

Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf von Kaffee



Lidl lohnt sich



Inhaltsverzeichnis

1. Unser Verständnis	3
2. Unsere Zielsetzung	4
3. Unsere Position	5
3.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung	5
3.2 Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit	5
3.3 Anbau.....	5
3.4 Eingriffe in die Umwelt.....	5
3.5 Weiterentwicklung von Standards.....	6
4. Unser Engagement	6
4.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung	6
4.2 Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit	7
4.3 Anbau.....	7
4.4 Eingriffe in die Umwelt.....	8
4.5 Weiterentwicklung von Standards.....	8
5. Organisationen und Labels	9

1. Unser Verständnis

„Wir übernehmen in unserem täglichen Handeln ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung.“

Mit diesem Unternehmensgrundsatz formuliert Lidl Deutschland seine Verantwortung für Mensch und Natur. Um ihr gerecht zu werden, haben wir dieses Positionspapier erstellt, das verantwortungsvolles wie nachhaltigeres Handeln beim Einkauf von Kaffee berücksichtigen soll.

Mit Blick auf die drei Säulen der Nachhaltigkeit haben wir für die nachhaltigere Herstellung von Lebensmitteln folgendes Grundverständnis:

Ressourcen-, Klima- und Umweltschutz sowie Biodiversität

Eine nachhaltigere Landwirtschaft legt den Schwerpunkt auf Arbeitsweisen und Methoden, die den Boden produktiver machen und gleichzeitig die schädlichen Auswirkungen auf Wasser, Luft, Boden, Klima und Artenvielfalt sowie die Gesundheit der Menschen minimieren. Dadurch sollen die natürlichen Umweltressourcen möglichst wenig beeinträchtigt werden.

Ernährungssicherheit

Eine nachhaltigere Landwirtschaft stellt die grundlegenden Ernährungsbedürfnisse heutiger wie künftiger Generationen sowie die weitere Erzeugung landwirtschaftlicher Produkte sicher.

Soziale Faktoren

Gesellschaftlich sorgt eine nachhaltigere Landwirtschaft für langfristige Beschäftigung, besseres Einkommen sowie würdige und gleichberechtigte Lebens- und Arbeitsbedingungen für alle, die in der landwirtschaftlichen Lieferkette tätig sind.

2. Unsere Zielsetzung

Verbraucher erwarten höhere Standards beim Anbau von Agrarerzeugnissen wie Kaffee. Dieser Anforderung stellen wir uns und wir haben den Willen, diese zu realisieren. Glaubwürdigkeit und Umsetzbarkeit sind für Lidl Deutschland auf diesem Weg die entscheidende Handlungsmaxime.

In Zusammenarbeit mit beteiligten Akteuren der Wertschöpfungskette und ihren Anspruchsgruppen möchten wir unseren Beitrag zu einer umwelt- und sozialverträglicheren Landbewirtschaftung leisten. Um dies zu erreichen, haben wir in diesem Positionspapier Grundlagen für unseren Einkauf von Kaffee festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen dokumentiert.

Das vorliegende Positionspapier wird regelmäßig überarbeitet und bezieht sich inhaltlich auf das Kaffee-Eigenmarkensortiment von Lidl Deutschland. Gemeinsam mit unseren Lieferanten werden wir Fortschritte dokumentieren sowie neue Maßnahmen entwickeln und beschließen. Diese sind verpflichtend für alle Lieferanten. Bei Abweichungen von der Zielvorgabe müssen Maßnahmen definiert werden, die eine Umsetzung gewährleisten.

Wir verpflichten unsere Lieferanten, mindestens die jeweils geltenden nationalen gesetzlichen Standards einzuhalten. Lidl ist seit 2007 Mitglied in der Gemeinschaftsinitiative „Business Social Compliance Initiative“ (BSCI) im Rahmen des europäischen Außenhandelsverbandes. Auf dieser Grundlage hat Lidl einen eigenen Verhaltenscodex (Code of Conduct) entwickelt, mit dem wir das Ziel verfolgen, soziale Mindeststandards bei unseren Geschäftspartnern in den unterschiedlichen Ländern zu verbessern. Diese Mindeststandards sind wesentliche Grundlage für die Geschäftsbeziehungen zwischen Lidl und seinen Vertragspartnern. Lidl lehnt dabei grundsätzlich jegliche Form von Kinderarbeit oder Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen bei der Herstellung seiner Waren ab. Aktiv fördern und unterstützen wir Aspekte, die über die gesetzliche Mindestanforderung hinausgehen, z. B. durch sukzessive Erweiterung von Eigenmarkenartikeln mit Rohwaren aus zertifiziertem Anbau und zusätzliche Sponsoringprojekte zur Verbesserung der ökologischen Rahmenbedingungen beim Anbau von Agrarerzeugnissen wie Kaffee.

3. Unsere Position

Im Folgenden sind fünf Handlungsebenen thematisiert, in denen wir aktiv an inhaltlichen Weiterentwicklungen arbeiten. Im Anschluss daran werden diese Handlungsebenen in Bezug auf den Einkauf von Kaffee konkretisiert.

3.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Lidl Deutschland möchte seinen Kunden Eigenmarkenartikel anbieten, die für Verantwortung stehen. Über unsere Sortimentsgestaltung unterstützen wir die Bemühungen anerkannter Zertifizierungsstandards wie Fairtrade, UTZ, Bio oder Rainforest Alliance und bieten entsprechend zertifizierte und gelabelte Produkte an. Unser Ziel ist es, diese Bereiche in enger Anlehnung an Verbraucherwünsche kontinuierlich auszubauen.

3.2 Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit

Unser Ziel ist es, Verbrauchern eine höhere Transparenz und wenn möglich die Rückverfolgbarkeit der Lieferkette bis zum Ursprung zu bieten. Mit klaren, lesbaren und verständlichen Informationen auf den Verpackungen seiner Eigenmarken unterstützt Lidl Deutschland seine Kunden bei der Produktauswahl. Ferner informiert Lidl Deutschland Interessierte im Rahmen der wöchentlich erscheinenden Haushaltshandzettel sowie über die Website www.lidl.de.

3.3 Anbau

Umweltschutz und sozialverträgliche Arbeitsbedingungen sind uns wichtig. Deshalb engagieren wir uns seit Jahren durch die Zusammenarbeit mit Siegelorganisationen und/oder im Rahmen von Lidl-initiierten und finanzierten Projekten für einen umwelt- und sozialverträglicheren Anbau von Agrarerzeugnissen.

3.4 Eingriffe in die Umwelt

Eingriffe in die Umwelt, wie der unverhältnismäßige Pestizideinsatz bei der Herstellung von Agrarerzeugnissen, sind zu minimieren. Ferner distanzieren wir uns von illegalem Holzeinschlag und/oder Brandrodung zur Gewinnung neuer landwirtschaftlich genutzter Anbauflächen.

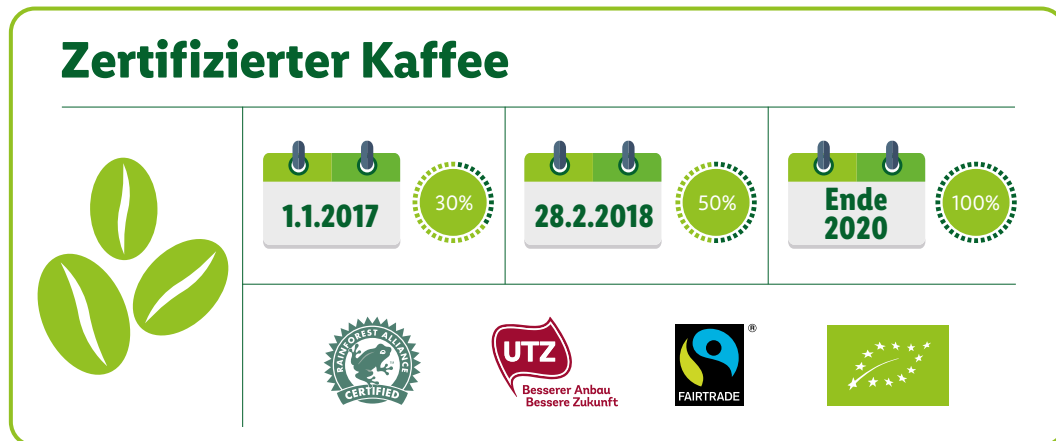
3.5 Weiterentwicklung von Standards

Lidl Deutschland hat das Bestreben, die Artikelvielfalt mit zertifizierten Eigenmarkenprodukten anerkannter Siegelorganisationen wie Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio und UTZ noch fester im Sortimentsangebot zu verankern, um eine noch breitere Käuferschicht anzusprechen. Ein nachhaltigeres Konsumverhalten und ein Bewusstsein für Produkte aus nachhaltigerem Anbau sind uns dabei gleichermaßen ein Anliegen.

4. Unser Engagement

4.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Lidl Deutschland engagiert sich seit Jahren für einen nachhaltigeren Kaffeeanbau. Ein wichtiger Baustein unseres Engagements ist dabei die Zusammenarbeit mit international anerkannten Siegelorganisationen wie Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio und UTZ, bei denen sichergestellt wird, dass grundlegende Standards, die uns wichtig sind, umgesetzt werden. Die Rohstoffzertifizierung von Kaffee für unsere Eigenmarken haben wir über die Jahre hinweg sukzessiv ausgebaut. Bereits heute tragen alle Eigenmarken Kaffeepads und Kaffeekapseln ein Nachhaltigkeitsiegel. **Aktuell decken wir 50 Prozent der Kaffeemenge durch entweder UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade oder Bio ab. Das Ziel ist es, bis Ende 2020 eine 100-prozentige Zertifizierung zu erreichen, sofern es einen Zertifizierungsstandard im Ursprung gibt und die Warenverfügbarkeit gewährleistet ist.**



Unter unserer Eigenmarke „Fairglobe“ führen wir bereits seit 2006 Fairtrade-zertifizierte Kaffeeprodukte. Einige dieser Kaffees sind zudem Bio-zertifiziert. Seit 2011 unterstützen wir das UTZ-Programm, indem wir in vielen unserer Kaffeeprodukte nachhaltiger angebaute Kaffeebohnen einsetzen. Ebenfalls seit 2011 arbeiten wir mit der international anerkannten Siegelorganisation Rainforest Alliance zusammen. Das Siegel Rainforest Alliance Certified™ auf der Vorderseite der Verkaufsverpackungen bedeutet, dass der Kaffee unter anderem von zertifizierten Farmen stammt. Die Rainforest Alliance arbeitet

mit Kaffeebauern zusammen, um ihre Lebensumstände und ihre Gesundheit sowie das Wohlergehen der Dorfgemeinschaften zu verbessern.

4.2 Herkunft, Transparenz, Rückverfolgbarkeit

Unsere Geschäftspartner zur Herstellung unserer Eigenmarken beziehen die Rohkaffees hauptsächlich von Plantagen aus Mittel- und Südamerika. In diesem Rahmen ist die Rückverfolgung unserer zertifizierten Produkte jederzeit bis in den Ursprung möglich. Die Mischungen und deren Herkunft können dabei je nach Saison und Erntequalität variieren. Alle unsere Kaffeeröstereien sind nach dem Higher-Level-IFS-Standard ausgezeichnet. Sie müssen sich regelmäßigen unangemeldeten Kontrollen unterziehen.

Wir möchten die Transparenz bis zum Ursprung für unsere Kunden erhöhen und ihnen die Möglichkeit geben, mehr über den Anbau des zertifizierten Kaffees zu erfahren. Daher befindet sich auf den „Fairglobe“-Kaffeeverpackungen ein Zahlencode, der sogenannte Fairtrade Code. Mit der Eingabe dieses Fairtrade Codes können Konsumenten sich unter www.fairtrade-code.de auf eine virtuelle Reise begeben und exemplarisch erfahren, wo und durch wen der Kaffee hergestellt wurde. Darüber hinaus erfahren unsere Kunden, was der Faire Handel vor Ort in den Anbauländern bewirkt. So wird auf der Webseite beispielsweise aufgezeigt, welche Projekte bereits durch die entrichteten Fairtrade-Prämien finanziert wurden.

4.3 Anbau

Zusätzlich zum Sortimentsangebot stärkt Lidl Deutschland gezielt Produzentenstrukturen und Kooperativen. Seit 2009 führen wir im Rahmen der von Transfair Deutschland initiierten „Fairen Woche“ jährlich Spenden- und Sponsoringprojekte mit Bezug zum Ursprung der Kaffeerohware in Latein- und Südamerika durch. Seit 2009 hat Lidl Deutschland rund eine halbe Million Euro zur Förderung des nachhaltigeren Kaffeeanbaus bereitgestellt. Durch die regelmäßigen Mittel konnten vor Ort viele Projekte umgesetzt werden.

Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf der Bekämpfung der Folgen des Klimawandels. Diese Auswirkungen sind bereits heute im Kaffeeanbau spürbar und haben Einfluss auf die Existenz vieler Kleinbauern. Die Kaffeebauern haben zunehmend mit lang anhaltenden Regenperioden sowie hohen Temperaturen zu kämpfen, die sich negativ auf den Kaffeeertrag auswirken. Gerade kleine Erzeugergemeinschaften haben in der Regel weniger Rücklagen und werden schon von geringen Ausfällen relativ hart getroffen.

Um die betroffenen Fairtrade-Kaffee-Kleinbauern zu stärken, wurden Anpassungsprojekte entwickelt. So erhalten die Fairtrade-Kaffee-Kleinbauern dank der Unterstützung von Lidl Schulungen, in denen ihnen wirksame Strategien zur Anpassung an den Klimawandel vermittelt werden. Zudem lernen sie, Anpassungsmaßnahmen selbst zu ermitteln und vor Ort umzusetzen.

Zusätzlich zu Schulungen wurden in den vergangenen Jahren durch die verschiedenen Lidl-Projekte in Latein- und Südamerika rund 497.000 Kaffeepflanzen bei den Fairtrade-Kooperativen gesetzt. Darüber hinaus konnten im Rahmen von Aufforstungsaktivitäten 40.000 heimische Bäume als Erosionsschutz gepflanzt werden. Ohne diese Bäume, die das Wasser in der Erde halten, werden bei starken Regenfällen wertvolle Mineralien aus dem Erdreich geschwemmt, was zu einer Verschlechterung der Bodenqualität, Bodenrosion und geringerer Produktivität führt.

Die Projekte haben bislang mehrere Tausend Fairtrade-Kaffee-Kleinbauern einbezogen und konnten so eine große Wirkung in den Regionen erzielen. Transparente Berichterstattungen zum Engagement sind unter www.lidl.de verfügbar.

4.4 Eingriffe in die Umwelt

Ein Teil der Rohkaffeemenge von Lidl Deutschland ist bereits heute gemäß einem Standard anerkannter Siegelorganisationen wie Fairtrade, UTZ, Bio oder Rainforest Alliance zertifiziert. Dies bedeutet, dass die Erzeuger die von den Zertifizierungsstandards zum Teil über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehenden sozialen und ökologischen Kriterien umsetzen. Begleitend dazu erhalten die Kaffeebauern Schulungen und Trainings, bei denen sie lernen, wie sie Eingriffe in die Umwelt minimieren können und Pestizide angemessen und zurückhaltend verwenden. Gute landwirtschaftliche Praktiken und der Erhalt der bestehenden Biodiversität bilden hierfür die Grundlage.

4.5 Weiterentwicklung von Standards

Mit der kontinuierlichen Erhöhung des Einkaufs von zertifiziertem Rohkaffee für die Kaffee-Eigenmarkenprodukte setzt Lidl Deutschland einerseits ein klares Signal die gesamte Lieferkette betreffend und bietet andererseits den Erzeugern im Ursprungsland neue Absatzkanäle. Auf diese Weise schaffen wir für unsere Konsumenten die Möglichkeit, aktiv zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in den Produktionsländern beizutragen. Ferner setzen wir uns mit der bundesweiten Filialpräsenz gezielt für einen nachhaltigeren Konsum und Produkte aus zertifizierter Erzeugung ein.

Als Mitglied unterstützt Lidl seit Jahren die Arbeit der Common Code of Coffee Community (4C) Association. Diese gemeinnützige Organisation setzt sich seit 2006 für grundlegende Sozial-, Wirtschafts- und Umweltstandards im Kaffeesektor ein. Der 4C-Standard ist für viele Kaffeeerzeuger der erste Schritt hin zu inhaltlich umfangreicheren Zertifizierungsstandards wie Fairtrade, Rainforest Alliance und UTZ.

5. Organisationen und Labels

Das EU-Bio-Label



Das EU-Bio-Logo ist seit dem 01. Juli 2012 auf vorverpackten Bio-Lebensmitteln verbindlich. Es gilt für alle vorverpackten ökologisch erzeugten Lebensmittel, die in einem EU-Mitgliedsstaat hergestellt werden und die EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erfüllen. Kriterien sind zum Beispiel, dass die Lebensmittel frei von gentechnisch veränderten Organismen (GVO), Geschmacksverstärkern, künstlichen Aromen und Farbstoffen sind. Es dürfen weder synthetische Pflanzenschutzmittel noch leicht lösliche mineralische Dünger eingesetzt werden. Ziel des Logos ist es, dass Verbraucher zertifizierte Bio-Produkte einfacher und schneller erkennen können. Neben dem Logo finden Sie außerdem die Codenummer der jeweiligen Öko-Kontrollstelle sowie die Herkunftsangabe. Das EU-Bio-Logo ist europaweit geschützt.

https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/Bio-Siegel.html

Das staatliche Bio-Label



Das deutsche Bio-Siegel wurde im September 2001 eingeführt. Es ist das staatliche Label für Erzeugnisse, die ökologisch produziert wurden. So garantiert es u. a., dass die EU-Rechtsvorschriften zum ökologischen Landbau bei Bio-Rohwaren sowie Bio-Lebens- und Futtermitteln eingehalten werden. Kriterien sind zum Beispiel, dass die Lebensmittel frei von gentechnisch veränderten Organismen (GVO), Geschmacksverstärkern, künstlichen Aromen und Farbstoffen sind. Es dürfen weder synthetische Pflanzenschutzmittel noch leicht lösliche mineralische Dünger eingesetzt werden.

https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/Bio-Siegel.html

Das Rainforest Alliance Certified™-Siegel



Das Siegel kennzeichnet Produkte, die vollständig bzw. mit wesentlichen Zutaten aus Farmen und Wäldern stammen, welche Rainforest-Alliance-zertifiziert sind. Die Herkunftsorte müssen nach strikten Richtlinien des SAN – Sustainable Agriculture Networks (Netzwerk für nachhaltige Landwirtschaft) – bewirtschaftet werden. Dies umfasst Kriterien für Umweltschutz, soziale Verantwortung und Wirtschaftlichkeit. Die Richtlinien wurden zum einen entwickelt, um wild lebende Tiere und Pflanzen sowie Böden und Gewässer zu schützen und zu bewahren. Zum anderen sollen sie die Lebensumstände der Arbeiter, ihrer Familien und der lokalen Gemeinden verbessern.

<http://www.rainforest-alliance.de>

Das Fairtrade-Label



® Fairtrade steht für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen der Kleinbauern und Beschäftigten in Afrika, Asien und Lateinamerika. Mehr als 1,6 Millionen Kleinbauern und Beschäftigte profitieren bereits von stabilen Mindestpreisen, der Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte und der Förderung von umweltschonendem Anbau. Die unabhängig kontrollierten Fairtrade-Standards umfassen Kriterien zu demokratischen Organisationsstrukturen, Umweltschutz und sicheren Arbeitsbedingungen.

<https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-siegel.html>

Das UTZ-Label



UTZ ist ein Nachhaltigkeitsprogramm für Kaffee, Kakao und Tee. Es schult die Erzeuger in guter Agrarpraxis und zeigt ihnen, wie sie Kaffee, Kakao und Tee professioneller, hochwertiger, ertragreicher und nachhaltiger anbauen können. Ferner werden sie in Betriebsführung, Arbeitsschutz und Umweltmanagement geschult. Ziel des Programms ist, dass die Erzeuger einen höheren Preis für ein besseres Produkt erzielen können. So verbessern sie aus eigener Kraft ihren Lebensstandard. Die teilnehmenden Kleinbauern verpflichten sich, einen Verhaltenskodex einzuhalten.

<https://utz.org/language-landingpage/german/#faq>