



## PRESSEINFORMATION

---

Berlin, 12. April 2024

### **Lidl lädt zum Dialog: Wie gelingt der Übergang zur gesunden und nachhaltigen Proteinversorgung?**

- **Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft diskutieren in Berlin über die Proteintransformation**
- **Nachfrage nach pflanzlichen Produkten steigt um über 30 Prozent**

Wie sieht die Proteinversorgung der Zukunft aus? Wie erreichen wir mehr Tierwohl? Was erwartet die Gesellschaft von den Akteuren der Lebensmittelkette? Auf Einladung von Lidl in Deutschland kamen am Mittwoch in Berlin rund 110 Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zusammen, um Antworten auf diese und weitere Fragen im Rahmen des Gesprächsformats „Lidl im Dialog“ zu finden.

Mit der Begrüßung der anwesenden Gäste eröffnete Jan Bock, stellvertretender Geschäftsleitungsvorsitzender der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG., den Abend und leitete in das Thema der Veranstaltung ein. Als Lebensmitteleinzelhändler mit über 3.250 Filialen erreicht Lidl täglich Millionen Kunden in Deutschland und trägt mit einer großen Vielfalt an Produkten des täglichen Bedarfs zu deren Ernährung bei. Dieser Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt sei sich Lidl bewusst, betont Bock auf der Veranstaltung und erläutert die Proteinstrategie des Frische-Discounters sowie die ambitionierten Ziele im Rahmen der Strategie für Bewusste Ernährung, mit denen Lidl die Transformation für eine zukunftsfähige Ernährung aktiv vorantreibt. Dazu gehört die Vorreiterrolle, die Lidl beim Ausbau des pflanzlichen Sortiments und der transparenten Offenlegung des Verhältnisses von pflanzlichen zu tierischen Proteinquellen im Sortiment einnimmt. Zudem hat der Lebensmitteleinzelhändler erfolgreich die Preise für das Sortiment der veganen Lidl-Eigenmarke Vemondo an vergleichbare Produkte tierischen Ursprungs angeglichen. Lidl freut sich über eine positive Resonanz der Kunden, die mit einem Anstieg der verkauften veganen Artikel um über 30 Prozent seit der Preisanpassung vor einem halben Jahr einhergeht. Die jeweiligen Vemondo-Produkte sind nun bewusst neben den tierischen Pendanten platziert, um den Kunden eine bessere Orientierung und einen leichteren Zugang zu bieten. Parallel entwickelt sich auch das Fleischsortiment hinsichtlich der Tierwohlstandards konsequent weiter: Lidl wird beispielsweise frisches Rindfleisch komplett auf die Haltungsstufen 3 und 4 umstellen. Darüber hinaus verfolgt Lidl konsequent das Ziel, die heimische Landwirtschaft zu stärken und tierische Produkte sowie Obst und Gemüse möglichst gänzlich aus Deutschland zu beziehen.

Dr. Christine Chemnitz, Direktorin des Thinktank Agora Agrar, erläuterte in einem Keynote-Vortrag die Potenziale eines reduzierten Konsums tierischer Produkte, um zu gesellschaftlich vereinbarten



## PRESSEINFORMATION

---

Berlin, 12. April 2024

Nachhaltigkeitszielen wie Klimaneutralität und den Schutz der Biodiversität beizutragen. Zudem stellte sie dar, wie sich dieser veränderte Konsum auf die Landwirtschaft in Deutschland und der EU auswirken würde. Eva Bell, Abteilungsleiterin im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), erläuterte unter anderem die Ernährungsstrategie der Bundesregierung und hob die Bedeutung pflanzlicher Proteine für eine Ernährung innerhalb der planetaren Grenzen hervor. In der anschließenden Podiumsdiskussion diskutierten Eva Bell, Dr. Gereon Schulze Althoff, Geschäftsführer der Tönnies Unternehmensgruppe, Christoph Graf, Geschäftsleiter Einkauf der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG., Hendrik Haase, Publizist und Berater, sowie Dr. Katharina Riehn, Vizepräsidentin Deutsche-Landwirtschaftsgesellschaft (DLG), wie der Anteil pflanzenbasierter Proteinquellen gesteigert, nachhaltiger Konsum in die Breite getragen und das Thema Tierwohl weiterentwickelt werden kann.

Die Zuschauer konnten sich aus dem Publikum sowie digital über die Chat-Funktion des Livestreams der Veranstaltung mit ihren Fragen einbringen. Die Antwort auf die Fragestellung des Abends, da waren sich die Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft einig, ist, dass alle Akteure vom Erzeuger über den Handel bis zum Konsumenten sowie die Politik für die Proteintransformation an einem Strang ziehen und ihren Beitrag leisten müssen.

„Aus der heutigen Diskussion nehmen wir mit, dass der Übergang zu einer gesunden und nachhaltigen Proteinversorgung große Chancen aber auch Herausforderungen für alle Beteiligten der Lebensmittelkette eröffnet. Die Proteintransformation ist ein wichtiger und langfristiger Prozess, der in der Bevölkerung und der Wirtschaft auf großes Interesse stößt“, fasste Jan Bock den Dialog zusammen. „Bei Lidl gestalten wir diesen Wandel mit, indem wir unseren Kunden eine immer bewusstere und nachhaltigere Kaufentscheidung ermöglichen, die für alle erschwinglich und leicht zugänglich ist. Auch zukünftig werden wir den Ausbau eines nachhaltigeren Sortiments konsequent vorantreiben und entsprechende Maßnahmen umsetzen.“

Mehr Informationen zur Proteinstrategie unter [www.lidl.de/Proteinstrategie](http://www.lidl.de/Proteinstrategie).

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