

Cafe Crema und Kaffee Espresso im Check: Erhebliche Preisunterschiede, wenig Transparenz

Ein Marktcheck der Verbraucherzentralen im IN FORM Verbundprojekt „Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen“ untersucht die Preise von Kaffeeprodukten

Erstellt von:

Verbraucherzentralen Baden-Württemberg e.V. und Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.
Helmholtzstraße 19, 40215 Düsseldorf

Stand:

September 2025

Inhalt

I. Das Wichtigste in Kürze	3
II. Hintergrund	5
Kaffeepreisentwicklung: Ein Lieblingsgetränk wird immer teurer	5
Die soziale Bedeutung von Kaffee und soziale Ernährungsarmut	7
III. So sind wir vorgegangen	9
Ziele des Marktchecks	9
Methodik und erhobene Daten im Marktcheck	9
IV. Ergebnisse	12
Cafe Crema	12
Espresso	15
Schlussfolgerungen	18
Fazit	18
Forderungen	19

Das Wichtigste in Kürze

Im Rahmen des IN FORM Projekts „Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen“ wurden im Juli 2025 von der Verbraucherzentrale (VZ) Baden-Württemberg (BW) in Zusammenarbeit mit der VZ Nordrhein-Westfalen (NRW) die Preise von Kaffeeprodukten untersucht. Kaffee ist nach Wasser das in Deutschland am häufigsten konsumierte Getränk und somit **fester Bestandteil des Alltags** für die meisten Verbraucher:innen. Zahlreiche Studien belegen seine Rolle für die **Sozialität**, als Katalysator für Gemeinschaftserlebnisse sowie Teil vieler kultureller Traditionen und Rituale, die soziale Bindungen stärken und den Austausch fördern.¹ Kaffee gehört jedoch auch zu den Lebensmitteln, die in den letzten Jahren die **höchsten Preissteigerungen** erfahren haben.

Hohe Preise stellen vor allem Konsument:innen mit niedrigem Einkommen vor Schwierigkeiten. 2024 waren über 13 Millionen Menschen in Deutschland von Armut betroffen; 20,5 Prozent von ihnen konnten es sich nicht leisten, einmal im Monat mit Freund:innen oder Familie etwas essen oder trinken zu gehen.² Diese Möglichkeit, beim Essen und Trinken Gemeinschaft zu erleben, ist eines der Indikatoren, die der Statistische Dienst der Europäischen Union und das Statistische Bundesamt nutzen, um erhebliche soziale Entbehrungen zu erfassen. Der Verzicht auf solche sozialstiftende Erlebnisse aus finanziellen Gründen ist ein Beispiel der **sozialen Ausgrenzung**, die durch materielle Ernährungsarmut und Armutsgefährdung entstehen kann. Diese tiefgreifende **soziale Dimension der Ernährungsarmut beeinträchtigt die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben**.

Vor diesem Hintergrund sind die VZn der Frage nachgegangen, ob und wie sich der Kauf von Kaffeeprodukten kostengünstig gestalten lässt. Ebenfalls untersucht wurde die Frage, ob Bio- und Fairtrade-Produkte auch für Konsument:innen mit geringen finanziellen Ressourcen erschwingliche Optionen darstellen können. Der Umsatz mit Fairtrade-Produkten in Deutschland ist 2024 um 13 Prozent gestiegen; dieser beruht vor allem auf höheren Absatzmengen bei zentralen Produkten wie Kaffee und Schokolade. **Fairer Röstkaffee** ist mit einem Anteil von 37,7 Prozent am Gesamtumsatz des fairen Handels das **beliebteste faire Produkt in Deutschland**.³ Eine wachsende Zahlungsbereitschaft für faire Produkte lässt sich also in der Bevölkerung beobachten. Vor diesem Hintergrund wurde die Frage gestellt, inwiefern Konsument:innen mit begrenzten finanziellen Ressourcen aus dem Konsum von fairem Kaffee ausgeschlossen werden – denn **Einkommensschwache Haushalte**

¹ Samoggia, A., & Riedel, B. (2018). Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research. *Appetite*, 129, 70-81.

² EUROSTAT (24.07.2025). Persons who cannot afford to get-together with friends or family (relatives) for a drink or meal at least once a month by age, sex and income group (10.2908/ilc_mdcs10a). https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ilc_mdcs10a_custom_17656849/default/table (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

³ Forum Fairer Handel (2025). Umsatz- und Absatzzahlen des Fairen Handels in Deutschland für das Geschäftsjahr 2024. <https://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/zahlen-und-fakten-zum-fairen-handel-in-deutschland/umsatz-und-absatzzahlen> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

können sich ökologisch bzw. sozial nachhaltigere Produkte oft nicht leisten, auch wenn sie es wollten. Dadurch wird ein Gefühl von (Einkommens)Ungleichheit verstärkt.⁴

Der Marktcheck fand in acht Filialen von Supermärkten und Discounter in Baden-Württemberg statt und umfasste **102 unterschiedliche Produkte**: 50 Cafe Crema und 52 Kaffee Espresso, in Pulver-, Pad- sowie Kapsel-Form. Insgesamt wurden die Grundpreise (Preise pro Kilogramm) von 218 Produkten erfasst. Die Untersuchung ergab insbesondere folgende Ergebnisse:

- Kaffee in Form von **Kapseln** ist **mit Abstand am teuersten**.
- Die **Preisunterschiede** innerhalb einer Produktkategorie (Pulver, Pads bzw. Kapseln) sind zum Teil **erheblich** und nicht nachvollziehbar; auch sind in der Stichprobe die kleinen Packungen deutlich teurer als die größeren.
- **Bio- und / oder Fairtrade-Produkte** können **im Einzelfall deutlich günstiger** als andere Produkte sein.
- Ein **Label-Dschungel** an unterschiedlichen, nicht einheitlichen Siegeln und Aussagen bezüglich „Fairness“ macht es für Verbraucher:innen schwer zu verstehen, was die einzelnen Siegel bedeuten und ob sie tatsächlich faire Arbeitsbedingungen in den Herkunftsländern garantieren.
- **Eigenmarken** sind **meist günstiger** als Markenprodukte, selbst in Bio- und / oder Fairtrade-Qualität.

Wie die erfassten Preisunterschiede zustande kommen, ist wegen mangelnder Transparenz bei der Preisbildung nicht nachvollziehbar. Mehr **Transparenz bei der Preisbildung** ist notwendig, beispielsweise durch eine Preisbeobachtungsstelle. Ohne diese lässt sich zum Beispiel nicht erklären, warum Espresso-Kapseln - selbst ohne Bio- oder Fairtrade-Zertifizierung - pro Kilogramm Preise von 28,56 Euro bis 92,26 Euro aufweisen. Ein Blick auf Rohstoffpreise und Röstung erklärt diese Unterschiede nicht; Espresso-Kaffeepulver wird bereits ab 14,60 Euro je Kilogramm angeboten, und das in Bio-Qualität. Der Grundpreisvergleich sowie das Erkennen und Vermeiden von Preisfallen ist daher der erste Schritt für einen preisbewussten Einkauf. Verbraucher:innen haben jedoch keine Möglichkeit, die Preissetzung – zentrale Rahmenbedingung ihres Einkaufs – zu beeinflussen. Eine Preisbeobachtungsstelle könnte durch mehr Transparenz mögliche überhöhte Preise auf Kosten der Konsument:innen aufzeigen, worauf staatliche Stellen mit gezielten Maßnahmen reagieren könnten. Einkommensschwache Verbraucher:innen, die prozentual einen deutlich höheren Anteil ihres Nettoeinkommens für die Deckung von Grundbedürfnissen wie Lebensmittel ausgeben als Haushalte mit höherem Einkommen, würden am meisten davon profitieren.

Auch muss die **Entscheidung für Produkte des Fairen Handels für Verbraucher:innen einfach und durchschaubar** sein. Notwendig dafür ist die **gesetzliche Definition einheitlicher Kriterien**, was genau unter „sozial“, „fair“, „umweltverträglich“ und ähnlichen Begriffen zu verstehen ist. So könnten seriöse von unseriösen Anbietern klar abgegrenzt und beim Einkauf unkompliziert erkannt werden.

⁴ Dobkowitz, S. (2024). Nachhaltiger Konsum: Unterschiedliche Kaufkraft von Haushalten muss berücksichtigt werden. DIW Wochenbericht, 91(27), 431-436.

Hintergrund

Kaffeepreisentwicklung: Ein Lieblingsgetränk wird immer teurer

Kaffee ist nach Wasser das in Deutschland am häufigsten konsumierte Getränk und hat eine sehr hohe soziale Relevanz. Rund acht von zehn Erwachsenen trinken ihn täglich oder mehrmals pro Woche⁵; 2024 lag der Konsum bei rund 163 Litern pro Person⁶, was ungefähr drei Tassen pro Tag entspricht. Für die meisten Verbraucher:innen ist Kaffee also ein **fester Bestandteil des Alltags**. Konsument:innen müssen dafür seit einiger Zeit jedoch deutlich tiefer in die Tasche greifen: **Kaffee gehört zu den Lebensmitteln, die in den letzten Jahren die höchsten Preissteigerungen erfahren haben.** Der Klimawandel verursacht mit vermehrten extremen Wetterereignissen wie Dürren und starken Regenfällen die Schädigung von Kaffeepflanzen und Ernteaussfällen. Aus diesem Grund sind **in Zukunft weitere Kaffeepreissteigerungen zu erwarten.**

Im Juni 2025 erhöhten sich die Verbraucherpreise für Bohnenkaffee laut dem Statistischen Bundesamt um 22 Prozent gegenüber Juni 2024, wie Abbildung 1 veranschaulicht. Zum Vergleich: Nahrungsmittel insgesamt verteuerten sich im selben Zeitraum um 2 Prozent, die Verbraucherpreise insgesamt stiegen ebenfalls um 2 Prozent.⁷ Eine Auswertung der Preisvergleichs-App Smhaggle für die Deutsche Presse-Agentur⁸ zeigte im ersten Quartal 2025 Preissteigerungen bei Marken-Kaffeeprodukte zwischen 9 und 33 Prozent im Vergleich zum Jahreswechsel. Produkte der Eigenmarken der Lebensmittelhändler kosteten im April 2025 28 bis 30 Prozent mehr als Anfang Januar 2025. Im Juli 2025 machten zunehmende Diebstähle von Kaffee Schlagzeilen.⁹ Einzelhandel-Unternehmen führen das Phänomen auf die stark gestiegenen Kaffeepreisen zurück, in manchen Filialen wird Kaffee inzwischen in Sicherheitsboxen verkauft.

Aktuelle Preise weisen im Vergleich zu den Preisen vor der Corona-Pandemie, gestörten Lieferketten, dem Krieg in der Ukraine und zunehmender internationaler Unsicherheit größere Sprünge auf. **Laut**

⁵ Techniker Krankenkasse (2023). Iss was, Deutschland! <https://www.tk.de/re-source/blob/2161370/4e19d0ab3acea9fde4563b7ba5bb8f3c/tk-ernaehrungsstudie-2023-data.pdf> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

⁶ Lebensmittelpraxis (07.03.2025). Deutsche trinken 2024 weniger Kaffee. <https://lebensmittelpraxis.de/industrie-aktuell/43473-heissgetraenke-kaffeekonsum-sinkt-auf-vor-corona-niveau> (zuletzt aufgerufen am 04.08.2025).

⁷ Statistisches Bundesamt (10.07.2025). Inflationsrate im Juni 2025 bei +2,0 %. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2025/07/PD25_250_611.de (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

⁸ Die Zeit (08.04.2025). Kaffee seit Jahresbeginn deutlich teurer. <https://www.zeit.de/wirtschaft/2025-04/kaffeepreis-vergleich-anstieg-2025> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

⁹ Lebensmittelpraxis (24.07.2025). Einzelhandel sperrt teuren Kaffee in Vitrinen. <https://lebensmittelpraxis.de/handel-aktuell/45242-diebstahl-nimmt-zu-einzelhandel-sperrt-teuren-kaffee-in-vitrinen.de> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

dem Statistischen Bundesamt lagen die Verbraucherpreise von Bohnenkaffee im Juni 2025 45 Prozent höher als im Juni 2020 (vgl. Abbildung 1): In den letzten Jahren verlief die Entwicklung der Kaffeepreise ähnlich wie die der Lebensmittelpreise insgesamt.¹⁰

Die vom Statistischen Bundesamt monatlich ermittelten Verbraucherpreise sind Durchschnittspreise, die die Realität der Verbraucher:innen an der Kasse nur zum Teil widerspiegeln. Denn aggregierte Durchschnittswerte geben keine Informationen zu den konkreten Preisen von bestimmten Produkten und verschleiern die Auswüchse des Marktes. **Laut der Preisvergleichs-App Shmaggie gab es Anfang 2022 die günstigste 500-Gramm-Packung Mahlkaffee der Eigenmarken noch für 2,99 Euro zu kaufen – im April 2025 waren dafür 5,49 Euro fällig. Der Preis stieg also um fast 84 Prozent.**¹¹

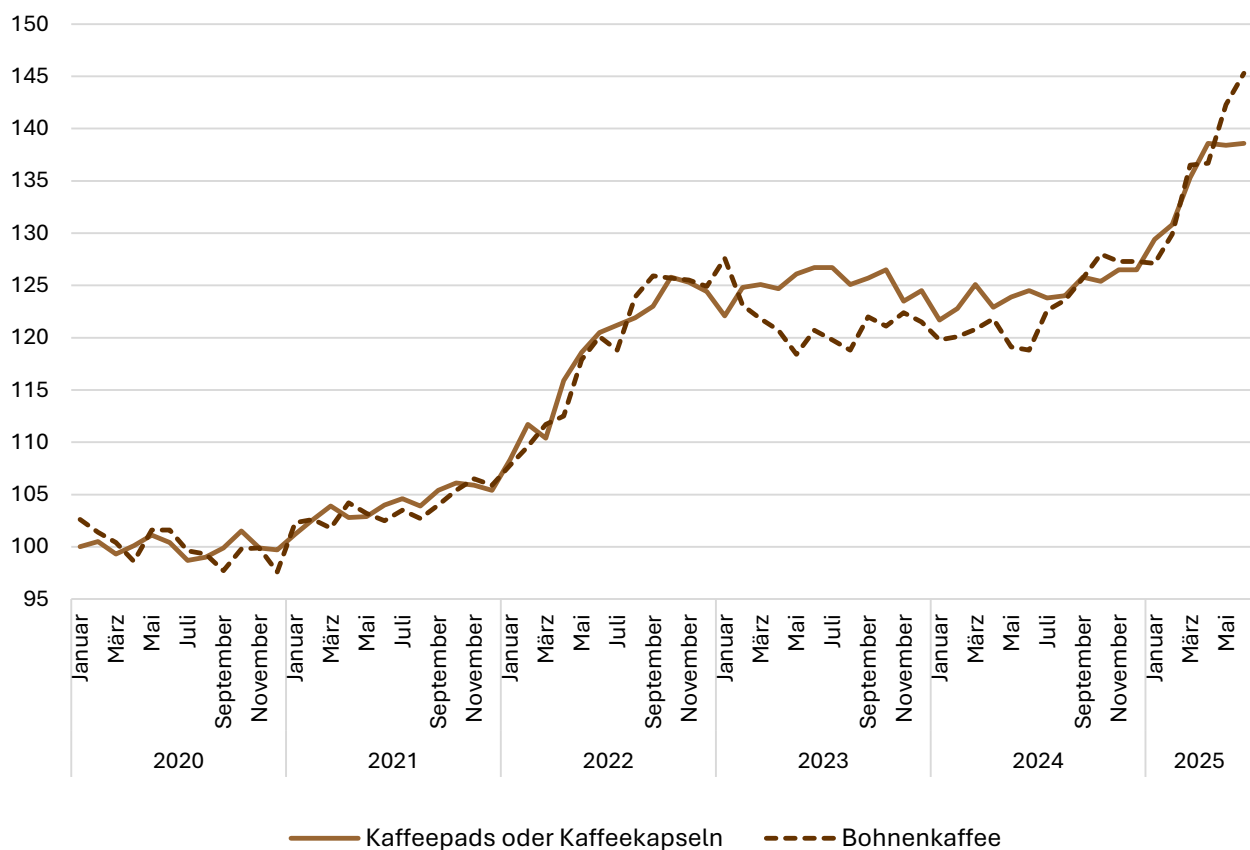


Abbildung 1: Monatlicher Verbraucherpreisindex für Kaffeepads oder Kaffeekapseln sowie Bohnenkaffee in Deutschland von Januar 2020 bis Juni 2025 (Index 2020 = 100) (Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Abbildung).

¹⁰ Statistisches Bundesamt (10.07.2025). Preisentwicklung für Nahrungsmittel – Sonderauswertung. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/Tabellen/sonderauswertung-nahrungsmittel.html> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

¹¹ Die Zeit (08.04.2025). Kaffee seit Jahresbeginn deutlich teurer. <https://www.zeit.de/wirtschaft/2025-04/kaffeepreis-preisvergleich-anstieg-2025> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

Kaffee gehört aktuell also zu den Lebensmitteln mit den höchsten Preissteigerungen. Zu den **Hauptgründen** zählen eine erhöhte Nachfrage, gestiegene Produktionskosten, internationale politische Krisen und Unsicherheit – und der Klimawandel, der die Ernten in den Anbauländern immer häufiger beeinträchtigt. Besonders betroffen von Trockenheit und erschwerten Anbaubedingungen waren 2024 unter anderem Hauptanbauländer wie Vietnam und Brasilien. Ein geringeres Rohkaffee-Angebot führt zu höheren Weltmarktpreisen und höheren Importpreisen nach Deutschland. Wegen des Klimawandels werden extreme Wetterlagen künftig häufiger auftreten und den Anbau der empfindlichen Kaffee-Pflanzen weiterhin erschweren. Für Verbraucher:innen bedeuten diese Entwicklungen, dass der Kaffeepreis aller Wahrscheinlichkeit nach hoch bleiben wird.

Die soziale Bedeutung von Kaffee und soziale Ernährungsarmut

Diese Preisentwicklungen bei Kaffee sind in fast allen Haushalten zu spüren und stellen vor allem Verbraucher:innen mit niedrigem Einkommen vor Herausforderungen und **Einschränkungen**. Kaffee ist ernährungsphysiologisch zwar kein Grundnahrungsmittel, doch zahlreiche Studien belegen seine zentrale Rolle für die **Sozialität**. Er dient als Katalysator für das Erleben von Gemeinschaft und ist Teil vieler Routinen sowie kultureller **Traditionen und Rituale**, die soziale Bindungen stärken und den Austausch fördern.¹²

So haben viele Menschen zum Beispiel feste Gewohnheiten, wie morgens eine Tasse Kaffee zu trinken. Das erleichtert den Start in den Tag und vermittelt ein Gefühl von **Stabilität**. Laut einer Umfrage von YouGov gehört Kaffee zum Frühstück von 45 Prozent der Menschen in Deutschland.¹³ Auch kann Kaffee als Symbol für **Gastfreundschaft** dienen: Wenn jemand zu Besuch kommt, wird oft Kaffee angeboten – eine einfache Geste, die zeigt, dass man sich um den Gast kümmert und ihn willkommen heißt. Darüber hinaus dient Kaffee häufig als „**soziales Getränk**“, das Menschen zusammenbringt: Man trifft sich mit anderen „auf einen Kaffee“ und dabei entstehen Gespräche, soziale Kontakte, ein Gemeinschaftsgefühl und Austausch. Kaffee fördert dadurch wichtige soziale Interaktionen, da viele Menschen ihn in Cafés, bei Einladungen zu sich nach Hause oder im Büro gemeinsam genießen. Somit trägt er dazu bei, soziale Bindungen zu stärken und das Zusammengehörigkeitsgefühl zu fördern.

2024 konnten 8,9 Prozent der Menschen in Deutschland es sich nicht leisten, einmal im Monat mit Freund:innen bzw. Familie etwas essen oder trinken zu gehen. 2021 lag diese Zahl noch bei 5,9 Prozent. Wenn man nur armutsgefährdete Menschen berücksichtigt – also Personen mit einem Einkom-

¹² Samoggia, A., & Riedel, B. (2018). Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research. *Appetite*, 129, 70-81.

¹³ Tchibo, brand eins, Statista (2025). Kaffeebericht No. 14. <https://www.tchibo.com/media/pages/de/de/company/coffeebericht/pdf-files/ddc20f5e0d-1747916583/tchibo-kaffeebericht-2025.pdf> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

men (Nettoäquivalenzeinkommen), das unter 60 Prozent des mittleren Einkommens (Medianeinkommen) der Bevölkerung liegt; über 13 Millionen Menschen in 2024 – lag diese Zahl 2024 sogar bei 20,5 Prozent.¹⁴ Diese Möglichkeit, beim Essen und Trinken Gemeinschaft zu erleben, ist eines der Indikatoren, die der Statistische Dienst der Europäischen Union und das Statistische Bundesamt nutzen, um erhebliche soziale Entbehrungen zu erfassen. Der Verzicht darauf aus finanziellen Gründen ist ein Beispiel der **sozialen Ausgrenzung**, die durch Armutsgefährdung entsteht. Diese **soziale Dimension der Ernährungsarmut** – der Ausschluss von Menschen von sozialen Aktivitäten, die mit dem Konsum von Mahlzeiten oder Getränken verbunden sind, weil die finanziellen Mittel dafür fehlen¹⁵ – **beeinträchtigt die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben** und kann weitere, tiefgreifende Auswirkungen bis hin zur Isolation mit sich bringen. Vor diesem Hintergrund wurde im Marktcheck die Frage untersucht, ob und wie sich der Kauf von Kaffeeprodukten kostengünstig gestalten lässt.

¹⁴ EUROSTAT (24.07.2025). Persons who cannot afford to get-together with friends or family (relatives) for a drink or meal at least once a month by age, sex and income group (10.2908/ilc_mdcs10a). https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ilc_mdcs10a_custom_17656849/default/table (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

¹⁵ Birner, R., Linseisen, J., Arens-Azevêdo, U., Balmann, A., Biesalski, H. K., Bosy-Westphal, A., & Wieck, C. (2023). Ernährungsarmut unter Pandemiebedingungen. Berichte über Landwirtschaft – Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft.

So sind wir vorgegangen

Ziele des Marktchecks

Der Marktcheck hatte ein zweifaches Ziel:

- Herausfinden, **wie teuer Kaffee in Supermärkten und Discounter** im Juli 2025 war. Ziel war es, zu prüfen, ob und welche **Preisfallen** identifiziert werden können, und ob **Bio- und Fairtrade-Produkte** auch für Konsument:innen mit geringen finanziellen Ressourcen erschwingliche Optionen darstellen können.
- Die **Preisunterschiede zwischen verschiedenen Angebotsformen** vergleichen, um zu prüfen, ob und welche **Einsparpotenziale** für Verbraucher:innen bestehen, von denen einkommensschwache Bevölkerungsgruppen am meisten profitieren würden.

Methodik und erhobene Daten im Marktcheck

Beim vorliegenden Marktcheck handelt es sich um eine nicht repräsentative Stichprobe. Im Zeitraum vom 01. bis 03. Juli 2025 wurden insgesamt **102 unterschiedliche Produkte in acht Filialen** von insgesamt vier verschiedenen Supermarkt- und Discounterketten in Baden-Württemberg untersucht – jeweils zwei Filialen von Edeka, Rewe, Aldi Süd und Lidl. **Insgesamt wurden die Grundpreise (Euro pro Kilogramm) von 218 Produkten erfasst.** Erhoben wurden die Preise von **Cafe Crema und Espresso in gemahlener Form sowie als Pads und Kapseln**. So war es möglich, Preisspannen zwischen höchstem und niedrigstem Preis zu ermitteln und Einsparpotenziale aufzuzeigen.

Die Begriffe *Espresso* und *Crema* sind rechtlich nicht definiert. In der Praxis bestehen jedoch einige Unterschiede:

- Für den Kaffee **Espresso** werden meist Bohnen mit einer eher dunklen Röstung verwendet und sehr fein gemahlen. Für einen Espresso werden ca. 25-30 ml Wasser durch das Kaffeemehl unter Druck gepresst, zum Beispiel in einer Herdkanne (eine sogenannte *Moka*). Möglich ist aber auch, das Espresso-Kaffeepulver mit einer Filtermaschine, einem Vollautomaten oder einer French-Press zuzubereiten.
- Cafe **Crema** wird ebenfalls unter Druck aufgebrüht. Hierfür werden jedoch gröber gemahlene Bohnen verwendet, meist mit einer hellen bis mittelhellen Röstung, und eine größere Menge an Wasser. Dieser Kaffee zeichnet sich durch eine dichte, goldbraune Schaumschicht, die sogenannte „Crema“, aus.
- **Gemahlenes Kaffeepulver** lässt sich mit den meisten Kaffeeapparaten zu Kaffee brühen, zum Beispiel Filterkaffeemaschine, French-Press, Herdkannen. Besonders die letzteren zwei sind oft günstig in der Anschaffung. Mit **Pads** und **Kapseln** ist nur die Zubereitung mittels einer entsprechenden und meist teureren Maschine möglich. Häufig werden für die Maschinen bestimmter Hersteller bzw. Marken passende Pads bzw. Kapseln angeboten. Wer sich beispielsweise für die Zubereitung mit einer Herdkanne oder French-Press entscheidet, hat also mehr Freiheit bei der Produktwahl, denn so ist man nicht an die Pads oder Kapseln bestimmter Hersteller gebunden.

Im Marktcheck wurden auch **Siegel und Zertifizierungen** der Produkte bezüglich Anbau- und Arbeitsbedingungen berücksichtigt. Zu beachten dabei ist, „Fair“ ist nicht gleich „Bio“. Die Siegel des Fairen Handels sind in erster Linie Sozialsiegel, auch wenn ein umweltverträglicher Anbau angestrebt wird. Fairer Röstkaffee ist mit einem Anteil von 37,7 Prozent am Gesamtumsatz des fairen Handels das **beliebteste faire Produkt in Deutschland**. Der Gesamtumsatz mit Kaffee aus Fairem Handel lag 2024 bei rund 977 Mio. Euro, wobei der Marktanteil 5,3 Prozent betrug. Insgesamt ist der Umsatz mit Fairtrade-Produkten in Deutschland 2024 um 13 Prozent gestiegen.¹⁶ Es lässt sich also eine wachsende Zahlungsbereitschaft für faire Produkte beobachten. Vor diesem Hintergrund wurde die Frage gestellt, inwiefern Konsument:innen mit begrenzten finanziellen Ressourcen aus dem Konsum von fairem Kaffee ausgeschlossen werden. **Einkommensschwache Haushalte können sich ökologisch bzw. sozial nachhaltigere Produkte oft nicht leisten**, auch wenn sie es wollten. Ein Gefühl von (Einkommens)Ungleichheit und Ausgrenzung wird durch das (unerfüllte) Bedürfnis nach nachhaltigen, aber teureren Produkten verstärkt.¹⁷

- Das **Bio-Logo der Europäischen Union** und das **deutsche Bio-Siegel** kennzeichnen Produkte, die den Vorschriften der EU-Öko-Verordnung 2018/848 entsprechen. Diese garantiert Gentechnikfreiheit, eine artgerechtere Tierhaltung und den Verzicht von organisch-synthetischen Pflanzenschutz- sowie chemisch-synthetischen Düngemitteln. Um als „Bio“ zertifiziert zu werden, muss ein Produkt mindestens zu 95 Gewichtsprozent aus ökologischer / biologischer Erzeugung stammen. Für die Zertifizierung durch Verbände wie Naturland, Ökoland oder Demeter müssen zum Teil striktere Kriterien als die der EU-Verordnung erfüllt werden.¹⁸
- Anders als Bio sind Begriffe wie „Fairtrade“, „Fairer Handel“ oder „Fair“ rechtlich weder definiert noch geschützt. Folglich gibt es **kein einheitliches Siegel für faire Produkte**. Internationale Dachorganisationen des Fairen Handels, etwa Fairtrade International, World Fair Trade Organization (WFTO) und European Fair Trade Association (EFTA), haben eine Definition sowie gemeinsame Grundsätze und Prinzipien entwickelt. Diese stellen den internationalen und inhaltlichen Rahmen für den Fairen Handel dar. Darauf beruhen die Standards von Fairtrade International und die weiterer Fair-Handels-Organisationen und Zertifizierer. Fairtrade bezieht sich auf gerechte Handelspraktiken, Lebens- und Arbeitsbedingungen für Arbeiter:innen und Kleinbauernfamilien in den Herkunftsländern sowie einen umweltverträglichen Anbau. Zum Beispiel ist Kinderarbeit verboten, bestimmte Gesundheits- sowie Arbeitsschutzmaßnahmen müssen eingehalten werden, es wird ein

¹⁶ Forum Fairer Handel (2025). Umsatz- und Absatzzahlen des Fairen Handels in Deutschland für das Geschäftsjahr 2024. <https://www.forum-fairer-handel.de/fairer-handel/zahlen-und-fakten-zum-fairen-handel-in-deutschland/umsatz-und-absatzzahlen> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

¹⁷ Dobkowitz, S. (2024). Nachhaltiger Konsum: Unterschiedliche Kaufkraft von Haushalten muss berücksichtigt werden. DIW Wochenbericht, 91(27), 431-436.

¹⁸ Verbraucherzentrale (05.03.2025). EU-Bio-Logo: Einheitliches Logo für verpackte Öko-Produkte. <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/eubiologo-einheitliches-logo-fuer-verpackte-oekoprodukte-10717> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

Mindestpreis an die Produzent:innen bezahlt, die Abnahmeverträge werden langfristig ausgelegt, kleinbäuerlicher Erzeugergemeinschaften werden unterstützt. Bei dem „Fairtrade“-Siegel für Produkte aus nur einer Zutat, wie Kaffee, muss 100 Prozent der Zutaten fair gehandelt sein.¹⁹

- **Rainforest Alliance:** Hinter diesem Siegel steckt ein Zertifizierungsprogramm mit Mindeststandards für mehr Nachhaltigkeit in der Produktion. Das Label steht immer wieder in der Kritik, zum Beispiel, weil es keine Mindestpreise für die beteiligten Landwirt:innen wie bei Fair Trade gibt.²⁰ Produkte, die aus einer einzigen Zutat bestehen – wie etwa Kaffee – müssen zudem lediglich mindestens 30 Prozent einer Rainforest-Alliance-zertifizierten Zutat enthalten.²¹
- **Firmeneigene Labels der Hersteller:** Viele Kaffee-Hersteller nutzen eigene Labels, wie etwa *Pro Planet.info* von Rewe, *Fairglobe* von Lidl, *Blend for Better* von Lavazza. Auch weisen viele Produzenten auf den Inhalt von „fairen“ Arbeitsbedingungen auf den Kaffeepackungen hin. Firmeneigene Labels werden zudem nicht selten parallel mit Siegeln gleicher Bedeutung verwendet; hier handelt es sich um ein Co-Labeling (zum Beispiel: Fairglobe-Produkte tragen gleichzeitig das Fairtrade-Siegel). Die Kriterien, die hinter den firmeneigenen Labels und Aussagen stehen, sind **nicht immer eindeutig** und können **sehr unterschiedlich und schwer zu vergleichen** sein. Bei einigen Unternehmen sind die Vorgaben weniger streng; andere haben hingegen besonders strenge Anforderungen. Auf den ersten Blick ist es für Verbraucher:innen beim Einkaufen jedoch sehr schwierig zu erkennen, welche Kriterien hinter einem Logo stecken.

¹⁹ Verbraucherzentrale (10.03.2025). Fairer Handel: Einkauf mit gutem Gewissen. <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/umwelt-haushalt/wohnen/fairer-handel-einkauf-mit-gutem-gewissen-7067> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

²⁰ Verbraucherzentrale Hamburg (0611.2024). Fairtrade: Wann sind Schokolade, Kaffee, Zucker und Co wirklich fair? <https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/fair-trade/fairtrade-wann-sind-schokolade-kaffee-zucker-co-wirklich-fair> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

²¹ Verbraucherzentrale (19.03.2024). Faire Lebensmittel: Das bedeuten die Label. <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/faire-lebensmittel-das-bedeuten-die-label-18796> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

Ergebnisse

Cafe Crema

Die **Preisspannen** von Cafe Crema-Produkte sind in Tabelle 1 erläutert und in Abbildung 2 dargestellt.

Angebotsform	Niedrigster Preis	Höchster Preis
Gemahlen	Hersteller/Marke: Edeka Bio (Eigenmarke) Produktname: Cafe Crema Füllmenge: 500 g Grundpreis: 14,50 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Edeka Zertifizierung(en): Bio, Fairtrade	Hersteller/Marke: Lavazza Produktname: Crema e gusto Füllmenge: 250 g Grundpreis: 23,96 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Lidl Zertifizierung(en): Keine
Pads	Hersteller/Marke: Käfer Produktname: Caffè Crema lungo Füllmenge: 252 g (36 Pads; 7 g/Pad) Grundpreis: 13,85 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Lidl Zertifizierung(en): Keine	Hersteller/Marke: Hochland Kaffee Produktname: Holanka Crema Füllmenge: 135 g (18 Pads; 7,5 g/Pad) Grundpreis: 51,78 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Rewe und Edeka Zertifizierung(en): Keine
Kapseln	Hersteller/Marke: K-fee Produktname: Caffè Crema Aromatic Firenze Füllmenge: 128 g (16 Kapseln; 8 g/Kapsel) Grundpreis: 28,83 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Aldi Süd Zertifizierung(en): Keine	Hersteller/Marke: Lavazza Produktname: Crema e gusto Füllmenge: 57 g (10 Kapseln; 5,7 g/Kapsel) Grundpreis: 70,00 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Edeka Zertifizierung(en): Keine

Tabelle 1: Die höchsten und niedrigsten erfassten Preise für Cafe Crema-Produkte.

- **Cafe Crema gemahlen:** Der niedrigste Preis lag bei 14,50 Euro pro Kilogramm, der höchste bei 23,96 Euro pro Kilogramm. Zwei unterschiedliche Produkte dieser Kategorie wurden untersucht.
- **Cafe Crema Pads:** Der niedrigste Preis betrug 13,85 Euro pro Kilogramm, der höchste 51,78 Euro pro Kilogramm. 26 unterschiedliche Produkte dieser Kategorie wurden untersucht.
- **Cafe Crema Kapseln:** Der niedrigste Preis lag bei 28,83 Euro pro Kilogramm, der höchste bei 70,00 Euro pro Kilogramm. 22 unterschiedliche Produkte dieser Kategorie wurden untersucht.

- In drei Fällen war der **Grundpreis falsch angegeben** (26,36 statt 29,56 Euro oder 29,75 Euro pro Kilogramm und 27,96 statt 29,56 Euro pro Kilogramm); in zwei Fällen **fehlte** der Grundpreis gänzlich. Laut der Preisangabenverordnung ist die Angabe des Grundpreises (Preis pro Kilogramm oder Liter) verpflichtend, wenn Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden. Dies dient der Transparenz und ermöglicht den Preisvergleich zwischen unterschiedlichen Produkten bzw. Produkten mit unterschiedlichen Packungsgrößen.

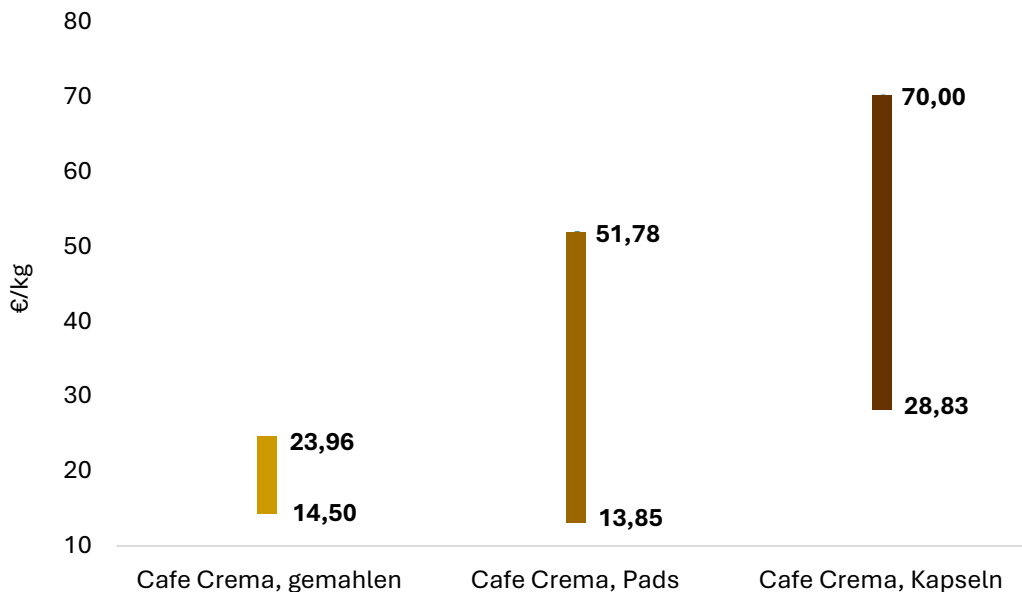


Abbildung 2: Preisspannen zwischen dem niedrigsten und dem höchsten erfassten Preis pro Kilogramm von verschiedenen Cafe Crema-Produkten (Quelle: VZ BW, VZ NRW).

Wie Abbildung 2 verdeutlicht, waren die **Preisunterschiede** sowohl innerhalb derselben Angebotsform als auch zwischen verschiedenen Angebotsformen besonders auffällig. Mit einem Preis pro Kilogramm von 13,85 Euro stellte ein Produkt in Pads-Form die günstigste Option für Cafe Crema dar. Den höchsten Preis zahlten Verbraucher:innen für ein Produkt in Kapseln-Form, der einen Grundpreis von 70,00 Euro pro Kilogramm aufwies. Gemahlener Cafe Crema war meist günstiger als Pads und Kapseln; er benötigt außerdem keine Kaffeemaschine für die Zubereitung. Konsument:innen, die Herdkanne oder French-Press verwenden, verfügen zudem über eine größere Produktauswahl: Sie sind nicht auf herstellerspezifische Pads oder Kapseln angewiesen, die für Kaffeepadmaschinen oder Kapselmaschinen erforderlich sind.

Die Grundpreise von Pads der **Eigenmarken** zweier Handelsketten waren in allen Filialen identisch. Auch waren Produkte der Eigenmarken der Handelsketten²² **meist günstiger** als Markenprodukte –

²² Unter anderem: „Ja!“, „Rewe beste Wahl“, „Rewe Bio“ und „Pro-Planet.Info“ bei Rewe; „Gut & günstig“ und „Edeka Bio“ bei Edeka; „Bellarom“ und „Fairglobe“ bei Lidl; „Barissimo“ bei Aldi Süd.

selbst wenn sie Siegel wie Bio oder Fairtrade trugen. Die Preisunterschiede zwischen den Angebotsformen waren jedoch auch bei Eigenmarken erheblich.

Biologischer und fair gehandelter Cafe Crema in gemahlener Form wurde ab einem Kilogrammpreis von 14,50 Euro erfasst, in Pads ab einem Preis von 18,02 Euro je Kilogramm und in Kapseln ab einem Preis von 39,82 Euro pro Kilogramm; in all diesen drei Fällen handelte es sich um Produkte von Eigenmarken.

Das **Gewicht von Pads und Kapseln** schien je nach Hersteller **wenig zu variieren**: Packungen mit 16 Pads wogen beispielsweise zwischen 107 g und 112 g. Generell waren **kleinere Packungen deutlich teurer als größere**. So wurde die größte Packung Cafe Crema in Pads-Form (756 Gramm, 108 Pads) für 15,86 Euro je Kilogramm angeboten; die kleinste (107 Gramm, 16 Pads) für 24,21 Euro bzw. 27,94 Euro je Kilogramm. Die größte Packung Cafe Crema in Kapseln (228 Gramm, 44 Kapseln) wurde für 48,20 Euro bzw. 49,50 Euro je Kilogramm angeboten; die kleinste (52 Gramm, 10 Kapseln) kostete dagegen 63,27 bzw. 57,50 Euro pro Kilogramm. Dieselben Produkte hatten in unterschiedlichen Filialen zum Teil unterschiedliche Preise.

Espresso

Die **Preisspannen** von Espresso-Produkten sind in Tabelle 2 erläutert und in Abbildung 3 dargestellt.

Angebotsform	Niedrigster Grundpreis	Höchster Grundpreis
Gemahlen	Hersteller/Marke: Edeka Bio (Eigenmarke) Produktname: Espresso typisch italienische Röstung Füllmenge: 250 g Grundpreis: 14,60 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Edeka Zertifizierung(en): Bio	Hersteller/Marke: Illy Produktname: Espresso Füllmenge: 250 g Grundpreis: 35,96 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Edeka Zertifizierung(en): Keine
Pads	Hersteller/Marke: The Coffee Experts Barissimo (Eigenmarke) Produktname: Coffee Pads Espresso Füllmenge: 140 g (20 Pads; 7 g/Pad) Grundpreis: 17,07 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Aldi Süd Zertifizierung(en): Rainforest Alliance	Hersteller/Marke: Senseo Produktname: Typ Espresso Füllmenge: 111 g (16 Pads; 6,9 g/Pad) Grundpreis: 34,14 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Rewe Zertifizierung(en): Keine
Kapseln	Hersteller/Marke: K-fee Expressi (für die Kapselmaschine der Eigenmarke) Produktname: Espresso Elegant Reggio Füllmenge: 115,2 g (16 Kapseln; 7,2 g/Kapsel) Grundpreis: 28,56 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Aldi Süd Zertifizierung(en): Rainforest Alliance	Hersteller/Marke: Nestlé Nespresso Starbucks Produktname: Blonde Espresso Roast Füllmenge: 53 g (10 Kapseln; 5,3 g/Kapsel) Grundpreis: 92,26 Euro/kg Verkaufsort (Geschäft): Edeka, Rewe Zertifizierung(en): Keine

Tabelle 2: Die höchsten und niedrigsten erfassten Preise für Espresso-Produkte.

- **Kaffee Espresso gemahlen:** Der niedrigste Preis lag bei 14,60 Euro pro Kilogramm, der höchste bei 35,96 Euro pro Kilogramm. 12 unterschiedliche Produkte dieser Kategorie wurden untersucht.
- **Kaffee Espresso Pads:** Der niedrigste Preis betrug 17,07 Euro pro Kilogramm, der höchste 34,14 Euro pro Kilogramm. 4 unterschiedliche Produkte dieser Kategorie wurden untersucht.
- **Kaffee Espresso Kapseln:** Der niedrigste Preis lag bei 28,56 Euro pro Kilogramm, der höchste bei 92,26 Euro pro Kilogramm. 36 unterschiedliche Produkte dieser Kategorie wurden untersucht.

- In zwei Fällen war der **Grundpreis falsch angegeben**: 26,36 statt 29,56 Euro pro Kilogramm und 28,56 statt 32,03 Euro pro Kilogramm. In einem Fall **fehlte** der Grundpreis gänzlich. Laut der Preisangabenverordnung ist die Angabe des Grundpreises (Preis pro Kilogramm oder Liter) verpflichtend, wenn Waren nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden. Dies dient der Transparenz und ermöglicht den Preisvergleich zwischen unterschiedlichen Produkten bzw. Produkten mit unterschiedlichen Packungsgrößen.

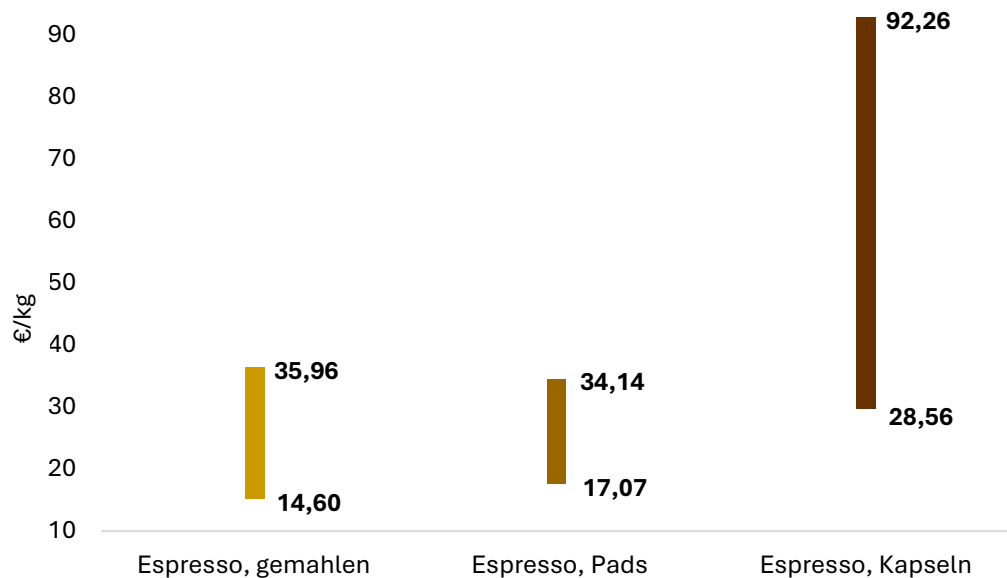


Abbildung 3: Preisspannen zwischen dem niedrigsten und dem höchsten erfassten Preis pro Kilogramm von verschiedenen Espresso-Produkten (Quelle: VZ BW, VZ NRW).

Wie Abbildung 3 verdeutlicht, waren auch in diesem Fall die **Preisunterschiede** sowohl innerhalb derselben Angebotsform als auch zwischen verschiedenen Angebotsformen besonders auffällig. Mit einem Preis pro Kilogramm von 14,60 Euro stellte ein Produkt in gemahlener Form die günstigste Option für Espresso dar. Den höchsten Preis zahlten Verbraucher:innen für ein Produkt in Kapseln-Form, der 92,26 Euro pro Kilogramm kostete und in einer kleineren Packung (53 Gramm, 10 Kapseln) angeboten wurde. In Discountern wurde kein gemahlene Espresso-Pulver erfasst.

Produkte der **Eigenmarken** der Handelsketten²³ stellten in allen Produktkategorien die günstigste Option dar. Generell waren Produkte der Eigenmarken **meist günstiger** als Markenprodukte, selbst wenn sie Siegeln wie Bio oder Fairtrade trugen. Die Preisunterschiede zwischen den Angebotsformen waren jedoch auch bei Eigenmarken erheblich: Biologischer bzw. Rainforest-Alliance-zertifizierter Kaffee Espresso in gemahlener Form wurde ab einem Kilogrammpreis von 14,60 Euro erfasst, in Pads

²³ Unter anderem: „Ja!“, „Rewe beste Wahl“, „Rewe Bio“ und „Pro-Planet.Info“ bei Rewe; „Gut & günstig“ und „Edeka Bio“ bei Edeka; „Bellarom“ und „Fairglobe“ bei Lidl; „Barissimo“ bei Aldi Süd.

ab einem Preis von 17,07 Euro je Kilogramm und in Kapseln ab einem Preis von 28,56 Euro pro Kilogramm. In allen drei Fällen handelte es sich um Produkte von Eigenmarken. Bei Markenprodukten wiesen Produkte derselben Marke häufig die gleichen oder sehr ähnlichen Preise auf.

Das **Gewicht** der Kapseln **variierte stark je nach Hersteller**. Zum Beispiel wogen Packungen mit 16 Kapseln zwischen 88 Gramm (Grundpreise je nach Produkt bzw. Filiale: 65,80-73,75 Euro pro Kilogramm in zwei Supermärkten) und 124,8 Gramm (29,57 Euro je Kilogramm in einem Discounter): Ein Unterschied von 36,8 Gramm, sprich 2,3 Gramm pro Kapsel.

Generell waren auch für Kaffee Espresso **kleinere Packungen erheblich teurer als größere**. So wurde die größte Packung Espresso in Pads-Form (280 Gramm, 40 Pads) für 17,11 Euro je Kilogramm angeboten; die kleinste (111 Gramm, 16 Pads) für 34,14 Euro je Kilogramm. Die größte Packung Espresso in Kapseln (246,4 Gramm, 44 Kapseln) wurde für 34,50 Euro je Kilogramm angeboten; die kleinste (52 Gramm, 10 Kapseln) kostete dagegen 63,27 Euro pro Kilogramm. **Trend-Produkte von Markenherstellern** wiesen vergleichsweise extrem hohe Preise auf (über 80 bzw. 90 Euro pro Kilogramm).

Schlussfolgerungen

Fazit

Der Marktcheck konnte zeigen, dass ein **großes Sparpotential** bei Kaffee-Produkten besteht. Denn:

- Kaffee in Form von **Kapseln** ist mit Abstand **am teuersten**
- **Kleine Packungen** sind deutlich **teurer** als größere
- **Eigenmarken** sind meist **günstiger** als Markenprodukte, selbst in Bio- und / oder Fairtrade-Qualität
- **Bio- bzw. Fairtrade-Produkte** können im Einzelfall günstiger als andere Produkte sein
- **Trend-Produkte** von Markenherstellern können vergleichsweise extrem **hohe Preise** aufweisen

In der Stichprobe sind besonders **Preisunterschiede** innerhalb einer Produktkategorie (Kaffeepulver, Pads bzw. Kapseln) aufgefallen. Sie sind zum Teil erheblich und ihr Zustandekommen bzw. ihre Zusammensetzung nicht nachvollziehbar. In manchen Fällen liegt es zwar nahe, dass höhere Preise zumindest zum Teil auf Bio- oder Fairtrade-Qualität zurückzuführen sind. Doch wie genau der Verbraucherpreis eines Produkts zustande kommt, kann nicht genauer erläutert werden: Die **Preisbildung** von Lebensmitteln ist auch beim Kaffee **intransparent**. Aus diesem Grund **lässt sich nicht erklären, warum zum Beispiel Espresso-Kapseln 28,56 aber auch 92,26 Euro pro Kilogramm kosten können**, zumal ohne Bio- oder Fairtrade-Zertifizierung. Ein Blick auf Rohstoffpreise und Röstung erklärt diese Unterschiede nicht; Espresso-Kaffeepulver wird bereits ab 14,60 Euro je Kilogramm angeboten, und das in Bio-Qualität.

Kaffee gehört zu den Lebensmitteln, die in den letzten Jahren die höchsten Preissteigerungen erfahren haben. Er ist ernährungsphysiologisch zwar kein Grundnahrungsmittel, doch für die meisten Konsument:innen ein fester Bestandteil ihres Alltags und hat eine sehr große Bedeutung für das Sozialleben. Hohe Preise stellen vor allem Verbraucher:innen mit niedrigem Einkommen vor Schwierigkeiten und Einschränkungen. Die Folgen können bis hin zur sozialen Ausgrenzung reichen: Die soziale Dimension der Ernährungsarmut – der Ausschluss von Menschen von sozialen Aktivitäten, die mit dem Konsum von Mahlzeiten oder Getränken verbunden sind, weil die finanziellen Mittel dafür fehlen – beeinträchtigt die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und das Zusammengehörigkeitsgefühl. Auch kann ein aus finanziellen Gründen unerfülltes Bedürfnis nach ökologisch bzw. sozial nachhaltigeren, aber teureren Produkten, das Gefühl von Einkommensungleichheit und Ausgrenzung verstärken.

In diesem Sinne lassen sich aus der Stichprobe einige **praktische Empfehlungen für Verbraucher:innen** ableiten, von denen einkommensschwache Haushalte am meisten profitieren können:

- Grundpreise vergleichen lohnt sich!
- **Die weit verbreitete Annahme, Bio- bzw. fair gehandelte Produkte seien immer die teuersten, stimmt so nicht:** Diese Produkte können im Einzelfall durchaus eine preiswerte Option darstellen. Jedoch sollte man bei den Fairtrade-Siegeln genau hinschauen. Ist das Label

bekannt oder doch nur ein Unternehmenslogo? Gibt es weitere Informationen zum Fairtrade-Engagement des Unternehmens?

- **Die weit verbreitete Annahme, Discounter seien automatisch der günstigste Einkaufsort, stimmt ebenfalls nicht.** Nach Möglichkeit lohnt es sich, Preise zwischen unterschiedlichen Filialen zu vergleichen.
- **Größere Packungen sind meist günstiger als kleinere.** Der Kauf von Großpackungen sollte zwar gut überlegt werden (Kann der Kaffee realistisch und zeitnah verbraucht werden?), doch sehr kleine Packungen, die nur wenige Pads bzw. Kapseln enthalten, sind im Vergleich deutlich teurer.
- Auch lohnt es sich, die **Kaffe Zubereitungsmethode** zu berücksichtigen: Insbesondere Kaffee Kapseln sind erheblich teurer als Kaffee pulver. Gemahlener Kaffee lässt sich einige Wochen in einem undurchsichtigen, luftdichten Behälter vor Licht, Wärme und Feuchtigkeit geschützt aufbewahren.

Forderungen

- **Mehr Transparenz bei der Preisbildung**, beispielsweise durch eine Preisbeobachtungsstelle. Der Grundpreisvergleich sowie das Erkennen und Vermeiden von Preisfallen (wie zum Beispiel verhältnismäßig extrem teure, kleine Packungen) ist der erste Schritt für einen preisbewussten Einkauf. Verbraucher:innen haben jedoch keine Möglichkeit, die Preissetzung – zentrale Rahmenbedingung ihres Einkaufs – zu beeinflussen. Eine Preisbeobachtungsstelle könnte durch mehr Transparenz mögliche überhöhte Preise auf Kosten der Konsument:innen aufzeigen, worauf staatliche Stellen mit gezielten Maßnahmen reagieren könnten. Einkommensschwache Verbraucher:innen, die prozentual einen deutlich höheren Anteil ihres Nettoeinkommens für die Deckung von Grundbedürfnissen wie Lebensmittel ausgeben als Haushalte mit höherem Einkommen, würden am meisten davon profitieren.
- Rainforest Alliance, Fairtrade, Firmeneigene Labels der Hersteller: Dieser **Label-Dschungel** macht es Verbraucher:innen schwer, die Bedeutung der einzelnen Siegel zu verstehen und einzuschätzen, ob sie tatsächlich faire Arbeitsbedingungen in den Herkunftsländern garantieren. Dabei hat ein Kaffee-Test der Stiftung Warentest im Herbst 2024 gezeigt, wie groß die Notwendigkeit von fairen und transparenten Lieferketten ist: Auch namhafte Hersteller konnten diese oft nicht benennen, obwohl sie sich das Thema Nachhaltigkeit auf die Fahnen – und auf die Kaffeeverpackung – geschrieben haben.²⁴ **Die Entscheidung für Produkte des Fairen Handels muss für Verbraucher:innen einfach und durchschaubar sein.** Notwendig dafür ist die **gesetzliche Definition einheitlicher Kriterien**, was genau unter „sozial“, „fair“, „umweltverträglich“ und ähnlichen Begriffen zu verstehen ist. So könnten seriöse von unseriösen Anbietern klar abgegrenzt und beim Einkauf unkompliziert erkannt werden.

²⁴ Stiftung Warentest (24.10.2024). Filterkaffee im Test: Einer schmeckt spitze. <https://www.test.de/filterkaffee-im-test-1772611-0/> (zuletzt aufgerufen am 29.09.2025).

Über das IN FORM Verbundprojekt

Das Verbundprojekt "Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen" der Verbraucherzentralen der Bundesländer und der Europa-Universität Flensburg ist eine Maßnahme im Handlungsfeld „Soziale Aspekte“ der Ernährungsstrategie, die im Januar 2024 vom Bundeskabinett verabschiedet wurde. Es wird im Rahmen von IN FORM vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat gefördert und hat eine Laufzeit von Mai 2024 bis Mai 2027. Das Verbundprojekt unterstützt Verbraucher:innen dabei, informierte Kaufentscheidungen bei der Lebensmittelauswahl zu treffen, um sich auch mit wenig Geld gesund, nachhaltig und lecker zu ernähren. Das Projekt richtet sich primär an Menschen, die von Ernährungsarmut betroffen oder bedroht sind. Auch Fachkräfte, die haupt- oder ehrenamtlich einen direkten Kontakt mit betroffenen Verbraucher:innen haben, werden als Multiplikator:innen weitergebildet.

Über IN FORM

Für den im Jahr 2008 vom Bundeskabinett beschlossenen Nationalen Aktionsplan IN FORM – Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung – sind zwei Bundesressorts federführend zuständig: das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) im Bereich Ernährung und das Bundesministerium für Gesundheit (BMG) im Bereich Bewegung. Ziel ist, das Ernährungs- und Bewegungsverhalten der Menschen dauerhaft zu verbessern. Weitere Informationen unter: <https://www.in-form.de>

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages