

Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf von Palm(kern)öl



Lidl lohnt sich



Inhaltsverzeichnis

1. Unser Verständnis	3
2. Unsere Zielsetzung	4
3. Unsere Position	5
3.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung	5
3.2 Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit	5
3.3 Anbau.....	5
3.4 Eingriffe in die Umwelt.....	5
3.5 Weiterentwicklung von Standards.....	5
4. Unser Engagement	6
4.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung	6
4.2 Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit	6
4.3 Anbau.....	7
4.4 Eingriffe in die Umwelt.....	7
4.5 Weiterentwicklung von Standards.....	8
5. Organisationen und Labels	9

1. Unser Verständnis

„Wir übernehmen in unserem täglichen Handeln ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung.“

Mit diesem Unternehmensgrundsatz formuliert Lidl Deutschland seine Verantwortung für Mensch und Natur. Um ihr gerecht zu werden, haben wir dieses Positionspapier erstellt, das verantwortungsvolles wie nachhaltigeres Handeln beim Einkauf von Palm(kern)öl berücksichtigen soll.

Mit Blick auf die drei Säulen der Nachhaltigkeit haben wir für die nachhaltigere Herstellung von Lebensmitteln folgendes Grundverständnis:

Ressourcen-, Klima- und Umweltschutz sowie Biodiversität

Eine nachhaltigere Landwirtschaft legt den Schwerpunkt auf Arbeitsweisen und Methoden, die den Boden produktiver machen und gleichzeitig die schädlichen Auswirkungen auf Wasser, Luft, Boden, Klima und Artenvielfalt sowie die Gesundheit der Menschen minimieren. Dadurch sollen die natürlichen Umweltressourcen möglichst wenig beeinträchtigt werden.

Ernährungssicherheit

Eine nachhaltigere Landwirtschaft stellt die grundlegenden Ernährungsbedürfnisse heutiger wie künftiger Generationen sowie die weitere Erzeugung landwirtschaftlicher Produkte sicher.

Soziale Faktoren

Gesellschaftlich sorgt eine nachhaltigere Landwirtschaft für langfristige Beschäftigung, besseres Einkommen sowie würdige und gleichberechtigte Lebens- und Arbeitsbedingungen für alle, die in der landwirtschaftlichen Lieferkette tätig sind.

2. Unsere Zielsetzung

Verbraucher erwarten höhere Standards beim Anbau von Agrarerzeugnissen wie Palm(kern)öl. Dieser Anforderung stellen wir uns und wir haben den Willen, diese zu realisieren. Glaubwürdigkeit und Umsetzbarkeit sind für Lidl Deutschland auf diesem Weg die entscheidende Handlungsmaxime.

In Zusammenarbeit mit beteiligten Akteuren der Wertschöpfungskette und ihren Anspruchsgruppen möchten wir unseren Beitrag zu einer umwelt- und sozialverträglicheren Landbewirtschaftung leisten. Um dies zu erreichen, haben wir in diesem Positionspapier Grundlagen für unseren Einkauf von Palm(kern)öl festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen dokumentiert.

Das vorliegende Positionspapier wird regelmäßig überarbeitet und bezieht sich inhaltlich auf das gesamte palmöhlhaltige Eigenmarkensortiment von Lidl Deutschland. Gemeinsam mit unseren Lieferanten werden wir Fortschritte dokumentieren sowie neue Maßnahmen entwickeln und beschließen. Diese sind verpflichtend für alle Lieferanten. Bei Abweichungen von der Zielvorgabe müssen Maßnahmen definiert werden, die eine Umsetzung gewährleisten.

Die Inhalte unseres Positionspapiers werden zukünftig auch bei Aktionsartikeln und Markenherstellern stärker thematisiert. Bei Nichteinhaltung behalten wir uns ausdrücklich Sanktionen bis zur Auslistung vor.

Wir verpflichten unsere Lieferanten, mindestens die jeweils geltenden nationalen gesetzlichen Standards einzuhalten. Lidl ist seit 2007 Mitglied in der Gemeinschaftsinitiative Business Social Compliance Initiative (BSCI) im Rahmen des europäischen Außenhandelsverbandes. Auf dieser Grundlage hat Lidl einen eigenen Verhaltenscodex (Code of Conduct) entwickelt, mit dem wir das Ziel verfolgen, soziale Mindeststandards bei unseren Geschäftspartnern in den unterschiedlichen Ländern zu verbessern. Diese Mindeststandards sind wesentliche Grundlage für die Geschäftsbeziehungen zwischen Lidl und seinen Vertragspartnern. Lidl lehnt dabei grundsätzlich jegliche Form von Kinderarbeit oder Menschen- und Arbeitsrechtsverletzungen bei der Herstellung seiner Waren ab. Aktiv fördern und unterstützen wir Aspekte, die über die gesetzliche Mindestanforderung hinausgehen, z. B. durch sukzessive Erweiterung von Eigenmarkenartikeln mit Rohwaren aus zertifiziertem Anbau und zusätzliche Sponsoringprojekte zur Verbesserung der ökologischen Rahmenbedingungen beim Anbau von Agrarerzeugnissen wie Palm(kern)öl.

3. Unsere Position

Im Folgenden sind fünf Handlungsebenen thematisiert, in denen wir aktiv an inhaltlichen Weiterentwicklungen arbeiten. Im Anschluss daran werden diese Handlungsebenen in Bezug auf den Einkauf von Palm(kern)öl konkretisiert.

3.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Lidl Deutschland möchte seinen Kunden Eigenmarkenartikel anbieten, die für Verantwortung stehen. Über unsere Sortimentsgestaltung unterstützen wir die Bemühungen anerkannter Zertifizierungsstandards wie Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO), Fairtrade, UTZ, Bio oder Rainforest Alliance und bieten entsprechend zertifizierte und gelabelte Produkte an. Unser Ziel ist es, diese Bereiche in enger Anlehnung an Verbraucherverwünsche kontinuierlich auszubauen.

3.2 Herkunft, Transparenz und Rückverfolgbarkeit

Unser Ziel ist es, Verbrauchern eine höhere Transparenz und wenn möglich die Rückverfolgbarkeit der Herstellungskette bis zum Ursprung zu bieten. Mit klaren, lesbaren und verständlichen Informationen auf den Verpackungen seiner Eigenmarken unterstützt Lidl Deutschland seine Kunden bei der Produktauswahl. Ferner informiert Lidl Deutschland Interessierte im Rahmen der wöchentlich erscheinenden Haushaltshandzettel sowie über die Website www.lidl.de.

3.3 Anbau

Umweltschutz und sozialverträgliche Arbeitsbedingungen sind uns wichtig. Deshalb engagieren wir uns seit Jahren durch die Zusammenarbeit mit Siegelorganisationen und/oder im Rahmen von Lidl initiierten und finanzierten Projekten für einen umwelt- und sozialverträglicheren Anbau von Agrarerzeugnissen.

3.4 Eingriffe in die Umwelt

Eingriffe in die Umwelt, wie der unverhältnismäßige Pestizideinsatz bei der Herstellung von Agrarerzeugnissen, sind zu minimieren. Ferner distanzieren wir uns von illegalem Holzeinschlag und/oder Brandrodung zur Gewinnung neuer landwirtschaftlich genutzter Anbauflächen.

3.5 Weiterentwicklung von Standards

Lidl Deutschland hat das Bestreben, die Artikelvielfalt mit zertifizierten Eigenmarkenprodukten anerkannter Siegelorganisationen wie Round Table on Sustainable Palm

Oil (RSPO), Fairtrade, Rainforest Alliance, Bio und UTZ noch fester im Sortimentsangebot zu verankern, um eine noch breitere Käuferschicht anzusprechen. Ein nachhaltigeres Konsumverhalten und ein Bewusstsein für Produkte aus nachhaltigerem Anbau sind uns dabei gleichermaßen ein Anliegen.

4. Unser Engagement







4.1 Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung

Lidl Deutschland engagiert sich seit Jahren gemeinsam mit den Lieferanten der Eigenmarkenprodukte für mehr Nachhaltigkeit im Bereich von Palm(kern)öl.

Im Eigenmarkenlebensmittelbereich verwendet Lidl Deutschland bereits seit 2014 ausschließlich Palm(kern)ölmengen, die mindestens auf dem Lieferkettenmodell Massenbilanzierung (MB) und zum Teil auch auf Segregation (SG) basieren. Dies umfasst Eigenmarkenlebensmittel, wie beispielsweise unsere VITA D'OR Margarinen, die VITA D'OR Pflanzenfett 1-kg-Stange oder unsere CHOCO NUSSA Nuss-Nougat-Creme, die bereits heute zu 100 Prozent auf segregiertes RSPO-zertifiziertes Palm(kern)öl umgestellt sind.

Lidl Deutschland setzt seit 2018 bei palm(kern)öhlhaltigen Eigenmarkenlebensmitteln ausschließlich segregiertes Palm(kern)öl ein. Bei nicht essbaren Eigenmarkenartikeln haben wir seit 2018 auf das Zertifizierungsmodell Mass Balance des RSPO umgestellt, soweit dies technisch möglich war und die zertifizierten Warenströme in dem benötigten Maße belastbar zur Verfügung standen. Derivate und Fraktionen, die in Lebensmitteln sowie Near Food-Produkten enthalten sind, sind mindestens nach dem Mass-Balance-Prinzip zertifiziert.

Zertifiziertes Palmöl

		 Segregation	 Food
		 Mass Balance	 Non Food

Aufgrund der unterschiedlichen chemischen Eigenschaften sowie der daraus resultierenden Anwendungsprofile von Palmöl, Palmkernöl und den entsprechenden Derivaten sind je nach Produkt und zugrunde liegender Lieferkettenstruktur unterschiedliche Vorgehensweisen erforderlich. Außerdem wird Lidl Deutschland das gesamte Palmöl, das als Futtermittel für tierische Produkte verwendet wird, ab dem 1.1.2022 mindestens als Mengenäquivalent zertifizieren lassen. Künftig streben wir segregierte Warenströme an.

4.2 Herkunft, Transparenz, Rückverfolgbarkeit

Die Arbeit der standardsetzenden Siegelorganisationen wie dem Round Table on Sustainable Palm Oil und die zugrunde gelegten Mechanismen/Rückverfolgbarkeitssysteme ermöglichen mit Blick auf die Lieferkette eine belastbare Transparenz. Wir möchten die Transparenz zum Ursprung für unsere Kunden erhöhen und die Möglichkeit schaffen, mehr über die Herkunft des verwendeten Palm(kern)öls zu erfahren. Auf Produktverpackungen kennzeichnen wir nachhaltig zertifiziertes Palmöl (sofern ausreichend Platz vorhanden ist) mit dem RSPO-Siegel. Im Rahmen einer jährlichen Palmöllieferantenabfrage kontrollieren wir strukturiert, ob unsere Lieferanten die von uns definierten Vorgaben bezüglich Palm(kern)öl einhalten, und dokumentieren die Fortschritte. Die ermittelten Palm(kern)ölmengen werden je nach Palm(kern)ölarart und RSPO-Lieferkettenmodell in einem Gesamtbericht für Lidl Deutschland aggregiert. Als jahrelanges Mitglied im RSPO übermitteln wir jeweils jährlich diesen Gesamtbericht (unter dem Namen Annual Communications of Progress (ACOP) an den Round Table on Sustainable Palm Oil zur Dokumentation unseres Fortschritts. Sollten wir im Rahmen unseres jährlichen Monitorings Defizite ermitteln, werden diese über den Einkauf mit dem Lieferanten angesprochen und ein detaillierter Maßnahmenplan zur Zielerreichung definiert.

4.3 Anbau

Bereits seit 2014 setzt Lidl Deutschland ausschließlich zertifiziertes Palm(kern)öl bei Lebensmitteln der Eigenmarken ein. Der RSPO ist die anerkannteste Kriterien setzende Institution für nachhaltigeres Palm(kern)öl und hat Regeln, Prozesse und Zertifizierungsanforderungen für den nachhaltigeren Anbau dieses Rohstoffs entwickelt. Beispielsweise muss für eine erfolgreiche RSPO-Zertifizierung sichergestellt werden, dass seit November 2005 keine weiteren Regenwaldareale oder schützenswerte Gebiete für den Anbau von Palmöl gerodet wurden. Zudem muss gewährleistet werden, dass die Grundrechte der indigenen Landbesitzer, der Gemeinschaften vor Ort, der Mitarbeiter in den Anbaubetrieben, der Kleinbauern und deren Familien respektiert und in vollem Umfang berücksichtigt werden. Um zertifiziert zu werden, müssen die Anbauer unabhängigen Auditoren gegenüber nachweisen, dass sie erfolgreich zielführende Maßnahmen umsetzen.

Wir sehen die Kriterien des RSPO als Schritt in die richtige Richtung. Uns ist jedoch bewusst, dass diese lediglich einen Mindeststandard für den Palm(kern)ölanbau darstellen und es gilt, diese zu verschärfen und stärker weiterzuentwickeln.

4.4 Eingriffe in die Umwelt

Gute landwirtschaftliche Praktiken und der Erhalt der bestehenden Biodiversität erachten wir für die Zukunft des Palm(kern)ölanbaus als grundlegend. Ferner distanzieren wir uns von illegalem Holzeinschlag und/oder Brandrodung zur Gewinnung neuer landwirtschaftlich genutzter Anbauflächen. Wünschenswerterweise sollte der Anbau ausschließlich

auf Brachflächen, (stillliegendem) landwirtschaftlich nutzbarem Land und Flächen mit niedrigem Kohlenstoffgehalt erfolgen. Lidl Deutschland ist sich bewusst, dass der Zertifizierungsstandard RSPO aktuell nur einen Mindeststandard für einen nachhaltigeren Palm(kern)ölanbau darstellt und es gilt, diesen gemeinsam mit allen beteiligten Akteuren zu verbessern. Ein klares Signal für die Verwendung und Abnahme von Palm(kern)öl aus RSPO-zertifiziertem Anbau schafft die Grundlage, die Akteure vor Ort zur Implementierung weiterer Verbesserungen über den jetzigen RSPO-Kriterienstand hinaus zu bewegen. Mit dem Einsatz von RSPO-zertifiziertem Palm(kern)öl für das gesamte Eigenmarkensortiment setzt Lidl Deutschland solch ein klares Signal. Gleichzeitig bieten wir den Erzeugern im Ursprungsland neue Vermarktungskanäle, auf dessen Grundlage man Veränderungen vorantreiben kann. Wir begrüßen es beispielweise, wenn es im Rahmen des Standards langfristig zu keinem Anbau auf Torfboden und anderen Flächen mit hohem Kohlenstoffgehalt kommt. Zudem befürworten wir das Einhalten strenger Reduktionsziele für Treibhausgase bei Plantagen und Mühlen. Gemeinsam mit dem Einkauf werden diese Themen auch gegenüber unseren Lieferanten adressiert.

4.5 Weiterentwicklung von Standards

Als Multi-Stakeholder-Initiative sehen wir für den RSPO das Potenzial, sich inhaltlich so weiterzuentwickeln, dass er durch die Annahme weitergehender Kriterien für den Palm(kern)ölanbau seine gesellschaftliche Anerkennung weiter ausbauen kann. Im Rahmen unserer Mitgliedschaft beim RSPO nutzen wir gezielt unsere Stimme, beispielsweise durch die elektronische Stimmabgabe via Internet („e-voting“) im Rahmen der Mitgliederversammlungen, um positive Neuerungen mit auf den Weg zu bringen. Zudem sind wir Mitglied im Forum Nachhaltiges Palmöl (FONAP), das das Ziel verfolgt, die sozialen, ökonomischen und ökologischen Anbaubedingungen in den Anbauländern zu verbessern. Daneben suchen wir aktiv das Gespräch und die Vernetzung mit anderen Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen und europäischen Initiativen, um in gemeinsamer Zusammenarbeit Verbesserungen voranzutreiben.

Lidl Deutschland begrüßt es ausdrücklich, dass sich neben dem Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO) weitere standardsetzende Organisationen wie Rainforest Alliance und International Sustainability and Carbon Certification Plus (ISCC Plus) für einen nachhaltigeren Palm(kern)ölanbau und das Angebot dieses Rohstoffs aus zertifiziertem Anbau einsetzen.

5. Organisationen und Labels

Das EU-Bio-Logo



Das EU-Bio-Logo ist seit dem 01. Juli 2012 auf vorverpackten Bio-Lebensmitteln verbindlich. Es gilt für alle vorverpackten ökologisch erzeugten Lebensmittel, die in einem EU-Mitgliedsstaat hergestellt werden und die EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erfüllen. Kriterien sind zum Beispiel, dass die Lebensmittel frei von gentechnisch veränderten Organismen (GVO), Geschmacksverstärkern, künstlichen Aromen und Farbstoffen sind. Es dürfen weder synthetische Pflanzenschutzmittel noch leicht lösliche mineralische Dünger eingesetzt werden. Ziel des Logos ist es, dass Verbraucher zertifizierte Bio-Produkte einfacher und schneller erkennen können. Neben dem Logo finden Sie außerdem die Codenummer der jeweiligen Öko-Kontrollstelle sowie die Herkunftsangabe. Das EU-Bio-Logo ist europaweit geschützt.

https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/Bio-Siegel.html

Das Rainforest Alliance Certified™-Siegel



Das Siegel kennzeichnet Produkte, die vollständig bzw. mit wesentlichen Zutaten aus Farmen und Wäldern stammen, welche Rainforest-Alliance-zertifiziert sind. Die Herkunftsorte müssen nach strikten Richtlinien des SAN – Sustainable Agriculture Networks (Netzwerk für nachhaltige Landwirtschaft) – bewirtschaftet werden. Dies umfasst Kriterien für Umweltschutz, soziale Verantwortung und Wirtschaftlichkeit. Die Richtlinien wurden zum einen entwickelt, um wild lebende Tiere und Pflanzen sowie Böden und Gewässer zu schützen und zu bewahren. Zum anderen sollen sie die Lebensumstände der Arbeiter, ihrer Familien und der lokalen Gemeinden verbessern.

<http://www.rainforest-alliance.de>

Das Fairtrade-Label



® Fairtrade steht für bessere Arbeits- und Lebensbedingungen der Kleinbauern und Beschäftigten in Afrika, Asien und Lateinamerika. Mehr als 1,6 Millionen Kleinbauern und Beschäftigte profitieren bereits von stabilen Mindestpreisen, der Fairtrade-Prämie für Gemeinschaftsprojekte und der Förderung von umweltschonendem Anbau. Die unabhängig kontrollierten Fairtrade-Standards umfassen Kriterien zu demokratischen Organisationsstrukturen, Umweltschutz und sicheren Arbeitsbedingungen.

<https://www.fairtrade-deutschland.de/was-ist-fairtrade/fairtrade-siegel.html>

Das UTZ-Label



UTZ ist ein Nachhaltigkeitsprogramm für Kaffee, Kakao und Tee. Es schult die Erzeuger in guter Agrarpraxis und zeigt ihnen, wie sie Kaffee, Kakao und Tee professioneller, hochwertiger, ertragreicher und nachhaltiger anbauen können. Ferner werden sie in Betriebsführung, Arbeitsschutz und Umweltmanagement geschult. Ziel des Programms ist, dass die Erzeuger einen höheren Preis für ein besseres Produkt erzielen können. So verbessern sie aus eigener Kraft ihren Lebensstandard. Die teilnehmenden Kleinbauern verpflichten sich, einen Verhaltenskodex einzuhalten.

<https://utz.org/language-landingpage/german/#faq>

RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil)



Der Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) ist eine globale Initiative, die das Ziel hat, nachhaltiges Palm(kern)öl zur Norm zu machen. Das Label fördert nachhaltigere Anbaumethoden der Ölpalmen. So soll die Umwelt weniger geschädigt werden. Die Kriterien, um zertifiziert zu werden, sind ökologischer und sozialer Natur. Dazu zählt u. a., dass die Grundrechte der Bauern und Arbeiter in den Erzeugerregionen respektiert werden. Auch sollen schützenswerte Gebiete vom Anbau von Palmen für Pal(kern)öl ausgeschlossen werden.

<http://www.rspo.org/about>