

Neckarsulm, 23. Juni 2020

Lidl und Kaufland verzichten als erste Handelsunternehmen mit ihren Fleisch- und Geflügellieferanten und in der eigenen Produktion zukünftig auf Werkverträge

Lidl und Kaufland setzen ein wichtiges Zeichen für mehr Verantwortung und bessere Arbeitsbedingungen in der Lieferkette: Beide Unternehmen haben heute mit ihren Frischfleisch- sowie Frischgeflügel-Lieferanten vereinbart, ab spätestens Januar 2021 auf Werkverträge mit Dritten in den Kernprozessen Schlachtung, Zerlegung sowie Verpackung zu verzichten. Die Entscheidung, zukünftig kein Frischfleisch und -geflügel in der Festlistung von Lieferanten mit laufenden Werkverträgen anzunehmen, wurde in beiden Unternehmen seit einiger Zeit diskutiert, die jüngsten Ereignisse haben zu dem konsequenten Schritt geführt.

Kaufland hat in seinen Fleischwerken bereits vor einigen Jahren begonnen, auf Werkverträge zu verzichten, die letzten zwei Verträge werden aktuell umgestellt. Ab Januar 2021 wird es auch bei Kaufland keine Werkverträge in der Fleischproduktion mehr geben. Allen Mitarbeitern, die bisher im Rahmen von Werkverträgen beschäftigt waren, bietet Kaufland unbefristete Arbeitsverträge an.

Folgende Lieferanten von Lidl und Kaufland haben ihre Unterstützung zugesagt: Westfleisch SCE mbH, Tönnies Unternehmensgruppe, Willms Fleisch, Landgeflügel, Heidemark GmbH, Hubers Landhendl GmbH, Plukon Food Group Deutschland, Baumann GmbH, Schiller Fleisch, Wiesenhof.

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 von Lidl-Eigenmarken und Marken aus verschiedenen Kategorien und Preissegmenten, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. 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.