



23. April 2009

Fairer Kaffee mit dem „Aha“-Effekt:

GEPA-Café Aha vorne bei Stiftung Warentest

„Rundherum gut“: Café Aha überzeugte beim Einsatz für Mensch und Umwelt sowie bei Kaffeequalität

Wuppertal. GEPA-Kaffee mit dem Aha-Effekt: In der aktuellen Maiausgabe der Zeitschrift „test“ hat die Stiftung Warentest 31 Röstkaffees getestet sowie das Engagement der beteiligten 19 Unternehmen für Soziales und Umwelt untersucht.

Der Café Aha der GEPA gehört demnach zu den vier Kaffees, die sowohl mit starkem Sozial- und Umwelt-Engagement als auch mit „gutem“ Geschmack als „rundherum gut“ überzeugen konnten. Nach Stiftung Warentest profitierten Discounter, die bei Sozialem und Umwelt gut abschnitten, von ihren Bio- und Fairtrade-Lieferanten.

Was den Produkttest angeht, so schnitten neben der GEPA 19 weitere Kaffees mit „gut“ ab, vier mit „befriedigend“, vier mit „ausreichend“ und drei mit „mangelhaft“.

Für den Unternehmenstest wurden 40 Kriterien zur sozialen und ökologischen Unternehmensverantwortung (CSR – Corporate Social Responsibility) definiert und abgefragt. GEPA wird als Unternehmen „starkes Engagement“, „sehr umfassende CSR-Politik“ und „sehr gute Beantwortung Kundenanfragen“ bescheinigt. Auch die Transparenz der GEPA wird mit „sehr stark engagiert“ bewertet.

Der konventionellen Kaffee-Industrie wird vorgeworfen, dass „ihre Werbung nicht der Realität standhält“, denn viele konnten oder wollten ihre Kaffees nicht genau in den Ursprung zurückverfolgen.

„Wir sind stolz auf dieses gute Ergebnis“, erklärte GEPA-Geschäftsführer Thomas Speck. „Der Café Aha ist als einziger der vier hervorgehobenen Kaffees kein Bio-Kaffee, daher freut uns das Resultat besonders. Dass die positive Wirkung des Fairen Handels für die Kaffeebauern bescheinigt wird, bestätigt unsere jahrelange intensive Pionier- und Entwicklungsarbeit“.

Rund 55 Prozent aller Kaffees im GEPA-Sortiment sind Bio-Kaffees. Der GEPA-Handelspartner Fedecocagua aus Guatemala, der den Hauptanteil für den untersuchten Café Aha liefert, produziert sowohl konventionellen als auch Bio-Kaffee. Im Test wird das starke Umweltengagement der Kooperative hervorgehoben.

Stiftung Warentest zeigt ebenfalls auf, wie die Bauern im Gegensatz zur konventionellen Kaffee-Industrie von den Mehrpreisen des Fairen Handels profitieren: „Das Geld, das Bioverbände und fairer Handel über dem Marktpreis zahlen,

GEPA The Fair Trade Company

GEPA-Weg 1

42327 Wuppertal

Fon: 02 02 / 2 66 83 - 0

Fax: 02 02 / 2 66 83 - 10

www.gepa.de

Pressestelle:

Barbara Schimmelpfennig

Fon: 02 02 / 2 66 83 - 60

Fax: 02 02 / 2 66 83 - 25

E-Mail: presse@gepa.org

Presse-Information

kommt vor Ort an.“ Im Verhältnis zu nur 6 Prozent, die die Bauern von einem konventionellen Kaffee erhalten, wird ein Bio-Kaffee der GEPA gegenübergestellt, wo 16 Prozent beim Bauern bleiben.

Der Café Aha der GEPA sowie viele andere Kaffeespezialitäten sind erhältlich in den 800 Weltläden, im Lebensmittelhandel sowie im GEPA-Onlineshop unter www.gepa.de. In vielen Firmenkantinen und Bildungseinrichtungen wird ebenfalls GEPA-Kaffee getrunken. Im Bio- und Naturkosthandel sind viele Bio-Kaffees der GEPA erhältlich.

Bereits seit mehr als fünf Jahren wird in der Zentrale des Deutschen Fußballbundes (DFB) in Frankfurt fairer GEPA-Kaffee ausgeschenkt. Seit dem Pokalfinale in Berlin 2007 ist die Café Si Bar der GEPA bei vielen Länderspielen der Frauen- und Männer-Nationalteams im VIP-Bereich dabei.

Die GEPA handelt als größte europäische Fair Handelsorganisation seit mehr als 30 Jahren mit Genossenschaften und sozial engagierten Privatbetrieben aus Lateinamerika, Afrika und Asien zu fairen Preisen und langfristigen Handelsbeziehungen. Hinter der GEPA stehen Misereor, der Evangelische Entwicklungsdienst (eed), die Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland (aej), der Bund der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ), das Kindermissionswerk „Die Sternsinger“ und die evangelische Hilfsaktion „Brot für die Welt“