

Positionspapier für Reduzierung von Verpackungsmaterialien und Lebensmittelverlusten



Lidl lohnt sich



Inhaltsverzeichnis

1. Unser Verständnis	4
2. Unsere Zielsetzung	4
3. Unsere Position	5
4. Unser Engagement	6
4.1 Vermeidung	6
4.1.1 Vermeidung von Verpackungsmaterial	6
4.1.2 Vermeidung von Lebensmittelverlusten	8
4.2 Verwendung von nachhaltigerem Verpackungsmaterial	10
4.3 Wiederverwendung	12
4.3.1 PET und Kunststoff	12
4.4 Recycling bei Lidl	13
4.4.1 Papier	13
4.4.2 Lebensmittel	14
5. Fazit	15

Das vorliegende Positionspapier bezieht sich auf das Eigenmarkensortiment von Lidl Deutschland.

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. Als Handelsunternehmen sind wir unseren Kunden und der Absicherung des langfristigen Unternehmenserfolgs verpflichtet. Dies spiegelt sich unter anderem in unserem Konzept „Auf dem Weg nach morgen“ wider, was bedeutet, dass wir täglich Qualität, Effizienz und Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette optimieren.

2. Unsere Zielsetzung

Lidl Deutschland verfolgt das Ziel, der nachhaltigste Discounter in Deutschland zu werden. Das erreichen wir durch Effizienz. Wir vereinbaren ökonomisches Denken und ökologisches Handeln. Wir wollen entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette Optimierungspotenziale nutzen, die sich sowohl positiv für Mensch und Natur als auch auf unseren Unternehmenserfolg auswirken.

Diese Haltung wird beispielsweise an der Menge und Gestaltung der Verpackungsmaterialien unserer Eigenmarkenprodukte deutlich. Je weniger Verpackungsmaterialien unsere Lieferanten für uns einsetzen, desto kostengünstiger ist es. Dies trifft nicht nur auf die Herstellung zu, sondern gilt auch für die Entsorgung.

Ein weiterer Bereich, in dem der oben beschriebene Ansatz deutlich wird, ist die bedarfsgerechte Bestellung von Lebensmitteln zur Vermeidung von Lebensmittelverlusten. Je besser die Bestände an den tatsächlichen Bedarf angepasst sind, desto geringer sind die Lebensmittelverluste. Das schont Ressourcen und stärkt das Unternehmen.

Zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten und Verpackungsmaterialien streben wir Folgendes an:

1. Vermeidung

Unser Ziel ist die Vermeidung von Verpackungsmaterialien und Lebensmittelverlusten.

Durch systematische Optimierungen und Innovationen streben wir an, kontinuierlich weniger Verpackungsmaterialien für unsere Eigenmarkenprodukte zu benötigen und die Bestandhaltung weiter an den Kundenbedürfnissen zu orientieren. **Unser Ziel ist es, den Plastikverbrauch bei Lidl Deutschland bis 2025 um mindestens 20 Prozent zu reduzieren und damit eine deutliche Reduzierung des Plastikaufkommens herbeizuführen.**

2. Wiederverwendung

Es ist wichtig, dass Verpackungsmaterialien nach ihrer Verwendung nicht ungenutzt bleiben, sondern wieder in den Produktionskreislauf zurück gelangen.

Wir werden bei diesem Bestreben durch unseren internen Entsorgungs- und Umweltdienstleister GreenCycle unterstützt. Mithilfe der Verwertungsexperten gelingt es, aus Müll Wertstoffe herzustellen, die in vielfältiger Weise zu anderen Produkten recycelt werden. **Wir streben daher an, die Recyclingfähigkeit unserer gesamten Kunststoffverpackungen für Eigenmarken bis 2025 sicherzustellen. Damit unterstützen wir die Forderung der EU-Kommission, bis 2030 alle Plastikverpackungen recyclingfähig zu machen.**

Im Bereich der Verwertung nicht mehr verkaufsfähiger, aber lebensmittelrechtlich unbedenklicher Lebensmittel setzen wir seit 2008 auf die Kooperation mit dem Dachverband der deutschen Tafel. Die ehrenamtlichen Helfer der Organisation holen Lebensmittel in Lidl-Filialen täglich ab und stellen damit sicher, dass die noch verzehrfähigen Produkte Bedürftigen zukommen.

3. Unsere Position

Wir streben nach ständiger Verbesserung von Qualität, Effizienz und Nachhaltigkeit in unserer gesamten Wertschöpfungskette. Dabei zeichnet uns der Grundsatz der Einfachheit aus. Wir sehen uns als Teil der Lösung der globalen Herausforderung, Lebensmittelverluste und Verpackungsmaterialien zu reduzieren, und werden weiterhin daran arbeiten.

Mit unseren Positionspapieren zeigen wir, dass nachhaltiges Handeln unser Weg ist, unser Qualitätsversprechen jeden Tag aufs Neue zu erfüllen und damit unsere Zukunftsfähigkeit zu sichern.

Wir wollen der nachhaltigste Discounter in Deutschland sein.

4. Unser Engagement

Unser Engagement zeigt sich täglich regional und national in unseren fünf Handlungsfeldern: Sortiment, Mitarbeiter, Umwelt, Gesellschaft und Geschäftspartner. Im Bereich Umwelt handeln wir verantwortungsbewusst, weil unser Anspruch an Qualität und Effizienz dauerhaft nur im Einklang mit einer intakten Umwelt erfüllt werden kann.

4.1 Vermeidung

Mit der Vermeidung von Verpackungsmaterialien und Lebensmittelverlusten schonen wir Ressourcen und stärken die Wirtschaftskraft des Unternehmens.

4.1.1 Vermeidung von Verpackungsmaterial

Grundsätzlich schützen Verpackungen die Ware beim Transport vor Verunreinigung und Verderb und geben die Möglichkeit, dem Kunden Informationen über das Produkt zu liefern. Somit sind sie in vielen Bereichen unverzichtbar.

Dabei optimieren wir stetig die Transport- und Produktverpackungen unserer Eigenmarkenartikel, um Materialien einzusparen bzw. nachhaltigere Rohstoffe einzusetzen.

Frischebereich

Schon seit vielen Jahren bieten wir eine große Anzahl an unverpackten, losen Artikeln im Obst- und Gemüsebereich an. Diesen Anteil wollen wir zukünftig weiter ausbauen. So führen wir beispielsweise Rainforest-Alliance-zertifizierte Bananen unverpackt für unsere Kunden im Sortiment. Zusätzlich bieten wir seit 2017 die seit über zehn Jahren gelisteten, Fairtrade-zertifizierten Bio-Bananen ohne Folienverpackung an.

Backwaren

Im Bereich unserer frischen Backwaren bieten wir keine vorverpackten Artikel an. Der Kunde kann frei aus unserer breiten Palette an Brot, Brötchen und süßen Stücken auswählen. Dadurch vermeiden wir unnötige Produktverpackungen.

Trockensortiment

Im Kosmetikbereich verzichten wir bewusst bei vielen unserer Kosmetikartikel wie Nagellack, Lippenstift etc. auf volumenhaltige Umverpackungen. Als Mitglied im europäischen Verband für Wasch- und Reinigungsmittel A.I.S.E. setzen wir uns kontinuierlich für mehr Nachhaltigkeit in diesem Bereich ein. Bei unserem Formil-Waschmittel haben wir beispielsweise – ohne Abstriche bei der Qualität machen zu müssen – die Grammatur von 120 g pro Waschladung seit 2006 auf heute 65 g reduzieren können. Unter Beibehaltung von 65 Wäschen je Verpackungsgröße hat diese Waschpulveroptimierung es uns ermöglicht, auch die Produktverpackung zu optimieren und das Verpackungsgewicht um mehr als 20 Prozent zu reduzieren.

Bei unseren Alesto Cashew Nüssen haben wir bei gleichem Inhalt die Verpackung um rund 20 Prozent reduziert. Dadurch sparen wir nicht nur Plastik, sondern auch CO₂ ein, da mehr Packungen auf einer Palette transportiert werden können. Weitere Alesto Nussorten folgen im Laufe des Jahres.

Auch durch die Verringerung der Folienstärke kann Plastik eingespart werden. So haben wir beispielsweise die Foliendicke bei Butter- und Vollkorntoast um 25 Prozent reduziert. Hierdurch sparen wir jährlich rund 50 Tonnen Plastik ein.

Transport

Wenn es darum geht, nachhaltigere Lösungen voranzutreiben, richten wir unser Augenmerk auch auf die Ladungsträger. Sie sind für einen sicheren und effektiven Transport notwendig. Bei Lidl Deutschland wird seit einiger Zeit beispielsweise in der Logistik die „Heilbronner Halbpalette“ (HHP) als innovativer Ladungsträger verwendet. Durch ihre stabile Konstruktion aus recyclingfähigem HDPE-Material erreicht sie eine hohe Langlebigkeit. Die Leerpaletten werden bei den Logistikzentren eingesammelt und den verschiedenen



Produktionsbetrieben zur Verfügung gestellt. Kurze Wege und eine optimale Auslastung der eingesetzten Sattelzüge stehen dabei im Mittelpunkt.

Bei der HHP wurde besonders viel Wert auf ein ergonomisches Handling gelegt. Mit gerade einmal 6,5 kg ist die Palette wesentlich leichter als die bisherige Holz-Düsseldorfer. Es gibt keine scharfen Kanten oder Splitter, das Verletzungsrisiko konnte so erheblich gesenkt werden. Das robuste Kunststoffmaterial (HDPE) trägt zur Sauberkeit bei. Zudem ist die Palette unempfindlich und um ein Vielfaches langlebiger. Es ist unser Ziel, bis 2020 alle auf einer Holzpalette in der Filiale verkauften Artikel auf die Heilbronner Halbpalette umzustellen.

4.1.2 Vermeidung von Lebensmittelverlusten

Wir achten kontinuierlich auf eine hohe Qualität bei unseren Lebensmitteln, die Gesundheit und Zufriedenheit unserer Kunden stehen bei uns an erster Stelle. Wir stellen in unseren Filialen sicher, dass der Kunde ausreichend Zeit hat, eine Ware bis zum Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) zuzubereiten und zu verzehren.

Im Produktions- und Lieferprozess

Für einen optimalen Warenbestand in der Filiale sind Planung, Schnelligkeit und Logistik entscheidende Faktoren. Die täglichen Bestellungen der Filialen werden gebündelt an die Hersteller unserer Eigenmarken weitergeleitet. Große und planbare Abnahmemengen bei langjährigen und zuverlässigen Partnern bedeuten, dass diese ihrerseits die Produktionen für eine maximale Frische optimieren und damit auch Produktionsverluste minimieren können.

Für die Herstellung unseres Festsortiments setzen wir überwiegend auf heimische Produktion und pflegen daher partnerschaftliche Beziehungen zu deutschen Mittelstandsunternehmen. Der Transport der Waren wird über bundesweite Warenverteilzentren abgewickelt, in denen die angelieferten Artikel zentral gebündelt werden. Frischeartikel, wie beispielsweise Wurst, Käse und Joghurt, die täglich oft nur in kleineren Mengen benötigt werden, müssen auf diese Weise nur kurze Strecken vom Hersteller bzw. Lieferanten ins Warenverteilzentrum zurücklegen und sind daher auch nur kurze Zeit unterwegs.

In den Filialen sorgen wir durch bedarfsgerechte Disposition, eine ansprechende Warenpräsentation und durch eine Sicherstellung der Frische und Qualität unserer Waren für eine Minimierung von Lebensmittelverlusten.

Obst- und Gemüse

Auch bei Obst und Gemüse stellen wir durch unterschiedliche Maßnahmen die Frische und Qualität und damit die Vermeidung von Lebensmittelverlusten sicher.

Das beginnt mit kurzen Transportwegen und geringen Zeitspannen, bis die Waren vom Feld in der Filiale ankommen. In unseren Filialen wird Obst und Gemüse morgens täglich frisch angeliefert und mehrmals täglich kontrolliert. Hierfür sind unsere Frischebeauftragten zuständig. In Einzelfällen werden Artikel am Abend im Preis reduziert, die am Folgetag nicht mehr unserem Frischeanspruch genügen würden. Auf diese Weise werden ebenfalls Lebensmittelverluste reduziert.

Gekühlte Lebensmittel

Sollte es im Einzelfall dazu kommen, dass einzelne Artikel nicht rechtzeitig vor Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums verkauft werden können, werden sie wenige Tage vor dem Ablauf im Preis reduziert angeboten. Dazu gibt es in jeder Filiale im Bereich der Kühltheke einen rot gekennzeichneten Bereich, in dem diese Produkte zu einem um 30 Prozent reduzierten Preis angeboten werden.

Frische Backwaren

Brot, Brötchen, Croissants, Süßteilchen und Snacks werden bei Lidl Deutschland täglich mehrmals frisch gebacken. Brotlaibe, die vom Vortag übrig geblieben sind, werden in unseren Filialen zum halben Preis verkauft. Darüber hinaus informieren wir unsere Kunden aktiv im Internet mit sechs einfachen Regeln zur optimalen Lagerung der Backwaren im eigenen Haushalt.

Zusammenarbeit mit der Tafel

Grundsätzlich werden nicht mehr verkaufte, aber dennoch verzehrfähige Lebensmittel kostenlos an die Tafeln gespendet. Hierzu arbeitet Lidl Deutschland seit 2008 eng mit dem Dachverband der deutschen Tafel zusammen und sorgt so dafür, dass Lebensmittelverluste reduziert und die Produkte stattdessen einem sinnvollen und wichtigen Zweck zugeführt werden.



Mitglied Initiative „Save Food“

Lidl Deutschland ist seit Anfang 2018 Mitglied bei „Save Food“, eine Initiative der Welternährungsorganisation (FAO), des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) sowie der Messe Düsseldorf und der Verpackungsmesse interpack. Durch die Mitgliedschaft möchte Lidl Deutschland weiterhin für das Thema Lebensmittelverschwendung sensibilisieren. Ziel ist es, sich aktiv an einem unternehmensübergreifenden Austausch zu beteiligen und langfristig Veränderungen mitzugestalten. Mit dem Beitritt wollen wir unsere Erfahrung mit anderen Mitgliedern teilen, Synergien schaffen, Partnerschaften aufbauen und zukunftsweisende Projekte fördern.

4.2 Verwendung von nachhaltigerem Verpackungsmaterial

Bereits 2009 haben wir als erstes deutsches Handelsunternehmen damit begonnen, einen überwiegenden Teil unserer Fruchtsaftgetränke und Eistees in Getränkekartons, die mit dem FSC-Mix-Logo gekennzeichnet sind, in unseren bundesweiten Filialen zu verkaufen. Das gut sichtbare FSC-Logo auf der Vorderseite der Getränkekartons gibt dabei den Verbrauchern die Gewissheit, Verpackungen zu nutzen, die in ihrem Hauptbestandteil aus Holzfasern bestehen, die aus vorbildlich und verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern stammen. Heute sind alle Getränkekartons FSC-zertifiziert.



Tragetaschen

2017 hat Lidl Deutschland als erster deutscher Discounter die Plastik-Schlaufentragetasche aus dem Sortiment genommen. Mit diesem wegweisenden Schritt setzt Lidl ein weiteres Zeichen für die Branche. Das Tragetaschensortiment wurde für mehr Nachhaltigkeit optimiert und darauf ausgerichtet, dass die Einkaufshelfer mehrfach genutzt werden können.

Durch den Verzicht auf die Standard-Plastiktüte werden wir jährlich 3.500 Tonnen Plastik einsparen, was einer Menge von mehr als 100 Millionen Tüten entspricht. Wir bieten unseren Kunden in Zukunft das folgende optimierte Tragetaschensortiment in der Kassenzone an:

- **Die Langlebige**
Die zwei Permanenttragetaschen sind durch ihre gewebte Struktur so robust, dass auch schwere Einkäufe wie Flaschen mühelos transportiert werden können. Das strapazierfähige Material ist zu 100 Prozent recycelbar und besonders schmutz- und wasserabweisend sowie langlebig.
- **Die Faire**
Die Fairtrade-zertifizierte Tasche wird sozialverträglich produziert, die Rohstoffe stammen aus nachhaltigem Anbau gemäß den Richtlinien von Transfair e. V.. Die Tasche besteht zu 100 Prozent aus Baumwolle und ist biologisch abbaubar.
- **Die Zertifizierte**
Die ungebleichten Papiertragetaschen bestehen zu 100 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen, die ausschließlich aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft stammen. Die Taschen sind vollständig recycelbar, biologisch abbaubar und durch den Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert.
- **Die Coole**
Für den produktgerechten Transport von Kühl- und Gefrierprodukten bietet sich die Tiefkühl-Tragetasche an. Der Kühleffekt wird über den Einsatz von isolierenden Materialien und durch Luftzirkulation zwischen den mehrschichtigen Folien erzielt.

Alle unsere Tragetaschen werden seit jeher kostenpflichtig verkauft und sind mehrfach verwendbar.



Weinkorken

Zu Beginn 2018 hat Lidl Deutschland die Kunststoffkorken aller Weinflaschen gegen den biobasierten Korken der Nomacorc Green Line ausgetauscht. Der Weinflaschenverschluss aus nachhaltig angebautem Zuckerrohr wird mithilfe von erneuerbarer Energie gefertigt, sodass er einen geringen bis neutralen CO₂-Fußabdruck aufweist und zu 100 Prozent recyclingfähig ist.

4.3 Wiederverwendung

Uns ist wichtig, dass Verpackungsmaterialien nach ihrer Zweckbestimmung und Verwendung nicht ungenutzt bleiben, sondern wieder in den Produktionskreislauf zurückgelangen.

4.3.1 PET und Kunststoff

Für die PET-Flaschen der Eigenmarken Saskia und Freeway wurde ein eigener innovativer Recyclingkreislauf geschaffen, sodass der Recyclinganteil pro Flasche derzeit bei durchschnittlich 60 Prozent liegt. Durch weitere Investitionen in den Recyclingprozess werden wir in der Lage sein, diese Quote noch zu erhöhen. Weitere Informationen zu PET-Einwegflaschen finden Sie in einem separaten Positionspapier auf unserer Webseite unter:

www.lidl.de/de/asset/other/20160429_Positionspapier-Pfand.pdf

Im Bereich Haushaltsreiniger setzen wir in unserer Eco-Serie zu 80 Prozent auf den Einsatz von PET-Recyclingmaterial, das vollständig aus Post-Consumer-PET-Kreisläufen stammt. Mit den Kreislaufprodukten der GreenCycle erhalten Lidl-Wertstoffe ein neues Leben. In den Filialen fallen große Mengen an transparenten Folien, z. B. Stretch-Folien oder Schrumpfhauben an. Darüber hinaus gibt es viele bunte Folien und weitere Kunststoffe. Lidl trennt die Wertstoffarten bereits in der Filiale und verdichtet sie im Warenverteilzentrum zu Ballen.



Als ganze LKW-Ladung werden die Wertstoffe anschließend vermarktet. Dabei werden die homogenen Wertstoffströme zunächst sortiert. Je nach Anwendung werden weitere Zwischenschritte wie Wäsche und Granulierung durchgeführt, bevor das Material wieder für neue Produkte eingesetzt werden kann. Beispiele sind transparente PET- oder Abfallsammelsäcke, die wieder in den Filialen zum Einsatz kommen. Andere Hartkunststoffe,

die nicht in großer gleichbleibender Menge anfallen, werden z. B. agglomeriert und zu Parkbänken verarbeitet.

4.4 Recycling bei Lidl

Mit den Kreislaufprodukten der GreenCycle erhalten Lidl-Abfälle ein neues Leben. Der Grundsatz lautet: Es gibt keine Abfälle, sondern nur schlecht sortierte Rohstoffe.

4.4.1 Papier

Nachdem der Kunde seinen Warenkorb zusammengestellt hat, bleiben die Kartonagen in den Filialen zurück. Diese werden mittels optimierter Presstechnik verdichtet. Über Entsorger oder Warenverteilzentren werden ganze LKW-Ladungen an die Papierindustrie vermarktet, die wieder neue Kartonagen daraus herstellt.

Wir verfolgen das Ziel, den Recyclinganteil der Kartonagen zu erhöhen und den Materialeinsatz zu reduzieren – bei mindestens gleicher Leistungsfähigkeit der Kartons.



Dafür stimmen wir uns einerseits mit der Papierindustrie und Lieferanten, andererseits mit dem Vertrieb und der Logistik ab.

4.4.2 Lebensmittel

Lebensmittelabfälle, die nicht mehr verkaufsfähig sind und nicht mehr gespendet werden können, werden in den Filialen aussortiert. Sie werden in verdichteter Form zu Biogasanlagen transportiert, wo sie zur Herstellung von Bio-Methan dienen. Dieses wird je nach Anlage veredelt und in das Gasnetz eingeleitet. In anderen Anlagen wird das Gas über Blockheizkraftwerke direkt zu Strom umgewandelt und in das Energienetz eingespeist.



Gemeinsam mit ihren Partnern hat die GreenCycle ein Konzept entwickelt, mit dem das erzeugte Bio-Gas als Kraftstoff für Fahrzeuge dienen kann. Dieser nichtfossile Treibstoff wird in den Motoren verbrannt und von den Pflanzen im Rahmen der Photosynthese aufgenommen.

Neben den hier aufgeführten Kreislaufprodukten verbindet GreenCycle permanente ökonomische mit ökologischen Vorteile. Um den Wandel hin zu einer ressourceneffizienten Kreislaufwirtschaft zu schaffen, arbeitet die GreenCycle gemeinsam mit Lidl in mehreren Projekten daran, Verpackungen durch Recyclingmaterial zu ersetzen. Darüber hinaus setzen wir uns das Ziel, gemeinsam mit Verpackungsindustrie, produzierendem Gewerbe, Verbrauchern, Politik, Entsorgungswirtschaft und NGOs die Voraussetzungen zu schaffen, das zukünftige Wirtschaftswachstum vom Ressourcenverbrauch weiter zu entkoppeln.

5. FAZIT

Aus unserem Anspruch heraus, nachhaltigster Discounter Deutschlands zu werden, haben wir dieses Positionspapier erstellt.

Nachhaltig zu handeln ist unser Weg, unser Qualitätsversprechen jeden Tag aufs Neue zu erfüllen und damit unsere Zukunftsfähigkeit zu sichern. Wir streben nach Verbesserung von Qualität, Effizienz und Nachhaltigkeit in unserer gesamten Wertschöpfungskette.

Unsere konkreten Maßnahmen zur bewussten und nachhaltigen Nutzung von Rohstoffen werden wir kontinuierlich ausbauen und veröffentlichen.