



## Individuelle Zielsetzung Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG im Rahmen der erarbeiteten Thesen zu nachhaltigeren Eiweißfuttermittel<sup>1</sup>:

Unser Unternehmen arbeitet besonders an folgenden Thesen des FONEI-Positionspapiers:

- These 1: Kooperation
- These 2: Definition heimische und europäische Eiweißfuttermittel
- These 3: Anteil von Leguminosen im Anbau erhöhen
- These 4: Wettbewerbsfähigkeit der Leguminosen stärken
- These 5: Mehr heimische und europäische Eiweißfuttermittel in der Fütterung
- These 6a: Stärkung nachhaltigerer Eiweißquellen als Alternativen zu importiertem – nicht nachhaltig zertifiziertem – Soja
- These 6b: Förderung entwaldungsfreier Lieferketten von Eiweißfuttermitteln
- These 7: Gemeinsame Verantwortung für nachhaltigere Eiweißfuttermittel in der Wertschöpfungskette
- These 8 Einschätzung zur Verwendung von gentechnisch veränderten Pflanzen als nachhaltigere Eiweißfuttermittel

### (1) **Rolle und übergeordnete Ziele:** *übergeordnete Zielsetzungen der Organisation/Unternehmen*

Durch den Einsatz von Soja als Futtermittel findet sich der Rohstoff vor allem indirekt in Lidl Produkten wieder, so zum Beispiel in Wurst- und Fleischwaren. Auch ohne direkte Geschäftsbeziehungen zu Sojaerzeugern hat Lidl eine besondere Verantwortung bei diesem Rohstoff. Durch die hohe Nachfrage als Futtermittel für Geflügel oder Schweine birgt der Anbau von Soja negative Auswirkungen wie die Abholzung artenreicher Tropenwälder, Landumwandlung und Biodiversitäts-verlust. Um diesen Folgen des Sojaanbaus zu begegnen, hat Lidl in Deutschland eine Sojastrategie entwickelt, die auf drei Säulen fußt.

<sup>1</sup>Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG behält sich vor, die Ziele und Maßnahmen entsprechend der Entwicklung nach Bedarf anzupassen.



- (2) **Konkrete Ziele:** *inklusive Zeitrahmen, Mengenangaben, z.B. zu den Themen Einsatz heimischer/europäischer Leguminosen, Ausweitung der Anbauflächen von Leguminosen, Einsatz von Soja, etc.*

**1. Nutzung von Soja als Futtermittel langfristig reduzieren:** Verstärkte Nutzung von heimischen Eiweißfuttermitteln, etwa Rapsschrot, und dadurch Senkung des Anteils importierten Sojas. Auch die Ausweitung des Sortiments auf Bioland-Produkte und der Ausbau von Fleisch- und Milchalternativen unter unserer veganen Eigenmarke „Vemondo“ tragen zu weniger Sojaverbrauch bei. Lidl in Deutschland hat zudem im Rahmen der bewussten Ernährung den Anteil tierischer Proteinquellen im Vergleich zu pflanzenbasierten Eiweißlieferanten in seinem Sortiment ermittelt und legt diese als erster deutscher Lebensmitteleinzelhändler offen. Die Berechnung erfolgt dabei nach der Methodik des WWF (World Wide Fund For Nature)\*. Aktuell beläuft sich das Verhältnis von pflanzlichen zu tierischen Proteinquellen im Sortiment von Lidl in Deutschland im Geschäftsjahr 2022 auf 11 zu 89 Prozent. Bei Molkereiprodukten liegt das Verhältnis bei 6 zu 94 Prozent. Anhand dieser Ergebnisse hat sich der Frische-Discounter ebenfalls als erster Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland konkrete Ziele gesetzt: Bis 2030 erhöht Lidl in Deutschland den Anteil pflanzenbasierter Proteinquellen, dies umfasst unter anderem Hülsenfrüchte, Nüsse und Samen sowie vegane Alternativprodukte für Fleisch-, Eier- und Fischprodukte, auf 20 Prozent. Der Anteil alternativer Molkereiprodukte wird auf 10 Prozent erhöht werden. Lidl in Deutschland ist an einer branchenübergreifenden Methodik zur Berechnung des Proteinverhältnisses interessiert und wird sich dafür einsetzen.

**2. Bevorzugt Soja aus der Europäischen Union einsetzen:** Wo der Einsatz von Soja unvermeidbar ist, bevorzugen wir diesen Rohstoff aus der Europäischen Union. Als Partner der Organisation Donau Soja, deren Präsidium die Lidl Stiftung seit 2021 angehört, unterstützen wir den nachhaltigeren Anbau in der Donauregion. Seit 2019 wurde im Rahmen der Proteinpartnerschaft, gemeinsam mit Donau Soja und Europe Soya, die Produktion von rund 550.000 Tonnen gentechnikfreien, in Europa angebauten Soja sichergestellt. Bei den Fleischersatzprodukten unserer veganen Eigenmarke Vemondo stammt das Soja ausschließlich aus deutschem oder zertifiziertem europäischem Ursprung.

**3. Langfristige Umstellung auf zertifiziertes und segregiertes Soja:** Solange der Rohstoff von außerhalb der EU importiert werden muss, bleibt es das Ziel, auf zertifiziertes, gentechnikfreies und nachhaltig produziertes Soja umzustellen. Wo dies noch nicht mit segregierten Warenströmen der Fall ist, gleichen wir die Sojamenngen über den Kauf von Zertifikaten in einer Proteinpartnerschaft mit Donau Soja aus. In der Warengruppe Frischgeflügel konnten wir bereits unser Hähnchen- und Putenfleisch-Sortiment bei nahezu allen Lieferanten auf segregierte, zertifizierte Futtermittel umstellen. Auch bei der Fütterung von Zuchtlachs kommt bereits gentechnikfreies, zertifiziertes Soja zum Einsatz. Auch in anderen Warengruppen wie Frischfleisch und Tiefkühlfisch planen wir den Anteil auszubauen.

- (3) **Maßnahmen:** *Was macht die Organisation/das Unternehmen konkret, um die Ziele zu erreichen?*



Lidl in Deutschland hat sich das Ziel gesetzt, dass in der Nutztierhaltung zu 100 % auf eine gentechnikfreie und nachhaltige Fütterung umgestellt wird. Um dies erreichen zu können, wurden in den Bereichen Mapping, Produktionsstandards und Einsatz von alternativen Futtermitteln folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Seit 2019 erfassen wir jährlich die Mengen und den Zertifizierungsstatus des eingesetzten Soja in Futtermitteln, das bei der Erzeugung tierischer Produkte eingesetzt wird. Darüber hinaus bemühen wir uns auch um steigende Lieferkettentransparenz und die Information zu Sojaherkünften im Ursprung.
- Seit 2016 setzt Lidl in Deutschland bei Frischmilch auf gentechnikfreie Fütterung, die Produkte werden mit dem „Ohne Gentechnik“-Siegel gekennzeichnet. Mittlerweile haben wir gentechnikfreie Fütterung für nahezu das gesamte Sortiment unserer Molkereiprodukte umgesetzt. Auch bei Frischeiern und Frischgeflügel kommen ausschließlich gentechnikfreie Futtermittel zum Einsatz.
- Seit 2019 kompensieren wir die Mengenäquivalente an Soja, das als Futtermittel für tierische Produkte verwendet wird und nicht segregiert bezogen werden kann, über die Zertifizierungssysteme von Donau Soja/Europe Soya. Gemeinsam mit den Bereichen, die bereits einen segregierten Warenfluss etabliert haben, stellen wir somit einen nachhaltigeren Sojaanbau für die gesamte Menge des Sojafußabdrucks für Lidl in Deutschland sicher.
- 2023 hat sich Lidl in Deutschland das Ziel gesetzt den Anteil pflanzlicher Proteine am Sortiment zu erhöhen. Hierfür wurden die Preise für das nahezu gesamte vegane Eigenmarke-Sortiment Vemondo an vergleichbare Produkte tierischen Ursprungs angepasst. Weiterhin bauen wir die vegane Eigenmarke Vemondo weiter aus.
- Bis 2025 sollen Bio- und Bioland-Artikel zehn Prozent des Gesamtsortiments ausmachen. Durch die Vorgaben an das Futtermittel im EU-Bio und noch stärker im Bioland-Standard fördern wir so den Anbau von heimischem/EU Futtermittel.
- Wir arbeiten mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette zusammen, um Futtermittellieferketten nachhaltiger zu gestalten. Daher engagieren wir uns in Branchendialogen wie dem FONEI, arbeiten an branchenweiten Lösungen mit wie dem QS Soja Plus Modul und setzen uns z.B. durch die Unterzeichnung des Cerrado Manifest auch auf politischer Ebene für nachhaltigere Lieferketten ein.
- Details zur Einkaufspolitik für entwaldungs- und umwandlungsfreie Lieferketten von Lidl können [hier](#) eingesehen werden.

**(4) Indikatoren zur Zielerreichung:** *Anhand welcher weiterer Indikatoren kann die Zielerreichung überprüft werden?*

Wir messen, unterstützt durch externe Partner, die Zielerreichung durch die jährlichen Soja-Mappings. Durch den so ermittelten Anteil des eingesetzten zertifizierten oder segregierten Sojas für tierische Erzeugnisse sowie die Kompensation der nicht zertifizierten Anteile durch Donau Soja Proteinpartnerschaften stellen wir bereits für unseren gesamten Sojafußabdruck einen nachhaltigeren Sojaanbau sicher. Ferner soll die Quote segregierten Sojas weiter erhöht werden.

Bad Wimpfen,  
16.04.2024

Alexander Liedke  
Bereichsleiter Einkauf CSR

Christoph Graf  
Geschäftsleitungsmitglied Einkauf