



Kurzfassung Nachhaltigkeitsbericht
Lidl Schweiz



Auf dem Weg
nach morgen.

Einfach 
nachhaltig
 **einkaufen**
für alle 

Vorwort

Geschätzte Kundinnen und Kunden, geschätzte Partner und Freunde von Lidl Schweiz



Nachhaltigkeit! Wahrscheinlich eines der meist genutzten Wörter im 2019 – und das zu Recht! Plastik in den Meeren, brennende Regenwälder, steigende CO₂-Ausstösse: Es gilt jetzt zu handeln. Als Lebensmitelhändler hat Lidl Schweiz eine grosse Verantwortung gegenüber Umwelt, Mensch und Tier – und die nehmen wir wahr. Wir verankern diese Verantwortung tief in unserer Unternehmenskultur. Nachhaltigkeit ist fest in unserer gesamten Lieferkette eingebunden und wird in zahlreichen Projekten gelebt.

Schön über sein Umweltengagement reden kann jeder. Wir wollen lieber Resultate zeigen und haben darum unseren zweiten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. In allen Bereichen konnten wir in den vergangenen Jahren markante Fortschritte und Erfolge verzeichnen. Besonders stolz sind wir dabei auf:



Unsere Partnerschaft mit dem WWF Schweiz



Den ständigen Ausbau an nachhaltigen Produkten



Unsere «Terra Natura»-Schweinefleisch-Produktlinie



Die Einführung von Flüssiggas (LNG) als Brückentechnologie in der Transportlogistik.

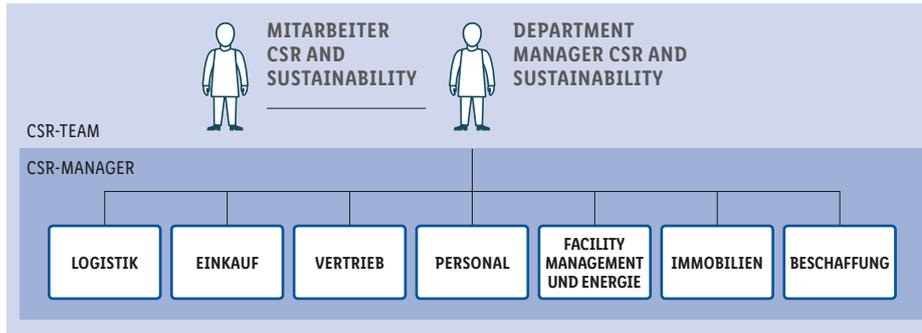
Allen unseren Partnern gilt unser Dank für die gute Zusammenarbeit, ihre begleitende Unterstützung und das entgegengebrachte Vertrauen. Ich wünsche Ihnen eine anregende und aufschlussreiche Lektüre.

Ihr Georg Kröll CEO Lidl Schweiz

Wie wir Nachhaltigkeit verankern

Nachhaltigkeit wird bei Lidl Schweiz nicht einfach mal «nebenbei» gemacht. Wir haben ein Nachhaltigkeits-Team, das sich aus einer zentralen Koordinationsabteilung für CSR und Nachhaltigkeit, sowie Nachhaltigkeitsverantwortlichen aus den einzelnen Fachabteilungen zusammensetzt. So wird ständig nach Möglichkeiten gesucht, wie wir uns noch weiter verbessern können. Jeder Bereich leistet seinen Beitrag: Die Logistik nutzt immer stärker alternative Treibstoffe, der Einkauf baut das Sortiment an nachhaltigen Produkten laufend aus, das Personal engagiert sich für die Schaffung von idealen Anstellungsbedingungen, der Bau achtet besonders auf die modernsten und umweltverträglichsten Baustandards und der Vertrieb beschäftigt sich mit Themen wie die Reduktion von Food Waste und dem Ausbau von Recyclingmöglichkeiten. Gemeinsam arbeiten wir jeden Tag daran, nachhaltiges Einkaufen für jeden und für jedes Portemonnaie möglich zu machen. Mit unserer Vision «einfach nachhaltig einkaufen für alle» leisten wir so unseren Beitrag als Händler, die Welt nachhaltiger zu gestalten.

ORGANISATION DES BEREICHS NACHHALTIGKEIT



Auf dem Weg nach morgen.

Durch die Gestaltung unseres Sortiments und unserer Vertriebsprozesse nehmen wir erheblich Einfluss auf das nachhaltige Handeln unserer Kunden.

Unsere Grundlage: Lidl Responsibility Model

Nachhaltigkeit lässt sich nicht nur auf unser Sortiment und unsere Filialen vor Ort beschränken: Die gesamte Wertschöpfungskette muss betrachtet werden. Aus diesem Grund arbeiten wir mit unserem ganzheitlichen Modell, dem Lidl Responsibility Model. Dieses bietet einen einheitlichen Referenzrahmen für das CSR-Managementsystem. Denn die potenziell strategisch relevanten Themen können entlang aller vier Wertschöpfungsstufen zugeordnet werden.

LIDL-WERTSCHÖPFUNGSKETTE UND VERANTWORTUNGSFELDER



Landwirtschaft und Rohstoffe

Tierwohl steigern – Vielfalt fördern

Die Produktion von Lebensmitteln hat einen besonders grossen Einfluss auf die Umwelt. Entsprechend setzen wir hier einen Fokus und nehmen unsere Verantwortung gegenüber Umwelt und Tier aktiv wahr.

Um unseren Beitrag zum Schutz der Ökosysteme zu leisten, setzen wir uns ambitionierte Ziele für potenziell kritische Rohstoffe und bauen unser Bio-Sortiment laufend aus. Des Weiteren nehmen wir durch den Aufbau gezielter Nachhaltigkeitsprogramme und die Zusammenarbeit mit bedeutenden Stakeholdern unsere Verantwortung aktiv wahr.

Als Händler von tierischen Produkten stellt das Tierwohl ein besonders wichtiges Thema dar. Dabei achten wir auf die Bedingungen bei der Haltung, dem Transport und der Schlachtung der Tiere. Ein Grossteil unseres Sortiments an tierischen Produkten stammt aus der Schweiz. Wir arbeiten zudem eng mit Lieferanten und anerkannten Organisationen zusammen, um im In- und Ausland Standards über den gesetzlichen Mindestanforderungen festzulegen und laufend zu verbessern.

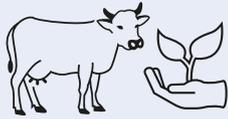
Die Überprüfung der Wirksamkeit unserer Massnahmen stellen wir durch ein konsequentes Monitoring unserer Richtlinien, Kontrollen und einen regelmässigen Austausch mit unseren Partnern sicher.

Ausführliche Informationen zu unseren folgenden Engagements finden Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht auf den Seiten 13–19:

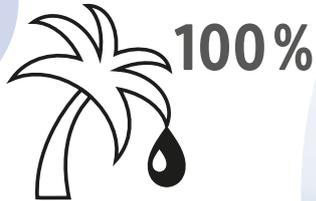
- Rohstoff-Roadmap: ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele für den Umgang mit kritischen Rohstoffen
- Engagement für verantwortungsvoll produziertes Futtersoja
- Unterstützung der biologischen Landwirtschaft
- Naturnahe Bio-Weiderindprodukte
- Tierfreundliches Schweinefleisch dank unserem eigenen Label «Terra Natura»
- Forschungsprojekt mit dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) «Wissensaufbau und -vermittlung im Bereich Mutter- und Ammengebundene Kälberaufzucht»
- Weder Antibiotika noch Hormone im Frischfleisch



FiBL

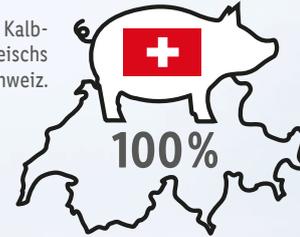


Seit Anfang 2019 ist
sämtliches Palmöl in
unseren Eigenmarken
zertifiziert.



100%

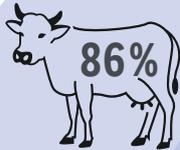
100% des frischen Kalb-
und Schweinefleischs
stammen aus der Schweiz.



100%



BIO
Organic



Unser frisches Rindfleisch
im Standardsortiment
stammt zu 86 % aus
der Schweiz.



Der Anteil an Bio-zertifizierten
Food-Produkten in unserem
Standardsortiment beträgt
mittlerweile 7,8 %.



Lieferkette und Verarbeitung

Ressourcen schonen – Fairness leben

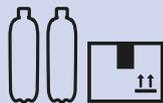
Die Herstellung unserer Produkte kann negative Konsequenzen für die Umwelt haben. Unsere Wertschöpfungskette umfasst zudem Lieferanten und deren Mitarbeitenden auf fünf Kontinenten. Für uns ist klar: Hier können wir mit geeigneten Massnahmen einen grossen Unterschied machen und zur Schonung der Umwelt und zur Förderung fairer Arbeitsbedingungen beitragen.

Durch einen regelmässigen Austausch mit unseren Lieferanten, Projektpartnern und Stakeholdern erheben wir unsere Auswirkungen vor Ort laufend und entwickeln entsprechende Massnahmen. Durch die Vorgabe von Richtlinien und Monitoring-Systemen sollen die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten zudem gefördert und die Effektivität der Massnahmen kontinuierlich überwacht werden. Lidl Schweiz setzt deshalb auf faire, vertrauensvolle und möglichst langfristige Geschäftsbeziehungen. So arbeiten wir beispielsweise mit 300 Schweizer Lieferanten, von denen 60 seit Markteintritt mit dabei sind.

Ausführliche Informationen zu unseren folgenden Engagements finden Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht auf den Seiten 20-25:

- Unsere Verpackungen optimieren wir laufend.
- Bei uns gilt Flugverbot für frische Früchte und frisches Gemüse.
- Strenge Umweltauforderungen in der Textilproduktion
- Projekt «WAVER» – Einsparung von Wasser und Verpackungen
- Sozialstandards im Non-Food-Bereich





60 unserer Schweizer Lieferanten stehen uns schon seit unserem Markteintritt 2009 tatkräftig zur Seite.



Lidl Schweiz führte im Geschäftsjahr 2018 136 Fairtrade-zertifizierte Produkte.

-20% 

Bis 2025 soll der Plastikeinsatz in unseren Eigenmarkenverpackungen um 20% reduziert und 100% unserer Eigenmarkenverpackungen sollen recyclingfähig konzipiert werden.



Betrieb und Prozesse

Effizienz steigern – Mitarbeiter fördern

In unserem täglichen Betrieb achten wir besonders auf einen schonenden Einsatz von Ressourcen. Wir gehen beim Ausstoss von Treibhausgasen, der Ressourceneffizienz und dem Thema Food Waste mit gutem Beispiel voran.

Wir beschäftigen über 3500 Mitarbeitende und legen grossen Wert darauf, ein verlässlicher Arbeitgeber zu sein, der Perspektiven für alle schafft.

Mit hohen Sozialstandards, fairer Vergütung und zahlreichen Weiterentwicklungsmöglichkeiten möchten wir unseren Mitarbeitenden ein spannendes Arbeitsumfeld bieten und als attraktiver Arbeitgeber auf dem Arbeitsmarkt agieren.

Ausführliche Informationen zu unseren folgenden Engagements finden Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht auf den Seiten 27–33:

- Ressourcenschonung
- Massnahmen gegen die Verschwendung von Lebensmitteln
- Stetige Minimierung von unserem CO₂-Fussabdruck
- Fossilfreie Filialbelieferung bis 2030
- Nachhaltiges Gebäudekonzept unserer Filialen
- Zertifizierte Energieeffizienz
- Erneuerbare Energien
- Attraktive Arbeitsbedingungen
- Förderung der Life Balance unserer Mitarbeitenden
- Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten



70% der Angestellten sind Frauen und 30% der Angestellten Männer. Knapp 50% unserer Filialen werden von Frauen geführt.






CO₂ -46%

Wir haben unsere relativen CO₂-Emissionen im Vergleich zum Basisjahr 2013 um 46 % reduziert.



MASSNAHMEN GEGEN VERSCHWENDUNG VON LEBENSMITTELN



BESTELLPROZESSE

- effizient und einfach
- straff organisiert
- knapp kalkuliert
- Ausverkauf von Frischprodukten als Tagesziel
- wenig Abfall



RABATTIERUNG

- morgendlicher Check des Verbrauchsdatums
- gezielte Preisreduzierung auf Artikel mit nur noch kurzer Haltbarkeit
- 30 % auf Brot vom Vortag



LEBENSMITTELABGABE

- Wenn immer möglich geben Filialen ihre Lebensmittel an diverse Organisationen weiter



BIOGASANLAGE

- für nicht mehr essbare Lebensmittel
- für gesetzlich nicht mehr an Tafelorganisationen abgebbare Produkte

Kunden und Gesellschaft

Transparenz schaffen – Verantwortung leben

In unserer Schlüsselposition zwischen Produzenten und Konsumenten sehen wir uns in der Verantwortung, die Qualität unserer Produkte stets zu überprüfen. Dabei legen wir neben der klassischen Produktqualität und der damit einhergehenden Sicherheit der Produkte auch ein Augenmerk auf deren Nachhaltigkeit, lokale Herkunft und auf Transparenz als entscheidende Qualitätskriterien. Als in der Schweiz verankertes Unternehmen möchten wir zudem einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leisten.

Mit der Gestaltung eines nachhaltigen Produktsortiments nehmen wir Einfluss auf die konsumspezifischen ökologischen und sozialen Auswirkungen der Bevölkerung. Unseren Kunden möchten wir nachhaltiges Einkaufen so einfach, transparent und zugänglich wie möglich machen.

Zudem möchten wir einen möglichst grossen Teil zur gesellschaftlichen Entwicklung in der Schweiz beitragen. Unser Engagement richtet sich so nahe wie möglich an unserem Kerngeschäft aus. Dies setzen wir gezielt mit Partnerschaften, Spenden und Sponsoring um.

Ausführliche Informationen zu unseren folgenden Engagements finden Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht auf den Seiten 35–39:

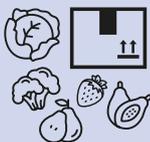
- Geprüfte Qualität bei allen Produkten
- Umgang mit Pflanzenschutzmitteln
- Reduktion von Zucker und Salz
- Unsere Initiative «Klein aber fein»
- Transparenz unserer Produkte um bewusste Kaufentscheide zu ermöglichen
- Spenden an über 450 Projekte schweizweit



98 % unserer Schweizer Lebensmittellieferanten sind mit einem offiziellen Lebensmittelsicherheitsstandard zertifiziert.



klein
aber
fein



Auf den Kisten unseres frischen
Gemüses und frischen Früchte ist ein
Rückverfolgbarkeitsetikett angebracht.



Lidl Schweiz führte
im Geschäftsjahr 2018
2080 Produkte mit
ökologischen und
sozialen Siegeln.

Ausführliche Informationen finden Sie in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2017/2018.



Lidl Schweiz DL AG, Dunantstrasse 15, 8570 Weinfelden
www.verantwortung-lidl.ch



Höchster Standard für Ökoeffektivität.
Cradle to Cradle Certified™-Druckprodukte
hergestellt durch die Vögel AG.
Bindung ausgenommen.