucker)



COOPEAGRI, Costa Rica (Kaffee)

KRITERIUM

## 4 Tiefe der Wertschöpfungskette

- + Rund 40 Lebensmittelprodukte und alle Handwerksprodukte werden im Globalen Süden als Fertigprodukte endverpackt geliefert.
- + Transparente Lieferkette: Wir können z. B. bei Kaffee den Weg vom Anbau bis zum Fertigprodukt lückenlos nachverfolgen anhand von Chargen-Nummern, Verträgen, Bestellscheinen, wie auch Verbraucherzeitschriften wie ÖKO-TEST und Warentest immer wieder hervorheben. Für Rohware wie Kaffee und Kakao bezahlen wir oft Preise über Fairtrade-Standards, immer deutlich über Weltmarktpreis.
- + Als eins von wenigen Unternehmen in Deutschland werden wir nach dem WFTO-Garantiesystem überprüft.

**Weiterverarbeiter:** Wir kooperieren mit mittelständischen Weiterverarbeitungsbetrieben, die unsere Werte der Nachhaltigkeit teilen.

**Herausforderungen:** Schiffstransport und Paketzustellung

KRITERIUM

## 7

## Kontrolle

- + GEPA und Handelspartner sind WFTO-Mitglied und über das WFTO-Garantiesystem kontrolliert, und / oder extern über Fairtrade, Naturland Fair oder Fair for Life zertifiziert.
- + Reverse-Assessment: Wir befragen die Partnerorganisationen zu ihrer Einschätzung über die GEPA-Arbeitsweise.
- + Zahlreiche Auszeichnungen zur Nachhaltigkeit, z. B. CSR-Preis der Bundesregierung in der Kategorie „Lieferkettenmanagement“
- + Wir beantworten regelmäßig Fragebögen von Stiftung Warentest, ÖKO-TEST, Verbraucherzentralen zur Unternehmensverantwortung.
- + Jährlich nehmen wir am IFS-Audit teil (IFS = Bewertungsmaßstab für Qualität, Kompatibilität und Sicherheit von Lebensmittelprodukten).
- + Abteilung Grundsatz und Politik: Begleitung von Monitoring und Zertifizierung der GEPA-Handelspartner. Innerhalb der Netzwerke des Fairen Handels unterstützen die Mitarbeiterinnen die Weiterentwicklung der Fair- Handelskriterien.



CECAQ-11, São Tomé (Kakao)



ACPCU, Uganda (Kaffee)

# Deutscher Nachhaltigkeitskodex

KRITERIUM

## 9 Beteiligung von Anspruchsgruppen

**Grundlage für unsere Glaubwürdigkeit und unseren Erfolg ist Transparenz im Sinne von offener und ehrlicher Kommunikation.** Wir kommunizieren eng mit unseren Stakeholdern: Mitarbeiter\*innen, Gesellschaftern, Handelspartnern im Globalen Süden (vorwiegend demokratisch organisierte Kleinbauerngenossenschaften) Journalist\*innen, Vertreter\*innen von Verbänden, Politik, Verbraucherorganisationen, Stiftungen, Nichtregierungsorganisationen, Handelskunden und natürlich Endkund\*innen.

- + **Politisches Engagement:** Als Mitglied im Forum Fairer Handel (FFH) engagieren wir uns im Sinne unserer Partnerorganisationen z. B. für ein wirksames Lieferkettengesetz mit Unternehmenshaftung.
- + Wir organisieren regelmäßig **Handelspartner- Workshops**, z. B. zu aktuellen Themen wie die neue EU-Bio-Verordnung.
- + **Auswertung von Kund\*innenanfragen**
- + **Verbraucher\*innen-Umfragen** durch Forum Fairer Handel: Themen sind z. B. ausbeuterische Kinderarbeit. Es gibt eine hohe Zustimmung bei politischen Forderungen des FFH, z. B. die Macht großer Konzerne zu begrenzen.



Schulung beim Kaffeepartner Sidama in Äthiopien zur neuen EU-Bio-Verordnung, initiiert von der GEPA und der „Allianz für Produktqualität in Afrika“.

- + **Videointerviews mit Handelspartnern im Rahmen der EFTA-Klima-Kampagne**
- + **Reverse-Assessment:** Befragung der Partnerorganisationen zu ihrer Einschätzung über die GEPA-Arbeitsweise
- + **GEPA-Self-Assessment im Rahmen des WFTO-Garantiesystems** – Besonderheit der GEPA: Ca. 25 % der Belegschaft nimmt durch einen ausführlichen Fragebogen daran teil.

KRITERIUM

## 13 Klimarelevante Emissionen

Die Gesamt-Emissionen GEPA in Deutschland (2.890 Tonnen CO<sub>2</sub>) konnten wir durch ein Projekt mit der Klima-Kollekte in 2022 kompensieren: Es geht um Beschaffung und Installation von Photovoltaik-Systemen in Dalit-Gemeinden im südlichen Indien, Distrikt Tumkur. **Dadurch ist die GEPA in Deutschland „klimaneutral“.**

Weitere Infos auch unter [gepa.de/klimaneutral](https://gepa.de/klimaneutral)



KRITERIUM

## 19 Politische Einflussnahme

Als Gründungsmitglied des Forums Fairer Handel (Zusammenschluss der Fair Handelsakteure in Deutschland) setzt sich die GEPA auch **politisch intensiv für die Anliegen des Fairen Handels ein.**

- + **direkt** durch Mitarbeit in Arbeitsgruppen des FFH
- + indirekt über die nationalen und internationalen Netzwerke des Fairen Handels
- + durch Austausch mit Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft – auf kommunaler, landes-, bundes- und EU-politischer Ebene
- + 2016 hat die GEPA in ihrer Abteilung „Grundsatz und Politik“ die Stelle einer politischen Referentin geschaffen.
- + Forum Fairer Handel hält Kontakt zu politischen Entscheidungsträgern vor Ort in Berlin. Aufgabe: Die Forderungen des Fairen Handels in Politik und Öffentlichkeit zu tragen.





**Rooibos-Ernte bei unserem Partner WORC in Südafrika.**  
 Von WORC beziehen wir fairen Bio-Rooibos für unseren ausgezeichneten Tee. Durch Dürren ist die Ernte bedroht. Die GEPA unterstützt die Bäuer\*innen dabei, in der Klimakrise ihre Existenz zu sichern.



## Chancen für Kinder: Schule mit Modellcharakter

Durch ihre Kaffee-Importe finanziert die GEPA die Ganztagschule der Genossenschaft Sol y Café mit. Diese Schule hat Modellcharakter und steht auch Kindern von Nicht-Mitgliedern offen. Über 130 Kinder lernen hier nicht nur lesen, schreiben, rechnen – sondern auch die Umwelt und das Klima zu schützen. Eltern bezahlen Mahlzeiten und Transport; die Genossenschaft finanziert zusätzliche Lehrkräfte.

Warum die siebenjährige Rouss und ihre Eltern froh sind, dass sie dort zur Schule geht, wie Klimaschutz Teil des Unterrichts ist und weitere Einblicke zeigt das Video:

[gepa.de/schule-solycafe](https://gepa.de/schule-solycafe)

### Produktauszeichnungen



05/2022 Stiftung Warentest  
**Rooibos Tee Bio:**  
 Einer von zwei Testsiegern mit „Gut“



11/2022 ÖKO-TEST  
**Faires Pfund Bio Honig**  
 „Sehr gut“

Die GEPA  
 und ihre  
 Gesellschafter:  
 Gemeinsam  
 fair handeln



Auszeichnungen



**Sustainable Impact Award 2022**  
 Sieger in Sonderkategorie  
 „Generali SME Enterprize“

**CSR-Preis der Bundesregierung 2020**  
 Sieger „Verantwortungsvolles Lieferkettenmanagement“



**Deutscher Nachhaltigkeitspreis**  
 TOP 3 „Globale Partnerschaften 2020“



**GEPA – The Fair Trade Company**  
 GEPA-Weg 1, 42327 Wuppertal  
 info@gepa.de  
 www.gepa.de

**Fotonachweis:** GEPA – The Fair Trade Company / ATPI, A. Fischer, A. Welsing, C. Nusch, C. Schreer, Prospekt.TV, R. Solórzano, TPI, Fairtrade International, P. Muhangi, Initiative Lieferkettengesetz  
**Verantwortlich i.S.d.P.:** Matthias Kroth und Dr. Peter Schaumberger,  
 Geschäftsführer GEPA – The Fair Trade Company | **Stand:** 09/2023

