



29.04.2016

## Kundeninformation

### Untersuchung von Stiftung Warentest zu Nachhaltigkeitssiegeln

Liebe Kundinnen und Kunden,

Stiftung Warentest hat in der Mai-Ausgabe ihrer Verbraucherzeitschrift „test“ sechs „Nachhaltigkeitssiegel“ untersucht. Die GEPA war als „Sonderfall“ mit dabei, obwohl „fair plus“ kein Nachhaltigkeitssiegel ist. Zur Beurteilung orientierte sich Warentest fast ausschließlich an Standards und Siegeln. Die GEPA hat als Fair Handelsorganisation aber keine eigenen Standards entwickelt. Als Mitglied der World Fair Trade Organization (WFTO) arbeiten wir gemäß den zehn Prinzipien des Fairen Handels. Darüber hinaus stützen wir uns auch auf verschiedene Zertifizierungs- und Monitoring-Systeme des Fairen Handels. Über unsere „fair plus“-Strategie setzen wir eigene Akzente.

#### **Marke GEPA: „Fairer Handel als Unternehmenszweck“**

Positiv: Stiftung Warentest hebt die GEPA als einen der Pioniere des Fairen Handels hervor und geht auf die Sonderrolle der GEPA als 100 Prozent Fair Handelsorganisation ein: „Die Marke GEPA steht für Fairen Handel als Unternehmenszweck. Der Gesellschafter-Auftrag zielt langfristig auf die Etablierung eines internationalen gerechten Weltwirtschaftssystems ab.“ Der Test belegt: Die GEPA ist „glaubwürdig“ und „setzt auf direkte, lange Beziehungen mit Produzenten. Sie berücksichtigt Wirkungsanalysen und kann Produkte zurückverfolgen.“

Stiftung Warentest lobt auch die umfangreichen Hintergrundinformationen zu den Handelspartnern: Die GEPA porträtiert beispielsweise „konkrete Bauern“ und gibt an, „aus welcher Kooperative und welchem Land der Rohstoff kommt.“

#### **Methodik: Umfangreiche Fragebögen und ganztägige Interviews**

Grundlage für die Untersuchung waren fünf umfangreiche Fragenkataloge mit ca. 1.400 Fragen (inkl. Unterfragen) zu Themenkomplexen wie Arbeitsweise, Kriterien-Entwicklung, Anforderungen der Standards sowie ein ganztägiges Interview vor Ort bei uns.

Am Beispiel von vier Produkten (Schokolade, Kaffee, Südfrüchte, Tee) ging Warentest der Frage auf den Grund, ob die Organisationen bei der Herstellung bestimmte soziale, ökologische und ökonomische Normen einhalten. Als GEPA-Beispiel dienten „Café Aha“, „Grand Noir Zarte Bitter 70 Prozent“, „Bio Mangos Amelia“, „Schwarztee Darjeeling“. Zahlreiche Zertifikate, Auditprotokolle, Rechnungen, Lieferscheine, Dienstreiseberichte sowie Hintergrundinfos zur Unternehmensphilosophie und zu Handelspartnern reichten wir als Belege ein.

#### **„fair plus“: mehr als ein Standard**

Stiftung Warentest hebt zwar die Sonderrolle der GEPA mit Fairem Handel als einzigen Unternehmenszweck hervor, hält aber das „fair plus“-Zeichen für verwirrend. Das „fair plus“-

Logo erwecke den Eindruck, die GEPA habe einen eigenen, besonders hohen Standard. Das sei nicht der Fall, da „fair plus“ auf „anderen Standards“ basiere.

Die Kritik von Stiftung Warentest nehmen wir ernst. Andererseits meinen wir: Gerade als Fair Trade-Pionier möchten wir über die gängigen Fair Handels-Standards hinausgehen. Standards bieten aus unserer Sicht eine Grundlage, auf die man aber weiter aufbauen sollte. Das hat die GEPA durch ihre Pionierleistungen immer wieder bewiesen.

### **Konzept des Fairen Handels weiterentwickeln**

Als Pionier des Fairen Handels reicht es uns nicht, Standards zu erfüllen. Wir möchten auch in Zukunft den Gedanken des Fairen Handels durch Innovationen immer weiterentwickeln. Ein Beispiel dafür ist unser Motto „Süd trifft Nord: GEPA-Schokoladen mit fairer Bio-Vollmilch.“ Für unsere Verdienste sind wir vielfach ausgezeichnet worden.

Wir haben darüber hinaus einen entwicklungspolitischen Auftrag: benachteiligten Produzentenorganisationen einen Zugang zum Markt zu verschaffen. Die GEPA arbeitet daher auch mit kleinen Genossenschaften zusammen, die (noch) nicht die Voraussetzungen für den Export oder eine Fairtrade-Zertifizierung erfüllen können. Die GEPA kooperiert zudem mit Handwerksorganisationen und bietet ihnen dadurch langfristige Perspektiven.

### **Arbeit der GEPA hat zu heutigen Fair-Handels-Standards beigetragen**

Auch auf Basis der praktischen Arbeit der GEPA konnten viele der heute geltenden internationalen Standards des Fairen Handels erst entwickelt werden. Unser ehemaliger Leiter der GEPA-Grundsatzabteilung war beispielsweise in den Anfangsjahren von Fairtrade International Mitglied im Standardkomitee der Organisation.

### **Externe Zertifizierungen als Referenz für Glaubwürdigkeit und Transparenz**

Die GEPA als Mitglied der internationalen Dachorganisation des Fairen Handels WFTO wird über das WFTO-Garantiesystem kontrolliert. Zusätzlich ist sie Fairtrade- und Naturland (Fair)-zertifiziert. Diese Zertifizierungs-Organisationen ergänzen sich gegenseitig.

### **Echo von anderen Verbraucherorganisationen/Deutscher Nachhaltigkeitspreis**

Die besonderen Leistungen der GEPA im Fairen Handel und bei Nachhaltigkeit haben auch andere Verbraucherorganisationen anerkannt. Zum Beispiel hat uns die Verbraucher Initiative 2013 für unsere Verbraucherkommunikation mit der Bestnote „Gold“ ausgezeichnet. 2015 folgte zum wiederholten Male die Auszeichnung „nachhaltigstes Einzelhandelsunternehmen“.

Wegen unserer „fair plus“-Strategie wurden wir beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis als „Deutschlands nachhaltigste Marke“ ausgezeichnet. In der Begründung wird „fair plus“ hervorgehoben:

*So positioniert sich das Unternehmen auch durch sein neues Zusatzlogo „fair +“ als DIE Marke des fairen Handels. Die Unternehmensausrichtung sorgt für eine klare Markenwahrnehmung. Hohe Vertrauens- und Glaubwürdigkeitswerte geben dem Unternehmen Recht:*

*Näheres unter <http://www.gepa.de/gepa/mission/auszeichnungen.html>*



### **Produktbeispiele für Mehrleistungen der GEPA**

Warentest hat leider die Beispiele, bei denen wir über Mindeststandards hinausgehen, in der Veröffentlichung nicht erwähnt. Auch anhand der untersuchten Produktbeispiele lassen sich Mehrleistungen der GEPA dokumentieren.

**Beispiel Tee:** Von unserem langjährigen Partner Tea Promoters India beziehen wir den Tee für unseren Schwarztee Darjeeling. Gemeinsam mit TPI und Naturland haben wir einen der ersten Bio-Teegärten weltweit aufgebaut. Der Teegarten Samabeong war außerdem der erste Bio-Teegarten in Darjeeling. Wir können den Weg unseres Fair Trade-Tees zurückverfolgen – ohne den Mengenausgleich, der nach den Standards von Fairtrade International erlaubt wäre.

Die GEPA zahlt für Tee deutlich mehr, als in den internationalen Fair Handelsstandards vorgeschrieben ist. Der Lohn in Indien ist staatlich festgelegt und basiert auf einem Durchschnittswert von vier Kilogramm pro Tag. Tea Promoters India zahlt den Pflückerinnen jedes zusätzlich gepflückte Pfund Teeblätter, das über diesen Durchschnittswert hinausgeht – das ist in Darjeeling keineswegs üblich.

**Beispiel Kakao:** Den Bio-Kakao für unsere Schokolade „Grand Noir Zarte Bitter 70 Prozent“ beziehen wir von der dominikanischen Kleinbauerngenossenschaft COOPROAGRO. Wir zahlen in der Regel Preise, die über die Mindestanforderung von Fairtrade International hinausgehen. Für die von Stiftung Warentest untersuchte Charge haben wir neben den Mehrpreisen, die nach Fairtrade International vorgeschrieben sind, auch einen Qualitätszuschlag von 600 US-Dollar gezahlt. Wir haben außerdem die Kosten für die Naturland-Zertifizierung übernommen. Auch hier arbeiten wir ohne Mengenausgleich, der nach den Kriterien von Fairtrade International für Kakao möglich und oft auch üblich ist. Weitere Hintergrundinfos zu den Mehrleistungen der GEPA unter: <http://fair-plus.de/unser-weg.html>

**Fazit:** Wir freuen uns, dass wir als Fair Handelsunternehmen GEPA in den Vergleich von Nachhaltigkeitssiegeln einbezogen wurden. Wir hätten uns noch gewünscht, dass Stiftung Warentest beim untersuchten Tee oder Kakao auf Mehrleistungen wie etwa hohe Fair-Handelsanteile in Produkten oder unseren Verzicht auf Mengenausgleich eingegangen wäre. Das sind aus unserer Sicht deutliche Pluspunkte gegenüber anderen Mitbewerbern aus der Fair- und Nachhaltigkeitsbranche. Denn Rückverfolgbarkeit ist anhand von entsprechenden Dokumentationen auch bei Produkten aus Mengenausgleich möglich. Ausschlaggebend ist für uns aber die physische Identität. Das heißt konkret: Die unter fairen Bedingungen geerntete Kakaobohne ist nachweislich im fair ausgelobten Endprodukt enthalten.

Weiterhin ist es unser Ziel, unsere Anstrengungen zu optimieren. Es ist allerdings nicht unsere Aufgabe, einen allgemeingültigen Standard zu entwerfen. Wir wollen als Handelsorganisation durch unsere praktische Arbeit, weitere Innovationen und politische Arbeit in den Netzwerken des Fairen Handels unsere Ziele aus dem Gesellschaftsvertrag umsetzen: Produzenten fördern und auf eine Veränderung ungerechter Welthandelsstrukturen hinwirken.



Matthias Kroth  
Geschäftsführer



Brigitte Frommeyer  
Pressereferentin