

# Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf von Tee



Lidl lohnt sich



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Unser Verständnis</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Unsere Zielsetzung</b> .....	<b>4</b>
<b>3. Unsere Position</b> .....	<b>5</b>
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
<b>4. Unser Engagement</b> .....	<b>6</b>
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
<b>5. Organisationen und Labels</b> .....	<b>9</b>

## 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 Tee 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 Tee. 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 Landwirtschaft leisten. Um dies zu erreichen, haben wir in diesem Positionspapier Grundlagen für unseren Einkauf von Tee festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen dokumentiert.

Das vorliegende Positionspapier wird regelmäßig überarbeitet und bezieht sich auf das Tee-Eigenmarkensortiment von Lidl Deutschland. Es bezieht sich auf das Grün-, Rooibos- und Schwarzteesortiment, das nicht aus der Europäischen Union stammt, sowie Kräuter- und Früchtetees. Gemeinsam mit unseren Lieferanten werden wir Fortschritte dokumentieren sowie neue Maßnahmen entwickeln und beschließen. Diese werden 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 Verhaltenskodex (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.

## 3. Unsere Position

Im Folgenden sind die Handlungsebenen thematisiert, in denen wir aktiv an inhaltlichen Weiterentwicklungen arbeiten.

### 3.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Lidl Deutschland möchte seinen Kunden Eigenmarkenartikel anbieten, die für Verantwortung stehen. Durch den Einkauf von Rohwaren aus zertifiziertem Anbau, der anerkannten Standards von Fairtrade, UTZ, Union for Ethical Bio Trade (UEBT) oder Rainforest Alliance entspricht, fördern wir einen nachhaltigeren Teeanbau und bieten unseren Kunden entsprechend zertifizierte und gelabelte Produkte an. Unser Ziel ist es, die Rohwarenmenge aus zertifiziertem Anbau kontinuierlich auszubauen.

### 3.2 Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit

Unser Ziel ist es, Verbrauchern eine höhere Transparenz und wenn möglich die Rückverfolgbarkeit 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](http://www.lidl.de).

### 3.3 Anbau

Umweltschutz und sozialverträgliche Arbeitsbedingungen sind uns wichtig. Deshalb engagieren wir uns seit Jahren durch die Zusammenarbeit mit Siegelorganisationen für einen umwelt- und sozialverträglicheren Anbau von Tee. Ferner ermutigen wir unsere Geschäftspartner, dies durch Eigeninitiative bei den Erzeugern zu fördern.

### 3.4 Eingriffe in die Umwelt

Eingriffe in die Umwelt, wie der unverhältnismäßige Einsatz von Pflanzenschutzmitteln 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, den Einkauf von Rohwaren aus zertifiziertem Anbau nach den Anforderungen der Siegelorganisationen wie Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio, UTZ und UEBT auszubauen und über Siegel sichtbar zu machen. So möchten wir auch

eine noch breitere Käuferschicht ansprechen. 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 Teeanbau. Ein wichtiger Baustein unseres Engagements ist dabei die Zusammenarbeit mit international anerkannten Siegelinitiativen wie Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio, UTZ und UEBT. Den Einkauf von Tee aus zertifiziertem Anbau für unsere Eigenmarken haben wir über die Jahre hinweg sukzessive ausgebaut.

**Seit 2019 ist unser gesamtes Grün-, Schwarz- und Rooibostee-Sortiment zertifiziert durch Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio oder UTZ.**

**Aktuell tragen 78 % unserer Kräuter- und Früchteteeartikel Siegel von Standard setzenden Organisationen wie Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio oder UETB/UTZ. Ziel ist es, bis 2021 das gesamte Kräuter- und Früchteteesortiment auf eine Nachhaltigkeitszertifizierung umzustellen. Voraussetzung ist, dass die Rohware im jeweiligen Ursprung und in der jeweiligen Qualität verfügbar ist.**

### Zertifiziertes Teesortiment

	 	 
	aus non EU	
	  	 
	    	

## **4.2 Herkunft, Transparenz, Rückverfolgbarkeit**

Die Arbeit der Siegelorganisationen und die zugrunde liegenden Mechanismen und Rückverfolgbarkeitssysteme ermöglichen Transparenz in der Lieferkette. Wir möchten die Transparenz zum Ursprung für unsere Kunden erhöhen und ihnen die Möglichkeit geben, mehr über den zertifizierten Teeanbau zu erfahren. Bei Lidl Deutschland befindet sich beispielsweise auf einigen „Fairglobe“-Produktverpackungen ein Zahlencode, der sogenannte „Fairtrade Code“. Mit der Eingabe dieses Fairtrade Codes können sich Konsumenten unter [www.fairtrade-code.de](http://www.fairtrade-code.de) auf eine virtuelle Reise begeben und exemplarisch erfahren, wo und durch wen der Tee angebaut 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 werden konnten.

## **4.3 Anbau**

Der Anbau von Tee verdrängt oftmals artenreichen tropischen Wald und ersetzt ihn durch eine von nur einer einzigen Pflanzenart geprägte Monokultur. Bodenerosion, Konkurrenz um Wasser, Beeinträchtigungen durch Eintrag von Düngemitteln und der Bedarf an Brennholz für den Betrieb der Trocknungsgeräte sind nur einige der Belastungen für die Umwelt. Ferner stehen auch die sozialen Aspekte im Mittelpunkt. Tee wird das ganze Jahr über geerntet und bietet somit einer Vielzahl von Menschen Beschäftigung. Vorwiegend sind dies Pflücker, die von Hand sorgfältig die obersten drei oder mehr Blätter eines jeden Zweiges pflücken. Die Teefarmer als Hauptbeschäftigungsgeber stehen vor Herausforderungen, was Löhne, Arbeiterrechte wie Versammlungsfreiheit, Unterkunft, Gesundheitsvorsorge und andere Rechte und Versorgungsleistungen betrifft.

International anerkannte Siegelorganisationen setzen genau hier an. Um zertifiziert zu werden, müssen die Farmen unabhängigen Auditoren gegenüber nachweisen, dass sie erfolgreich zielführende Maßnahmen umsetzen. Die Farmen müssen Anforderungen hinsichtlich umweltschonender, sozial und wirtschaftlich ausgerichteter Standards erfüllen. Die Siegelorganisationen setzen sich unter anderem für den Erhalt der Artenvielfalt ein und fördern eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Lebensgemeinschaft. Sie engagieren sich für eine ökologisch verträgliche Landnutzung, sozial verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln und ein werteorientiertes Verbraucherverhalten.

## **4.4 Eingriffe in die Umwelt**

Der Einkauf von Tee aus zertifiziertem Anbau bedeutet, dass die Teefarmer die von den Zertifizierungsstandards zum Teil über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehenden sozialen und ökologischen Kriterien umsetzen. Um zertifiziert zu werden, müssen die Farmen unabhängigen Auditoren gegenüber nachweisen, dass sie erfolgreich zielführende Maßnahmen umsetzen. Dazu gehören beispielsweise bei Rainforest Alliance Wiederaufforstungsmaßnahmen, Gewässerschutz, Schutz natürlich vorkommender, wild lebender Tier- und Pflanzenarten, integrierte Schädlingsbekämpfung, verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen ebenso wie die Beachtung der Arbeitsrechte, der Gesundheitsvorsorge und Fortbildung der Farmarbeiter.

Darüber hinaus erhalten die Erzeuger die Möglichkeit des Zugangs zu Schulungen und Trainings, bei denen sie lernen, wie sie Eingriffe in die Umwelt minimieren können und Pflanzenschutzmittel nicht unangemessen verwenden. So können die Teefarmer den Herausforderungen im Umweltschutz angemessen begegnen.

## **4.5 Weiterentwicklung von Standards**

Wir begrüßen es, wenn sich unsere Geschäftspartner aktiv bei Initiativen und Vereinigungen wie der Ethical Tea Partnership (ETP) einbringen. Die ETP setzt sich durch Monitoringprozesse für eine Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen auf den Mitgliedsplantagen ein. Zudem hilft sie Teefarmern, sich auf Zertifizierungen durch Fairtrade, Rainforest Alliance oder UTZ vorzubereiten und entsprechende Kontrollen erfolgreich zu bestehen.

Mit der sukzessiven Erhöhung des Zertifizierungsgrades für die eingekaufte Teemenge unserer Eigenmarkentees setzt Lidl Deutschland einerseits ein klares Signal in die Lieferkette hinein. Zusätzlich erschließen sich den Teefarmern im Ursprung dadurch neue Vermarktungskanäle. Ferner schaffen wir auf diese Weise für unsere Konsumenten die Möglichkeit, aktiv zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in den Produktionsländern beizutragen. Mit unserer breiten Filialpräsenz erreichen wir einen großen Teil der Gesellschaft und informieren gezielt über nachhaltigeren Konsum und Produkte aus zertifiziertem Ursprung.



## 5. Organisationen und Labels



### Das EU-Bio-Label

Das EU-Bio-Logo ist seit dem 1. 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](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, die Rainforest-Alliance-zertifiziert sind. Die Herkunftsorte müssen nach strikten Richtlinien des SAN – Sustainable Agriculture Network (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>

## Das UEBT-Label



**SOURCING  
WITH RESPECT®**

Die UEBT (Union for Ethical BioTrade) ist eine 2007 gegründete gemeinnützige Organisation. Mit ihrem Zertifikat verfolgt sie das Ziel, durch einen definierten Standard für die Beschaffung und Nutzung von Rohstoffen die Biodiversität zu fördern. Ihre Mitglieder stellen durch die Einhaltung des Standards sicher, dass die lokale Entwicklung und Erhaltung der ökologischen Vielfalt gefördert wird.

<http://ethicalbiotrade.org/>

## Das UEBT/UTZ-Label



UTZ und die Union for Ethical BioTrade (UEBT) haben sich 2015 zusammengeschlossen, um das Programm für nachhaltigen Kräutertee zu gründen. Das Zertifizierungsprogramm konzentriert sich darauf, die biologische Vielfalt zu schützen, die Qualitätsstandards für Kräuter zu fördern und eine bessere Zukunft für Bauern und Arbeiter zu schaffen.

<https://utz.org/wp-content/uploads/2016/09/Herbal-tea-2-pager-DE.pdf>