

Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf von Kakao



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	8
4.3 Anbau.....	9
4.4 Eingriffe in die Umwelt.....	9
4.5 Weiterentwicklung von Standards.....	10
5. Organisationen und Labels	10

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 und nachhaltigeres Handeln beim Einkauf von Kakao 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 Kakao. 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 Kakao festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen dokumentiert.

Das vorliegende Positionspapier wird regelmäßig überarbeitet und bezieht sich inhaltlich auf das kakaohaltige Eigenmarkensortiment von Lidl Deutschland. 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 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 Kakao.

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 Kakao 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, Fairtrade Cocoa-Program, 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, Fairtrade Cocoa-Program, 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.

Zusätzlich zu den eigenen Bemühungen fördert Lidl Deutschland von Beginn an das Forum Nachhaltiger Kakao. Als Gründungsmitglied setzt sich Lidl Deutschland seit Jahren dafür ein, gemeinsam mit den rund 70 Mitgliedern aus Industrie, Handel, Politik und Zivilgesellschaft die Situation der Kakaobauern in den Anbauländern im Rahmen dieser Multi-Stakeholder-Initiative langfristig zu verbessern.

4. Unser Engagement

4.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Die Rohstoffzertifizierung von Kakao für unsere Eigenmarken haben wir über die Jahre hinweg sukzessive ausgebaut. **Lidl Deutschland verwendet seit Ende 2015 bei dauerhaft gelisteten Artikeln fast ausschließlich Kakao aus zertifiziertem Anbau. Seit 01.01.2017 kauft Lidl Deutschland die Rohware an Kakao für alle Eigenmarkenartikel zu 100% aus zertifiziertem Anbau ein.** Dies gilt sowohl für das dauerhaft gelistete Eigenmarkensortiment als auch für Aktionsartikel, die nur kurze Zeit im Verkauf sind.

Zertifizierter Kakao



Mit Blick auf zertifizierten Kakao arbeiten wir intensiv mit den international anerkannten Siegelorganisationen Fairtrade, Fairtrade Cocoa-Program, UTZ und Rainforest Alliance zusammen. Mit dem Fokus auf Kakao aus zertifiziertem Anbau sendet Lidl Deutschland ein klares Signal in den Ursprung und setzt sich konkret für nachhaltigeren und zukunftsfähigen Kakaoanbau ein.

Unter unserer Eigenmarke Fairglobe führen wir bereits seit 2006 bundesweit kakaohaltige, Fairtrade-zertifizierte Eigenmarkenartikel im dauerhaft gelisteten Sortimentsangebot. Als eines der ersten Handelsunternehmen in Deutschland haben wir 2014 damit begonnen, den Kakao unserer kakaohaltigen Frühstückscerealien der Eigenmarke Crownfield auf das neu aufgelegte Fairtrade Cocoa-Programm umzustellen. Das neue Programmsiegel darf nur auf der Verpackung abgebildet werden, wenn die für das Produkt benötigte Kakao-menge zu 100 Prozent zu Fairtrade-Bedingungen eingekauft wurde. Durch die Teilnahme am Fairtrade-Kakao-Programm ermöglicht Lidl den Kakaoproduzenten, über neue Vermarktungskanäle höhere Absätze unter Fairtrade-Bedingungen zu erzielen. Das erlaubt den Kleinbauernorganisationen bessere Planungssicherheit und sie können mithilfe der Fairtrade-Prämie intensiver in ihre Farmen und ihre Gemeinschaft investieren. So profitieren diverse Kooperativen verschiedener Herkunftsregionen von der aktiven Teilnahme von Lidl am neuen Fairtrade-Kakao-Programm.

Lidl Deutschland hat das Produktangebot schrittweise ausgeweitet und im Herbst 2014 begonnen, auch den Kakao für die Tafelschokoladen der Eigenmarke Fin Carré auf das neue Fairtrade-Kakao-Programm umzustellen. Für das kakaohaltige Favorina-Weihnachtssortiment 2015, bestehend aus rund 50 Artikeln, wurde ausschließlich Fairtrade-zertifizierter Kakao des Fairtrade-Kakao-Programms verwendet. Das Ostersortiment mit den kakaohaltigen Eigenmarkenartikeln von Favorina wurde erstmals 2016 mit zertifiziertem Kakao aus dem Fairtrade-Kakao-Programm angeboten. Damit untermauert Lidl seine langjährige Partnerschaft mit Fairtrade und baut sein Angebot erneut aus.

Mit der Einlistung der Way To Go-Schokolade geht Lidl jetzt einen Schritt weiter: Als erster Discounter setzt sich Lidl mit Way To Go für die Schließung der Einkommenslücke von Kakaobauern hin zu existenzsichernden Löhnen ein. Denn die Einkommenssituation der Kleinbauern bleibt eine zentrale Herausforderung. Dazu hat Lidl sich mit Fairtrade, der Kooperative Kuapa Kokoo und der NGO Rikolto zusammengeschlossen. In dem Projekt lässt sich die Herkunft des Kakaos ganz individuell bis zu den Anbaukooperativen in Ghana zurückverfolgen.

Lidl bezieht für die Schokolade 100% nachhaltigen Kakao von dem Kleinbauernverband Kuapa Kokoo aus Ghana. Über das Prämien-Prinzip von Fairtrade und Lidl profitieren die Bauern dabei von jeder verkauften Tafel Schokolade. Zum einen erhalten die Bauern eine Geldprämie von Fairtrade, da sie sich verpflichtet haben, nach den Anbau Richtlinien des Fairtrade-Programms Kakao anzubauen. Zum anderen führt auch Lidl eine feste Prämie – das „Income Improvement Premium“ – pro verkaufter Tafel Schokolade an die Kleinbauern ab.

Um eine langfristige Wirkung zu erzielen, wird das Income Improvement Premium nicht bar ausgezahlt, sondern fließt in zwei Initiativen. Dabei werden die Kleinbauern darin geschult, ihre Anbau- und Erntemethoden nachhaltig zu optimieren. Sie lernen

effektivere und schonendere Bewirtschaftungsformen für den Kakaoanbau, beispielsweise neue Schnitt- und Spritztechniken. Dies ermöglicht es den Kakaobauern nicht nur, ihre Kakaerträge zu steigern und so ihre Einkommenssituation zu verbessern, sondern sie helfen auch die Umwelt der Anbauggebiete zu schützen.

Außerdem wird den Landwirten geholfen, auch andere Pflanzen und Rohstoffe für die Reis-, Honig- und Seifenproduktion anzubauen und sich betriebswirtschaftliche Kenntnisse anzueignen. So können sie sich weitere Einkommensquellen erschließen und sind dadurch unabhängiger von schwankenden Rohstoffpreisen. Der positive Nebeneffekt für die Umwelt: Durch eine vielfältigere Landwirtschaft werden die Böden der Anbauggebiete entlastet und die Biodiversität erhöht.

Zudem unterstützt Lidl Deutschland das UTZ-Programm, indem wir unter anderem in vielen unserer kakaohaltigen Eigenmarkenartikel Kakao aus UTZ-zertifiziertem Anbau verwenden. So verkauften wir 2011 erstmals alle unsere Fin Carré-Tafelschokoladen (100 g) mit dem UTZ-Siegel. Im UTZ-Programm werden die Erzeuger in guter Agrarpraxis, Betriebsführung, Arbeitsschutz und Umweltmanagement geschult. Ziel ist es, das Wissen zu vermitteln, wie die Bohnen professioneller, hochwertiger, ertragreicher und nachhaltiger angebaut werden können.

Auch mit Rainforest Alliance arbeitet Lidl Deutschland für Kakao aus zertifiziertem Anbau. So trugen bereits 2011 die ersten Bellarom-Tafelschokoladen als Zeichen für Kakao aus zertifiziertem Anbau den bekannten Frosch auf der Vorderseite der Verpackungen. Rainforest Alliance Certified™-Farmen müssen hohe Anforderungen hinsichtlich ökologisch, sozial und wirtschaftlich ausgerichteter Standards erfüllen. Die Rainforest Alliance beispielsweise setzt sich für den Erhalt der Artenvielfalt ein und fördert eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Lebensgemeinschaft. Sie engagiert sich für eine ökologisch verträgliche Landnutzung, sozial verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln und ein werteorientiertes Verbraucherverhalten.

4.2 Herkunft, Transparenz, Rückverfolgbarkeit

Die Arbeit der Siegelorganisationen und die zugrunde liegenden Mechanismen/Rückverfolgbarkeitssysteme ermöglichen Transparenz in der Lieferkette. Wir möchten die Transparenz bis zum Ursprung für unsere Kunden erhöhen und ihnen die Möglichkeit geben, mehr über den zertifizierten Kakaoanbau zu erfahren. Daher befindet sich auf einigen kakaohaltigen Fairglobe Produktverpackungen ein Zahlencode, der sogenannte „Fairtrade Code“. Mit der Eingabe dieses Fairtrade Codes können sich Konsumenten unter www.fairtrade-code.de auf eine virtuelle Reise begeben und exemplarisch erfahren, wo und durch wen der Kakao angebaut wurde. Darüber hinaus erfahren unsere Kunden, was der Faire Handel vor Ort in den Anbauländern bewirkt. So wird auf der Website beispielsweise aufgezeigt, welche Projekte bereits durch die entrichteten Fairtrade-Prämien finanziert werden konnten.

4.3 Anbau

Um den Kakaobedarf dauerhaft abdecken zu können und zum Erhalt wichtiger Ökosysteme (z.B. Regenwald) beizutragen, gründete Lidl in der Elfenbeinküste 2012 eine Landwirtschaftsschule für den nachhaltigen Anbau von Kakao. Das Projekt PROCACAO setzte Lidl gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) und der staatlichen Behörde für ländliche Entwicklung (ANADER) der Elfenbeinküste um.

In einem landwirtschaftlichen Schulungszentrum lernen Kleinbäuerinnen und -bauern, wie sie Kakao umweltfreundlicher, beispielsweise ohne den Einsatz von Pestiziden, anbauen. Mit modernen Techniken schonen sie die Böden, schützen die Artenvielfalt und erzielen gleichzeitig mehr Ernteerträge auf der gleichen Anbaufläche. Durch die nachhaltigere Landwirtschaft sind sie unabhängiger gegenüber Klimawandel und Preisschwankungen und sichern auch den nachfolgenden Generationen die Einkommens- und Lebensgrundlage.

Über 18.000 Bäuerinnen und Bauern sind bereits geschult und viele von ihnen geben ihr Wissen weiter. Zudem dient die Schule als Vorbild für weitere Agrarerzeugnisse und ist seit 2019 so erfolgreich, dass sie sich künftig selbst finanziert und von ANADER und der Regierung selbstständig fortgeführt wird.

4.4 Eingriffe in die Umwelt

Lidl Deutschland verwendet bei Eigenmarkenartikeln Kakao aus zertifiziertem Anbau. Dies bedeutet, dass die Erzeuger 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 bei Rainforest Alliance etwa Wiederaufforstungsmaßnahmen, Gewässerschutz, der Schutz natürlich vorkommender wild lebender Tier- und Pflanzenarten, integrierte Schädlingsbekämpfung, verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen ebenso wie die Beachtung der Arbeitsrechte, der Gesundheitsvorsorge und die Fortbildung der Farmarbeiter.

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 dem Einsatz von Kakao aus zertifiziertem Anbau für das kakaohaltige Eigenmarkensortiment setzt Lidl Deutschland einerseits ein klares Signal für die gesamte Lieferkette und bietet andererseits den Erzeugern im Ursprung neue Absatzkanäle. Ferner schaffen wir auf diese Weise für unsere Konsumenten die Möglichkeit, aktiv zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in den Produktionsländern beizutragen. Zudem setzen wir uns mit der bundesweiten Filialpräsenz gezielt für einen nachhaltigeren Konsum und Produkte aus zertifiziertem Ursprung ein.

5. Organisationen und Labels

Das EU-Bio-Logo



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 z. B., 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, 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 Label des Fairtrade-Kakao-Programms



Das Fairtrade-Kakao-Programm (Fairtrade Cocoa Program) bietet Kakaobauern eine zusätzliche Gelegenheit, höhere Anteile ihrer Ernten unter Fairtrade-Bedingungen zu verkaufen. Im Unterschied zum klassischen Fairtrade-Siegel geht es in dem Programm um fairen Rohstoffeinkauf und nicht um die Zusammensetzung und Zertifizierung einzelner Produkte. So können Unternehmen umfangreiche Abnahmeverpflichtungen für den Kakao mit Fairtrade-Kleinbauernorganisationen eingehen, die die Hersteller dann innerhalb ihres Sortiments oder unternehmensweit verwenden. Das bringt höhere Absätze für Fairtrade-Kleinbauern und mehr Fairtrade-Prämieneinnahmen zugunsten von Bäuerinnen, Bauern und ihrem Umfeld.

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>