



Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf von Tee



Inhaltsverzeichnis

- 1. Unser Verständnis3**
- 2. Unsere Zielsetzung3**
- 3. Unsere Position4**
 - 3.1. Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung 4
 - 3.2. Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit 4
 - 3.3. Anbau 5
 - 3.4. Eingriffe in die Umwelt 5
 - 3.5. Weiterentwicklung von Standards..... 5
- 4. Unser Engagement5**
 - 4.1. Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung 5
 - 4.2. Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit 6
 - 4.3. Anbau 6
 - 4.4. Eingriffe in die Umwelt 6
 - 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 Tee propagiert wird.

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

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. Dabei ist die Zielsetzung ein möglichst geringer Eingriff in die natürlichen Ressourcen.

Ernährungssicherheit

Nachhaltige Landwirtschaft stellt nicht nur die grundlegenden Lebensmittelbedürfnisse sowohl der heutigen als auch zukünftiger Generationen sicher, sondern gewährleistet auch die zukünftige 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 Tee. 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 Landbewirtschaftung leisten. Um dies zu erreichen, haben wir in diesem Positionspapier eine Reihe von für Lidl geltenden Grundsätzen für den Einkauf von Tee festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen dokumentiert.

Das vorliegende Dokument soll regelmäßig aktualisiert werden und bezieht sich inhaltlich auf den Tee aus dem Eigenmarkensortiment von Lidl Belgien und Luxemburg, darunter grüner Tee und schwarzer Tee, der nicht aus der Europäischen Union stammt. 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. Nicht zuletzt 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 Sponsoring-Projekte zur Verbesserung der ökologischen Rahmenbedingungen beim Anbau von Agrarerzeugnissen wie Tee.

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 Tee (grünem Tee und schwarzem Tee) 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.de (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

Bis Ende 2018 strebt Lidl Belgien & Luxemburg 100% nachhaltigen, zertifizierten Eigenmarkentee an (Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance oder Bio). Dies gilt für die außerhalb der Europäischen Union kommenden Rohstoffe und umfasst sowohl grünen als auch schwarzen Tee. Seit Ende 2016 werden bereits 50% unseres Eigenmarkentees nachhaltig produziert.

Lidl Belgien und Luxemburg setzt sich bereits seit Jahren für einen nachhaltigeren Teeanbau 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 von Tee für unsere Eigenmarken haben wir über die Jahre hinweg sukzessive ausgebaut.

Bereits seit 2008 umfasst unsere Eigenmarke „Fairglobe“ zwei Fairtrade-zertifizierte schwarze Teesorten. Diese Fairglobe-Teesorten sind außerdem bio-zertifiziert. Ferner bieten wir schwarzen Tee mit dem Rainforest-Alliance-Zertifikat an. Dieser Tee ist derzeit zu 50 % zertifiziert; bis Ende 2018 soll er ebenfalls zu 100 % zertifiziert sein. Schließlich haben wir noch UTZ-zertifizierten grünen Tee in unserem Sortiment. Davon sind derzeit 30 % UTZ-zertifiziert und auch dieser Anteil soll bis Ende 2018 100 % betragen.

4.2. Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit

Die Arbeit der Siegelorganisationen und die zugrunde liegenden Mechanismen/ Rückverfolgbarkeitssysteme ermöglichen Transparenz in der Lieferkette.

4.3. Anbau

Der Tee Anbau geht häufig auf Kosten des artenreichen Regenwaldes und ersetzt diesen durch eine Monokultur mit nur wenigen Pflanzenarten. Bodenerosion, Konkurrenz um Wasser, fatale Folgen des Einsatzes von Düngemitteln und der Bedarf an Brennholz als Brennstoff für die Trockeneinrichtungen: Dies sind nur einige Elemente des Drucks, der auf diese Weise des Arbeitens auf die Umwelt ausgeübt wird. Ganz zu schweigen von den sozialen Aspekten. Tee wird das ganze Jahr über geerntet und verschafft dadurch vielen Menschen Arbeit. Wir sprechen hierbei hauptsächlich über die Pflücker, die sorgfältig mit der Hand die obersten drei oder mehr Blätter von jedem Zweig pflücken. Die Teebauern, die in diesem Zusammenhang als wichtigste Arbeitgeber gelten, sehen sich von ihren Kunden mit Herausforderungen bezüglich Lohnkosten und Arbeitsrechten wie Versammlungsfreiheit, Unterbringung und Gesundheitsversorgung sowie anderen Rechten und Diensten konfrontiert.

Auch in diesem Bereich sind international anerkannte Gütesiegelorganisationen aktiv. Um zertifiziert zu werden, müssen die Farmen unabhängigen Auditoren gegenüber nachweisen, dass sie erfolgreich zielführende Maßnahmen umsetzen. Rainforest-Alliance-Certified™-Farmen müssen zum Beispiel hohe Anforderungen hinsichtlich Umwelt-, sozial und wirtschaftlich ausgerichteter Standards erfüllen. Die Rainforest Alliance beispielsweise setzt sich für den Erhalt der Artenvielfalt ein und fördert auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Lebensgemeinschaften. Sie engagiert sich für eine ökologisch verträgliche Landnutzung, sozial verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln und ein wertorientiertes Verbraucherverhalten.

4.4. Eingriffe in die Umwelt

Die Hälfte des von Lidl Belgien und Luxemburg angebotenen Tees ist bereits heute auf Basis eines spezifischen Standards von anerkannten Gütesiegelorganisationen wie Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance oder Bio zertifiziert. Dies bedeutet, dass die Teebauern die von den Zertifizierungsstandards vorgegebenen und zum Teil über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehenden sozialen und ökologischen Kriterien umsetzen. Beispiele für spezifische Maßnahmen, die die Bauern für das Rainforest Alliance-Zertifikat treffen müssen, sind u. a. Wiederaufforstungsmaßnahmen, Gewässerschutz, Schutz natürlich vorkommender, wildlebender Tier- und Pflanzenarten, integrierte Schädlingsbekämpfung, verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen ebenso wie Beachtung der Arbeitsrechte, der Gesundheitsvorsorge und Fortbildung der Farmarbeiter.

Begleitend dazu erhalten die Erzeuger Schulungen und Trainings, bei denen sie lernen, wie sie ihren ökologischen Fußabdruck verkleinern und einen inadäquaten Gebrauch von Pestiziden vermeiden können. Auf diese Weise können die Teebauern sich schon heute auf die Herausforderungen vorbereiten, mit denen sie bezüglich Umweltschutz konfrontiert werden.

4.5. Weiterentwicklung von Standards

Wir begrüßen es, wenn Lieferanten unserer Eigenmarken einen aktiven Beitrag zu Initiativen und Vereinigungen wie der Ethical Tea Partnership (ETP) leisten. Die ETP selbst setzt sich über Überwachungsprozesse auf den Plantagen ihrer Mitglieder für eine Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen ein. Außerdem hilft die Organisation Teebauern, sich auf Zertifizierungen wie Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance oder Bio vorzubereiten.

Mit der allmählichen Zunahme des Zertifizierungsgrades der eingekauften Teemengen für seine Eigenmarkenprodukte 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.



Zertifizierter Tee

(aus non EU)



Grüntee



Schwarztee