

HEUTE FÜR MORGEN HANDELN



Lidl lohnt sich

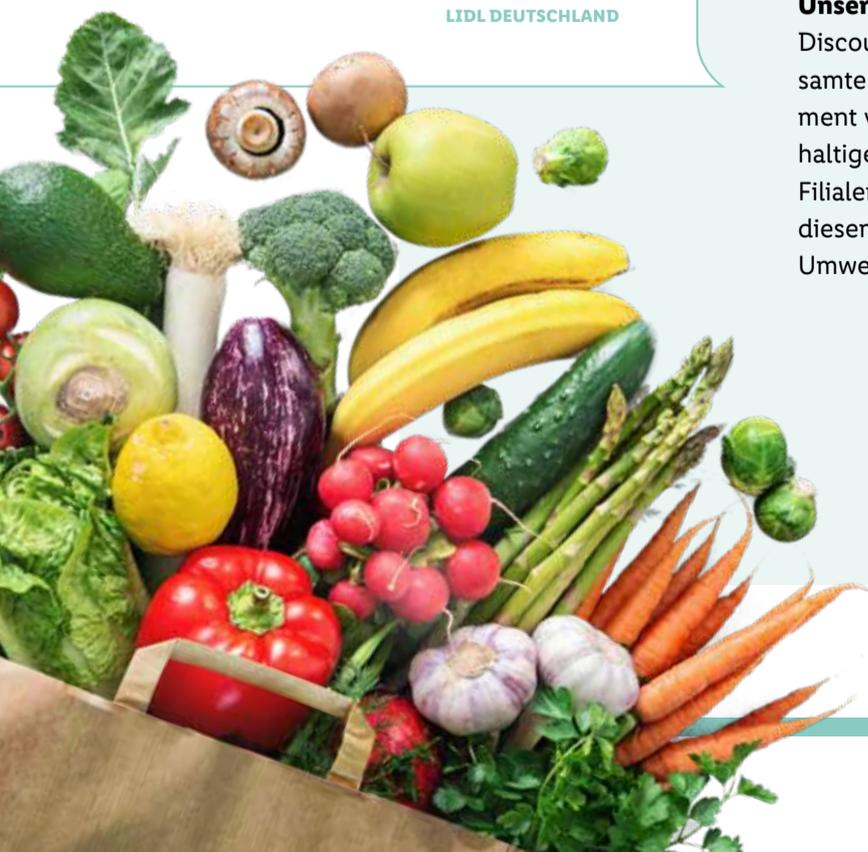
FORTSCHRITTSBERICHT
ZUR NACHHALTIGKEIT BEI LIDL
GESCHÄFTSJAHR 2018

„Wir richten unsere gesamte Wertschöpfungskette an dem Ziel aus, nachhaltigster Discounter in Deutschland zu werden.“

MATTHIAS OPPITZ
VORSITZENDER DER GESCHÄFTSLEITUNG
LIDL DEUTSCHLAND

Nachhaltigkeit ist Teil der Lidl-DNA. Vergangenes Jahr haben wir den ersten Nachhaltigkeitsbericht „Heute für morgen handeln“ veröffentlicht und unsere Leistungen transparent gemacht. Ein Jahr später lohnt es sich, einen Blick auf die Fortschritte zu werfen, die wir bei der Umsetzung unserer Strategie für ein besseres Morgen erzielen. Lidl und Bioland sind eine spannende Partnerschaft eingegangen, die eine lebenswerte Zukunft fest im Blick hat. Auch unsere Partner von Save the Children kommen in dem Fortschrittsbericht zu Wort. Zudem beleuchten wir, wie sich die Reduktionsstrategie bei Zucker und Salz sowie der branchenweit einzigartige Recyclingkreislauf unserer PET-Getränkeflaschen entwickelt. Wir wollen heute für morgen handeln. Lidl lohnt sich – wie auch das Lesen des Fortschrittsberichts, den Sie in Händen halten.

Unsere CSR-Vision lautet: Wir wollen der nachhaltigste Discounter in Deutschland werden. Wir richten unsere gesamte Wertschöpfungskette an diesem Ziel aus. Das Sortiment von Lidl soll beispielsweise den Menschen eine nachhaltige und bewusste Lebensweise ermöglichen. Unsere Filialen, Logistikzentren und die Verwaltung arbeiten nach diesem Zielbild. Wir wollen für das Wohl von Mitarbeitern, Umwelt und Gesellschaft einen positiven Beitrag leisten.



„Es macht einfach Spaß, den Pflanzen hier beim Wachsen zuzusehen. Wir sehen sie als persönliche Zöglinge.“

JULIA BORRMANN-WESELS,
BIOLAND-KRÄUTERGÄRTNERIN
AUS PAPPENBURG



BIO – FÜR ALLE

Bioland und Lidl – die Allianz funktioniert. Das zeigen immer mehr Produkte mit dem hohen Biostandard in den Filialregalen von Lidl. Das zeigt aber auch ein Besuch bei einem unserer Lieferanten, der Kräutergärtnerei der Familie Borrmann.

1 ROHSTOFFE UND LANDWIRTSCHAFT



2 LIEFERKETTE UND VERARBEITUNG



„OBERSTES ZIEL IST DER SCHUTZ VON KINDERN“




Save the
Children

Das Ziel des 2016 von der Bundesregierung verabschiedeten Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte lautet: Menschenrechte entlang der globalen Lieferketten zu schützen. Auch für Lidl ist es eine der drängendsten Herausforderungen, die komplexen Lieferketten des Handelsunternehmens menschenrechtskonform und somit frei von Kinderarbeit zu gestalten. Die Lidl-Partnerschaft mit Save the Children ist dabei ein wichtiger Schritt. Die Nichtregierungsorganisation schult im Auftrag von Lidl Lieferanten beim Thema Prävention von Kinderarbeit vor Ort in den Produzentenländern. Begonnen hat das Engagement in der Textilindustrie, inzwischen werden die Lieferanten der Lieferanten geschult. Maria Schuster und Ralf Walther von Save the Children sowie Janna Bruins von Lidl International erläutern in der Online-Version dieses Berichts, warum das Projekt bei den Lieferanten positiv angenommen und ausgeweitet wird.



Bei Papenburg im Emsland umweht den Besucher plötzlich der Duft von frischen Kräutern. Zitronenmelisse mischt sich da mit würzigem Majoran, kühler Minze und Basilikum. Mit geschlossenen Augen könnte man fast meinen, in den Hügeln der Provence zu stehen. Dabei hat man nur eines der hochmodernen Glashäuser von Gartenbau Borrmann betreten, einer Bio-Kräutergärtnerei in Niedersachsen mit 3,5 Hektar „unter Glas“.

„Zuerst kommt der intensive Duft, dann stauen die meisten über unsere bis zu fünf Meter hohen Glashäuser“, sagt Bioland-Gärtnerin



Julia Borrmann-Wessels beim Rundgang durch den Betrieb. Ihr Vater Reiner hat die ehemalige Gärtnerei auf Kräuteranbau ausgerichtet. Ab 2008 hat der mittelständische Betrieb dann auf einen der höchsten Biostandards in Deutschland umgestellt – Bioland. Keine Gentechnik, kein synthetischer Stickstoffdünger, keine chemisch-synthetischen Pestizide und kein behandeltes Saatgut.

Die Partnerschaft mit Lidl bringt Bio in Deutschland voran

Zwei Generationen arbeiten in den Glashäusern der Borrmanns, in denen man sich zwischen langen Topfreihen per Fahrrad bewegt. Aufgrund der Zusammenarbeit zwischen Bioland und dem Discounter liefert die Familie seit 2018 auch an Lidl, einen der größten Einzelhändler Deutschlands. „Für uns ist es erfreulich, wenn dadurch mehr Kunden Zugang zu Bio-Produkten haben. Die Kooperation mit Lidl bedeutet für uns aber auch schlicht gestiegenen Absatz“, sagt Borrmann-Wessels.

Auf den Regalen regionaler Reformhäuser und jetzt auch auf den Frischepodesten eines großen Discounters. Was macht das mit einer vergleichsweise kleinen Kräutergärtnerei? „Wir machen keine Abstriche bei der Qualität. Bioland-Qualität bleibt unser Thymian oder Schnittlauch auch auf dem Regal eines Discounters“, sagt Borrmann-Wessels. Als Mitglied stützt sie die Strategie des Bioland-Verbandes. Allianzen mit so wirkungsvollen Vertriebskanälen wie Lidl könnten letztlich noch mehr Landwirte und Bauern für den hohen Qualitäts-

standard interessieren und Bio in Deutschland weiter voranbringen. „Das dürfte, so vermute ich, für viele den Anreiz erhöhen, umzustellen“, sagt die Kräutergärtnerin.

Nützlinge gehen für die Borrmanns jagen

Bioland ist auch Hightech. Die grüne Pracht in den Emsländer Glashäusern ist das Ergebnis technisch ausgereifter Produktionsbedingungen. Ein Computer steuert das Klima. Geschlossene Bewässerungssysteme fluten exakt die riesigen Flächen mit Kräutertöpfen, um etwa pflanzlichen Dünger aus Algen zu verabreichen. Nützlinge, wie zum Beispiel Florfliegenlarven kommen zum Einsatz gegen Blattläuse und Spinnmilben. Leise summen in den Glashäusern auch Schlupfwespen, die für die Borrmanns auf die Jagd nach Schädlingen gehen.

Schnittlauchbrot direkt aus dem Glashaus

Als Saatgut oder Steckling sprießen Petersilie, Oregano und Co. jeweils ca. zehn Wochen bei den Borrmanns. Dann geht es in die Regale bei Lidl oder in einen Bioladen der Region. Ein kleiner Teil der bei den Borrmanns produzierten Kräutertöpfe bleibt aber immer auch bei den Bioland-Gärtnern im Emsland. „Wenn wir hier zusammen frühstücken, gibt es frisch geschnittenen Schnittlauch. Das auf's Brot – herrlich!“

3 BETRIEB UND PROZESSE



4 KUNDEN UND GESELLSCHAFT



ZU 100 PROZENT SEHEN WIR UNS WIEDER, „SASKIA“

Plastik ist Müll und landet im Meer? Zu kurz gedacht. Wer Plastikflaschen zur Wiederverwertung zurückbringt, handelt nachhaltig. Die 1,5-Liter-Flasche mit stillem Mineralwasser der Lidl-Eigenmarke „Saskia“ besteht inzwischen zu 100 Prozent aus wiederverwertetem Kunststoff (bezieht sich auf die Flasche ohne Verschlusskappe und Etikett). Das Recyclingsystem „Einweg mit Pfand“ von Lidl hat einen Kreislauf in Gang gesetzt, der bisher schon 260.000 Tonnen Rohstoff, große Mengen Energie und damit CO₂ eingespart hat. Während typische PET-Einwegflaschen heute durchschnittlich

aus 28 Prozent Recyclingmaterial bestehen, enthalten die „Saskia“- und „Freeway“-Flaschen von Lidl bereits jetzt mindestens 50 Prozent. Zusammen mit der erzielten Gewichtsreduktion spart das insgesamt jährlich 40.000 Tonnen neues PET. Bis 2025 will der Discounter bei allen Verpackungen ein Fünftel weniger Plastik einsetzen. Das Recyclingsystem reduziert den Einsatz von neuem Plastik, schützt die Umwelt und zahlt auf die Plastikstrategie REset Plastic der Schwarz Gruppe ein.

100%

wiederverwerteter Kunststoff bei „Saskia“ 1,5-Liter-Flasche mit stillem Mineralwasser eingesetzt.



520 t

Zucker konnten bislang eingespart werden.

SALZ, ZUCKER, SALZ, ZUCKER, SALZ, ZUCKER

Zug um Zug verringert Lidl die beiden wichtigen Produktzutaten Zucker und Salz. Beide machen Lebensmittel geschmacklich attraktiv – belasten im Übermaß jedoch die Gesundheit. Die Kunst ist es, bei der Reduktion den Geschmack und die Haltbarkeit der Lebensmittel zu erhalten. Deshalb arbeiten die Experten von Lidl ständig an neuen Lösungen. Zum Beispiel überschritt im Februar die Gesamtmenge eingesparten Zuckers in den Molkereiprodukten der Lidl-Eigenmarke

„Milbona“ stattliche 520 Tonnen. Und auch Salz wird in immer größerem Maß in den Lebensmitteleigenmarken reduziert – etwa in Pizza oder Würstchen. Damit Lidl sein Ziel erreicht, bis 2025 die Menge an zugesetztem Salz und Zucker in den Eigenmarken um 20 Prozent zu senken, arbeiten Experten in der Abteilung Qualitätssicherung kontinuierlich an der ganzheitlichen Reformulierung von Produktrezepturen.

Lidl-Nachhaltigkeitsstrategie 2030

Wir wollen der nachhaltigste Discounter Deutschlands werden. Damit wir dieses Ziel erreichen, reden wir nicht nur über wesentliche Herausforderungen, sondern handeln – und das täglich. Entlang von vier Wertschöpfungsstufen haben wir Ziele bis 2030 abgeleitet und mit Maßnahmen sowie Kennzahlen hinterlegt. Nachfolgend eine Auswahl an kurz- und langfristigen Zielen, die wir in den kommenden Jahren erreichen wollen:

ROHSTOFFE UND LANDWIRTSCHAFT

Tierwohl steigern – Vielfalt fördern



NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT

Wir wollen ab 2030 ausgewählte landwirtschaftliche Rohstoffe aus nachhaltiger Erzeugung beziehen.



Mind. 10% des Festsortiments in Bio- bzw. Bioland-Qualität bis 2025, um eine nachhaltige Landwirtschaft zu fördern

ARTENVIELFALT

Wir wollen bis 2025 Artenvielfalt und -schutz zusammen mit Partnern fördern und langfristig mehr Lebensraum schaffen.



Gemeinsam mit Partnern Erhöhung des Lebensraums für Insekten insgesamt sowie bei Lieferanten und Produzenten auf 5 Mio. Quadratmeter bis 2025

LIEFERKETTE UND VERARBEITUNG

Ressourcen schonen – Fairness leben



WENIGER PLASTIK & MEHR RECYCLING

Wir wollen bis 2030 die Auswirkungen auf die Umwelt und die Menschen bei der Erzeugung und Produktion sowie bei dem Gebrauch und der Entsorgung unserer Produkte verbessern.



20% Reduktion des Plastikeinsatzes bei unseren Eigenmarken bis 2025



100% Recyclingfähigkeit bei Kunststoffverpackungen der Eigenmarken bis 2025

BETRIEB UND PROZESSE

Effizienz steigern – Mitarbeiter fördern



LEBENSMITTEL

Wir reduzieren bis 2025 die Lebensmittelverschwendung um 30 %.



Reduzierung des organischen Abfalls um 30% bis 2025

MITARBEITER FÖRDERN

Wir verankern bis 2022 die stetige persönliche Weiterentwicklung fest in unserer Unternehmenskultur, sodass alle Mitarbeiter bestmögliche Ergebnisse bei ihren Aufgaben erreichen können.



Zugang für alle Mitarbeiter zu spezifischen Qualifizierungs- und/oder Weiterbildungsmöglichkeiten

KLIMASCHUTZ

Wir wollen bis 2030 alle unsere Immobilien klimaneutral betreiben.



Ausschließlicher Einsatz von natürlichen Kältemitteln in allen Kältekomponenten bis 2030

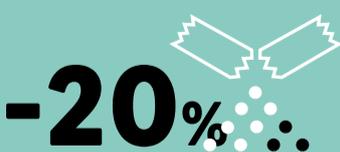
KUNDEN UND GESELLSCHAFT

Transparenz schaffen – Verantwortung leben



BEWUSSTE ERNÄHRUNG

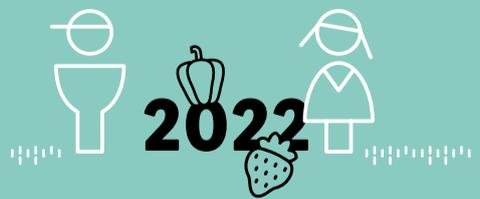
Wir wollen bis 2025 der Discounter sein, der seinen Kunden das beste Angebot für eine bewusste und nachhaltige Lebensweise macht.



Bis 2025 absatzgewichtete Reduzierung von zugesetztem Zucker und Salz im Eigenmarkensortiment um 20%

CHANCENGERECHTIGKEIT

Wir wollen bis 2025 der Discounter sein, der sich aktiv und vor Ort in Deutschland für mehr Chancengerechtigkeit einsetzt.



Förderung der Ernährungsbildung bei Kindern, Jugendlichen und Familien bis 2022

IMPRESSUM

Herausgeber und Verfasser: Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Abteilung CSR/Nachhaltigkeit, Rötzelstr. 30, 74166 Neckarsulm
Kontakt: Tel.: 07132/30-6090, E-Mail: csr@lidl.de



www.blauer-engel.de/uz195

Dieses Druckerzeugnis wurde mit dem Blauen Engel ausgezeichnet.



LIDL.DE/VERANTWORTUNG

UNSER FORTSCHRITT 2018

Wie weit wir auf unserem Weg hin zum nachhaltigsten Discounter Deutschlands schon gekommen sind, kommunizieren wir jährlich transparent. Dabei orientieren wir uns auch in diesem Jahr wieder an den Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Hier ein Update unserer wichtigsten, steuerungsrelevanten Kennzahlen:



BETRIEB UND PROZESSE

ENERGIE UND EMISSIONEN

DIREKTER ENERGIEVERBRAUCH NACH PRIMÄRQUELLEN IN MEGAWATTSTUNDEN (MWH)^{1,2}	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018	
Direkter Energieverbrauch	258.099	257.886	262.639	↗
Erdgas	239.941	236.337	241.049	
Flüssiggas ³	1.584	1.584	1.584	
Heizöl	9.013	9.015	6.942	
Dieselmotoren ⁴	7.183	7.044	6.920	
Erneuerbare Quellen (Fotovoltaik) ⁵	379	3.907	6.144	
Indirekter Energieverbrauch	1.097.103	1.088.228	1.041.225	↘
Elektrische Energie (Strom)	1.090.523	1.081.768	1.034.885	
Fernwärme	6.580	6.460	6.340	
Summe direkter und indirekter Energieverbrauch⁶	1.355.203	1.346.114	1.303.864	↘
Verkauf erneuerbarer Energieträger ⁷	3.453	3.570	3.965 ⁸	
Gesamtenergieverbrauch innerhalb der Organisation	1.351.750	1.342.544	1.299.898	↘

1 GRI 302-1

2 Nicht enthalten im direkten und indirekten Energieverbrauch ist die Lidl-Dienstwagenflotte. Derzeit liegt zur Berechnung keine belastbare Datenbasis vor. Eine zukünftige Berechnung wird aktuell von Lidl Deutschland geprüft.

3 Hochrechnung auf Basis von Vorjahreswerten, da aktuelle Werte nicht verfügbar sind

4 Hochrechnung des Dieselmotorenverbrauchs der Notstromaggregate anhand eines Beispiels

5 Die Kennzahl weist die Differenz zwischen Produktion und Einspeisung durch die Fotovoltaikanlagen (Eigenverbrauch) aus.

6 1 Terajoule | 0,2778 GWh, 1 Megajoule/m² | 0,2778 kWh/m²

7 Die Kennzahl weist die Differenz zwischen Produktion und Eigenverbrauch durch die Fotovoltaikanlagen (Überschusseinspeisung beim Netzbetreiber) aus.

8 Hochrechnung, da für das Geschäftsjahr 2018 die Werte für den Monat Februar noch nicht vorliegen.

Gerundete Werte, leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich.

ENERGIEINTENSITÄTSQUOTIENTEN DER ORGANISATION^{9, 10}	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018
Energieverbrauch in MWh	1.355.203	1.346.114	1.303.864
Flächen in m ²	6.024.193	6.183.442	6.281.297
Energieintensitätsquotient in kWh/m²	225,0	217,7	207,6 

9 GRI 302-3

10 Einbezogene Energiearten (innerhalb der Organisation): elektrische Energie, Erdgas, Flüssiggas, Heizöl, Fernwärme, Diesel und Fotovoltaikeigenverbrauch; für die Berechnung des Energieintensitätsquotienten wird der absolute Energieverbrauch innerhalb der Organisation durch die absolute Gesamtfläche der Unternehmensbereiche geteilt.

DIREKTE UND INDIREKTE THG-EMISSIONEN IN T CO₂-ÄQUIVALENT (SCOPE 1 UND 2)^{11, 12}	GJ 2016	GJ 2017¹³	GJ 2018
Scope 1 – direkte THG-Emissionen	53.508	52.739	53.098 
Erdgas	48.708	47.976	48.933
Flüssiggas ¹⁴	361	361	361
Heizöl	2.445	2.446	1.884
Kraftstoff (Diesel)	1.994	1.955	1.921
Scope 2 – indirekte THG-Emissionen	399.025	339.101	324.444 
Elektrische Energie	397.406	337.512	322.884 ¹⁵
Fernwärme	1.619	1.589	1.560
Summe THG-Emissionen	452.533	391.839	377.542 

11 GRI 305-1

GRI 305-2

12 Gerundete Werte, leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich. Quellen der Umrechnungsfaktoren: Strom 2016 Strommix EVU, IEA 2017, 2018: Länderübergreifender Strommix; Erdgas: IPCC 2006; Fernwärme: Berechnung Ifeu 2016; Heizöl und Diesel: Faktor basierend auf IPCC 2006 mit Charakterisierungsfaktoren aus IPCC 2013, umgerechnet auf Liter; Flüssiggas: IPCC 2006 Vol. 2 Energy, Mobile Combustion

13 Anpassung der Zahlen für das Geschäftsjahr 2017 gegenüber dem Nachhaltigkeitsbericht 2016-2017, da die entsprechenden Daten nun vorliegen und die Hochrechnungen mit dem bundesdeutschen Durchschnitt ersetzen.

14 Ohne biogene Gase

15 Hochrechnung auf Basis der Vorjahreswerte

INTENSITÄT DER THG-EMISSIONEN^{16, 17}	GJ 2016	GJ 2017¹³	GJ 2018
Summe THG-Emissionen in t CO ₂ -Äquivalent	452.533	391.839	377.542
Flächen in m ²	6.024.193	6.183.442	6.281.297
Intensität der THG-Emissionen kg CO₂-e/m²	75,1	63,4	60,1 

16 GRI 305-4

17 Einbezogene Energiearten (innerhalb der Organisation): elektrische Energie, Erdgas, Flüssiggas, Heizöl, Fernwärme, Diesel und PV-Eigenverbrauch

ABFALL

ABFALL NACH STANDORT UND ENTSORGUNGSMETHODE IN TONNEN (T)¹⁸	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018	
Gesamtabfallmenge	532.048	545.079	576.492	
Filialen				
Gesamt Filialen	249.862	247.349	238.606	
Abfälle zur Verwertung	11.670	11.359	12.752	
Abfälle zur Beseitigung	1.951	1.790	1.731	
Abfälle zur stofflichen Verwertung (Papier, Pappe, Karton)	236.241	234.200	224.123	
Logistikzentren				
Gesamt Logistikzentren	282.101	297.634	337.791	
Abfälle zur Verwertung	10.390	9.797	10.349	
Abfälle zur stofflichen Verwertung	220.624	227.622	254.390	
Papier, Pappe, Karton	89.435	99.823	117.195	
Folie transparent	9.352	8.570	9.150	
Bunte Kunststoffe	3.036	3.963	4.395	
Altbrot	8.028	8.188	9.216	
Glas	15.018	13.169	15.082	
Schrott	5.466	4.494	4.856	
Flurförderzeuge (FFZ-) Batterien	460	448	508	
Holz	7.570	4.970	5.581	
PET	81.490	83.140	87.403	
Textilien	769	857	1.004	
Abfälle zur energetischen Verwertung (organische Abfälle ¹⁹)	51.087	60.215	73.052	
Sonderentsorgungen (gefährliche Abfälle)	Derzeit keine Erfassung der einzelnen Mengen vonseiten des Dienstleisters.			
Verwaltung Deutschland				
Gesamt Verwaltung Deutschland	85	97	95	
Abfälle zur Verwertung	67	58	56	
Abfälle zur stofflichen Verwertung (Papier, Pappe, Karton, PET ²⁰)	18	39	39	

¹⁸ GRI 306-2

¹⁹ Zahl der gesamten nicht mehr für den Verzehr geeigneten und aus den Filialen zurückgeführten Mengen an Obst und Gemüse sowie Fleisch- und Molkereiprodukte.

²⁰ PET nur 2017 erfasst.

MITARBEITERSTRUKTUR

GESAMTBELEGSCHAFT LIDL²¹	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018
Gesamtbelegschaft²²	69.913	70.686	74.788 
Filialen	59.488	59.822	62.727
Logistikzentren	9.148	9.623	10.671
Verwaltung Deutschland	1.277	1.241	1.390

21 GRI 102-7

22 Die Kennzahl weist alle am Stichtag eigenen, aktiven Mitarbeiter (ohne Langzeitabwesende) aus. Dazu zählen alle Angestellten in Voll- und Teilzeit, geringfügig Beschäftigte, Auszubildende, dual Studierende, Trainees, Entsendete vom Ausland sowie Mitarbeiter in der aktiven Phase ihrer Altersteilzeit. Die Angabe erfolgt unabhängig von einer zeitlichen Befristung als „Köpfe“ (Headcount).

MITARBEITER NACH BESCHÄFTIGUNGSART²³	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018
Vollzeitbeschäftigte	14.939	15.423	16.434 
Weiblich	6.113	6.158	6.433
Männlich	8.826	9.265	10.001
Teilzeitbeschäftigte	54.974	55.263	58.354 
Weiblich	45.704	45.720	47.702
Männlich	9.270	9.543	10.652
Unbefristet beschäftigte Mitarbeiter²⁴	66.470	67.510	71.638 
Weiblich	50.009	50.272	52.656
Männlich	16.461	17.238	18.982
Befristet beschäftigte Mitarbeiter²⁵	260	167	186 
Weiblich	163	103	95
Männlich	97	64	91

23 GRI 102-8

24 Die Summe der befristeten und unbefristeten Mitarbeiter entspricht nicht der Summe aller aktiven Mitarbeiter. Die Differenz begründet sich aus Mitarbeitern mit Ausbildungsvertrag sowie aus Mitarbeitern, bei denen systemseitig keine Vertragsart hinterlegt ist.

25 Alle aktiven Mitarbeiter mit sachlich befristetem Vertrag oder Zeitvertrag. Die genaue Zahl der Mitarbeiter in Arbeitnehmerüberlassung ist nicht bekannt, da diese Information nicht zentral erfasst wird.

VIelfalt in Leitungsorganen und bei den Angestellten²⁶

GJ 2016

GJ 2017

GJ 2018

Altersstruktur der Mitarbeiter in Prozent

< 30 Jahre	30,0	28,6	29,0	↗
≥ 30 < 50 Jahre	56,8	57,0	56,1	↘
≥ 50 Jahre	13,2	14,4	14,9	↗

Verteilung der Mitarbeiter nach Geschlecht in Prozent

Weiblich	74,1	73,4	72,4	↘
Männlich	25,9	26,6	27,6	↗

Anteil ausländischer Mitarbeiter in Prozent

Ausländische Mitarbeiter	11,7	12,3	13,0	↗
--------------------------	------	------	------	---

Verteilung der leitenden Angestellten nach Geschlecht in Prozent

Weiblich	24,5	26,6	27,5	↗
Männlich	75,5	73,4	72,5	↘

Altersstruktur der leitenden Angestellten in Prozent

< 30 Jahre	23,3	26,2	27,2	↗
≥ 30 < 50 Jahre	68,3	66,8	66,3	↘
≥ 50 Jahre	8,4	7,0	6,4	↘

26 GRI 405-1

NEUEINSTELLUNGEN²⁷

GJ 2016

GJ 2017

GJ 2018

Neu eingestellte Mitarbeiter – gesamt

12.100

12.009

15.486

**Nach Standort**

Filialen	10.122	9.688	12.320
Logistikzentren	1.731	2.100	2.855
Verwaltung	247	221	311

Nach Geschlecht

Weiblich	7.153	6.820	9.200
Männlich	4.947	5.189	6.286

Nach Altersgruppe

< 30 Jahre	8.664	8.278	10.456
≥ 30 < 50 Jahre	3.267	3.532	4.772
≥ 50 Jahre	169	199	258

27 GRI 401-1

MITARBEITERFLUKTUATION IN PROZENT²⁸	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018
Anteil der Mitarbeiter, die das Unternehmen verlassen haben ²⁹	14,9	14,6	15,8 

28 GRI 401-1

29 Befristete Mitarbeiter bis zu sechs Monaten werden nicht berücksichtigt. Wir berichten die Mitarbeiterfluktuation nicht aufgeteilt nach Altersgruppe, Geschlecht und Region (Bereich), da diese Zahlen für uns nicht wesentlich, da nicht steuerungsrelevant, sind. Die Kennzahl wird ohne befristete Arbeitsverhältnisse, Renteneintritte und Altersteilzeit ermittelt.

AUS- UND WEITERBILDUNG

ANZAHL DER AUSZUBILDENDEN UND DUAL STUDIERENDEN³⁰	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018
Gesamt	3.480	3.374	3.442 
Auszubildende/Teilnehmer Abiturienten-Programm	3.127	3.061	3.133 
Filialen	2.823	2.788	2.847
Logistikzentren	268	237	252
Verwaltung Deutschland	36	36	34
Dual Studierende	353	313	309 
Filialen	248	212	208
Logistikzentren	67	64	67
Verwaltung Deutschland	38	37	34

ANZAHL DER TEILNEHMER AN WEITERBILDUNGSMASSNAHMEN^{30, 31}	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018
Gesamt	10.437	9.993	11.128 
Weiblich	4.783	4.747	5.411 
Filialen	4.031	4.142	4.560
Logistikzentren	285	203	295
Verwaltung Deutschland	467	402	556
Männlich	5.654	5.246	5.717 
Filialen	4.655	4.287	4.428
Logistikzentren	533	528	670
Verwaltung Deutschland	466	431	619
Verteilung nach Mitarbeiterkategorien in Prozent			
Tarifbeschäftigte	77	78	75
Außertariflich Beschäftigte und leitende Angestellte	23	22	25

30 GRI 404-1

31 Erhobene Weiterbildungsmaßnahmen beziehen sich nicht auf gesetzliche Pflichtschulungen, Seminare für die Ausbilder und on the job Schulungsmaßnahmen.

ZAHL DER MITARBEITER, DIE IN POTENZIALGESPRÄCHE EINBEZOGEN WURDEN^{32, 33}

GJ 2017 GJ 2018

Gesamt	14.059	13.961	↓
Weiblich	8.925	8.594	↓
Filialen	8.777	8.385	
Logistikzentren	28	66	
Verwaltung Deutschland	120	143	
Männlich	5.134	5.367	↑
Filialen	4.632	4.769	
Logistikzentren	242	305	
Verwaltung Deutschland	260	293	

³² GRI 404-3

³³ Daten wurden erstmals für das Kalenderjahr 2017 erhoben.

ARBEITSSICHERHEIT

ANZAHL DER UNFÄLLE³⁴, AUSFALLTAGE UND TODESFÄLLE³⁵

GJ 2016 GJ 2017 GJ 2018

Gesamt				
Unfälle	3.683	3.752	3.727	↓
Weiblich	2.743	2.801	2.778	
Männlich	940	951	949	
Ausfalltage	45.243	42.176	42.248	↑
Weiblich	34.482	32.590	32.619	
Männlich	10.761	9.586	9.629	
Todesfälle	0	0	0	→
Weiblich	0	0	0	
Männlich	0	0	0	
Filialen				
Unfälle	3.117	3.190	3.111	↓
Weiblich	2.549	2.598	2.544	
Männlich	568	592	567	
Ausfalltage	39.216	36.980	36.171	↓
Weiblich	32.479	30.631	29.905	
Männlich	6.737	6.349	6.266	
Todesfälle	0	0	0	→
Weiblich	0	0	0	
Männlich	0	0	0	

ANZAHL DER UNFÄLLE³⁴, AUSFALLTAGE UND TODESFÄLLE³⁵**GJ 2016****GJ 2017****GJ 2018****Logistikzentren**

Unfälle	538	542	600	↗
Weiblich	172	188	224	
Männlich	366	354	376	
Ausfalltage	5.886	5.117	5.949	↗
Weiblich	1.919	1.904	2.603	
Männlich	3.967	3.213	3.346	
Todesfälle	0	0	0	→
Weiblich	0	0	0	
Männlich	0	0	0	

Verwaltung Deutschland

Unfälle	28	20	16	↘
Weiblich	22	15	10	
Männlich	6	5	6	
Ausfalltage	141	79	128	↗
Weiblich	84	55	111	
Männlich	57	24	17	
Todesfälle	0	0	0	→
Weiblich	0	0	0	
Männlich	0	0	0	

1.000-Mann-Quote

Gesamt	86,6	86,3	81,0	↘
Filialen	86,5	87,0	80,9	↘
Weiblich	96,6	97,8	92,1	
Männlich	58,9	58,5	52,4	
Logistikzentren	101,8	98,6	98,8	↗
Weiblich	96,7	103,2	112,5	
Männlich	104,4	96,3	92,1	
Verwaltung Deutschland	23,1	15,3	10,5	↘
Weiblich	31,5	20,0	11,5	
Männlich	11,7	9,0	9,1	

34 Verletzungen werden unter dem Begriff „Unfall“ berichtet. Kleine Verletzungen (sog. Bagatellunfälle) werden nicht in den Bericht aufgenommen. Unfälle ohne Ausfalltage (Kalendertage) gelten als Bagatellunfälle. Als Ausfalltage werden Arbeitstage (i.d.R. Mo.–Sa.) gezählt, der Unfalltag zählt nicht dazu (≥ 1 Kalendertag Ausfall). Mitarbeiter aus Arbeitnehmerüberlassung und Fremdfirmen sowie selbstständige Fremdfirmen und selbstständige Auftragnehmer können nicht berichtet werden. Die Art der Verletzung berichten wir aus Datenschutzgründen nicht.

35 GRI 403-2



KUNDEN UND GESELLSCHAFT

SORTIMENT

PRÜFUNGEN DER IN DEUTSCHLAND VERKAUFTEN FOOD-EIGENMARKENPRODUKTE SOWIE OBST UND GEMÜSE³⁶

	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018	
Produkte, für deren Einkauf Lidl International verantwortlich ist				
Anzahl Prüfberichte	32.827	26.481	26.497	↗
davon Prüfberichte für Food ³⁷	10.706	9.500	9.659	
davon Prüfberichte für Obst und Gemüse	22.121	16.981	16.838	
Anzahl Expertenverkostungen	5.485	5.740	6.238	↗
Anzahl verkosteter Artikel (Artikel-Lieferanten-Kombination) ³⁸	6.581	6.830	7.738	↗
Produkte, für deren Einkauf Lidl Deutschland verantwortlich ist				
Anzahl der Prüfberichte für Food ³⁷	278	1.961	2.758	↗
Anzahl der Expertenverkostungen	493	2.077	6.480	↗
Anzahl verkosteter Artikel (Artikel-Lieferanten-Kombination) ³⁸	509	2.105	6.605	↗

36 GRI 416-1

37 Ohne Siegel-, Sonder-, Wein- und Near-Food-Analysen

38 Inkl. Wein- und Near-Food, ohne Import

PRODUKTRÜCKRUF ^{39, 40}	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018	
Gesamtanzahl der öffentlichen Produktrückrufe – Deutschland	11	10	16	↗

39 GRI 416-2

40 Alle Rückrufaktionen waren freiwillig induziert, deshalb verzichteten wir auf eine Aufschlüsselung nach anderen Kriterien.

ZAHL BIO-FOOD-ARTIKEL INKLUSIVE REGIONAL VERFÜGBARER ARTIKEL ⁴¹	GJ 2016	GJ 2017	GJ 2018	
Bioartikel im Dauersortiment	163	171	284	↗
Bioartikel im Aktionssortiment	58	108	125	↗

41 GRI 417-1