

GAKTUELL

Ausgabe 3/18 – Juli 2018

Lebensmittel



- Neu: Veganes Schokoladensortiment 2
- Vegan was bedeutet das? 3
- Wertschöpfung im Ursprungsland 5

Handwerk

- Die neuen Herbst/Winter-Kollektionen .. 6



- Bio-BW-Schals von EMA aus Indien . 8
- Merinoschals von CRC aus Indien 10
- Keramik-Serie von Sang Arun/Thailand . 12
- Dekokeramik von Craft Link/Vietnam ... 14
- Lampen von Quazi Design/Swasiland 16
- Lampen von Mai Vietnamese Handicrafts . 17

Hintergrund

- Kaffeetrends und Kaffeesortiment 18
- Erfolge bei CECAQ-11 auf São Tomé 20
- Teellieferungen von TPI aus Darjeeling 22
- Rooibos & Klimawandel/SDG Teil III 24

Verkaufen!

- Angebot von Verkostungsaktionen 26

Beispielhaft!

- Umzug Weltladen Xanten 27
- Umzug Weltladen Bad Wörishofen 27
- Haupt- und Ehrenamtlichkeit im Weltladen . 28

Aktionen · Kampagnen · Veranstaltungen

- Ausblick: Messe FAIR FRIENDS Dortmund . 30
- Rückblick: Fair-Handelskongress in Mainz . 31

Das Rezept

- Charlotte kocht! 32
- In eigener Sache: GEPA Infos per Mail ... 32



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

Neue Leckerbissen: Das vegane Schokoladensortiment

Unsere »Schoko Welten« wachsen weiter. Diesmal präsentieren wir Ihnen vier puristisch-leckere vegane Variationen. Die neue »Vegan Classic Cacao«, die »Vegan Knusper Nuss«, die »Vegan White Mandel Vanille« und die »Vegan White Salzmandel Cassis« werden nicht nur Veganer begeistern!

Die zwei hellen Schokoladen dürften bei Liebhabern klassischer Schokoladensorten auf großes Interesse stoßen, die beiden weißen Schokoladen dagegen das Herz und den Gaumen der Freunde neuer Geschmacksideen erfreuen.



Vegan Classic Cacao und Vegan Knusper Nuss

Besonderheiten auf einen Blick:

- vegane helle Schokolade
- der Mascobado-Vollrohrzucker verleiht den Schokoladen ihre besondere karamellige Note
- ohne Emulgatoren, dafür besonders schonendes und sorgfältiges Conchieren der Schokoladenmasse
- Kakaobutter als einzig eingesetztes Fett
- Direktimport der hochwertigen Zutaten, Unterstützung mehrerer Handelspartner
- Innenwickel aus überwiegend nachwachsenden Rohstoffen



Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP	Inhalt je Karton
8961856	Vegan Classic Cacao	100 g	2,49 €	10 St.
8961857	Vegan Knusper Nuss	100 g	2,49 €	10 St.



Vegan White Mandel Vanille und Vegan White Salzmandel Cassis



Besonderheiten auf einen Blick:

- vegane weiße Schokolade
- ohne Emulgatoren, dafür besonders schonendes und sorgfältiges Conchieren der Schokoladenmasse
- Kakaobutter als einzig eingesetztes Fett
- Direktimport der hochwertigen Zutaten, Unterstützung mehrerer Handelspartner
- Innenwickel aus überwiegend nachwachsenden Rohstoffen

Art.-Nr.	Bezeichnung	Größe/Gewicht	UVP	Inhalt je Karton
8961858	Vegan White Mandel Vanille	100 g	2,79 €	10 St.
8961859	Vegan White Salzmandel Cassis	100 g	2,79 €	10 St.



Was genau ist eigentlich »vegan«?

Veganismus ist eine Lebens- und Ernährungsweise, die eine Nutzung von Tieren und tierischen Produkten ablehnt. Vegan ist ein Begriff, der lebensmittelrechtlich nicht geschützt ist und deshalb keinen gesetzlichen Vorgaben unterliegt.

Wir hatten eine Anfrage an den Vegetarierbund Deutschland e.V. geschickt mit der Bitte, uns mögliche Kriterien im Detail aufzuzeigen.

Die gängigen Hauptmerkmale eines veganen Produktes liegen:

- im Rohstoff: ist er tierischen Ursprungs?
- in den Zutaten: enthalten sie tierische Stoffe?
- in den Hilfsmitteln: wurden etwa bei einer maschinellen Herstellung vorher Produkte mit tierischen Zusätzen wie z. B. Milch produziert?
- in der Verpackung: wurde z. B. der Klebstoff eines Etikettes mit tierischen Zusätzen produziert?



Welche GEPA-Produkte werden als »vegan« bezeichnet?

Alle veganen GEPA-Produkte enthalten keine Zutaten aus tierischen Produkten oder deren Erzeugnissen, wie Milch, Honig, Eier, Fisch und Fleisch.

Sie werden außerdem ohne den bewussten Einsatz von tierischen Hilfsmitteln, wie z. B. Gelatine zur Klärung von Wein oder Saft hergestellt.

In der Produktion wird nach bestem Wissen und Gewissen alles getan, um ein Produkt frei von tierischen Bestandteilen zu halten. Unbeabsichtigte Kontaminationen können jedoch nicht vollständig ausgeschlossen werden und werden deklariert, wenn es sich um Allergene handelt.

Trägt ein Produkt z. B. den Allergiehinweis »Kann (Spuren von) Milchbestandteile(n) enthalten«, aber es handelt sich nicht um einen bewussten Einsatz eines tierischen Erzeugnisses, kann das Produkt trotzdem als vegan bezeichnet werden.

Tierische Bestandteile, die eventuell für die Etikettenfarben oder den Etikettenkleber verwendet wurden, werden bei der Auslobung eines veganen Produkts nicht berücksichtigt.

Neues Tee-Geschenckpackungsset mit allen Vorteilen

Unser fair gehandelten Produkte bieten stets Vorteile für die Menschen, die sie herstellen und für die Menschen, die sie genießen. Unsere neue Geschenckpackung mit Tee bringt in besonderer Weise zusammen, was wir in dieser Ausgabe von GEPA AKTUELL als Themen behandeln. Neben den hervorragenden neuen Tee-Spezialitäten sorgt die Geschenckpackung für Einkommen und Arbeitsplätze bei den von der Streikperiode betroffenen Teebauern von TPI (siehe den Bericht auf Seite 22) – und die Verpackung in einer handgeschöpften Kartonage aus Indien sorgt für maximale Wertschöpfung im Herstellungsland.

Die Qualität der Tees steht dahinter aber keineswegs zurück: In der neuen Geschenckpackung finden Sie drei neue ausgesprochen hochwertige Tee-Spezialitäten:

Assam Tippy Golden: Ein eleganter Schwarztee aus Assam, der mit seinen goldgelben Blattspitzen eine fruchtige, weiche Tasse ergibt.

Spring Blossom: Dieser zarte, weiße Tee stammt aus Darjeeling, wo er auf 1500 m Höhe im Teegarten Samabeong zu einem besonders feinen, blumigen Genuss heranreift.

Summer Blossom: Dieser kräftige Olong-Tee aus Darjeeling (ebenfalls aus der Samabeong-Pflanzung) ist ein »Zwischending« zwischen Grün- und Schwarztee, seine Fermentierdauer liegt in der Mitte der beiden Varianten.

Alle drei kommen schön verpackt in einer handgeschöpften Karton-Verpackung unseres Partners Mahima in Indien. So bleibt so viel vom Verkaufspreis wie nur möglich bei den Handelspartnern.

Im nächsten GEPA AKTUELL werden wir Ihnen die neue Geschenckpackung ausführlicher vorstellen!

Herstellung und Verpackung im Ursprungsland

Schon lange Jahre gibt es eine Vielzahl von GEPA-Produkten, bei denen durch die Verarbeitung und Verpackung im Süden mehr Einkommen im Ursprungsland entsteht. Wann immer möglich, versuchen wir solche Wege zu gehen. Hier haben wir hier einiges an Pionierarbeit geleistet.

In der Liste rechts sind die Produkte aufgeführt, die zu 100 Prozent im Herkunftsland verarbeitet, abgefüllt und verpackt wurden.

Weitere Verarbeitungsstufen mit Wertschöpfung

Wir führen aber noch viele Produkte mit unterschiedlichen Verarbeitungsstufen im Land selbst, durch die schon Wertschöpfung vor Ort entsteht. Auch das bedeutet schon einen Gewinn an Arbeitsplätzen und mehr Einkommen für die Produzentengruppen.

Zum Beispiel der GEPA-Bio Kagera Instant-Kaffee

Diese Spezialität hat schon seit mehr als 20 Jahren im GEPA-Sortiment ihren Platz. Der Instant-Kaffee wird in Tansania in einer Anlage produziert, die mehrheitlich unserer Partnerkooperative KCU gehört. Er wird nicht nur vor Ort geröstet, sondern auch sprühgetrocknet, also direkt zu Instantkaffee verarbeitet, und später dann in Deutschland in Gläser abgefüllt. So war es auch der Wunsch des Partners. Damit erreichen wir sogar eine höhere Weiterverarbeitungsstufe als bei einer alleinigen Röstung im Ursprung.



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



Foto: GEPA - The Fair Trade Company / A. Welsing

Zum Beispiel Halbfertigprodukte

Wir beziehen auch sogenannte Halbfertigprodukte aus Ursprungsländern: Z. B. haben wir letztes Jahr 60 Prozent unserer Kakaobutter von der Kooperative El Ceibo in Bolivien erhalten.

Weitere Stufen sind das Schälen und Rösten der Haselnüsse bei İŞIK aus der Türkei, das Schälen der Cashew-Nüsse bei La Sureñita in Honduras, die Herstellung der Crispies für die Fairitta-Riegel von Coronilla aus Bolivien oder die Marmelade für die Schoko-Lebkuchenherzen von Lao Farmers' Products aus Laos. Dann gibt es noch viele Produkte mit hohem Wertschöpfungsanteil im Ursprungsland, da diese Produkte in Europa nur noch gereinigt, aber ohne weitere Verarbeitung abgefüllt werden: Honig, Rosinen, Cashewnüsse natur, Paranüsse, Quinoa, Reis oder der El Sur-Wein.

Handwerk

Auch Handwerksprodukte werden immer schon komplett in Afrika, Lateinamerika und Asien hergestellt. Handwerkerinnen und Handwerker flechten dort Körbe, weben Schals, gießen Kerzen und vieles mehr.

Weitere Informationen unter:

www.gepa.de/mehr-Wertschöpfung

Weitere Informationen zu den GEPA-Handelspartnern unter:

www.gepa.de/produzenten



Liste aller GEPA-Produkte, die zu 100 Prozent im Herkunftsland verarbeitet, abgefüllt und verpackt wurden

Art.-Nr.	Produkt	Handelspartner	Land
7751710	Bio Mascobado Vollrohr-Zuckersticks	ATC	Philippinen
7751705	Bio Mascobado Vollrohrzucker	ATC	Philippinen
8910822	Bio Datteln mit Stein	Beni Ghreb	Tunesien
3902202	Las Lomas Pais-Cabernet Sauvignon	COVICA	Chile
3902203	Las Lomas Chardonnay	COVICA	Chile
3902204	Las Lomas Cabernet Sauvignon Rosé	COVICA	Chile
1662001	Orange-Grapefruit - Feine Marmelade	Eswatini Kitchen	Swasiland
1662003	Früchte Chutney	Eswatini Kitchen	Swasiland
1662009	Curry Sauce	Eswatini Kitchen	Swasiland
1662004	Chili Sauce	Eswatini Kitchen	Swasiland
1662005	Mango Chutney	Eswatini Kitchen	Swasiland
1662007	Mango - Feine Konfitüre	Eswatini Kitchen	Swasiland
7501012	Bio Hom Mali	Green Net	Thailand
1522205	Koopmanskloof Sauvignon Blanc	Koopmanskloof	Südafrika
1522203	Koopmanskloof Shiraz	Koopmanskloof	Südafrika
1522202	Koopmanskloof Cabernet Sauvignon	Koopmanskloof	Südafrika
1522201	Koopmanskloof Pinotage Rosé	Koopmanskloof	Südafrika
1522207	Koopmanskloof Chardonnay	Koopmanskloof	Südafrika
1522206	Koopmanskloof Reserve	Koopmanskloof	Südafrika
4501002	Popquins	Coronilla	Bolivien
3502205	Reserva Bio Malbec Shiraz	La Riojana	Argentinien
3502204	Reserva Bio Torrontes Chardonnay	La Riojana	Argentinien
3502201	SOLOMBRA Cabernet Sauvignon Bonarda	La Riojana	Argentinien
3502203	SOLOMBRA Torrontes	La Riojana	Argentinien
3502202	SOLOMBRA Malbec	La Riojana	Argentinien
7402004	Maracuja Konfitüre extra	LFP	Laos
3982208	Lautaro Cabernet Sauvignon	Sagrada Familia	Chile
3982205	Lautaro Otoño	Sagrada Familia	Chile
7310802	Bio Curry Coco	Ma's Tropical Foods	Sri Lanka
7310803	Bio Green Coco	Ma's Tropical Foods	Sri Lanka
7310804	Bio Spicy Coco	Ma's Tropical Foods	Sri Lanka
7310805	Bio Tikka Coco	Ma's Tropical Foods	Sri Lanka
7310801	Bio Kokosmilch	Ma's Tropical Foods	Sri Lanka
7760801	Banana Chips	PFTC	Philippinen
8912222	Goue Vallei Rosé	Piekenierskloof	Südafrika
7740801	Mangos	PREDAS	Philippinen
1682202	iLULA Pinotage	STELLAR	Südafrika
1682203	iLULA Merlot	STELLAR	Südafrika
1682205	iLULA Shiraz	STELLAR	Südafrika
8090911	Darjeeling Grüntee	TPI	Indien
8090907	Darjeeling First Flush	TPI	Indien
8090908	Assam	TPI	Indien
8090909	Earl Grey	TPI	Indien
8090910	Indischer Chai	TPI	Indien
8090912	Subarna Gold	TPI	Indien
8950914	Weißtee Darjeeling	TPI	Indien
7501016	Bio Hom Mali 5 kg Vacuum geschliffen	Green Net	Thailand

SIENNA, GLORIE und ESPRIT: Unsere Herbst/Winter-Kollektionen

Herbst und Winter stehen vor der Tür, und wir möchten Ihnen unsere drei neuen Kollektionen für diese Jahreszeiten vorstellen. Das Herzstück sind dabei die neuen Produkte, die sich wunderbar mit dem Gesamtsortiment kombinieren lassen.

Die Kollektion SIENNA ist unser Türöffner in den Herbst, dicht gefolgt von GLORIE für die winterlichen Tage und das Weihnachtsfest und ESPRIT zum Start in das neue Jahr und zu jedem Anlass, über den man sich freut. Für jede der drei Kollektionen steht eine Farbvariante der neuen Keramikserie »Valeria« (siehe Seite 12).

SIENNA

Mit der SIENNA-Kollektion holen wir den Spätsommer in unser Zuhause. Warme Erd- und Naturtöne kombinieren wir mit einem kräftigen Orange. Der marmorierte Stein der Dosen und das schillernde Orangerot der Vasen stehen exemplarisch für diese zurückhaltende und zugleich intensive Farbigkeit.

GLORIE

Den Winter kleiden wir in ein dunkles Blau und Rot. In der Kollektion GLORIE vereinen sich diese beiden starken Farben zu einem satten Purpur. Besonders die Textilien zeigen dieses Spektrum auf. Den Glanz und die Festlichkeit bringt das Gold der Lampenschirme.

ESPRIT

Wir feiern die Feste wie sie fallen – ob zum neuen Jahr oder einfach zwischendurch. ESPRIT bringt uns mit klaren Türkistönen die Frische der Natur. Die neue Keramikserie Valeria steht im Mittelpunkt dieser Kollektion. Dazu harmonisieren grafische Muster und eine breite Vielfalt an Grün- und Blautönen.

Die neue Tischkeramik-Serie wurde speziell für die GEPA von der Designerin Valeria Santagati Juraschek entworfen und von Sang Arun in Thailand produziert. Bei Sang Arun spielen Frauen eine wichtige Rolle – vom Design bis zur Herstellung.

Auch die neuen Hängeleuchten in Schwarz-Gold von Quazi Design aus Swasiland bereichern unser Sortiment. Ein starkes Team von kreativen Frauen fertigt die Leuchten aus Pappmaché, die Ihren Raum in goldenes Licht tauchen. Ökologie und Design gehen bei diesen Produkten eine wunderbare Verbindung ein: Aus gelesenen Zeitungen werden kunstvolle Leuchten. Und es sind so in Swasiland gute Jobs für Frauen entstanden, die meist alleinerziehend sind und das Einkommen für ihre Familie verdienen müssen.

Die neuen Produkte ergänzen stimmungsvoll unser Gesamtsortiment mit rund 385 Produkten für den Herbst-Winter. Es ist immer wieder schön zu sehen, wie unterschiedliche kulturelle Welten in einem Produkt vereint werden. Bei den Materialien sind wir uns treu geblieben und verwenden hauptsächlich natürliche Werkstoffe.

Auf vielfachen Kundenwunsch bietet Ihnen die GEPA in 2018 zudem ein kleines Weihnachtssortiment mit Krippen und Weihnachtsdekoration an. Wir sind gespannt, wie es Ihnen gefällt.

Nähere Informationen zu den neuen Produkten haben wir Ihnen in den nächsten Beiträgen zusammengestellt.

Aktuelle Informationen zur Verfügbarkeit der Produkte stellen wir Ihnen wie gewohnt im GEPA-Onlineshop für Weltläden www.gepa-wug.de bereit.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Betrachten, Auswählen und Erleben.





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

Bio baut auf: Bio-Baumwollschals von EMA, Baruipur, Indien

Von EMA bieten wir Ihnen zwei Bio-Baumwollschals mit hohem Tragekomfort, aufgrund der offenen Fransen und dem Verzicht auf Säume, an. Die Schals wurden nach unseren Entwürfen im EMA-Zentrum in Baruipur mithilfe von Siebdruck hergestellt. Das Bio-Baumwoll-Gewebe kauft EMA von einem zertifizierten indischen Garn- und Gewebegroßhändler.

Die Bio-Baumwollschals sind ein Beispiel dafür, dass sich EMA insgesamt sehr in Sachen Umwelt und ländlicher Entwicklung engagiert. Das Dorf Baruipur, in dem sich das EMA-Zentrum befindet, liegt ca. 40 Kilometer außerhalb von Kolkata. Zu einer nachhaltigen Entwicklung gehörte für die Mitglieder von EMA auch der Umzug in das Dorf außerhalb von Kolkata. Das Ziel von EMA war und ist es, den ländlichen Raum zu entwickeln und den Menschen zu ermöglichen, dort zu arbeiten, ohne nach Kolkata pendeln zu müssen.

Zur sozialen Betriebsführung von EMA gehören auch Überlegungen, welche Menschen bevorzugt eingestellt werden. Swapna Das, die Leiterin von EMA, präsentierte beim Empfang durch den Wuppertaler Oberbürgermeister Andreas Mucke im Februar 2018 diese Strategien. Die wichtigsten Punkte der Umwelt-Strategie:

- Investitionen besonders in das Design von ökologischen Produkten (z. B. Färbung mit natürlichen Farben)
- Verwendung von umweltfreundlich produziertem Leder
- Verwendung möglichst vieler nachhaltiger Rohwaren im Verlauf der Produktionskette
- Reduzierung von Abfällen im Betrieb
- Investitionen in die Aufbereitung des Brauchwassers, mit dem Ziel, es wieder verwenden zu können
- Reduzierung der Anzahl von Glühlampen und Austausch durch effizientere LED-Lampen
- Einsatz von möglichst sauberem Heizmaterial für die Heißwasserzubereitung in der Textil-Abteilung
- Anpflanzung von mindestens 50 hochwertigen Bäumen pro Jahr.
- Installation von Solar-Kollektoren zur Erstellung des heißen Wassers in der Textil-Abteilung.
- Einführung von Wasserfiltern für alle Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter, Handwerkerinnen und Handwerker
- Durchführung eines jährlichen Umwelttests durch ein vom Staat registriertes Labor.
- Umsetzung der Methoden des ökologischen Landbaus auf der bewirtschafteten Fläche in Baruipur

Unter sozialer Entwicklung versteht EMA:

- Einstellung und besondere Unterstützung alleinerziehender Frauen auf dem Dorf.
- Einstellung und Förderung der Fähigkeiten von Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen
- Beschäftigung von Menschen, die im Dorf unterhalb der Armutsgrenze leben

Besonders im ländlichen Raum in Indien leiden Frauen unter ungleicher Behandlung, sie haben kaum eine Chance daran etwas zu ändern und es kommt zu Belästigungen in vielen Gemeinden. Dies gilt besonders für den Leder- und Bekleidungssektor. So können Frauen ihre Lebensbedingungen nicht verbessern. In den armen Familien, besonders in muslimischen Gemeinden, dürfen die Frauen normalerweise nicht weit von zu Hause weg gehen und arbeiten. Doch EMA hat es geschafft, dass auch die muslimischen Frauen im Zentrum arbeiten und Geld für ihre Familien verdienen können. Viele Abteilungen werden eigenverantwortlich von Frauen geführt. EMA ist in diesem Dorf die erste Organisation, in der Frauen aus ihrer Nische herauskommen, ihre Einstellung ändern und sich für sichere Arbeitsplätze entscheiden. EMA engagiert sich darüber hinaus auch für Frauen in den abgelegenen Gemeinden.

Außerdem bietet EMA zum Beispiel Schulklassen einen Besuch in ihrem Zentrum an, um ihnen ökologische Themen nahezubringen. Auch werden entsprechende Informationsmaterialien unentgeltlich verteilt.

Die EMA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter engagieren sich ebenfalls für die Menschen in der Gemeinde Baruipur, indem sie in der kalten Jahreszeit warme Decken verteilen oder indem sie zum Blutspenden aufrufen.

Das gesamte soziale und ökologische Engagement von EMA hat dazu geführt, dass die indische Fair-Handelsorganisation sehr engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen konnte, was sich wiederum positiv auf die Kundenzufriedenheit auswirkt.



Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
813 66 24 01	Bio-Baumwollschal hellbl./grün mit schwarzem Druck	16,95 €
813 66 24 02	Bio-Baumwollschal hellbl./rosa mit rotem Druck	16,95 €



Wolle wärmt: Hochwertige Merinoschals von CRC



Vom CRC (Craft Ressource Center) aus Kolkata bezieht die GEPA handgewebte Wollschals aus 92 % Merinowolle und 8 % Ibexwolle – mit Fischgrät-Muster in den Farben Grün und Blau. Diese Schals sind wunderbar weich und wärmend! Hergestellt werden sie von »Aktion Line Exports« (ALE), einem Betrieb, der von Riyaz Hakim geleitet wird. ALE befindet sich in der Stadt Srinagar in der nordindischen Provinz Kaschmir.

Zu ALE gehören 30

Männer und 20 Frauen, die den kompletten Herstellungsprozess – vom Design bis zum Weben – übernehmen. Für die Schals aus Merino- und Ibex-Wolle werden traditionelle vier- bis sechsschäftige Webstühle verwendet. Das so genannte Finishing wird ebenfalls von dieser Gruppe übernommen. Dann werden die Schals nach Kolkata in West-Bengalen transportiert. Dort übernehmen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des CRC die Qualitätskontrolle, das Verpacken und bereiten den Schifftransport vor.



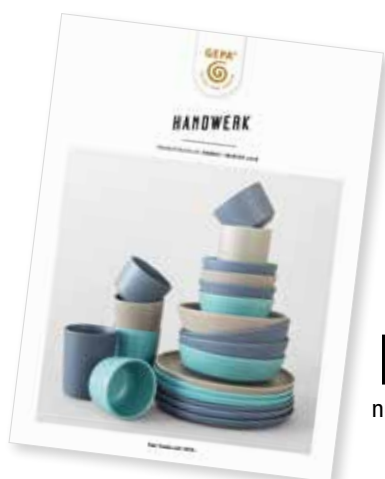
Die Merino-Wolle, die für die Schals verwendet wird, wird aus Australien und Neuseeland importiert. Diese beiden Länder sind weltweit führend in der Produktion der Wolle, die von Merino-Schafen stammt. Die Ibex-Wolle (von den gleichnamigen Ziegen) hingegen stammt aus dem Ladakh, einer Region im indischen Himalaja, die an Kaschmir grenzt.

Die Provinz Kaschmir ist sehr bekannt für die Herstellung der klassischen Wolltücher, die die Frauen während der kälteren Jahreszeiten in Nord-Indien tragen. Dabei wird üblicherweise Wolle mit Seide oder Ibex-Wolle kombiniert. Diese Tücher sind weltweit als »Pashmina« bekannt. Das Wort »Pashmina« soll sich aus einem persischen Dialekt ableiten und »Wolle« oder »aus Wolle gefertigter Schal« bedeuten.

Neben diesen hochwertigen Merino-Schals hat CRC auch noch einen weichen, feinen Schal aus Wolle in Petrol/Flieder gefertigt. Auch neue Viskose- und Modalschals in vielen Farben haben wir von CRC für den Herbst in unser Sortiment aufgenommen.



Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
841 66 67 01	Wollschal Fischgrät grün, 92 % Merinowolle, 8 % Ibexwolle, handgewebt	119,00 €
841 66 67 02	Wollschal Fischgrät blau, 92 % Merinowolle, 8 % Ibexwolle, handgewebt	119,00 €
841 66 68	Wollschal kl. Karo petrol/flieder, 92 % Wolle, 8 % Seide, handgewebt	81,00 €
841 66 64 01	Schal Viskose Fischgrät schwarz/hellblau, 100 % Viskose, handgewebt	21,95 €
841 66 64 02	Schal Viskose Fischgrät rot/türkis, 100 % Viskose, handgewebt	21,95 €
841 66 65 03	Schal Viskose schwarz/grün/gelb Felder, 100 % Viskose, handgewebt	21,95 €
841 66 65 02	Schal Viskose grün/rot/rosé Felder, 100 % Viskose, handgewebt	21,95 €
841 66 66 01	Schal Viskose Blockstreifen schwarz/weiß/rosé, 100 % Viskose, handgewebt	21,95 €
841 66 66 02	Schal Viskose Blockstreifen blau/grün, 100 % Viskose, handgewebt	21,95 €
841 66 70	Modalschal Flora dunkel, 100 % Modal	29,95 €
841 66 71	Modalschal Flora hell, 100 % Modal	29,95 €



Den Handwerk Produktkatalog Herbst / Winter 2018: Art.-Nr. 8934834 können Sie auf der GEPA-Webseite herunterladen oder bestellen – nutzen Sie den QR-Code, um schnell zu den neuen Produkten zu gelangen!



»Valeria« variiert: Neue Keramik-Serie von Sang Arun aus Thailand

Speziell für die GEPA wurde diese stapelbare Keramik-Serie von der Designerin Valeria Santagati Juraschek entworfen und vom GEPA-Partner Sang Arun in Lampang, Thailand produziert. Zu dieser Serie gehören Teller, Schüsseln in den Größen S und L, Tassen und Becher – alles matt gesprenkelt in den Farben Grau, Türkis und Blaugrau. Das Steinzeug ist sowohl spülmaschinenfest als auch mikrowellengeeignet.

Die Keramik von Sang Arun wird aus weißer Kaolin-Tonerde hergestellt, die in der Region vorkommt. Die Waren werden zwei Mal gebrannt, vor dem Glasieren fünf bis zwölf Stunden bei 700 bis 800 Grad Celsius und danach zwölf Stunden bei ca. 1.200 Grad. Dieses Verfahren garantiert eine besonders gute Qualität. Die GEPA-Keramik zeichnet sich vor allem durch ein gutes und modernes Design aus.

Die Keramik-Serie »Valeria« wurde nicht nur von einer Frau entworfen – kein Zufall, denn bei Sang Arun spielen Frauen eine wichtige Rolle – vom Design bis zur Herstellung. Der GEPA-Partner Sang Arun wird von Frauen geleitet und in der Keramikwerkstatt arbeiten zu etwa 90 Prozent Frauen, die so wesentlich zum Unterhalt ihrer Familie beitragen können. Auch die Führungspositionen im Betrieb sind zu 80 Prozent mit Frauen besetzt. So ist zum Beispiel für die Entwicklung der Glasuren maßgeblich eine Frau zuständig.

Sang Arun gewährt den Mitarbeiterinnen eine dreimonatige Auszeit nach der Geburt eines Kindes und lädt einmal im Jahr ein Ärzte-Team ein, das Grundkenntnisse zur Kinderbetreuung vermittelt. Sang Arun bietet bei Bedarf eine Betreuung für die Kinder seiner Angestellten an.

Dank ihrer Tätigkeit bei Sang Arun können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Beispiel auch die Schulgebühren ihrer Kinder bezahlen. Zudem vergibt der GEPA-Partner Schulstipendien, wenn sich die Eltern dies nicht leisten können. Aufgrund der guten Ausbildung gehen die Kinder meist andere berufliche Wege als ihre Eltern.

Auf Weiterbildung im Betrieb wird bei Sang Arun großen Wert gelegt (Design, Produktionstechniken, usw.).

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden je nach Arbeitsgebiet entweder pro Arbeitstag oder pro Stück bezahlt. Sang Arun bezahlt für sie die komplette Einkommenssteuer und die ganze Sozialversicherung – eine absolute Ausnahme. Beim Erfolg der Firma erhalten die Mitarbeiter eine jährliche Bonuszahlung.

Entdecken Sie die neue GEPA Keramik-Serie, die so viele gute Seiten hat!

Einen ausführlichen Reisebericht von der Sortimentsmanagerin Vera Aldejohann finden Sie im Handwerks-Katalog 2018. Sie hat den Keramik-Partner Sang Arun in 2017 besucht.



Prototyp und Entwurf: Der Entwurf des Bechers als 3D Druck (rechts) und erste Becher frisch aus der Form, noch vor dem Brand, der den Becher auf Größe des Modells schrumpfen lässt.



»Die matten Glasuren mit den kleinen Sprenkeln haben wir ausgewählt, weil wir sie interessant, modern und ästhetisch finden. Vor allem natürlich, weil sie super zu unseren Kollektionen SIENNA, GLORIE und ESPRIT passen. Matte Glasuren unterscheiden sich nicht groß von glänzenden Glasuren. Die Arbeitsschritte sind dieselben, nur die Glasur hat andere Inhaltsstoffe.«

Vera Aldejohann, GEPA Sortimentsmanagerin Handwerk

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
752 70 57 01	Teller Valeria türkis matt gesprenkelt	15,95 €
752 70 58 01	Schale Valeria türkis matt gesprenkelt L	14,45 €
752 70 59 01	Schale Valeria türkis matt gesprenkelt S	12,45 €
752 70 60 01	Tasse Valeria türkis matt gesprenkelt	10,45 €
752 70 61 01	Becher Valeria türkis matt gesprenkelt	12,45 €
752 70 57 02	Teller Valeria blaugrau matt gesprenkelt	15,95 €
752 70 58 02	Schale Valeria blaugrau matt gesprenkelt L	14,45 €
752 70 59 02	Schale Valeria blaugrau matt gesprenkelt S	12,45 €
752 70 60 02	Tasse Valeria blaugrau matt gesprenkelt	10,45 €
752 70 61 02	Becher Valeria blaugrau matt gesprenkelt	12,45 €
752 70 57 03	Teller Valeria grau matt gesprenkelt	15,95 €
752 70 58 03	Schale Valeria grau matt gesprenkelt L	14,45 €
752 70 59 03	Schale Valeria grau matt gesprenkelt S	12,45 €
752 70 60 03	Tasse Valeria grau matt gesprenkelt	10,45 €
752 70 61 03	Becher Valeria grau matt gesprenkelt	12,45 €



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



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

Keramik kommt: Neue Vasen und Dosen von Craft Link aus Vietnam

Der GEPA-Partner Craft Link hat sich auf den Vertrieb von Handwerksartikeln spezialisiert, die in traditionellen Kunsthandwerkdörfern von ethnischen Minderheiten und von Menschen mit Behinderung gefertigt werden. Die Organisation arbeitet eng mit dem Völkerkundemuseum in Hanoi zusammen und engagiert sich sehr für den Erhalt traditioneller Techniken.

Die Mitarbeiter von Craft Link wissen aber auch sehr genau um die Bedürfnisse ihrer Kunden und tragen durch ihre Produktentwicklung beidem Rechnung, so dass sowohl kunsthandwerkliche Tradition als auch modernes Design zu ihrem Recht kommen. Designer arbeiten in den Dörfern mit den Handwerkern an neuen Artikeln. Die Einhaltung sozialer und ökologischer Standards in den Werkstätten ist für Craft Link von großer Bedeutung.

Craft Link arbeitet mit derzeit 65 Produzentengruppen und Kleinbetrieben zusammen. Jedes Jahr kommen vier neue Gruppen dazu, die dann zwei Jahre gefördert werden, damit sie ihre Produkte über Craft Link vermarkten können.

Thuy Kinh Ceramic Workshop in BAT TRANG

BAT TRANG ist ein typisches Keramiker-Dorf, das nur wenige Kilometer außerhalb von Hanoi liegt. Bereits seit dem 15. Jahrhundert ist das Dorf an den Ufern des Roten Flusses für seine hochwertige Keramik bekannt, die ursprünglich nur an den königlichen Hof geliefert wurde. Der »Thuy Kinh Ceramic Workshop«, der die neuen Vasen und (Herz-)Dosen für die GEPA herstellt, ist in BAT TRANG beheimatet.

Seit 1998 kooperiert Craft Link mit dieser Keramikwerkstatt. Herr Tran Minh Kinh und seine Frau Nguyen Thi Thuy sind die Besitzer dieses Betriebes. Die Familie von Tran Minh Kinh ist bereits in der fünften Generation in der Keramikproduktion tätig. Er hat das Handwerk sowie den Handel mit Keramik von seinem Vater gelernt und sich nach dem Ende des Vietnamkriegs eine eigene Firma aufgebaut. Zunächst konnten kaum Waren exportiert werden, doch zusammen mit seiner Frau, einer Spezialistin für Glasuren, haben sie ein erfolgreiches Geschäft aufgebaut.

Im Thuy Kinh Ceramic Workshop sind zurzeit 40 Menschen mit der Herstellung von Keramik betraut. Die Mitarbeiter erhalten ein Vielfaches des staatlichen Mindestlohnes für einfache Arbeiten in Hanoi, ein Keramikmeister kann gar das 10-fache des Mindestlohns verdienen (Stand: 2013). Ca. 80 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet der Betrieb heute mit der Fair-Handelsorganisation Craft Link, rund 20 Prozent im Inland.

Fertigung

2013 suchten die GEPA Einkaufsmanager Handwerk Christina Morandell und Rolf Bittner das Projekt und beschrieben den Herstellungsprozess:

Nahezu alle Keramik-Linien wurden von Craft Link Designern entwickelt. Darüber hinaus setzen sie aber auch Designs um, die die Kunden entwickelt haben. Das Craft Link-Designteam entwirft neue Produkte (Formen, Farben oder Verzierungen) und bespricht sich dann mit dem Keramikmeister, was technisch machbar ist. Der

entwickelt dann eine erste Form, mit deren Hilfe die ersten Muster gebrannt werden. Je nach Resultat wird nachgebessert, verändert oder schlimmstenfalls verworfen. Die Produktionsstätten sind geteilt: Der Ton wird in einer Werkstatt fußläufig von der restlichen Produktion entfernt gemischt, wie auch die Formen aus Gips (für die Produktion) bzw. aus Holz (Master-Form oder die Musterform) dort produziert werden. Hintergrund ist, dass die Staubbentwicklung sich auf den Glasurprozess negativ auswirkt. Einige Mitarbeiter sind dabei, die Rohlinge zu formen, die je nach Tagestemperatur zwischen 2 Stunden und einem Tag benötigen, bis sie trocken sind, aus der Form genommen werden können und in einem weiteren Arbeitsschritt auf der Drehscheibe nachgebessert werden und anschließend nochmals mit einem feuchten Schwamm geglättet werden können. Der Rohling schrumpft um ca. 30 % während des Trocken-, Brenn- und Glasurprozesses, was beim Erstellen der Form beachtet werden muss.

Ton und Glasur

Erstklassige Tonerde aus der Region selbst und von verschiedenen Ton-Gruben in der Phú Tho-Provinz, circa 120 Kilometer von Hanoi entfernt, werden in den Keramikbetrieben in BAT TRANG auf Töpferscheiben zu schönen Stücken verarbeitet. Sie werden zunächst bei 800 Grad Celsius gebrannt, dann mit Glasur überzogen und schließlich wird das Steinzeug bei 1.350 Grad Celsius ein zweites Mal gebrannt. Auch die Glasuren stammen übrigens aus dem Dorf selbst oder aus der Phú Tho-Provinz in Vietnam. In der Werkstatt werden moderne, mit Gas befeuerte Öfen zum Brennen der Keramik benutzt und nicht mehr Holzkohleöfen wie früher. Das Gas muss importiert werden. Lange Zeit subventionierte die Regierung Energie (Gas und Diesel bzw. Benzin), aber das ist vorbei, was die Kosten für die Produzenten natürlich deutlich erhöht. Die Luftqualität in der Umgebung hat sich durch die Umstellung auf Öfen, die mit Gas befeuert werden, deutlich verbessert.

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
792 69 23 01	Vase Keramik blau/beige gesprenkelt L	18,95 €
792 69 24	Vase Keramik blau/beige gesprenkelt M	17,95 €
792 69 25 01	Dose Keramik rund blau/beige gesprenkelt	7,95 €
792 69 26 01	Dose Keramik Herzform blau/beige gesprenkelt	6,95 €
792 69 23 02	Vase Keramik rostrot/beige gesprenkelt L	18,95 €
792 69 27	Vase Keramik rostrot/beige gesprenkelt S	17,95 €
792 69 25 02	Dose Keramik rund rostrot/beige gesprenkelt	7,95 €
792 69 26 02	Dose Keramik Herzform rostrot/beige gesprenkelt	6,95 €
792 69 23 03	Vase Keramik grün/beige gesprenkelt L	18,95 €
792 69 25 03	Dose Keramik rund grün/beige gesprenkelt	7,95 €
792 69 26 04	Dose Keramik Herzform grün/beige gesprenkelt	6,95 €

Dicker ist besser

Es muss durch eine gewisse Dickwandigkeit der Keramikstücke gewährleistet sein, dass die Glasur innen und außen nicht komplett den Scherben durchdringen kann. Sonst würde die Bruchgefahr der einzelnen Teile steigen.



Hängeleuchten helfen: Edle Pappmaché-Lampen von Quazi Design aus Swasiland

Von kreativen Frauen aus Recyclingmaterial und von Hand gefertigt – das alles verbirgt sich hinter Quazi Design. Die Werkstatt, in der zurzeit 14 Frauen arbeiten, wurde 2010 von der britischen Designerin Doron Shaltiel in Swasiland gegründet.

»Sich gegenseitig etwas beizubringen, ist die beste Form, sich gegenseitig zu unterstützen«, betont Bonsile, einer der Frauen, die bei Quazi Design arbeiten. Sie weiß das regelmäßige und gute Gehalt von Quazi Design sehr zu schätzen, das für vier Personen reichen muss. Und sie bezahlt für ihre drei Kinder Schulgebühren.

Alle Mitarbeiterinnen von Quazi Design haben unbefristete Verträge und arbeiten Vollzeit. Sie können sich in ihrer Arbeit je nach individuellen Fähigkeiten weiterentwickeln. So ist Sibongile Masekos, eine Mitarbeiterin der ersten Stunde, heute als Produktmanagerin und Cheftrainerin tätig.

Die Mitarbeiterinnen erhalten bezahlten Urlaub und Mutterschutz. Die Frauen berechnen gemeinsam die Produktpreise und erhalten einmal im Jahr einen Bonus ausgezahlt.

Die ausgefallenen Wohnaccessoires wie Lampenschirme werden aus gelesenen Zeitschriften sowie Fehldrucken hergestellt. Zeitgemäßes Design und Nachhaltigkeit gehen hier eine interessante Verbindung ein.



Besonderheiten in Kürze:

- zeitgemäßes Design und Nachhaltigkeit
- Pappmaché als Rohmaterial
- Arbeitsplätze für kreative Frauen
- gute Einkommen in Swasiland

Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
126 81 01	Hängeleuchte Tulip	69,00 €
126 81 02	Hängeleuchte Bell	109,00 €

Eine Kurzinformation bieten wir Ihnen auch als Produktfaltblatt für Ihre Kundinnen und Kunden an.

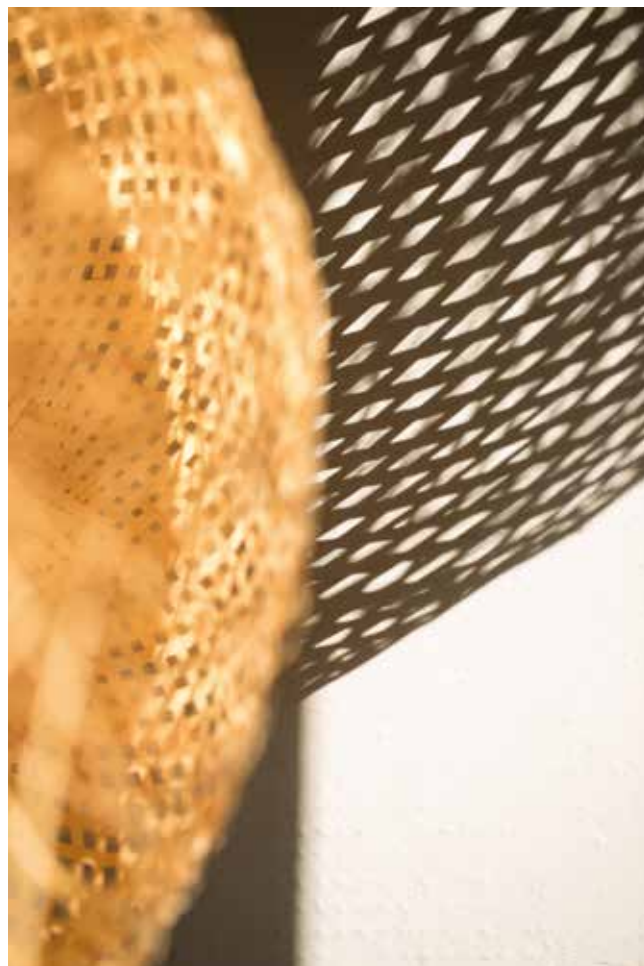
Bambus beleuchtet: Filigrane Hängeleuchten von Mai Vietnamese Handicrafts aus Vietnam

»Mai« bedeutet in Vietnamesisch »Morgen« und »Chance«. Die faire Vermarktung von Handwerk ermöglicht eine bessere Zukunft. Der GEPA-Partner arbeitet mit Familienbetrieben wie Duc Phong zusammen, von dem die Hängeleuchten hergestellt werden.

Das Rohmaterial Bambus für diese Hängeleuchten wächst in einem großen Bambuswald im Quy Chan- und Que Phong-Distrikt. Geschnitten wird es von Bäuerinnen und Bauern aus der Region, die von Duc Phong geschult wurden, die Bambusrohre zum richtigen Zeitpunkt zu schneiden. Denn nur dann sind sie optimal für die Produktion. Die Bäuerinnen und Bauern gehören teilweise zu indigenen Bevölkerung.

Das Bambusrohr wird zunächst gesplittet. Daraus flechten die Handwerkerinnen und Handwerker von Duc Phong mit bewundernswerter Kunstfertigkeit filigrane Hängeleuchten für die GEPA.

Für Duc Phong stellen je nach Auftragslage bis zu 1.000 Produzentinnen und Produzenten Hängeleuchten, Körbe und Tablettts aus Bambus her. 43 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind für die Koordination, das Qualitätsmanagement sowie die Endfertigung der Bambusprodukte zuständig.



Art.-Nr.	Bezeichnung	UVP
791 47 07	Hängeleuchte Bambus doppelwandig groß	125,00 €
791 47 08	Hängeleuchte Bambus doppelwandig klein	79,00 €
791 47 09	Hängeleuchte Bambus Fransen groß	125,00 €
791 47 10	Hängeleuchte Bambus Fransen klein	92,00 €

Besonderheiten in Kürze:

- Hängeleuchten aus nachhaltigem Rohmaterial
- Bambus speichert mehr CO₂ als Bäume
- faire Preise für qualitativ hochwertiges Bambus
- Erhalt der traditionellen Handwerkskunst
- Schaffung guter Einkommensmöglichkeiten

Eine Kurzinformationen bieten wir Ihnen auch als Produktfaltblatt für Ihre Kundinnen und Kunden an.

Kaffeetrends und Kaffeesortiment bei der GEPA

Dass Kaffee nicht gleich Kaffee ist, wissen wir schon lange. Und dass es bei der Qualität fair gehandelter Kaffees große Qualitätsunterschiede gibt auch. Wir haben mit jemandem gesprochen, der es ganz genau weiß: Tobias Mehrländer, 32 Jahre alt, seit April 2016 Sortimentsmanager Kaffee bei der GEPA. Bettina Kasper aus dem Vertrieb Weltläden und Gruppen hat ihren Kollegen befragt.

Wie wird man eigentlich Sortimentsmanager für Kaffee?

Mein Weg hat mich quasi von der Tasse zum Rohkaffee geführt. Nach einem BWL-Studium mit der Fachrichtung Marketing habe ich einen Masterabschluss im Bereich Marktforschung gemacht. Nach dem Studium habe ich dann zweieinhalb Jahre in der pharmazeutischen Industrie gearbeitet. In dieser Zeit wuchs mein privates Interesse am Thema Kaffee. Die Begeisterung für das Produkt führte zu einem Berufswechsel: Ein halbes Jahr arbeitete ich als Store Manager in einer Inhouse-Kaffeebar beim ZDF in Mainz. Dann brach ich zu einer großen Kaffeereise nach Lateinamerika auf und bereiste Panama, Costa Rica und Nicaragua. In den drei Monaten dort lernte ich unglaublich viel über Anbau, Verarbeitung und Qualität von Kaffee. Nach meiner Rückkehr begleitete ich als Barista Gesundheitsmessen, war für sechs Monate als Freelancer in einer Rösterei in Kaarst tätig und bin dann zur GEPA gekommen.

Beim Stichwort »Kaffeetrends« denkt man ja schnell an die Zubereitungsarten: Nach mehreren Jahrzehnten der italienischen Kaffeespezialitäten erlebt seit ca. fünf Jahren der Filterkaffee als Handaufguss eine Renaissance. Ist das auch dein Eindruck?

Ja, beim Filterkaffee handelt es sich um eine Rückbesinnung auf das »gute Alte«: Eine traditionelle Technik, die mit neuem, modernen, schickem Equipment zelebriert wird. Der Fokus liegt dabei auf dem einzelnen Produkt, der jeweiligen Kaffeesorte. Man nimmt sich Zeit für sich selbst und möchte das Besondere genießen. Hinzu kommt noch, dass Filterkaffee unkompliziert ist und keine teure Ausstattung dafür erforderlich ist. Das ist auch der Grund, warum Kaffeespezialitäten, wie z. B. Cappuccino und Latte Macchiato vor allem außer Haus getrunken werden.

Und was ist der neueste Trend in der Kaffeeszene?

Seit ungefähr drei Jahren gibt es in Deutschland einen neuen Trend, der aus den USA kommt: »cold brewed coffee«, es handelt sich um kalt aufgegossenen Kaffee. Die Idee dahinter ist, dass nicht die Röstaromen, sondern die Vielfalt der natürlichen im Kaffee enthaltenen Aromen im Vordergrund stehen sollen. Cold Brew Coffee ist ein hippestes Erfrischungsgetränk, das man auch zu Hause ganz leicht zubereiten kann und ein toller Tipp für heiße Tage! Aber unbedingt beachten: Nicht alle Kaffeesorten eignen sich vom Geschmack her dafür.

Beim Kaltbrühen wird Hitze durch Zeit ersetzt: Cold Brew meint den Prozess gemahlene Kaffee über einen längeren Zeitraum bei Zimmertemperatur in Wasser ziehen zu lassen. Eine Ziehzeit des Kaffeemehls zwischen 12–18 Stunden bringt ein intensives, volles Kaffeeextrakt hervor. Wegen der sehr langen Kontaktzeit des Kaffeemehls mit dem Wasser empfiehlt sich, falls man selber mahlt, ein gröberer Mahlgrad, wie z. B. für die French Press oder

Stempelkanne. Cold Brew kann als ready-to-drink-Variante oder als Konzentrat zubereitet werden. Das Konzentrat ist im Kühlschrank ca. 10 Tage lagerfähig und wird vor dem Trinken mit Wasser verlängert. Der »kalte Kaffee« kann dann je nach Geschmack gesüßt und/oder mit Milch als Latte getrunken werden. Auch mit heißem Wasser kombiniert ist das Cold Brew-Konzentrat übrigens ein interessantes Geschmackserlebnis – ganz anders als bei der klassischen Zubereitung des verwendeten Kaffees mit heißem Wasser!



Cold Brew Coffee:

100 g Kaffee
500 ml kaltes Wasser

Zubereitung:

Kaffeebohnen mahlen (gröber als für Espresso) oder gemahlene Kaffee verwenden, z. B. GEPA PUR Guatemala, Peru oder Kolumbien. Mit kaltem Wasser verrühren, zudecken und bei Zimmertemperatur ca. 12–18 Stunden lang ziehen lassen. Dann in einen Kaffeefilter über einer Kaffeekanne gießen. Abhängig von der gewünschten Stärke ist es möglich. 1 Teil Cold Brew Coffee mit bis zu 4 Teilen Wasser zu mischen. Es entscheidet der persönliche Geschmack.

Expertentipp Cold Brew Coffee auf Eis:

Um ein Konzentrat aus Kaffee und kaltem Wasser zu erzeugen, verringern Sie lediglich den Wasseranteil durch Erhöhung der Kaffeemenge. Eiswürfel im Glas strecken das aromaintensive Gemisch am Ende wieder.

Gutes Gelingen und eiskalten Genuss!



Foto: GEPA - The Fair Trade Company / M. Kottmeier

Wie und womit wird der Kaffee in Deutschland heute eigentlich zubereitet?

Hier gibt es einen ganz klaren Trend: Kaffeezubereitung zuhause muss praktisch, einfach, sauber und schnell sein! Eine Statistik des Kaffeeverbandes aus dem Jahr 2017 zeigt, dass es inzwischen in Deutschland in vielen Haushalten mehrere Kaffeezubereitungs-Systeme stehen. Am verbreitetsten sind die Filterkaffeemaschinen, beliebt sind auch Maschinen für Pads oder Kapseln. Daneben gibt es noch auch noch Herdkännchen, Stempelkannen, Siebträgermaschinen, Kaffeevollautomaten und kombinierte Geräte. Wenn man will, kann man eine Menge Geld in Kaffee-Equipment investieren ...

Aber die Frage ist doch: Welcher Kaffee kommt letztlich in die Tasse? Wie sieht der Markt denn hinsichtlich der verwendeten Kaffeesorten aus?

Früher ging es nur um die Frage Robusta oder Arabica – heute ist die Diskussion bei Kaffeeliebhabern viel differenzierter, sie »zoomen« näher ran: Sie wollen sortenreine Kaffees, sie wollen wissen, um welche der weltweit über 600 Arabica-Varietäten es sich handelt und sie wollen Informationen zu Geschmack, Aufbereitungsarten und zur genauen geographischen Herkunft. Das ist mit der Diskussion um Rebsorte und Anbaulage beim Wein vergleichbar – auch beim Kaffee geht es um ein Naturprodukt und seinen Charakter, der durch das Klima und die Bodenbeschaffenheit geprägt wird. Dem trägt die GEPA Rechnung in dem sie neben Ursprungs- und Raritätenkaffees jetzt auch einen Spezialitätenkaffee, den Bio Café Los Catadores aus Honduras anbietet. »Spezialitätenkaffee« ist ein von der »Specialty Coffee Association« geschützter Begriff und darf nur für Kaffees von sehr hoher physischer und sensorischer Qualität verwendet werden. Für die Handelspartner ist dies eine erfreuliche Entwicklung, weil sie für besondere Kaffees auch bessere Preise erzielen können und den Verbrauchern ermöglicht es einen individuelleren Kaffeegenuss.

Für Oktober plant die GEPA die Einführung von drei neuen Kaffeesorten, die im Ursprungsland geröstet und abgepackt werden. Du warst an den Vorbereitungen beteiligt – wo siehst du Chancen und Herausforderungen?

Die Chancen liegen auf der Hand: Es kann mehr Wertschöpfung im Ursprungsland stattfinden und es bedeutet für die Handelspartner, die bisher vor allem für ihre eigenen Inlandsmärkte geröstet haben, einen Erfahrungszuwachs. Die Herausforderungen liegen im Bereich der lokal verfügbaren Verpackungsmaterialien für den Kaffee, hier musste GEPA Kompromisse eingehen. Bei den Handelspartnern ist das Rösten weniger technologisiert und beruht oft stärker auf Erfahrung, so dass der Geschmack bei unterschiedlichen Chargen leicht variieren kann. Röstung im Ursprungsland ist schon seit längerer Zeit ein Wunsch unserer Kunden und Kundinnen und wir hoffen, dass viele die neuen Kaffees im GEPA Sortiment probieren und sich dafür begeistern werden.

Übrigens kam schon 1996 der erste im Ursprung geröstete und verpackte GEPA Kaffee aus Costa Rica, der »Café Autentico« – der »Vater« aller im Ursprung gerösteten Kaffees. Da aber damals die Röstung noch nicht optimal den Vorlieben in Deutschland entsprach, wurde dieser Kaffee später wieder aus dem Sortiment genommen.

Eine persönliche Frage zum Schluss: Wie sieht es denn mit deinem eigenem Kaffeekonsum aus?

Ich bin experimentierfreudig und wechsele gerne zwischen verschiedenen Zubereitungsarten und Kaffeesorten – je nach Stimmung und Wachheitslage. Ich trinke auch gerne außer Haus Kaffee und fachsimele dabei mit den Baristas. Mein Kaffeegenuss ist bunt und vielfältig wie die Kaffeewelt!



Foto: GEPA - The Fair Trade Company / A. Fischer



Es tut sich was: Gute Neuigkeiten von CECAQ-11 auf São Tomé e Príncipe

Der Name unseres Partner CECAQ-11 (Cooperativa de Exportacao de Cacao de Qualidade) sagt es deutlich: Diese Kooperative exportiert Qualitäts-Kakao! Damit knüpft diese Bauernorganisation wieder an die stolze Geschichte ihres Landes zu Beginn des 20. Jahrhunderts an, als der kleine Inselstaat vor der Küste Kameruns der größte Kakaoproduzent auf der Welt war. Nur durch Fairen Handel mit der GEPA und die Bio-Umstellung war es möglich, diese Tradition wieder aufleben zu lassen.

Acht Jahre Zusammenarbeit GEPA – CECAQ-11

Die Kakao-Kooperative CECAQ-11 wurde vor zehn Jahren mit Unterstützung des Staates gegründet, um die Situation der Bauernfamilien zu verbessern. Seit acht Jahren ist CECAQ-11 ein Partner der GEPA. Die inzwischen fast 1.200 Mitglieder von CECAQ-11 nutzen die Chance, die im Fairen Handel liegt und engagierten sich sehr stark, sowohl in der Kakao-Qualität als auch im Bio-Anbau.

Die Menge an Bio-Kakao, die CECAQ-11 an die GEPA liefert, ist sehr stark gestiegen. Lag sie im Jahr 2000 noch bei acht Tonnen, waren es 2017 bereits 272 Tonnen Bio-Kakao pro Jahr.

Bei ihrem Besuch Ende März 2018 konnte Silvia Kurte, GEPA Einkaufsmanagerin Kakao, sich vor Ort von den neuen Entwicklungen beim Partner überzeugen. Sie nahm unter anderem an der halbjährlich stattfindenden Versammlung der Kooperativen-Vertreterinnen und -Vertreter – sieben Personen pro Basisorganisation – auf der Insel Sao Tomé teil.



Dynamik bei CECAQ-11

»Ich war positiv überrascht, über die Dynamik bei CECAQ-11, als ich sie dieses Jahr besucht habe«, betont Silvia Kurte. »Die Lebenssituation der einzelnen Bauernfamilien hatte sich sichtbar verbessert, einige Dörfer wurden an das Stromnetz angeschlossen und unser Partner CECAQ-11 hatte sich um den Anschluss der einzelnen Häuser seiner Mitglieder gekümmert.«

Im Vergleich zu ihrem letzten Besuch in 2011 konnte Silvia Kurte in den Dörfern und in der Kakao-Verarbeitung einige Veränderungen feststellen. Auf den Dächern sichtbar waren zum Beispiel viele Satellitenschüsseln: Das Fernsehen hat Einzug gehalten in die Dörfer der Kakaobauern und damit eine Verbindung mit der Welt.

Auch bessere Kleidung, Kühlschränke und Möbel machen deutlich, dass sich die Familien für ihre Verhältnisse heute deutlich mehr leisten können als zu Beginn der Zusammenarbeit mit der GEPA.

In den Dörfern wird zudem gebaut und renoviert. Die früher üblichen kleinen Ein-Raum-Häuser sind heute oft zu größeren Häusern mit zwei Schlafzimmern, Wohnzimmer und Bad erweitert worden. Gekocht wird aber nach wie vor draußen vor dem Haus. Auch Christina Sanchez, die Kakaobäuerin, die die freie Journalistin Anne Welsing im Auftrag der GEPA vor einigen Jahren besucht hatte, konnte inzwischen in ein neues Haus umziehen. Da sie das Haus von der Regierung geschenkt bekam, konnte sie ihre Ersparnisse aus dem Fairen Kakao-Handel für die neue Einrichtung verwenden. Darüber freut sie sich sehr!

Auch der Kooperativen-Verband CECAQ-11 hat entsprechend dem Beschluss seiner Mitglieder viel in die Infrastruktur investiert. Es wurde zum Beispiel eine neue zentrale Lagerhalle errichtet und in den einzelnen Gruppen neue mit Plastikplanen abgedeckte Trocknungsbereiche für den Bio-Kakao. Die Kakaobohnen werden übrigens von Hand verlesen.

In den Aufzuchtstationen der einzelnen Basisorganisationen werden heimische Kakaosorten gezüchtet. Die Setzlinge werden auf die älteren Bäume in den Baumschulen aufgepfropft. Der Cheftechniker berät die Bauern vor Ort. All dies ist wichtig für die gute Qualität des Produktes.

Fair Trade Prämie

Aus dem Mehrpreis des Fairen Handels mit der GEPA wurde u. a. ein Kindergarten für die Mitglieder der Kooperative gebaut. Dafür haben die Mitglieder von CECAQ-11 die Prämien mehrerer Jahre angespart. Im vergangenen Jahr belief sich die Fair Trade Prämie zum Beispiel auf ca. 50.000 Euro. Die Prämie wird je nach abgelieferter Kakaomenge an die einzelnen Basis Kooperativen verteilt, die dann über deren Verwendung entscheiden. Sie verwenden es zum Beispiel für Trocknungsanlagen für den Kakao oder zum Schutz ihrer Verarbeitungsanlagen – oder eben für den Kindergarten.



Zahlung an die Bauern

Der Bauer verkauft die Bio-Kakaobohnen frisch und unfermentiert an die Kooperative. Dafür erhält er einen Vorschuss. Der Bio-Kakao wird in den Basisgenossenschaften fermentiert und getrocknet und dann an die Zentralkooperative zum Export übergeben. Nach dem Verkauf der verarbeiteten Bio-Kakaobohnen erhält der Bauer eine weitere größere Zahlung. Wenn der Bauer hingegen an den lokalen Händler verkauft, erhält er nur eine Zahlung. CECAQ-11 zahlt zudem pro Kilogramm mehr als lokale Aufkäufer.

Herausforderungen für die Zukunft

Ende 2018 läuft das letzte staatliche Förderungsprogramm aus. Ab diesem Zeitpunkt muss sich der Kooperativen-Verband CECAQ-11 zu 100 Prozent durch den Verkauf von Bio-Kakao selbst tragen. Zurzeit werden nur noch wenige Maßnahmen staatlich gefördert, zum Beispiel der Bau von Trocknungsanlagen und die Finanzierung der Baumschulen.

Die GEPA und CECAQ-11 streben eine noch engere Zusammenarbeit an. Wichtig für die Bauern ist es, dass sie ihre gesamte Bio-Kakaomenge verkaufen können und für die Kooperative, dass die GEPA ihr eine Abnahmegarantie gibt – bei prognostiziert steigenden Mengen. So kann CECAQ-11 von den Bauern weiterhin allen Bio-Kakao aufkaufen, den sie produzieren – für die Bauern ein elementar wichtiger Punkt.

Bis heute ist Kakao das nahezu einzige Exportprodukt des Inselstaates São Tomé e Príncipe und die Erträge aus dem Kakaogeschäft sind entsprechend wichtig für das Geldeinkommen der Bauern. Auf den Feldern und hinter dem Haus wächst ansonsten alles, was die Familie für ihre Ernährung braucht. Aber da es ganz ohne Geld eben nicht geht, kommt dem Kakao sehr große Bedeutung zu.



Kakaobohnen vor der Fermentation



...und in der Trockenanlage

Rückblick: Die Unruhen in Darjeeling in 2017 und ihre Auswirkungen auf den GEPA-Partner TPI in Darjeeling (Indien)

In der GEPA AKTUELL-Ausgabe 4/2017 berichteten wir über die Unruhen, die die indischen Teeanbau-Region Darjeeling erschütterten. Sie dauerten vom 15. Juni bis zum 26. September 2017. In insgesamt 87 Teegärten konnte aufgrund der Unruhen nicht gearbeitet werden. Eine generelle Arbeitsniederlegung hatte das gesamte öffentliche Leben zum Erliegen gebracht. Damit wollten Gorkha-Gruppen die politische Unabhängigkeit Darjeelings erzwingen.

Kurz vor der Drucklegung der Ausgabe 4/2017 erhielten wir von unserem Handelspartner TPI noch die gute Nachricht, dass die Unruhen zu Ende seien, doch dass die Auswirkungen sicher noch lange zu spüren sein werden. Im April 2018 besuchte die freie Filmautorin Anne Welsing zusammen mit den beiden GEPA-Mitarbeiterinnen Meike Natrop (Sortimentsmanagerin Tee) und Johanna Willimsky (GEPA-Onlineredakteurin) die Region Darjeeling und speziell die Teegärten Samabeong und Putharjhora im angrenzenden Dooars und konnten sich vor Ort ein Bild von der Situation machen – rund ein halbes Jahr nach dem Ende der Unruhen.

Die Unruhen in Darjeeling dauerten 104 Tage und hatten massive Auswirkungen auf den kompletten Alltag der dort lebenden Bevölkerung. Die öffentliche Versorgung war zusammengebrochen. Die Regierung hatte die Lebensmitteltransporte in die Region eingestellt. So konnten die Menschen keine Lebensmittel mehr kaufen, Schulen waren geschlossen, es gab keinen Transport z. B. von Kranken.

Ramesh Sunwar, Arbeiter bei TPI und Vizepräsident des Fair Trade Premium-Komitees, berichtet: »Es gab keine Lebensmittel. Wann immer wir etwas zu essen hatten, haben wir es in der Community und mit unseren Nachbarn geteilt. Da auch die Lehrer nicht arbeiten konnten, fiel der Unterricht für die Schüler aus. So haben sie fast ein halbes Jahr Schulunterricht verloren. Auch kranke Menschen waren betroffen: Es war sehr schwierig Hilfe zu bekommen. Kranke mussten zunächst zwei Tage in die nächstgelegene Stadt transportiert werden.«

Auch Gautam Mohan, Enkel des TPI-Gründers Brij Mohan und jetziger Geschäftsführer bei TPI, betont: »Die Regierung hat Essenstransporte in die Hügel in Samabeong verboten. Ihre Taktik war es, die Menschen auszuhungern.« Insgesamt 104 Tage erhielten die Menschen in der Region kein Einkommen und waren auf ihre Ersparnisse angewiesen.

Der GEPA-Partner TPI konnte die Menschen im Teegarten Samabeong nicht mit Lebensmitteln unterstützen, denn sonst hätte er sich selbst in Gefahr gebracht. Prem Tamang, Koordinator der Teegärten bei TPI, erzählt, dass sie sonst verhaftet und ins Gefängnis gebracht worden wären. Auch viele Intellektuelle seien verhaftet worden. Prem Tamang selbst lebt in Darjeeling-Stadt: »Das gesamte öffentliche Leben war zusammengebrochen. Ich war sehr vorsichtig, denn ich vermutete, dass auch Telefone etc. abgehört würden.« Die Regierung hatte teilweise auch die sozialen Medien blockiert.

Für den GEPA-Partner TPI war es ein herber finanzieller Verlust. 104 Tage konnte nicht geerntet werden und die Teebüsche lagen brach. Sie wuchsen zu großen Sträuchern und mussten mühsam wieder heruntergeschnitten werden.

Als der Streik vorbei war und der Teegarten Samabeong unseres Partners TPI wieder eröffnet wurde, bekamen die Teearbeiterinnen und –arbeiter direkt wieder ihre Gehälter ausbezahlt: »Das hat uns sehr geholfen«, berichtet ein TPI-Mitglied. Aber selbst heute, sieben Monate später, spüren die Menschen die Auswirkungen des Streiks immer noch. »Unsere Ersparnisse sind durch den Streik nahezu aufgebraucht. Es wird noch eine ganze Weile dauern, bis wir uns von den Auswirkungen erholt haben.«

Der TPI-Koordinator Prem Tamang fügt hinzu: »In den 104 Tagen haben wir nicht nur gelitten, wir haben auch daraus gelernt. Und zwar, wie man überlebt und wie man als Gemeinschaft zusammenhalten und diese Sache gemeinsam durchstehen kann.« TPI hatte zudem versucht, die Menschen im Teegarten Samabeong zum Beispiel durch sportliche Aktivitäten zu motivieren, nicht nur zu Hause zu sitzen. Gautam Mohan erzählt dazu: »Während der Unruhen hatten die Menschen nichts, an was sie sich erfreuen konnten. Deshalb haben wir ein Fußball-Turnier ausgerichtet.«

Johanna Willimsky, GEPA-Onlineredakteurin, fasst ihre Eindrücke abschließend wie folgt zusammen: »Obwohl das Ende der Unruhen zur Zeit unseres Besuchs erst ein halbes Jahr her war, hatten wir den Eindruck, dass die Menschen in Samabeong schon wieder ganz in ihren gewohnten Alltag übergegangen waren und man – zumindest als Besucherin – fast nichts mehr von den Auswirkungen wahrgenommen hat. Oberflächlich schien alles zur Normalität zurückgekehrt zu sein, obwohl die einzelnen Familien während der Unruhen sehr gelitten hatten und ihre Ersparnisse aufbrauchen mussten, um zu überleben. Ich hatte den Eindruck, dass sie in dieser Zeit noch stärker zusammengewachsen sind, und dieses Gemeinschafts-Gefühl haben wir als Besucherinnen noch deutlich gespürt. Auch Gautam Mohan bestätigte auf meine Nachfrage, dass es dieser Zusammenhalt in der Community ist und die Einstellung der Menschen, im »Hier und Jetzt« zu leben, die ihnen geholfen haben.«

Auswirkungen in Zahlen

Die Menge des Tees, den die GEPA von TPI aus Darjeeling erhält, schwankt natürlich von Jahr zu Jahr. In 2015 waren es 38.645 Kilogramm und in 2016 46.514 Kilogramm. Im Jahr der Unruhen 2017 waren es 31.896 Kilogramm – also deutlich weniger. Im Gegensatz zu ersten Befürchtungen hat die GEPA bereits in den ersten Monaten des Jahres 2018 Darjeeling-Tee erhalten und zwar 23.120 Kilogramm. Unser Partner TPI hat sich also sehr bemüht, uns die Unruhen in 2017 so wenig wie möglich spüren zu lassen. Allerdings musste die Einkaufsmanagerin Tee rund 4.500 kg einer noch offenen Bestellung nun stornieren, weil TPI diesen Tee aus der letzten Ernte nicht mehr liefern kann.



Foto: Gautam Mohan

So hoch sind die Teebüsche in 2017 gewachsen, als im Teegarten nicht gearbeitet werden konnte.



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

Drei Frauen mit den Teebüschen, wie sie üblicherweise sind, wenn regelmäßig Tee gepflückt wird.

Trinken Sie Rooibostee, solange es ihn gibt!

Der Klimawandel stellt bereits seit Jahren eine der größten Herausforderungen unserer Zeit dar. Extreme Trockenheit, Überschwemmungen, Regenausfälle oder verkürzte Ernteperioden sind schon längst bittere Realität für viele Menschen auf beiden Seiten der Erdkugel. Die Auswirkungen auf Ernährungssicherheit, Ökosysteme und Lebensbedingungen sind dramatisch. Von den sozialen, ökologischen und ökonomischen Folgen des Klimawandels sind am meisten diejenigen betroffen, die am wenigsten dazu beigetragen haben – die arme und ländliche Bevölkerung und Kleinbauern und -bäuerinnen und damit auch Handelspartner des Fairen Handels, überwiegend im Globalen Süden.



Wie der Klimawandel die Existenzgrundlage der Rooibostee-Produzent/innen in Südafrika gefährdet

In diesem Jahr haben die anhaltende Dürre und die Regenausfälle in Südafrika die knapp 100 Mitglieder der Kooperative Wupperthal Original Rooibos Co-operative (WORC) besonders hart getroffen. Die Mehrheit der Rooibos Pflanzen sind ausgetrocknet, die Kleinbauern haben mehr als zwei Drittel ihrer Produktion verloren.

Südafrika ist das einzige Land weltweit, in dem Rooibos wächst. Mit den kargen Böden und dem trockenen Klima kommt die Pflanze gut zurecht und entwickelt dadurch das typische Rooibos-Aroma. Durch den Klimawandel gehen die ohnehin schon geringen Niederschläge jedoch weiter zurück, die Temperaturen steigen und der Wind nimmt zu. Das führt dazu, dass der trockene Boden immer stärker vom Wind weggeblasen wird und so die Bodenfruchtbarkeit weiter abnimmt. Auch der Anbau von Gemüse für den Eigenbedarf wird somit erschwert.

Um die Ernte zu retten, haben einige der kommerziellen Bauern und Plantagen auf Rettungsmaßnahmen zurückgegriffen und die Rooibos-Flächen künstlich bewässert. »Niemand konnte sich bisher vorstellen: Rooibos unter Bewässerung!«, so Barend Salomo, Geschäftsführer von WORC.

Mehr noch: Rooibosanbau und -wildsammlung ist die einzige Einkommensquelle für die Kleinbauern. Der extrem hohe Ernteausfall hat massive ökonomische Auswirkungen für sie. Viele Rooibos-Kleinbauern müssen auf benachbarten Farmen als Tageslohnarbeiter arbeiten, um ihr Einkommen zu ergänzen. Die Genossenschaft versucht, für den biologisch angebauten Tee einen möglichst hohen Preis zu bekommen, um mehr Einkommen für die Bauer zu generieren und sie finanziell zu unterstützen.

Wie die GEPA die Kleinbauern von WORC unterstützt

Beratung: Um den dramatischen Auswirkungen des Klimawandels

entgegenzuwirken, die bereits 2017 für die Kleinproduzent/innen in Wupperthal allgegenwärtig waren, hat die GEPA aus dem Handelspartnerfonds die Einstellung eines technischen Beraters finanziert. Dieser berät die Kooperative und bildet die Kleinbauern fort bei Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel, u. a. in Bezug auf die Bodenbeschaffenheit.

Fairer Preis: Für Rooibostee gibt es keinen Weltmarktpreis, an dem sich der Faire Handel orientieren könnte. Deshalb übernimmt die GEPA als Grundlage für ihren fairen Preis die Kalkulation ihres Partners. Zusätzlich zum Fairen Preis erhalten die Produzenten die Fair-Trade-Prämie für die umfassenden Sozialprogramme.

Zugang zum Markt: Durch den Fairen Handel haben die Kleinbauern, die zur WORC gehören, erst Zugang zum internationalen fairen Teemarkt erhalten. Kleinbauern bieten zwar gute Qualität an, haben aber oft keine Möglichkeit, ihr Produkt selbst zu verarbeiten und vermarkten.

Bio-Umstellung: Dank der Mehrzahlungen des Fairen Handels konnte die Kooperative mit der Umstellung auf ökologischen Anbau beziehungsweise Wildsammlung des Rooibos beginnen. Dies ist die nachhaltigste Form der Rooibostee-Gewinnung, die das ökologische Gleichgewicht in der Region von Wupperthal schützt.

Der Klimawandel betrifft alle unsere Handelspartner – unabhängig von Produkt, Region und Anbauhöhe. Und alle benötigen Hilfe. Deswegen hat GEPA im Jahr 2017 Klimaaktivitäten gestartet, um die Handelspartner zu unterstützen und durch die Förderung von Öko-Landbau ihre Widerstandsfähigkeit zu stärken.

Von der Möhre zum Rooibos

WORC ist einer der Handelspartner, der besonders von den Folgen des Klimawandels betroffen ist. Die knapp 100 Kleinbauern und ihre Familien brauchen momentan jede Art von Hilfe. Deswegen haben wir WORC für das Carrotmob im Rahmen der diesjährigen Fairen Woche vorgeschlagen.

Die Mittel aus den Carrotmobs zur Fairen Woche möchte die Kooperative in Maßnahmen investieren, die dazu beitragen, die Bodenfeuchtigkeit zu verbessern und die Erosion zu bekämpfen. Dazu sollen u.a. konservierende ökologische Bodenbearbeitungsverfahren eingeführt und Bodendeckerpflanzen sowie Windschutzhecken gepflanzt werden. Ein Berater soll die Mitglieder der Kooperative bei der Umsetzung der geplanten Anpassungsmaßnahmen unterstützen.

Was ist ein Carrotmob?

Der Carrotmob ist eine innovative und kreative Aktion, um auf die Folgen des Klimawandels aufmerksam zu machen und einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Dabei geht es darum, zahlreiche Menschen zu gewinnen, an einem bestimmten Tag während der Fairen Woche vom 14. bis 28. September 2018 im Weltladen einzukaufen. Der Weltladen erklärt sich bereit, einen bestimmten Teil seines an diesem Tag erwirtschafteten Gewinns in Klimaschutzmaßnahmen zu investieren – entweder im eigenen Laden (z. B. energiesparende LED-Beleuchtung) oder

bei Handelspartnern im Globalen Süden (z. B. Aufforstungsprojekt, Solartrocknungsanlage). Der Weltladen-Dachverband hat dazu eine Liste und Kurzbeschreibung von 5 Handelspartnern (WORC, Südafrika; Preda, Philippinen; NORANDINO, Peru; APECMU, Peru; ANAPQUI, Bolivien) zusammengestellt, die unter www.faire-woche.de/mitmachen/carrotmobfaire-woche-2018 heruntergeladen und z. B. für die Schaufenstergestaltung genutzt werden kann.

In der Regel werden die Carrotmobs von Schülerinnen und Schülern organisiert, die sich so das Thema Klimawandel durch eine aktionsorientierte Methode erarbeiten und gleichzeitig die Erfahrung machen, dass sie durch ihren Einsatz etwas bewirken können. In diesem Jahr werden zur Fairen Woche in 30–40 Weltläden Carrotmobs stattfinden, die neben zahlreichen anderen Veranstaltungen im Kalender der Fairen Woche unter www.faire-woche.de/veranstaltungen einsehbar sind.



Gemeinsam für ein gutes Klima

Klimagerechtigkeit steht im Mittelpunkt der diesjährigen Fairen Woche. 2018 findet die größte Aktionswoche des Fairen Handels vom 14. bis 28. September unter dem Motto »Gemeinsam für ein gutes Klima« statt. Ein besonderer Höhepunkt: Im Aktionszeitraum reisen internationale Vertreter und Vertreterinnen von Handelspartnern durch ganz Deutschland und berichten von ihren Erfahrungen mit dem Fairen Handel. Mit dabei sind dieses Jahr Handelspartner/innen aus Peru, Nicaragua, Bolivien und Ecuador. Wie in jedem Jahr unterstützen die Veranstalter der Fairen Woche die lokalen Gruppen mit kostenlosen Aktionsmaterialien, die unter www.faire-woche.de/service/materialien-zum-download angesehen, heruntergeladen und bestellt werden können.

Ziel 12 – Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster



Damit verantwortungsvoller Konsum funktioniert, müssen Politik, Wirtschaft und Verbraucherinnen und Verbraucher an einem Strang ziehen.

Der Faire Handel...

... bringt bewusste Konsumentinnen und Konsumenten und Produzentinnen und Produzenten zusammen.

... macht vor, wie nachhaltige Wirtschaftspraktiken und Unternehmensverantwortung entlang der Lieferkette funktionieren.

... setzt sich durch Lobby- sowie Öffentlichkeitsarbeit für gerechte Handelspraktiken, Verbesserung der Rahmenbedingungen der globalen Wirtschaft, für nachhaltigen Konsum, Unternehmensverantwortung und verantwortungsvolle öko-faire öffentliche Beschaffung ein.



Transparente Lieferkette bei der GEPA

Zu verantwortungsvollem Konsum gehört eine transparente Lieferkette: Wir bei der GEPA wissen, wer die fairen Rohwaren für unsere Produkte wie Schokolade herstellt und machen dies für jede und jeden nachvollziehbar – angefangen von den Angaben auf unseren Verpackungen, über Hintergrundinfos auf unseren Websites bis hin zu Filmen über die transparenten Lieferketten von Orangensaft und Schokolade.



Wo Kakao und andere Rohwaren für unsere Schokoladen herkommen, sehen Sie z. B. in unserem Film »Von der Bohne bis zur Tafel fair«.



www.gepa.de/von-der-bohne-bis-zur-tafel-fair.html

Ziel 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz



Der Klimawandel bedroht die Landwirtschaft in Süd und Nord. Regen- und Trockenzeiten verschieben sich, es gibt immer mehr Dürreperioden und Überschwemmungen. Das bringt auch soziale Probleme mit sich, wenn Bauern ihr Land aufgeben müssen, weil sie dort nichts mehr anbauen können.

Der Faire Handel spielt eine wichtige Rolle bei der Anpassung an den Klimawandel und dessen Bekämpfung, weil er u. a. klimafreundliche Produktionsweisen fördert. So hat die GEPA ihren langjährigen Zuckerpartner ATC aktiv bei der Umstellung auf ökologische Landwirtschaft beraten.

»Unsere Kinder können jeden Tag Obst essen, ohne dass wir es teuer einkaufen müssen.«

Berdandino Ferrer, Vorstand der DAFWARBA, eine der elf Mitgliedskooperativen von ATC



Als Unternehmen kann die GEPA CO₂-Emissionen nicht vermeiden und hat bereits zwei Mal ihren CO₂-Fußabdruck messen lassen. Gemeinsam mit ATC engagiert sich die GEPA deshalb mit einem Aufforstungsprojekt für Klimaschutz. Wichtig ist, dass dies dem Partner vor Ort nützt. Die Bäume, die ATC pflanzt, schützen nicht nur das Klima: Sie schützen vor Erosion und verbessern die Böden, liefern Früchte, Holz und spenden Schatten.



Erfahren Sie mehr über die Klimaaktivitäten der GEPA.
www.gepa.de/klimaschutz

Holen Sie sich die Fair-Koster in den Laden!

»Probieren geht über Studieren« lautet ein Sprichwort – und für neue Lebensmittel im GEPA-Sortiment gilt dies in ganz besonderem Maße! Das neue Afrika-Sortiment mit seinen leckeren Schokoladen- und Kaffeesorten hat inzwischen schon Zuwachs bekommen: den Instant Kaffee Buhaya und die Zartbitter Trinkschokolade wecken Afrikas Aromen. Und am besten können die Produkte Endverbrauchern und -verbraucherinnen mit einer Verkostungsaktion »schmackhaft« gemacht werden!

Um das Afrika-Sortiment, das nur für den Bio- und Naturkost-Fachhandel und Weltläden entwickelt wurde und nicht in Supermärkten zu kaufen ist, zu bewerben, arbeitet die GEPA mit einer Agentur zusammen, die professionelle Verkostungsaktionen am »Point of Sale« organisiert und durchführt. Ca. 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Agentur sind bundesweit im Einsatz. Sie verfügen über langjährige Erfahrungen im Naturkostbereich und viele kennen die GEPA Lebensmittel schon aus Kundensicht. Sie wurden von der GEPA geschult und bringen alles zum Einsatzort mit, was für die Verkostung benötigt wird (wie z. B. eine Verkostungstheke mit GEPA Logo). Es werden die Schokoladen verkostet



und, wenn vor Ort eine Kaffeemaschine oder ein Wasserkocher vorhanden ist, kann auch Kaffee oder Kakao ausgeschenkt werden. Vor Ort im Laden muss dann nur noch die entsprechende Ware für die Verkostung zur Verfügung gestellt werden.



Eine solche Verkostungsaktion läuft über einen ganzen Tag (maximal neun Stunden inkl. Auf- und Abbau und einer Pause). Sie bietet sich an, wenn eine besondere Veranstaltung in oder vor dem Weltladen geplant ist, bei der mit einer hohen Besucherfrequenz zu rechnen ist: z. B. ein großes Fest im Laden, ein verkaufsoffener Sonntag oder ein Stadtteilstadtteilfest.

Wenn Sie Interesse an einem solchen Verkostungstag haben, wenden Sie sich bitte mit dem Terminwunsch und einer kurzen Beschreibung der Veranstaltung an Ihren zuständigen GEPA Berater oder Beraterin. Bei einer Veranstaltung mit einem hohen zu erwartenden Besucheraufkommen übernimmt die GEPA die Kosten für die gesamte Verkostungsaktion, um die neuen Afrika-Produkte bekannter zu machen und dem Weltladen die Chance zu geben, mit dieser »leckeren« Aktion neue Kunden und Kundinnen zu gewinnen!



Weltladen Xanten: Kleiner Umzug – große Wirkung



Der Weltladen Xanten ist in der Fußgängerzone in ein Nachbarhaus gezogen. Er hat seine Fläche deutlich vergrößert und verfügt jetzt auch über ein großes Schaufenster. Für die Inneneinrichtung hat er das Farbkonzept für Weltläden übernommen, das vom Planungsbüro »wiederverwandt« und der GEPA entwickelt wurde. Farbenfroh geht es auch im Regal weiter in dem die Handwerkskollektion Holi präsentiert wird.



Weltladen Bad Wörlshofen: Neues Outfit, viel Ambiente

Der Weltladen Bad Wörlshofen ist umgezogen und hat in das neue Ladenbausystem WoodenPeg investiert. Das System für Weltläden wurde auch vom Büro »wiederverwandt« mit der GEPA entwickelt und ist in verschiedenen Ausführungen lieferbar. Hier ergibt sich, aus dem naturfarbenen Fußboden und dem Regalsystem aus geweißtem Holz, ein freundliches und harmonisches Gesamtbild, in dem alle Produkte bestens zur Geltung kommen.



Spannungsfeld Haupt- und Ehrenamtlichkeit im Weltladen

Am Beispiel des Ende Mai neu eröffneten Weltladens der Weltladen Betreiber eG in Frankfurt-Bockenheim

Gibt es noch Leute die sich im Weltladen ehrenamtlich engagieren wollen? Über Jahrzehnte hat das ehrenamtliche Engagement von Freiwilligen die Weltläden in Deutschland zu einem relevanten Faktor im Handel gemacht. Der Faire Handel wächst immer weiter, die Idee des Fairen Handels ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Weltläden bleiben die wichtigsten Absatzkanäle für fair gehandelte Produkte in Deutschland, weil sie die Glaubwürdigkeit und das Potenzial besitzen, die Idee des nachhaltigen und fairen Wirtschaftens an die Verbraucher und Verbraucherinnen weiterzugeben.

Allerdings spüren viele Weltläden, dass es zunehmend schwieriger wird ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen. Funktioniert das Modell Ehrenamt noch oder ist es an der Zeit, den Fairen Handel hauptamtlich zu organisieren?

Beim Blick zurück zeigt sich: Die ersten Hauptamtlichen in den Weltläden waren fast ausschließlich Bildungsreferenten. Und sie waren überwiegend fremdfinanziert durch Kirchen, Stiftungen oder andere Zuschussgeber. Ihr eigentlicher Auftrag war die Bildungsarbeit, aber in vielen Fällen konnten sie daneben auch die Koordination der Ladenarbeit oder sogar Ladendienste übernehmen. Bezahlte Arbeit fand sich in der Weltladenbewegung früh nur in ausgelagerten Bereichen wie Reinigung oder Buchführung.

Spannend wird es aber, wenn es um Hauptamtlichkeit bei der Ladenleitung oder der Organisation des Weltladens geht. Manche Läden lehnen diese Form der Professionalisierung ab: Die Aufgaben seien gut verteilt, jede und jeder trage etwas zum Ganzen bei und daher müsse niemand entlohnt werden.

Beim ersten Projekt der Weltladen Betreiber eG in Frankfurt-Bockenheim stand die Frage der Gewinnung von Freiwilligen weit oben auf der Tagesordnung. Kann die Genossenschaft ausreichend freiwillige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mobilisieren und dauerhaft halten, um das Ladenprojekt umsetzen zu können? Das Gründungskonzept sieht vor, dass die neuen Weltläden von Anfang an mit mindestens einer bezahlten Kraft für die Shopleitung zusammenarbeiten. Eine bezahlte Ladenleitung mit unbezahlten Freiwilligen – ein spannendes Modell!

Drei Schlüsselqualifikationen für Hauptamtliche

In langen Diskussionen erarbeitete die Genossenschaft ein Stellenprofil für die geplante Weltladen-Leitung. Am Ende kristallisierten sich drei Schlüsselkompetenzen heraus, die erforderlich sind, um einen Weltladen erfolgreich leiten zu können:

- Überzeugung und Begeisterung für die Weltladen-Idee
- Fachkompetenz im Einzelhandel
- Hohe Fähigkeiten im Umgang mit Menschen als auch mit Technik

Auf die dann erfolgte Stellenausschreibung gab es viele Bewerbungen, so dass eine qualifizierte Besetzung der Stelle möglich war.

Die Aufgabe der Ladenleitung wird im Ehrenamtlichen-Team akzeptiert und deckt sowohl strategische als auch operative Aufgaben ab.

Auch für bestehende Weltläden kann es sinnvoll sein Tätigkeiten und Zuständigkeiten zu überprüfen und zu erwägen, ob eine Ladenleitung nicht eine Entlastung für das Team darstellt.



Ehrenamtliche brauchen klare Aufgabendefinition

Auch für das Ehrenamt ist konzeptionelle Klarheit wichtig: Die Erwartungen an die Freiwilligen sollten klar und möglichst konfliktfrei definiert werden unter folgenden Fragestellungen:

- Was erwartet mich im Weltladen?
- Welche Arbeit mache ich als Freiwillige / Freiwilliger im Weltladen?
- Was bringe ich mit?

Der neue Weltladen in Frankfurt-Bockenheim startete mit 15 Freiwilligen, darunter auch Menschen, die bislang nicht im entwicklungspolitischen Kontext tätig waren. Und besonders erfreulich: Seit der Eröffnung des Ladens kommen immer wieder neue Interessenten dazu! Es folgt dann ein mündliches Bewerbungsgespräch mit der Ladenleitung und im Gespräch werden dann die wechselseitigen Erwartungen ausgetauscht und der gewünschte und mögliche Zeitumfang der Mitarbeit abgeklärt. Am Ende entscheiden Ladenleitung und Genossenschaftsvorstand gemeinsam über die Mitarbeit eines Bewerbers.

Die Erfahrung der Genossenschaft zeigt, dass klar formulierte Erwartungen an die Freiwilligen helfen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Ladenarbeit zu finden.

Ehrenamtliche brauchen gute Begleitung

Die kontinuierliche und intensive Begleitung und Betreuung der Interessenten erweist sich als weiterer Erfolgsfaktor: Die Benennung eines zentralen Ansprechpartners erleichtert dem Weltladen die Koordination und den Freiwilligen die Kontaktaufnahme. Über diesen Ansprechpartner werden die ersten Informationen ausgetauscht, Schulungstermine vereinbart und Fragen beantwortet. Die persönliche Betreuung vermittelt den Ehrenamtlichen auch, dass sie ernst genommen werden und sorgt für einen einheitlichen Kenntnisstand des Ladenteams. Auch eine eventuell erforderliche Korrektur falscher oder unrealistischer Erwartungen wird dadurch leichter.

Ehrenamtliche brauchen Schulung

Auch die intensive Schulung und Einarbeitung ist sehr wichtig, damit sich neue Ladenmitarbeiter sicher und kompetent fühlen. Verpflichtenden Schulungen sollten folgende Themen beinhalten:

- Grundkenntnisse über den Fairen Handel
- Leitlinien der Arbeit im Weltladen
- Kassenbedienung

Da die Vorkenntnisse unterschiedlich sind, ist eine Schulung zum Fairen Handel als Einstieg wichtig. Die Schulung zu den Leitlinien der Arbeit im Weltladen ist hilfreich, um z. B. die Ziele und Maßgaben der Genossenschaft zu erläutern. Darüber hinaus sollte ein Schulungskonzept zur regelmäßigen Auffrischung der Kenntnisse und zu weiteren Themen, wie Warenkunde oder Verkaufstraining angeboten werden.

Im neuen Weltladen in Frankfurt-Bockenheim war schon nach kurzer Zeit zu sehen, wie durch die gemeinsamen Schulungen das Team zusammenwuchs. Auch die vorhandene Unsicherheit gegenüber dem Kassensystem konnte aufgelöst werden und das Freiwilligen-Team fühlte sich gut betreut und angeleitet.

Fazit & Tipp

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es möglich ist Freiwillige für die Weltladenarbeit zu finden. Dafür ist jedoch eine klare Struktur mit definierten Rechten, Pflichten und Aufgaben hilfreich. Die Bereitschaft der Freiwilligen zur Teilnahme an Fortbildungen ist erfreulich hoch – wichtig ist daher entsprechende Schulungen auch zeitnah anzubieten.

Die viel diskutierte Frage nach Hauptamtlichkeit oder Ehrenamtlichkeit im Weltladen tritt in den Hintergrund, wenn die Aufgaben, Zuständigkeiten und Verantwortung für die Freiwilligen klar definiert und verteilt sind.

Nehmen Sie doch die Arbeitsstrukturen in Ihrem Weltladen mal unter die Lupe: Ist für Außenstehende transparent, wie gearbeitet wird? Sind die Aufgaben eindeutig definiert und verteilt? Gibt es Entscheidungsbefugnisse für die Mitarbeitenden in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich?

Weitere Tipps zum Thema Ehrenamt gibt es z. B. auch beim Weltladen-Dachverband.

Informationen, Newsletter, Vernetzung, Aus- und Fortbildungen oder neue Ehrenamtliche suchen – im Internet wird man zu allen Themen fündig. Hier finden Sie einige Links zu Organisationen und Netzwerken, bei denen Sie zu diesen Themen viele nützliche Hinweise, Materialien und Angebote bekommen:

Internetportal Bürgergesellschaft:
www.wegweiser-buergergesellschaft.de

Stiftung Mitarbeit
www.mitarbeit.de

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement
www.b-b-e.de

Bundesarbeitsgemeinschaft der Freiwilligenagenturen
www.bagfa.de

Aktive Bürgerschaft
www.aktive-buergerschaft.de

Akademie für Ehrenamtlichkeit Deutschland
www.ehrenamt.de

Messe FAIR FRIENDS in Dortmund vom 6. bis 9. September – die Highlights in der Weltladenlounge

Auch in diesem Jahr ist die GEPA wieder Partner der Messe **FAIR FRIENDS**. Neben vielen Produkten, Themen und Ausstellern erwartet Sie auch ein inhaltliches Rahmenprogramm zum Fairen Handel, das von der GEPA organisiert wird.

Das viertägige Programm der Weltladenlounge auf der **FAIR FRIENDS** wird bunt und vielseitig und wir laden Sie ganz herzlich dazu ein! Eine Vielzahl von spannenden Vorträgen, Diskussionsrunden und weiteren Programmpunkten warten auf der Bühne der Weltladenlounge auf Sie. Die Vorträge richten sich an Weltladenmitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Schüler und Schülerinnen und alle am Fairen Handel Interessierte.

Hier einige Highlights des Programms, die Termine und Anfangszeiten der Veranstaltungen finden Sie im Messeprogramm auf der Webseite der Messe unter www.fair-friends.de.

Manuel Blendin (Forum Fairer Handel): Gesellschaftliche Bedeutung des Fairen Handels

Der Geschäftsführer von Forum Fairer Handel wird die Weltladenlounge besuchen. In der Weltladen-Lounge wird er uns die gesellschaftliche Bedeutung des Fairen Handels näher bringen und seine Eindrücke mit uns teilen.

wiederverwandt: Weltladen der Zukunft

Worauf muss man achten, um einen nachhaltigen Weltladen aufzubauen? Wie ein moderner Weltladen der Zukunft aussehen kann, zeigen uns die Architektin Dipl.-Ing. Wibke Schaeffer und der Dipl.-Designer Moritz Zielke von »wiederverwandt« aus Köln. Eine klare einheitliche Strukturierung des Weltladens lässt Produkte in einem neuen Licht erstrahlen.

Schülergenossenschaft NRW:

Die Schülergenossenschaft NRW wird ihre Jahrestagung auf der **FAIR FRIENDS** abhalten. Die Eröffnung wird in der Weltladenlounge stattfinden. Daneben werden Schülerfirmen sich vorstellen und von ihren vielfältigen Projekten in der Schule berichten. Welchen hohen Stellenwert Fairer Handel für junge Menschen im Bereich Schule hat, erfahren Sie hier.

ONE-Jugendbotschafterinnen und ONE-Jugendbotschafter: Warum Armut sexistisch ist

Warum sind Frauen in Entwicklungsländern von extremer Armut viel härter getroffen? Diese Frage soll im Vortrag der Jugendbotschafterinnen und Jugendbotschafter im Zentrum stehen. Die ONE-Jugendbotschafterinnen und ONE-Jugendbotschafter sind ein starkes Team junger Menschen, die europaweit spannende Kampagnenaktionen auf die Beine stellen. Sie berichten dabei von Erfolgen und Herausforderungen in der Entwicklungszusammenarbeit.

Wilfried Wunden (MISEREOR):

Hinter fair gehandelten Produkten steckt mehr als eine faire Entlohnung der Produzenten. Wilfried Wunden von MISEREOR wird unterschiedliche Projekte zwischen MISEREOR und den Partnern aus den Ländern des Südens vorstellen, die zusätzlich zu Verbesserung der Situation der Menschen führen. Wilfried Wunden bringt einmalige Eindrücke aus den Ländern des Südens und aus den Projekten vor Ort und unterschiedliche Beispiele mit, wie Fairer Handel vor Ort hilft.

Eva-Maria Reinwald (Südwind): Globale Wirtschaft und Menschenrechte

Menschenrechtsverletzungen sind keine Seltenheit in den weltweiten Lieferketten, die den Handel heute prägen. Seit 2014 arbeitet der UN-Menschenrechtsrat an einem erstmals verbindlichen UN-Abkommen zu Wirtschaft und Menschenrechten. Es soll regeln, dass Menschenrechte Vorrang vor Profitinteressen haben. Darüber berichtet Eva-Maria Reinwald, Promotorin für Globale Wirtschaft und Menschenrechte bei SÜDWIND e.V.

Jean-Gottfried Mutombo (MÖWe): Wie fair ist dein Handy?

Für fast alle Elektrogeräte, vom Smartphone bis zum Flachbildschirm, braucht man sogenannte »Seltene Erden«, z. B. Coltan. Der aus der Demokratischen Republik Kongo stammende Jean-Gottfried Mutombo berichtet von den Bedingungen des Coltanabbaus und den Folgen für Mensch und Region.

Jürgen Sokoll (Eine Welt Netz NRW): KaffeeGartenRuhr

Der KaffeeGartenRuhr vermittelt anschaulich als außerschulischer Lernort Wissenswertes rund um Kaffee, Kakao, Zucker und Baumwolle. Jürgen Sokoll führt in den Anbau, die Verarbeitung und die sozialen und ökologischen Auswirkungen des weißen Goldes – der Baumwolle – ein.

Johanna Schäfer (MÖWe; Brot für die Welt): Von der Mine bis zur Müllhalde – Menschenrechte in der Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen

Kaum ein Produkt enthält so viele unterschiedliche Rohstoffe wie ein Smartphone. Aber mit der Produktion sind vielfältige soziale und ökologische Probleme verbunden. Wie kann jeder einzelne und wo kann Politik zu Veränderung beitragen? Johanna Schäfer, Bildungsreferentin im Amt für Mission, Ökumene und kirchliche Weltverantwortung der Ev. Kirche von Westfalen (MÖWe) wird die Handyaktion NRW vorstellen.

Einem Teil der Auflage liegt eine Einladung der Messe FAIR FRIENDS bei.

6. September 2018: Fachtag »Faire und nachhaltige Beschaffung«

Unser Tipp: Besuchen Sie den Workshop FAIR FOOD mit Petra Münchmeyer, GEPA Keyaccount Managerin für Kirche und Verbünde



Fragen für die Zukunft: Fair-Handels-Kongress am 1./2. März 2018 in Mainz

Der Faire Handel ist in den 70er Jahren mit drei Zielen angetreten: Benachteiligte Produzentengruppen zu unterstützen, das Verbraucherverhalten in Deutschland zu verändern sowie die weltwirtschaftlichen Rahmenbedingungen für »Dritte Welt«-Produzentinnen und -Produzenten zu verbessern. Seitdem hat die Fair-Handels-Bewegung viel erreicht, doch die großen Herausforderungen sind geblieben. Was muss passieren, damit die Fair-Handels-Bewegung ihren ursprünglichen Visionen näherkommt und wie kann sie zur notwendigen gesellschaftlichen Veränderung beitragen?

Im Rahmen des Kongresses »Gesellschaftliche Transformation durch Fairen Handel?« am 1./2. März diskutierten 170 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der Fair-Handels-Bewegung sowie gleichgesinnten zivilgesellschaftlichen Organisationen diese Fragen. Dazu hatte das Forum Fairer Handel eingeladen, um der Bewegung neue Impulse zu geben.

Es gab intensive Diskussionen über viele Themen: Im Workshop »Zielgruppen auf dem Prüfstand« wurden die Aufteilung der Welt in Nord und Süd sowie das Konzept »benachteiligter Produzentinnen und Produzenten« auf den Prüfstand gestellt. Es wurde darüber diskutiert, ob heute nicht der Gegensatz zwischen großen und kleinen Handelsakteuren relevanter sei. In der Gruppe »Anders wirtschaften! Aber wie?« war man sich einig, dass Fair-Handels-Unternehmen einen Beitrag zur Transformation des Handels im Großen leisten müssen. Hierbei gelte es, das Spannungsfeld zwischen den Interessen der Produzentinnen und Produzenten und der Konsumentinnen und Konsumenten aufzulösen. Ein weiteres Spannungsfeld liegt in dem Wunsch nach Wachstum und einem nachhaltigen Lebensstil. In der entsprechenden Arbeitsgruppe wurde intensiv diskutiert, inwiefern das Produktsortiment im Fairen Handel hinterfragt werden müsse. Ein solcher Prozess müsse die Handelspartner im Süden jedoch unbedingt einbeziehen. Einigkeit bestand darin, dass das Thema nachhaltiger Lebensstil großes Potential zu gemeinsamer politischer Arbeit mit anderen Akteuren wie der Postwachstums-Bewegung birgt. In der Diskussion um die politischen Ziele des Fairen Handels war man sich einig, dass die Bewegung insgesamt politischer werden müsse. Auch dazu sei eine stärkere Vernetzung notwendig.

Der Kongress warf viele grundlegende Fragen auf, die das Forum Fairer Handel in der Zukunft weiter bearbeiten wird.



Andrea Fütterer, GEPA Abt. Grundsatz



Vandana Shiva, Navdanya/Indien

Es ist eine ausführliche Dokumentation des Kongresses erschienen, welche beim Forum Fairer Handel ab August bestellt werden kann:

www.forum-fairer-handel.de/bestellung

Über das Forum Fairer Handel

Das Forum Fairer Handel ist der bundesweite Verband des Fairen Handels. Sein Ziel ist, den Fairen Handel bekannter zu machen und gemeinsame Forderungen gegenüber

Politik und Handel durchzusetzen. Seine Mitglieder sind die Fair-Handels-Importeure GEPA – The Fair Trade Company, EL PUENTE, dwp eG Fair-Handels-Genossenschaft, BanaFair e.V. und GLOBO – Fair Trade Partner, außerdem Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V., der Weltladen-Dachverband e.V., FAIR BAND – Bundesverband für fairen Import und Vertrieb e.V. und als vorläufiges Mitglied Dr. Bronner's Europe.

Das Forum möchte eine stärkere Ausweitung des Fairen Handels erreichen und den Austausch zwischen den verschiedenen Organisationen fördern, die in diesem Bereich aktiv sind. Es versteht sich als politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland und setzt sich für gerechte Regeln für Handel und Landwirtschaft weltweit ein.

Im Rahmen von bundesweiten Kampagnen artikuliert das Forum gemeinsam mit dem Weltladen-Dachverband die politischen Forderungen der Fair-Handels-Bewegung.

Auf der Webseite des Forums gibt es eine umfangreiche Materialdatenbank zum Fairen Handel. Sie umfasst Bildungsmaterialien und Fachpublikationen. Auch die Broschüren und Flyer des Forums können dort kostenfrei bestellt werden.

Jährlich veranstaltet das Forum gemeinsam mit TransFair e.V. und dem Weltladen-Dachverband e.V. die Faire Woche. 2018 steht die größte Aktionswoche des Fairen Handels unter dem Motto »Gemeinsam für ein faires Klima«. Ausführlichere Informationen dazu gibt es unter www.faire-woche.de.

Im Rahmen seiner Jahrespressekonferenz veröffentlicht das Forum jährlich die Geschäftszahlen des Fairen Handels in Deutschland. Zusätzlich beauftragt es regelmäßig eine Verbraucherbefragung zur Wahrnehmung des Fairen Handels durch die Bevölkerung in Deutschland.

Mehr Informationen gibt es unter www.forum-fairer-handel.de.

Katrin Frank, Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Forum Fairer Handel



Charlotte kocht!

Diese Mal ein leckeres sommerliches Dessert, das auch mit anderen Beeren die Saison haben, zubereitet werden kann. Und gut gekühlt schmeckt dieses leicht vorzubereitende Rezept sicherlich auch bei hohen Außentemperaturen ... Dieses und viele weitere Koch- und Backrezepte, auch für größere Gruppen oder Veranstaltungen, finden Sie auf der GEPA-Weltladenseite www.gepa-wug.de in der Rubrik »Tipps – Ideen – Beratung« unter »Rezepte – auch für Gruppen!«



Weißer Schokocreme mit Heidelbeeren

Zutaten: für 4 Personen

- 200 g Heidelbeeren (frisch oder tiefgekühlt)
- 100 g GEPA Weiße Schokolade
- 50 ml Schlagsahne
- 100 g Frischkäse
- 200 g Quark, Magerstufe
- 1–2 EL Ahornsirup



Zubereitung:

1. Frische Heidelbeeren waschen, vorsichtig abtrocknen (TK-Beeren auftauen lassen).
2. Schokolade fein hacken. Sahne erhitzen und Schokolade darin schmelzen. Auf Zimmertemperatur abkühlen lassen und dabei gelegentlich umrühren.
3. Quark mit Frischkäse, der abgekühlten Schokosahne und Ahornsirup glattrühren. Ein paar Beeren als Dekoration zurückbehalten, die restlichen Beeren unter die Creme mischen.
4. Die Creme in Portionsschalen füllen und mit den übrigen Beeren dekoriert servieren.

In eigener Sache: Aktuelle Infos von der GEPA per Mail

Die neue Datenschutz-Grundverordnung hat auch Auswirkungen auf den Versand von digitalen Informationen an unsere Kunden und Kundinnen: Den GEPA Einkaufsbrief und GEPA AKTUELL als PDF-Datei erhalten Sie nur noch, wenn Sie auf unsere Anfrage per Mail positiv geantwortet und einen Link, den wir Ihnen daraufhin geschickt haben, bestätigt haben. Sollten Sie dies (wie viele unserer Kunden und Kundinnen) nicht getan haben, sind Sie aus unserem Verteiler »gefallen« – aber keine Panik, falls dies versehentlich passiert ist, können Sie sich auf der GEPA-Weltladenseite unter www.gepa-wug.de wieder neu anmelden: Klicken Sie einfach auf der Startseite oben in den Bereich GEPA AKTUELL & GEPA Einkaufsbrief. Dort finden Sie ein Archiv mit den letzten Ausgaben und ein Formular, um sich neu anzumelden. Bitte die Rückbestätigung nicht vergessen – denn nur wer zweimal »ja« sagt, ist auch in unserem Verteiler – und keine Sorge: Eine Abmeldung ist dort auch jederzeit problemlos wieder möglich...

Einem Teil der Ausgabe liegt bei:

- Einladung Messe FAIR FRIENDS Dortmund

Impressum

GEPA AKTUELL

V.i.S.d.P. Jorge Inostroza
..... Vertriebsleiter Weltläden und Gruppen

Kontakt E-Mail: bettina.kasper@gepa.de

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

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