



Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf von Kaffee



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..... 5
- 4. **Unser Engagement**6
 - 4.1. Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung 6
 - 4.2. Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit 6
 - 4.3. Anbau 6
 - 4.4. Eingriffe in die Umwelt 7
 - 4.5. Weiterentwicklung von Standards..... 7



1. Unser Verständnis

„Bei unseren tagtäglichen Aktivitäten stellen wir uns unserer ökonomischen, sozialen und ökologischen Verantwortung.“

Mit diesem Unternehmensprinzip macht Lidl Belgien und Luxemburg deutlich, dass das Unternehmen sich für Mensch und Natur verantwortlich fühlt. Um dies auch in die Praxis umzusetzen, haben wir das vorliegende Dokument verfasst, in dem eine verantwortungsbewusste und nachhaltige Vorgehensweise für den Einkauf von Kaffee nahegelegt wird.

Gestützt auf die drei Pfeiler der Nachhaltigkeit lautet unsere zugrundeliegende Vision für die nachhaltige Produktion von Lebensmitteln:

Schutz von Ressourcen, Klima und Umwelt sowie auch Biodiversität

Schwerpunkte nachhaltiger Landwirtschaft sind Arbeitsweisen und Methoden, die den Boden ertragreicher machen und gleichzeitig die schädlichen Folgen für Wasser, Luft, Boden, Klima und Biodiversität sowie auch die menschliche Gesundheit begrenzen. Ziel dabei ist, so wenig wie möglich in die natürlichen Ressourcen einzugreifen.

Ernährungssicherheit

Nachhaltige Landwirtschaft sichert nicht nur den grundlegenden Lebensmittelbedarf heutiger und zukünftiger Generationen, sondern gewährleistet auch in Zukunft die Erzeugung landwirtschaftlicher Produkte.

Soziale Faktoren

In gesellschaftlicher Hinsicht sorgt nachhaltige Landwirtschaft für langfristige Beschäftigung, ein besseres Einkommen und menschenwürdige und gleichberechtigte Lebens- und Arbeitsbedingungen für alle, die in der Wertschöpfungskette für Agrarerzeugnisse 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 Belgien und Luxemburg auf diesem Weg die entscheidende Handlungsmaxime.

In Zusammenarbeit mit beteiligten Akteuren der Wertschöpfungskette und ihren Interessensvertretern möchten wir unseren Beitrag zu einer umwelt- und sozialverträglicheren Landwirtschaft leisten. Um dies zu erreichen, haben wir in diesem Positionspapier eine Reihe von für Lidl geltenden Grundsätzen für den Einkauf von Kaffee festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen dokumentiert.

Das vorliegende Positionspapier wird regelmäßig überarbeitet und bezieht sich inhaltlich auf den Kaffee aus dem Eigenmarkensortiment von Lidl Belgien und Luxemburg. Gemeinsam mit unseren Lieferanten werden wir die auf diesem Gebiet verbuchten Fortschritte dokumentieren sowie neue Maßnahmen entwickeln und beschließen. Diese werden verpflichtend für alle Lieferanten.

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 Lidl das Ziel verfolgt, soziale Mindeststandards bei seinen Geschäftspartnern in den unterschiedlichen Ländern zu verbessern. Diese Mindeststandards sind wesentliche Grundlage für die Geschäftsbeziehungen von Lidl mit 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, auf denen wir aktiv an inhaltlichen Weiterentwicklungen arbeiten. Im Anschluss daran werden diese fünf Handlungsebenen in Bezug auf den Einkauf von Kaffee konkretisiert.

3.1. Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Lidl Belgien und Luxemburg möchte seinen Kunden Eigenmarkenartikel anbieten, die für Verantwortung stehen. Über unsere Sortimentsgestaltung unterstützen wir die Bemühungen anerkannter Zertifizierungsstandards wie Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance oder Bio 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 bis zum Ursprung zu bieten. Mit klaren, lesbaren und verständlichen Informationen auf den Verpackungen seiner Eigenmarken unterstützt Lidl Belgien und Luxemburg seine Kunden bei der Produktauswahl. Ferner informiert Lidl Belgien und Luxemburg Interessierte im Rahmen der wöchentlich erscheinenden Haushaltshandzettel sowie über die Webseite www.lidl.be (weiterklicken zu Nachhaltigkeitspolitik).

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 Brandrodung zur Gewinnung neuer landwirtschaftlich genutzter Anbauflächen.

3.5. Weiterentwicklung von Standards

Lidl Belgien & Luxemburg ist bestrebt, die Artikelvielfalt mit zertifizierten Eigenmarkenprodukten anerkannter Siegelorganisationen wie Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance oder Bio 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 Belgien und Luxemburg verkauft seit **Ende 2016** mindestens **30 %** durch Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade oder Bio zertifizierten Kaffee. Bis **Ende 2020** soll dies mindestens **50 %** sein.

Lidl Belgien und Luxemburg setzt sich bereits seit Jahren für einen nachhaltigeren Kaffeeanbau ein. Ein wichtiger Baustein unseres Engagements in diesem Bereich ist unsere Zusammenarbeit mit international anerkannten Gütezeicheninitiativen wie Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance oder Bio, die für die effektive Einhaltung fundamentaler Standards, die uns am Herzen liegen, sorgen. Die Rohstoffzertifizierung für Kaffee bei unseren Eigenmarken haben wir im Laufe der Jahre allmählich ausgebaut. Seit Ende 2016 tragen alle Kaffeepads unserer Eigenmarke ‚Bellarom‘ ein UTZ-Nachhaltigkeitslabel.

Ferner verkaufen wir seit 2012 Fairtrade-zertifizierten Kaffee unter unserer Eigenmarke „Fairglobe“. Dieser Kaffee trägt außerdem das EU-BIO-Gütesiegel.

4.2. Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit

Unsere Zulieferer für die Produktion unserer Eigenmarken beziehen hauptsächlich Rohkaffee von Plantagen in Mittel- und Südamerika. In diesem Rahmen kann die Herkunft unserer zertifizierten Artikel stets überprüft werden. Die spezifischen Kaffeemischungen und ihr Ursprung können allerdings von Saison zu Saison und in Abhängigkeit von der Erntequalität unterschiedlich ausfallen. Ferner sind alle unsere Kaffeebrennereien nach dem IFS-Standard „Higher Level“ zertifiziert, was unter anderem bedeutet, dass sie sich regelmäßig unangekündigten Kontrollen unterziehen müssen.

4.3. Anbau

Abgesehen von dem angebotenen Eigenmarkensortiment unterstützt Lidl auch gezielt bestimmte Produktionsstrukturen und Kooperationen. Seit 2009 organisiert Lidl im Rahmen der „Fair Week“ jährlich Fundraising- und Sponsoring-Projekte zur Herkunft von Kaffeerohprodukten in Latein- und Südamerika. Auf diese Weise konnte Lidl seit 2009 bereits ca.€ 350.000 zur Förderung des nachhaltigen Kaffeeanbaus zur Verfügung stellen; dank der regelmäßigen Einnahmen konnten vor Ort bereits zahlreiche Projekte realisiert werden.

Besondere Aufmerksamkeit gilt hierbei übrigens der Bekämpfung der Folgen des Klimawandels.

Dessen Folgen sind bereits heute deutlich im Kaffeeanbau zu spüren und sie haben auch Einfluss auf das Überleben vieler kleiner Bauern. So sehen die Kaffeebauern sich immer häufiger mit anhaltenden Regenperioden und hohen Temperaturen konfrontiert, was sich sehr negativ auf die Kaffeeernte auswirkt. Vor allem kleinere landwirtschaftliche Gemeinschaften haben in der Regel nur wenige Reserven und werden hierdurch schnell relativ hart getroffen.

Um die betroffenen Fairtrade-Produzenten besser gegen diese Folgen zu rüsten, wurden mehrere Anpassungsprojekte entwickelt. So werden dank der Unterstützung von Lidl Schulungen zu wirksamen Strategien zur Anpassung an das veränderte Klima angeboten. Außerdem lernen sie, wie sie diese Anpassungsmaßnahmen ihrerseits anderen beibringen und vor Ort umsetzen können.

Abgesehen von diesen Schulungen erhielten die Fairtrade-Kooperationen in den vergangenen Jahren über die verschiedenen Lidl-Projekte in Latein- und Südamerika ca. 197.000 Kaffeepflanzen und konnten dank diverser Wiederaufforstungsinitiativen 40.000 einheimische Bäume zum Schutz gegen Erosion angepflanzt werden. Ohne diese Bäume, die das Wasser im Boden festhalten, würden bei starkem Regenfall wertvolle Mineralien weggespült, was zu einer Verschlechterung der Bodenqualität, Bodenerosion und geringeren Ernten führen würde.

Inzwischen wurden bereits Tausende von Fairtrade-Kaffeebauern an diesen Projekten beteiligt, die damit für einen großen Einfluss auf die jeweiligen Regionen sorgten.

4.4. Eingriffe in die Umwelt

Ein Teil des von Lidl Belgien und Luxemburg angebotenen Rohkaffees ist bereits heute auf Basis eines spezifischen Standards von anerkannten Gütesiegelorganisationen wie Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance oder Bio zertifiziert. Dies bedeutet, dass die Erzeuger die von den Zertifizierungsstandards vorgegebenen und zum Teil über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehenden sozialen und ökologischen Kriterien umsetzen. Begleitend dazu erhalten die Erzeuger Schulungen und Trainings, bei denen sie lernen, wie sie Eingriffe in die Umwelt minimieren können und Pestizide nicht unangemessen verwenden. Gute landwirtschaftliche Praktiken und der Erhalt der bestehenden Biodiversität bilden hierfür die Grundlage.

4.5. Weiterentwicklung von Standards

Mit der allmählichen Zunahme des zertifizierten Rohkaffees für die Kaffeeprodukte seiner Eigenmarken setzt Lidl Belgien und Luxemburg einerseits ein deutliches Zeichen für die Zulieferkette und bietet andererseits auch neue Verkaufskanäle für die Produzenten selbst. Auf diese Weise schaffen wir für unsere Konsumenten die Möglichkeit, aktiv zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in den Produktionsländern beizutragen.

Als Mitglied der Common Code of Coffee Community (4C) unterstützt Lidl außerdem seit Jahren die Arbeit, die diese NGO verrichtet, die sich seit 2006 für einen sozialen, ökonomischen und ökologischen Basisstandard im Kaffeesektor einsetzt. Dieser 4C-Standard ist für viele Kaffeeproduzenten der erste Schritt zu einem inhaltlich umfangreicheren Zertifizierungsstandard wie Fairtrade, UTZ und Rainforest Alliance.



Zertifizierter Kaffee

