



Neckarsulm, 15. November 2019

Menschenrechte in der Lieferkette: Lidl tritt ACT bei

Lidl engagiert sich für existenzsichernde Löhne in Produktionsländern von Textilien

Lidl tritt der Initiative Action Collaboration Transformation (ACT) bei. Eine entsprechende Absichtserklärung mit internationaler Gültigkeit hat das Unternehmen jetzt unterzeichnet. Damit trägt Lidl dazu bei, existenzsichernde Löhne für Arbeiter in Produktionsländern der Textilindustrie sicherzustellen und so die Menschenrechte in der Lieferkette weiter zu stärken.

„Wir stehen als großer Textil-Einzelhändler zu unserer Verantwortung, Menschenrechte in unseren Lieferketten durchzusetzen. Unsere Kunden erwarten zu Recht gute und bezahlbare Kleidung bei fairen Produktionsbedingungen für Menschen, die diese Waren herstellen. Daher engagieren wir uns seit langem in verschiedenen Initiativen wie etwa dem Textilbündnis und mit vielen Maßnahmen wie beispielsweise Trainingsprogrammen für Textilhersteller. Der Beitritt zu ACT ist nun das richtige Signal, Lohngerechtigkeit gemeinsam mit allen beteiligten Stakeholdern noch wirkungsvoller anzugehen“, erläutert Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland.

Branchenweites Abkommen für existenzsichernde Löhne

ACT ist ein Abkommen zwischen globalen Marken, Händlern, Gewerkschaften und Regierungen mit dem Ziel, existenzsichernde Löhne in Betrieben der Bekleidungs-, Textil- und Schuhindustrie sicherzustellen. Als existenzsichernd gilt ein Lohn, der die Lebenshaltungskosten von Arbeitern und ihren unmittelbaren Familienangehörigen abdeckt, ein ausreichend frei verfügbares Einkommen beinhaltet und innerhalb der regulären gesetzlichen Arbeitszeiten – ohne Überstunden – verdient wird. ACT ist derzeit aktiv in Kambodscha und ist mit weiteren Produktionsländern im Gespräch.

Frank Hoffer, Executive Director bei ACT, begrüßt den Beitritt von Lidl: „Die Beteiligung von Unternehmen wie Lidl ist besonders wichtig, da Lidl ein hohes Bezugsvolumen und großen Einfluss auf Zulieferer in Asien hat. ACT-Mitglieder wollen gemeinsam durch verbesserte Einkaufspraktiken das Menschenrecht auf existenzsichernde Löhne in der Bekleidungsindustrie durchsetzen und den notwendigen Wandel einer Industrie anstreben, deren Veränderung schon seit langem überfällig ist.“

ACT als Teil einer nachhaltigen Lidl-Einkaufspolitik in der Textillieferkette

Lidl setzt sich bereits seit Jahren für eine nachhaltigere Textillieferkette ein. So bildet ein „Code of Conduct“ die Grundlage für Geschäftsbeziehungen mit Vertragspartnern, in dem soziale und ökologische Mindeststandards der Zusammenarbeit geregelt werden. Darüber hinaus ist das Unternehmen seit 2007 Mitglied von „amfori BSCI“ und Gründungsmitglied des „Bündnis für nachhaltige Textilien“. Mit der Unterstützung des Cradle-to-Cradle-Ansatzes, der Zusammenarbeit mit der GIZ für das Trainingsprojekt PURE oder der Zusammenarbeit mit Save The Children zur Prävention von Kinderarbeit beispielsweise engagiert sich Lidl für Lösungen an allen Brennpunkten in der



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 15. November 2019

Textilindustrie. Zudem bietet das Unternehmen Fairtrade-zertifizierte und mit dem Global Organic Textile Standard ausgezeichnete Textilien an. Zukünftig wird Lidl auch Artikel wie beispielsweise Baby-Kleidungsstücke der Eigenmarke „lupilu“ oder Bettwäsche der Eigenmarke „meradiso“ durch den „Grünen Knopf“ zertifizieren lassen.

Weitere Informationen unter:

<https://www.lidl.de/de/sortiment-verantwortung-in-der-nonfood-lieferkette/s7377409>

https://www.lidl.de/de/asset/other/16201_FLY_Positionspapier_Sorgfaltspflicht_A4_DE_online_102019.pdf

Über Lidl Deutschland:

Das Handelsunternehmen Lidl gehört als Teil der Unternehmensgruppe Schwarz mit Sitz in Neckarsulm zu den führenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und Europa. Aktuell ist Lidl in 32 Ländern präsent und betreibt rund 10.800 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 83.000 Mitarbeiter in rund 3.200 Filialen täglich für die Zufriedenheit der Kunden. Dynamik in der täglichen Umsetzung, Leistungsstärke im Ergebnis und Fairness im Umgang miteinander kennzeichnen das Arbeiten bei Lidl. Seit 2008 bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte aus verschiedenen Kategorien, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. Das Angebot des Lidl-Onlineshops wird ständig erweitert und umfasst derzeit rund 30.000 Artikel. Als Discounter legt Lidl Wert auf ein optimales Preis-Leistungsverhältnis für seine Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln. Dabei übernimmt Lidl Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt und fokussiert sich im Bereich Nachhaltigkeit auf fünf Handlungsfelder: Sortiment, Mitarbeiter, Umwelt, Gesellschaft und Geschäftspartner. Lidl hat im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz in Höhe von 81,2 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 22,7 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf lidl.de.