



Bad Wimpfen, 11. Oktober 2023

Gleichberechtigung auf dem Teller: Lidl in Deutschland gleicht die Preise für vegane Artikel der Eigenmarke Vemondo an

Frische-Discounter erleichtert Kunden Zugang zu pflanzenbasierten Produkten ohne finanzielle Unterschiede

Anfang des Jahres haben sich die Unternehmen von Lidl mit einer gemeinsam erarbeiteten Strategie für Bewusste Ernährung ganzheitliche, verbindliche Ziele gesetzt, um den Kunden das beste Angebot für eine bewusste und nachhaltige Lebensweise zum gewohnt günstigen Lidl-Preis zu bieten. Ein Baustein dieser Maßnahmen, für die sich Lidl an den wissenschaftlichen Erkenntnissen der Planetary Health Diet orientiert, ist dabei unter anderem der Ausbau des pflanzlichen Sortiments und die Transparenz hinsichtlich der Anteile tierischer und pflanzenbasierter Proteinquellen. Hierfür geht Lidl in Deutschland nun den nächsten, bedeutsamen Schritt.

Der Lebensmitteleinzelhändler ist davon überzeugt, dass ein bewusster und nachhaltiger Konsum nur in die Breite getragen werden kann, wenn die darauf einzahlende Ernährung für alle erschwinglich und leichter zugänglich ist. Bisher sind vegane Alternativprodukte im Lebensmitteleinzelhandel deutlich teurer als tierische Vergleichsprodukte. Das möchte Lidl in Deutschland ändern und sorgt ab sofort für Gleichberechtigung auf dem Teller. Der Lebensmitteleinzelhändler gleicht die Preise für nahezu das gesamte Sortiment der veganen Lidl-Eigenmarke Vemondo an vergleichbare Produkte tierischen Ursprungs an. Dadurch sind ein Großteil der Vemondo-Produkte künftig zum gleichen Grundpreis erhältlich wie ihre tierischen Vergleichsprodukte.

Damit bietet der Lebensmitteleinzelhändler nicht nur für Vegetarier und Veganer ein attraktives Angebot, sondern spricht ausdrücklich auch alle Flexitarier an, die sich nachhaltiger ernähren möchten: Mit einem einfacheren Zugang zu pflanzenbasierten Produkten, ohne dafür mehr bezahlen zu müssen. Immer mehr Menschen in Deutschland ernähren sich laut einer repräsentativen Umfrage des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH) flexitarisch. 41 Prozent der Befragten gaben demnach an, Flexitarier zu sein und nur gelegentlich Fleisch zu essen. Zudem würden 43 Prozent mehr pflanzliche Lebensmittel kaufen, wenn diese günstiger angeboten werden würden.

„Mit der Preisanpassung unserer Vemondo-Produkte möchten wir Kunden vermehrt dazu einladen, die pflanzlichen Alternativen auszuprobieren - ohne, dass dabei der Preis das ausschlaggebende



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 11. Oktober 2023

Kriterium ist“, erklärt Christoph Graf, Geschäftsleiter Ware der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG. „Nur, wenn wir unseren Kunden eine immer bewusstere und nachhaltigere Kaufentscheidung und faire Wahl ermöglichen, können wir die Transformation zu einer zukunftsfähigen Ernährung mitgestalten. Dazu gehört für uns gleichermaßen, im aktiven Dialog mit unseren Partnern in der deutschen Landwirtschaft zu bleiben und unser tierisches Sortiment hinsichtlich Transparenz und Haltungsformen kontinuierlich weiterzuentwickeln.“

Mit dem Ziel, den Weg zu einer stärker pflanzenbasierten Ernährung zu erleichtern, hat Lidl bereits 2020 seine vegane Eigenmarke Vemondo eingeführt. Mittlerweile umfasst das vegane Sortiment über 100 Vemondo-Artikel sowie bis zu 650 vegane Produkte, je nach Saison und Aktionsangeboten. Für eine bessere Orientierung und leichteren Zugang finden Kunden die jeweiligen Vemondo-Produkte in allen über 3.250 Lidl-Filialen im direkten Umfeld der tierischen Pendanten platziert.

Transparenz und konkrete Ziele zum Proteinverhältnis

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)¹. 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.

Weitere Informationen zum Proteinverhältnis erhalten Sie im neuen Fortschrittsbericht zur Nachhaltigkeit für das Geschäftsjahr 2022 unter [lidl.de/Fortschrittsbericht](https://www.lidl.de/Fortschrittsbericht).

Mehr Informationen zur Proteinstrategie unter www.lidl.de/Proteinstrategie.

Weitere Informationen zu Lidl in Deutschland finden Sie [hier](#).

¹ [2023 Neugewichtung von tierischen und pflanzlichen Schlüsselprodukten.pdf \(wwf.ch\)](#)