



Top 3 „Deutschlands nachhaltigste Marken 2011“

GEPA – The Fair Trade Company

Die GEPA ist Europas größte Fair Trade-Organisation und setzt sich seit 36 Jahren für sozialen und umweltverträglichen Handel mit Bauern aus Entwicklungsländern ein.

Mit der Definition von sozialen und ökologischen Standards für die Vertragsproduzenten von Lebensmitteln, Handwerk und Textilien aus Afrika, Asien und Lateinamerika setzt die GEPA schon seit langem Maßstäbe. Aufbauend auf der Grundidee des Fairen Handels, der insbesondere auf die Verbesserung der Lebensbedingungen der Menschen in der Dritten Welt abzielt, entwickelt die GEPA das Konzept kontinuierlich weiter und deckt heute auch Fairen Handel mit regionalen Anbietern (z. B. Milch) ab.

Der Kerngedanke „Fairer Handel“ wird von der GEPA durch den bestimmten Artikel im sprachlichen Zusatz „The Fair Trade Company“ deutlich und selbstbewusst mit der eigenen Marke verknüpft. Insgesamt zeigen Konsumentenstudien, dass die Idee des Fairen Handels sowohl in Bezug auf die Bekanntheit als auch in der Relevanz für die Kaufentscheidung stetig steigt. Die Marke GEPA ist fester Bestandteil dieser Idee. Darüber hinaus wird sie weiter ausgebaut. So soll auch die Verbindung von „gutem Gewissen“ mit „Inspiration“ in den Vordergrund gerückt werden.

Alle Aktivitäten der GEPA basieren auf einer intensiven internen Abstimmung der verschiedenen Verantwortungsbereiche sowie der Verankerung der Philosophie bei allen Mitarbeitern. Beispielsweise sind Auszubildende während ihrer Lehrzeit zwei Monate in der GEPA-Grundsatzabteilung tätig. Der Erfolg der Marke GEPA basiert aber auch auf den vielfältigen externen Kommunikationsansätzen für die verschiedenen Stakeholder, die durch Vielfalt, Information und Transparenz (z. B. Offenlegung von Preiskalkulationen) gekennzeichnet sind. Ergänzt wird dieser grundsätzliche Kommunikationsansatz durch zeitlich befristete Leuchtturmprojekte wie die Kampagne zum 30-jährigen Bestehen des Nicaragua-Kaffees (2010). Neben der werblichen Funktion werden so verschiedenen Stakeholdergruppen informiert und die Idee des Fairen Handels wird gestärkt.

Der nachhaltige Erfolg der Marke GEPA zeigt sich neben ihrem langen Bestehen und dem seit Mitte der 90er Jahre stetigen, z. T. zweistelligen Umsatzwachstum auch in einer Vielzahl von Auszeichnungen und Testergebnissen (z.B. „sozial stark engagiert“, Stiftung Warentest 2009).

Die Jury würdigt damit sowohl die konsequente, kontinuierliche und erfolgreiche Positionierung der Marke GEPA als Pionier des Fairen Handels, als auch die interne Verankerung dieser Philosophie sowie die Kommunikations- und Bildungsarbeit für die verschiedenen Stakeholder. Sie hat die Unternehmensmarke GEPA unter die Top 3 in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Marken“ gewählt.