

Positionspapier

für den nachhaltigeren
Einkauf von zellulose-
haltigen Eigenmarken-
produkten und
Verpackungen



Lidl lohnt sich



Inhaltsverzeichnis

1. Unser Verständnis	3
2. Unsere Zielsetzung	4
2.1 Strategieansätze	4
2.2 Geltungsbereich	5
3. Unser Engagement	5
3.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung	5
3.2 Rückverfolgbarkeit, Anbau und Umwelt.....	6
3.3 Weiterentwicklung von Standards.....	8
4. Organisationen und Labels	9

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 wie nachhaltigeres Handeln beim Einkauf von unseren zellulosehaltigen Eigenmarkenartikeln und Verpackungen berücksichtigen soll.

Wälder bedecken knapp ein Drittel der Erdoberfläche und sind in vielerlei Hinsicht bedeutsam. Zum einen sind sie Heimat für 80 Prozent der bekannten Tier- und Pflanzenarten außerhalb der Weltmeere.¹ Zudem sind Wälder ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und bilden die Lebensgrundlage für viele Menschen. Wälder sind aber auch entscheidend für das Weltklima. Laut World Wildlife Fund (WWF) sind sie neben den Weltmeeren die wichtigsten Sauerstoffproduzenten und Speicher des Treibhausgases Kohlendioxid. Wälder reinigen unsere Luft, regulieren lokale Wasserkreisläufe, schwächen Dürren ab, schützen vor Überschwemmungen und die Böden vor Erosion. Leider ist der Bestand vieler Waldökosysteme bedroht. Alle vier Sekunden verschwindet Wald in der Größe eines Fußballfeldes.² Der Verlust der Wälder hat zahlreiche negative Auswirkungen für Mensch und Umwelt.

Für das vorliegende Positionspapier wurden die Handlungsfelder und Maßnahmen unter Berücksichtigung der sechs übergreifenden Kriterien einer nachhaltigen Waldbewirtschaftung der FOREST EUROPE definiert. FOREST EUROPE ist eine Kooperation von 46 europäischen Ländern und der Europäischen Union, die sich mit vordringlichen politisch und gesellschaftlich relevanten Fragen im Bereich Wald und Forstwirtschaft beschäftigt. Die Kriterien lauten wie folgt:

- Erhaltung und angemessene Verbesserung der forstlichen Ressourcen und Sicherung ihres Beitrags zu den globalen Kohlenstoffkreisläufen
- Erhaltung der Gesundheit und Vitalität von Waldökosystemen
- Erhaltung und Förderung der Produktionsfunktion der Wälder, sowohl für Holz- als auch für Nichtholzprodukte
- Erhaltung, Schutz und adäquate Verbesserung der biologischen Vielfalt in Waldökosystemen

^{1,2} WWF-Bericht (2017): Entwaldungsfreie Lieferketten – Gemeinsam zum Waldschutz beitragen

- Erhaltung und angemessene Verbesserung der Schutzfunktion bei der Waldbewirtschaftung, vor allem in den Bereichen Boden und Wasser
- Erhaltung sonstiger sozioökonomischer Funktionen und Konditionen

Seitens Lidl übersetzen wir diese Kriterien in Handlungsfelder (siehe 3. Unser Engagement), an denen wir fortlaufend und aktiv arbeiten.

2. Unsere Zielsetzung

Verbraucher erwarten höhere Standards bei der Erzeugung von Artikeln mit Holz- bzw. Zellulosebestandteilen. 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 Holzbewirtschaftung leisten. Um dies zu erreichen, haben wir in diesem Positionspapier die Grundlagen für unseren Einkauf von zellulosehaltigen Artikeln und Verpackungen festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen dokumentiert.

2.1 Strategieansätze

Schonung von Ressourcen

Die natürliche Ressource Holz einzusparen ist der beste Waldschutz und leistet einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Deshalb steht der schonende Einsatz von Holz, Zellulose und Papier bei unseren Eigenmarkenartikeln und Verpackungen an erster Stelle.

Verstärkter Einsatz von Recyclingmaterial

Wo möglich wird auf recyceltes Material zurückgegriffen, das deutlich ressourcenschonender ist. Allerdings sind bei der Entscheidung zum Einsatz von Recyclingmaterial eventuelle Stabilitäts-, Druckbild-, Veredelungs- und MOSH-/MOAH-Anforderungen zwingend zu berücksichtigen.

Wenn Frischfaser, dann aus zertifizierter Quelle

Dort, wo ein Einsatz von Recyclingmaterial nicht möglich ist und Frischfaser verwendet wird, soll diese bevorzugt durch den Forest Stewardship Council® (FSC) zertifiziert sein. Dies gilt insbesondere bei Primärverpackungen von Lebensmitteln.

2.2 Geltungsbereich

Das vorliegende Positionspapier bezieht sich inhaltlich auf alle Produktbestandteile aus Holz, Zellulose und Papier bei Eigenmarkenartikeln sowie primäre, sekundäre und tertiäre Verpackungen mit Holz-, Zellulose- und Papierbestandteilen im Sortimentsangebot von Lidl Deutschland.

Ausgenommen sind Artikel, die über den Onlineshop vertrieben werden. Das vorliegende Positionspapier wird regelmäßig überarbeitet.

Gemeinsam mit unseren Lieferanten werden wir Fortschritte dokumentieren sowie neue Maßnahmen entwickeln und beschließen. Diese sind verpflichtend für alle Lieferanten. Bei Abweichungen von der Zielvorgabe müssen Maßnahmen definiert werden, die eine Umsetzung gewährleisten.

3. Unser Engagement

Im Folgenden sind die Handlungsebenen thematisiert, in denen wir aktiv an inhaltlichen Weiterentwicklungen arbeiten.

3.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Unser Ziel ist die Umstellung aller Eigenmarkenprodukte inkl. der Eigenmarkenverpackungen und Etiketten auf Recyclingmaterial (z.B. zertifiziert mit dem Blauen Engel) oder FSC-zertifizierte Frischfaser. Allerdings sind bei der Entscheidung zum Einsatz von Recyclingmaterial eventuelle Stabilitäts-, Druckbild-, Veredelungs- und MOSH-/MOAH-Anforderungen zwingend zu berücksichtigen.

Für unser Eigenmarkensortiment sehen wir dabei einen Stufenansatz vor:

Eigenmarkensortiment

 Ende 2018		 Food	 Ende 2020		 Non Food
<p>Bis Ende 2018 streben wir die Umstellung der Food und Near-Food-Artikel inklusive Haushalts- und Kosmetikartikel auf entweder Recyclingmaterial oder FSC-zertifizierte Frischfaser an. Im Ausnahmefall kann bei einzelnen Artikeln mit eingeschränkter Verfügbarkeit von FSC-zertifiziertem Rohmaterial auch PEFC-zertifiziertes Material zum Einsatz kommen.</p>			<p>Bis Ende 2020 streben wir zusätzlich die Umstellung aller Non-Food-Aktionsartikel wie Textilien Schuhe, Garten-/Campingartikel, Möbel, Spielwaren, Dekorartikel, Medien, Schreibwaren und Werkzeuge und Bedienungsanleitungen an.</p>		

Bereits heute sind viele unserer Eigenmarkenartikel in Deutschland zertifiziert. So sind zum Beispiel unsere Küchentücher, Taschentücher, Windeln, Toilettenpapier, Kosmetiktücher,

Grillkohle, Kaffeefilter und Servietten zu 100 Prozent zertifiziert. Ferner bieten wir Schreibwaren wie Collegeblöcke und Büroartikel sowie Ordner an, die mit dem Blauen Engel zertifiziert sind. Kleinmöbel wie Kommoden oder Regale, sowie ein Teil der Gartenmöbel sind teilweise FSC- bzw. PEFC-zertifiziert. Auch im Hobby- und Kreativbereich bieten wir unseren Kunden Artikel wie Pinsel und Leinwände an, die FSC-zertifiziert sind. Ein großer Teil der Holzspielzeuge für Kinder trägt das FSC-Label. Die Lenzing AG gilt als einer der Innovationstreiber für umweltfreundliche Zellulosefasern. Zu den Zellulosefasern zählen Viskose, Modal und Lyocell. Den Hauptanteil unseres Sortiments macht die Viskose aus, die wir auf LENZING™ ECOVERO™ umstellen.

Im Bereich der Textilien haben wir uns zum Ziel gesetzt bis Ende 2019 alle Zellulosefasern auf LENZING™ Fasern umzustellen.

Hintergrundinformation:

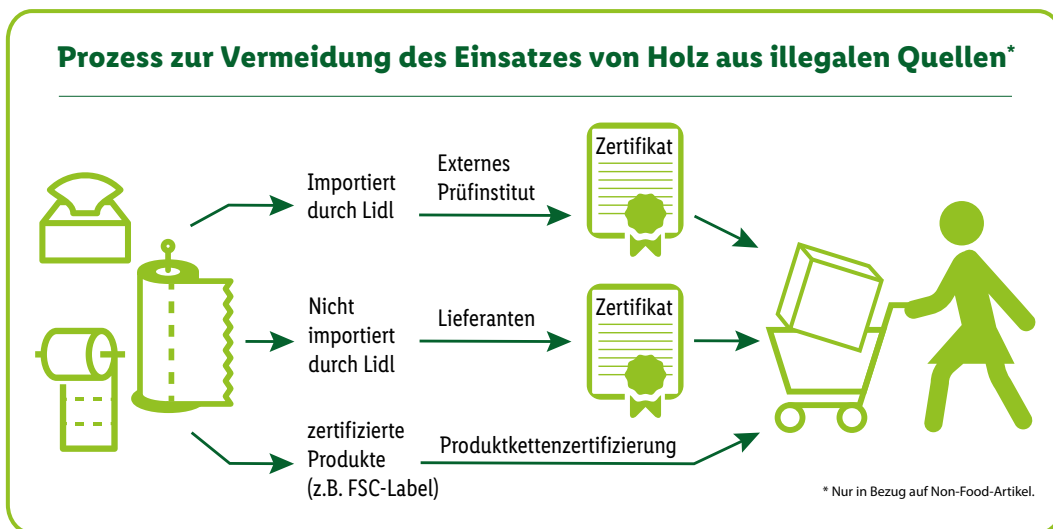
Lenzing™ EcoVero™-Fasern werden aus dem natürlichen Rohstoff Holz hergestellt. Das Holz kommt aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern oder Plantagen, die FSC zertifiziert sind. Im umweltfreundlicheren Herstellungsprozess gelten strikte Umweltstandards. Chemikalien werden außerdem zurückgewonnen und wiederverwendet. Durch die Optimierung des Herstellungsprozesses kann der Wasser- und Energieverbrauch um 50%, gegenüber der konventionellen Viskoseherstellung, gesenkt werden. Für eine transparente Lieferkette kann mit Hilfe einer neuen Faser-Identifikationstechnologie die Lenzing™ EcoVero™-Viskose im Endprodukt nachgewiesen werden. Lenzing™ EcoVero™ ist mit dem Europäischen Umweltzeichen zertifiziert.

Auch viele unserer Eigenmarkenverpackungen sind bereits umgestellt. Im Oktober 2009 haben wir als erstes deutsches Handelsunternehmen damit begonnen, **in unseren bundesweiten Filialen** einen überwiegenden Teil unserer Fruchtsaftgetränke und Eistees **in mit dem FSC-Mix-Logo gekennzeichneten Getränkekartons** zu verkaufen. Alle anderen Weichverpackungen sind seit Ende 2015 in der Festlistung mit dem FSC-Siegel ausgezeichnet. Bei Faltschachteln aus Vollpappe und Umkartons aus Well- und Vollpappe stammen sämtliche zum Einsatz kommenden Frischfaseranteile (auch in Mischverwendungen) aus zertifiziertem Rohmaterial.

Grundsätzlich ist es sinnvoll, möglichst auf recyceltes Material zurückzugreifen, denn es ist ressourcenschonender: Die Aufbereitung gebrauchter Papierfasern ist weniger energieintensiv als das „Kochen“ von Holzfasern für die Papiergewinnung und der Wassereinsatz ist bedeutend niedriger. Bei Lebensmittelverpackungen aus recyceltem Material ist jedoch mitunter Vorsicht geboten, denn aus dem Recyclingmaterial können Mineralölbestandteile auf das entsprechende Lebensmittel übergehen. Wir arbeiten seit Jahren konsequent an dieser Thematik. Die genauen Ziele und weitere Informationen finden Sie im Positionspapier „Bewusste Ernährung“, das auf unserer Unternehmenswebseite unter www.lidl.de/de/asset/other/170125_Positionspapier_Bewusste_Ernaehrung.pdf verfügbar ist.

3.2 Rückverfolgbarkeit, Anbau und Umwelt

Laut Umweltorganisationen ist illegaler Holzeinschlag inzwischen weltweit eine der größten Bedrohungen für die Wälder. Wir sprechen uns seit Jahren klar gegen illegalen Holzeinschlag aus. Seit 2013 ist mit der EU-Holzhandelsverordnung (EUTR) ein Gesetz in Kraft, das es verbietet, illegal geschlagenes Holz und daraus hergestellte Erzeugnisse in die EU einzuführen. Wir halten die rechtlichen Vorgaben und Sorgfaltspflichten vollumfänglich ein. Zudem haben wir **Prozesse** implementiert, damit kein Holz aus illegalen Quellen zum Einsatz kommt. Bei von uns selbst importierten Produkten dokumentiert ein externes Prüfinstitut in einem umfangreichen Bericht die Gewährleistung dieser Anforderung. Bei nicht selbst importierten Produkten gilt die Gewährleistungspflicht für unsere Lieferanten. Ihre Einhaltung wird von uns vertraglich definiert und stichprobenartig kontrolliert. Bei zertifizierten Produkten, die beispielsweise das FSC-Label tragen, gewährleistet die Produktkettenzertifizierung (englisch: Chain of Custody [COC]) eine lückenlose 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 unserer Eigenmarken unterstützt Lidl Deutschland seine Kunden bei der Produktauswahl.

Anbau

Umweltschutz und sozialverträgliche Arbeitsbedingungen sind uns wichtig. Zusätzlich zum Sortimentsangebot stärkt Lidl Deutschland gezielt Projekte, die Aufforstungen und eine nachhaltigere Bewirtschaftung von Bäumen fördern. So wurden beispielsweise im Rahmen von Spenden- und Sponsoringprojekten mit Transfair Deutschland in Peru 40.000 heimische Bäume gepflanzt. Ohne diese Bäume, die das Wasser in der Erde halten, werden bei starken Regenfällen wertvolle Mineralien aus dem Erdreich geschwemmt, was zu einer Verschlechterung der Bodenqualität, zu Bodenerosion und geringerer Produktivität führt.

Eingriffe in die Umwelt

Gute landwirtschaftliche Praktiken und der Erhalt der bestehenden Biodiversität erachten wir für die Zukunft des Holzanbaus als grundlegend. Ferner distanzieren wir uns von illegalem Holzeinschlag und/oder Brandrodung zur Gewinnung neuer landwirtschaftlich genutzter Anbauflächen. Waldflächen werden nicht nur für die Holzproduktion (Bauholz, Zellstoff) gerodet, sondern auch für die Produktion von Rohstoffen wie Palmöl und Kakao. Entsprechende Positionspapiere für den nachhaltigeren Einkauf dieser Rohstoffe sind auf unserer Unternehmenswebseite öffentlich verfügbar.

3.3 Weiterentwicklung von Standards

Wir suchen aktiv das Gespräch und die Vernetzung mit anderen Unternehmen, Nicht-regierungsorganisationen und europäischen Initiativen, um in Zusammenarbeit gemeinsam Verbesserungen auf den Weg zu bringen.

Zur Förderung einer verantwortungsbewussten Waldwirtschaft ist Lidl im März 2008 als eines der ersten Handelsunternehmen im Lebensmittelbereich in Deutschland dem Forest Stewardship Council® (FSC) beigetreten.

Einen sektoralen Ansatz unterstützt Lidl seit Anfang 2009 als Mitglied der Initiative Pro Recyclingpapier (IPR). Ziel der Initiative ist es, das Bewusstsein für und die Akzeptanz von Recyclingpapier unserer Gesellschaft zu erhöhen.

4. Organisationen und Labels

Der Forest Stewardship Council® (FSC)



Das Zeichen für
verantwortungsvolle
Waldwirtschaft

Unsere Wälder für kommende Generationen zu erhalten ist das Ziel des Forest Stewardship Council® (FSC). Um dies zu erreichen, entwickelt der FSC Standards für verantwortungsvolle Waldwirtschaft. Die FSC-Wald-zertifizierung bildet das Herzstück des FSC-Systems. Sie bestätigt, dass ein bestimmtes Waldgebiet gemäß den FSC-Prinzipien und -Kriterien bewirtschaftet wird.

Der Blaue Engel



Getragen vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, dem Umweltbundesamt, der Jury Umweltzeichen und der RAL GmbH, gibt es den Blauen Engel bereits seit 1978.

In seinen Anforderungen prüft der Blaue Engel insbesondere die Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen auf die Umwelt: auf das Klima, die Ressourcen, das Wasser, den Boden und die Luft. Ebenfalls im Fokus der Prüfung stehen deren Auswirkungen auf den Menschen.

Der Blaue Engel garantiert, dass die Produkte und Dienstleistungen hohe Ansprüche an Umwelt-, Gesundheits- und Gebrauchseigenschaften erfüllen. Dabei ist bei der Beurteilung stets der gesamte Lebensweg zu betrachten. Für jede Produktgruppe werden Kriterien erarbeitet, die die mit dem Blauen Engel gekennzeichneten Produkte und Dienstleistungen erfüllen müssen. Um dabei die technische Entwicklung widerzuspiegeln, überprüft das Umweltbundesamt alle drei bis vier Jahre die Kriterien.

Europäische Umweltzeichen



Das EU Ecolabel ist ein internationales Gütesiegel, das in allen EU-Mitgliedsstaaten, sowie der Türkei, Norwegen, Island und der Schweiz anerkannt ist.

Ziel des EU Ecolabels ist es, dem Verbraucher zu ermöglichen, umweltfreundlichere und gesündere Produkte zu identifizieren. Zertifiziert werden Produkte oder Dienstleistungen, die geringere Umweltauswirkungen haben, als vergleichbare Produkte.

Das EU Ecolabel stellt hohe Anforderungen bzgl. einer sozialen und umweltfreundlichen Herstellung sowie Gebrauchstauglichkeit. Die Zertifizierung bezieht sich auf den gesamten Produktlebenszyklus, von Rohstoffgewinnung bis hin zur Produktion, Verteilung und Entsorgung.