



herkömmlicher  
Markenkaffee



Fairtrade  
Kaffee

verbraucherzentrale

Berlin

## ERGEBNISSE MARKTCHECK

„Kaffee und Tee aus Fairem Handel – Angebot und Preisvergleich“  
Stand September 2017

# ERGEBNISSE MARKTCHECK

„Kaffee und Tee aus Fairem Handel – Angebot und Preisvergleich“

## 1. ÜBER DEN MARKTCHECK

- 1.1. Einleitung
- 1.2. Ziele des Marktchecks
- 1.3. Vorgehensweise
- 1.4. Bewertung und Preis

## 2. ERGEBNISSE

- 2.1. Verfügbarkeit
- 2.2. Aufwand beim Einkauf
- 2.3. Preise bei Kaffee
- 2.4. Preise bei Tee

## 3. FAZIT

# 1. ÜBER DEN MARKTCHECK

## 1.1. EINLEITUNG

Der Umsatz von Lebensmitteln aus Fairem Handel steigt stetig an, ist aber insgesamt noch gering: So liegt der Anteil von fair gehandeltem Kaffee, dem in Deutschland bekanntesten fair gehandelten Produkt, bei lediglich 4,4 % (Stand: Juli 2017, Quelle: „Forum Fairer Handel e.V.“).

Fairer Handel ist eine von gegenseitigem Respekt und Transparenz geprägte Handelspartnerschaft, die das Ziel verfolgt, den internationalen Handel gerechter zu gestalten. Der Faire Handel will die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen am Anfang der Lieferkette verbessern und ihre politische und wirtschaftliche Position stärken ([www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/definition](http://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/definition)).

Die Verbraucherzentrale Berlin e.V. setzt sich im Rahmen ihrer unabhängigen Informations- und Aufklärungsarbeit für eine neutrale Verbraucherinformation u.a. in Bezug auf die Kennzeichnung „fair“ bei Lebensmitteln ein. Neben einem interaktiven Workshop-Angebot für Schulen zum Thema „Fairer Handel“ stehen auf den Internetseiten Informationen für interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher zum „Fairen Handel“, den damit verbundenen unterschiedlichen Kennzeichnungen und Siegeln bei Lebensmitteln und weiteren Orientierungshilfen zur Verfügung.

Dieser nichtrepräsentative Marktcheck untersucht anhand der Verfügbarkeit und des Preises, inwieweit der Einkauf von fair gehandelten Produkten, hier Kaffee und schwarzer Tee, für Berliner Verbraucher im Rahmen des regelmäßigen Lebensmitteleinkaufs ohne zusätzlichen Aufwand in Geschäften des täglichen Bedarfs möglich ist.

## 1.2. ZIELE DES MARKTCHECKS

Der Marktcheck untersuchte die Verfügbarkeit der genannten Produkte aus Fairem Handel stichprobenhaft in Berliner Einkaufsstätten. Es wurde überprüft, ob

Kaffee und Tee aus Fairem Handel ohne größeren Aufwand für Berliner Verbraucher in Supermärkten, Discountern und Drogerien erhältlich sind.

Weiterhin sollte ein Preisvergleich mit entsprechenden Produkten aus konventionellem Handel durchgeführt werden. Dazu wurden die Preise der Produkte in ihrer jeweiligen Kategorie anhand des Grundpreises und pro Portion berechnet und herangezogen.

## 1.3. VORGEHENSWEISE

An zwei Tagen (01. und 02.09.2017) wurden in insgesamt acht verschiedenen Berliner Supermärkten, Discountern und Drogerien das Angebot und der Preis von fair gehandeltem Kaffee und Tee erfasst. Zum Preisvergleich wurden die Preise vergleichbarer Produkte aus konventionellem Handel verschiedener Marken und Eigenmarken erfasst.

Ausgewählt wurden aus den vier Geschäftskategorien „großer Verbrauchermarkt“, „Supermarkt“, „Discounter“ und „Drogeriemarkt“ je zwei Vertreter:

- großer Verbrauchermarkt: Hit Ullrich und Kaufland
- Supermarkt: Edeka und Rewe
- Discounter: Aldi und Lidl
- Drogerie: dm und Rossmann

Für die Stichprobe wurden gemahlener Kaffee und schwarzer Tee in Beuteln ausgewählt.

Als Kennzeichen für fair gehandelte Produkte wurden die anerkannten, sich nach den international definierten Fair-Handels-Prinzipien richtenden Siegel wie „Fairtrade“ und „gepa“ berücksichtigt.

Die Nachhaltigkeits-Siegel „Rainforest Alliance“ und „UTZ Certified“ stellen keine verbindlichen Kennzeichen für den Fairen Handel nach den Standards von Fairtrade International dar und wurden daher nicht als Siegel für fair gehandelte Produkte bewertet. Für die Produktgruppe Tee aus Fairem Handel gibt es den sogenannten

## 4 | Über den Marktcheck

„Mengenausgleich“. Das bedeutet, dass Tee aus Fairem Handel im Verarbeitungsprozess mit Tee aus konventionellem Handel vermischt werden kann. Fair Trade International begründet dies damit, dass die Strukturen in den Entwicklungsländern teilweise so klein sind, dass bei der Weiterverarbeitung nicht zwischen den Produkten unterschieden werden kann. Insgesamt darf allerdings nur so viel Tee als „fair gehandelt“ gekennzeichnet verkauft werden, wie die entsprechende Menge Rohstoffe tatsächlich aus Fairem Handel stammt. Dies muss auf der Verpackung mit der Formulierung „Tee mit Mengenausgleich“ gekennzeichnet sein. Die genaue Menge an fair gehandeltem Tee in der Verpackung erfährt der Verbraucher leider nicht.

### 1.4. BEWERTUNG ANGEBOT UND PREIS

Zur Überprüfung der Verfügbarkeit von Kaffee und Tee aus Fairem Handel wurde erfasst, ob entsprechende Produkte in der besuchten Einkaufsstätte angeboten werden.

Für den Preisvergleich wurde der Grundpreis (Kaffee: € / kg, Tee: € / 100 g) sowie der selbst berechnete Preis pro Tasse Kaffee und Tee herangezogen.

Für Kaffee wurde für eine Tasse (150 ml) eine Menge von zehn Gramm Kaffeemehl zugrunde gelegt, für Tee pro Tasse jeweils ein Teebeutel.



Abb. 1: Produktsortiment im Test

## 2. ERGEBNISSE

### 2.1. VERFÜGBARKEIT

Kaffee aus Fairem Handel führen in der Stichprobe sieben von acht Geschäften im Sortiment. In vier Geschäften haben Verbraucher sogar die Wahl zwischen verschiedenen Kaffees unterschiedlicher Anbieter aus Fairem Handel.

Schwarzer Tee (in Beuteln) ist in fünf von acht getesteten Einkaufsstätten im Angebot. Hier ist die Auswahl etwas beschränkter. Es findet sich in den meisten Läden (vier) nur eine Sorte Beutel-Schwarztee aus Fairem Handel im Regal. Einzig ein Discounter bietet hier zwei faire Sorten des gleichen Herstellers.

### 2.2. AUFWAND BEIM EINKAUF

In den meisten Fällen bedarf es keines zusätzlichen Aufwands, im Rahmen des regelmäßigen Lebensmitteleinkaufs Kaffee und/oder Tee aus Fairem Handel zu erwerben. Die entsprechenden Produkte aus Fairem Handel stehen neben oder zwischen den herkömmlichen Produkten im Regal, so dass unter Umständen nur ein etwas genauerer Blick aufs Etikett nötig ist, um die fairen Alternativen zu finden. Ein Supermarkt bot zusätzlich gleich im Eingangsbereich ein eigenes „fares Regal“ mit verschiedenen Produkten, darunter auch Kaffee und Tee, einer ausschließlich „fair handelnden“ Importorganisation an. Hier wurde die Aufmerksamkeit der Verbraucher also gezielt auf Produkte aus Fairem Handel gelenkt.

Einzig ein Drogeriemarkt lässt seine Kunden nach Kaffee aus Fairem Handel suchen, indem dieser nicht im normalen Kaffeeregal, sondern zwischen anderen Produkten des hauseigenen Biosortiments platziert ist. Zufällig fällt dieser beim Einkauf eher nicht auf.

### 2.3. PREISE BEI KAFFEE

Angeboten werden die Kaffees in Verpackungen mit einem Inhalt von 250 oder 500 Gramm. Der Grundpreis (Euro pro Kilogramm) bewegt sich in einem Rahmen von 10,58 €/kg bis 23,96 €/kg, im Durchschnitt liegt er bei 14,26 €/kg.

Die Preise pro Tasse liegen zwischen 11 und 24 Cent, im Durchschnitt bei 14 Cent.

Im Vergleich dazu kosten die Kaffees aus konventionellem Handel in der Stichprobe (Anzahl = 19, immer zu 500 Gramm) zwischen 5,98 € und 13,98 € pro Kilogramm. Der durchschnittliche Grundpreis liegt hier bei 9,66 € pro Kilogramm.

Die berechneten Tassenpreise liegen zwischen 7 und 14 Cent, im Durchschnitt bei 10 Cent.

Unterschieden zwischen Marken- und Eigenmarken- bzw. Discounterprodukt ergibt sich folgendes Bild:

Die erhobenen Markencaffees (neun) liegen preislich im Durchschnitt bei 11,89 €/kg (7,38 – 13,98 €/kg), die Eigenmarken-/Discountercaffees (zehn) bei durchschnittlich 7,65 €/kg bzw. zwischen 5,98 € und 9,58 €/kg.

Für eine Tasse Markencaffee bezahlt der Verbraucher hier im Durchschnitt 12 Cent (zwischen 7 und 14 Cent), für eine Tasse der günstigeren Marken durchschnittlich acht Cent (6 bis 10 Cent).

Von den elf einbezogenen Kaffees, die nicht aus dem Fairen Handel stammen, sind vier Kaffees (je zwei Marken- bzw. Eigenmarken) aus ökologischem Anbau, also bio-zertifiziert.

Hierfür liegt der durchschnittliche Grundpreis bei 10,91 €/kg (8,50 – 13,98 €/kg), der Durchschnittspreis pro Tasse bei elf Cent (9 bis 14 Cent).



Abb. 2: Fairtrade-Kaffee

## 6 | Ergebnisse

	Fairer Handel	Markenprodukt	Eigenmarke	Bio
Kaffee Grundpreis (€/kg)	14,26	11,89	7,65	10,91
Kaffee je Tasse	14 Cent	12 Cent	8 Cent	11 Cent

Abb. 3: Preisübersicht Kaffee

### 2.4. PREISE BEI TEE

In fünf von acht überprüften Geschäften gab es schwarzen Tee aus Fairem Handel im Sortiment. Alle Tees aus Fairem Handel stammen auch aus ökologischem Anbau (Bio).

Die angebotenen Mengen unterscheiden sich teils deutlich, sie liegen zwischen 35 und 50 Gramm pro Packung. Die Anzahl der Beutel beträgt 20 bzw. 25 Beutel. Die Menge pro Beutel variiert zwischen 1,7 und 2,5 Gramm.

Vier Tees sind mit dem Hinweis auf Mengenausgleich gekennzeichnet.

Der Grundpreis (Euro pro 100 Gramm) liegt hier bei durchschnittlich 4,92 €/100 g (2,78 – 7,04 €/100 g), der Tassen- bzw. Beutelpreis bei durchschnittlich 10 Cent (6 bis 15 Cent).

Die zum Vergleich herangezogenen 13 Tees, die nicht aus Fairem Handel stammen, kosten im Durchschnitt 3,13 €/100 g (0,86 – 8,54 €/100 g). Pro Tasse bzw. Beutel ergibt sich hier ein Preis von durchschnittlich 6 Cent (2 bis 15 Cent).

Auch hier gibt es Unterschiede zwischen den Tees in Bezug auf die enthaltene Menge. Die Teepackungen umfassen zwischen 35 und 87,5 Gramm, die Beutelanzahl liegt

zwischen 20 und 50 Beuteln pro Packung. Die Beutel selbst enthalten alle 1,75 Gramm, bis auf eine Ausnahme mit zwei Gramm.

Unterschieden zwischen Marken- und Eigenmarken-/Discounterprodukt ergibt sich ein Durchschnittspreis von 8 Cent (6 bis 15 Cent) für Markenware bzw. 4 Cent (2 bis 10 Cent) für Eigenmarkenprodukte pro Tasse.

Der Grundpreis für die Markentees liegt im Durchschnitt bei 4,50 €/100 g (3,54 – 8,54 €/100 g), für Eigenmarken bei durchschnittlich 1,95 €/100 g (0,86 – 4,98 €/100 g).

Bei den „Vergleichstees“ gibt es nur ein Bio-Produkt (Grundpreis: 2,71 €/100 g, Tasse/Beutel: 5 Cent).



Abb. 5: Fairtrade-Tee

	Fairer Handel	Markenprodukt	Eigenmarke
Schwarzer Tee Grundpreis (€/100 g)	4,92	4,50	1,95
Schwarzer Tee je Tasse=Beutel	10 Cent	8 Cent	4 Cent

Abb. 4: Preisübersicht Tee

### 3. FAZIT

Für Berliner Verbraucher besteht im Rahmen des regelmäßigen Einkaufs in Geschäften des täglichen Bedarfs wie Supermärkten, Discounter oder Drogerien eine einfach umsetzbare Möglichkeit, fair gehandelten Kaffee und/oder schwarzen Tee zu kaufen und so den Fairen Handel zu unterstützen.

Aufwändige Wege in Einkaufsstätten, die sonst möglicherweise nicht besucht würden, müssen nicht extra eingeplant werden.

Das übrige Sortiment von fair gehandelten Lebensmitteln wurde hier nicht untersucht, unterscheidet sich jedoch teilweise erheblich in Auswahl und Umfang.

Verbraucher, die bewusst mehr bzw. andere Produkte aus Fairem Handel einkaufen möchten, müssen eventuell aufwändigere Einkaufsplanungen leisten und vorab Informationen einholen.

Preislich scheinen Kaffee und schwarzer Tee aus Fairem Handel zunächst deutlich teurer als herkömmliche Vergleichsprodukte zu sein, der Vergleich der Grundpreise und besonders der berechneten Tassen-/Portionspreise zeigen aber, dass der Unterschied mittlerweile nicht mehr hoch sein muss.

Je nach Wahl fallen dabei pro Tasse im günstigsten Fall nur zwei Cent mehr an, auch auf den Monat hochgerechnet ein durchaus überschaubarer Betrag in Höhe von 1,80 € (bei z.B. drei Tassen täglich).

Bei einer handelsüblichen 500-Gramm-Packung Kaffee zahlen Verbraucher im Schnitt 1,18 Euro Aufpreis für ein fair gehandeltes Produkt. Aufs Kilo umgerechnet ist Fairtrade-Kaffee durchschnittlich 2,36 Euro teurer als konventioneller Kaffee.

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Verbraucherzentrale Berlin e. V.  
Hardenbergplatz 2  
10623 Berlin  
Tel.: (030) 214 85 - 0  
Fax.: (030) 211 72 - 01  
E-Mail: [mail@verbraucherzentrale-berlin.de](mailto:mail@verbraucherzentrale-berlin.de)  
[www.verbraucherzentrale.berlin](http://www.verbraucherzentrale.berlin)

**Verantwortlich für den Inhalt:** Dörte Elß, Vorstand der  
Verbraucherzentrale Berlin e. V.

**Text:** Dr. Britta Schautz, Jessica Fischer

**Titelbild:** Fotolia.com/okamigo/avian

**Gestaltung:** Thorsten Greb

**Stand:** September 2017

© Verbraucherzentrale Berlin e. V.



---

Senatsverwaltung  
für Justiz, Verbraucherschutz  
und Antidiskriminierung

verbraucherzentrale

Berlin