

# Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf tierischer Erzeugnisse



Lidl lohnt sich

Nachhaltigkeit  
bei Lidl



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Unser Unternehmensgrundsatz .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Unser Zielbild .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Unsere grundsätzlichen Ziele, Anforderungen und Positionen .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Fleisch und Wurst: allgemeine Ziele, Anforderungen und Positionen .....</b>	<b>6</b>
<b>5. Spezifische Ziele, Anforderungen und Positionen .....</b>	<b>8</b>
5.1 Legehennen/Junghennen	
5.2 Schwein	
5.3 Geflügel	
5.4 Rind- und Molkereiprodukte	
5.5 Weitere Tierarten	
<b>6. Ziele, Anforderungen und Positionen Non-Food.....</b>	<b>14</b>
<b>7. Organisationen und Labels .....</b>	<b>15</b>

## 1. Unser Unternehmensgrundsatz

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

Mit diesem Unternehmensgrundsatz formuliert Lidl Deutschland seine Verantwortung für Mensch und Natur. Globale Herausforderungen wie die Folgen des Klimawandels und der Verlust der Biodiversität sind Aufgaben, denen wir uns stellen. Auch die Verbesserung des Tierschutzes und des Tierwohls gehören hierzu. Um seiner Verantwortung gerecht zu werden, hat Lidl dieses Positionspapier als Grundlage seiner Geschäftsbeziehungen für den Einkauf tierischer Erzeugnisse erstellt. Bei der Definition der Handlungsfelder und Maßnahmen orientieren wir uns an den »Fünf Maßnahmen und Tierschutzzielen« (»Five Provisions and Animal Welfare Aims«) von David Mellor, Professor am Animal Welfare Science and Bioethics Centre in Neuseeland. Diese fünf Maßnahmen und Tierschutzziele bilden einen zukunftsweisenden Rahmen, da sie Entwicklungen und Forschungsergebnisse optimal integrieren können und Lidl dabei helfen werden, Tierschutzziele einzufordern, umzusetzen und zu erreichen.

Maßnahmen	Tierschutzziele
<b>Positive mentale Erlebnisse:</b> Sichere, geeignete und der Tierart angemessene Möglichkeiten für angenehme Erlebnisse bieten.	Verschiedene Formen von Wohlbefinden, Annehmlichkeiten, Interesse, Selbstvertrauen und das Gefühl der Kontrolle fördern.
<b>Gute Umgebungsbedingungen:</b> Schatten/Schutz bzw. angemessene Unterbringung, gute Luftqualität und bequeme Ruhebereiche zur Verfügung stellen.	Unwohlsein und Belastungen auf ein Mindestmaß reduzieren sowie das thermische, körperliche und weitere Wohlbefinden fördern.
<b>Gute Gesundheit:</b> Erkrankungen und Verletzungen vorbeugen oder sie schnell diagnostizieren und behandeln sowie einen guten Muskeltonus, eine gute Körperhaltung und eine gute kardiorespiratorische Funktion fördern.	Atemnot, Übelkeit und andere aversive Erfahrungen auf ein Mindestmaß reduzieren und das durch Robustheit, Vitalität, Stärke und gut aufeinander abgestimmte körperliche Aktivitäten hervorgerufene Wohlbefinden fördern.
<b>Gute Ernährung:</b> Einen leichten Zugang zu frischem Wasser ermöglichen und die Ernährung so gestalten, dass volle Gesundheit und Vitalität aufrechterhalten bleiben.	Durst und Hunger auf ein Mindestmaß reduzieren und Futteraufnahme als angenehmes Erlebnis gestalten.
<b>Artgemäßes Verhalten:</b> Ausreichend Platz, eine adäquate Ausstattung, passende Gesellschaft und angemessen variierende Haltungsbedingungen bereitstellen bzw. ermöglichen.	Bedrohungen und unangenehme Verhaltensbeschränkungen auf ein Mindestmaß reduzieren und Teilnahme an wohltuenden Aktivitäten fördern.

## 2. Unser Zielbild

Verbraucher erwarten höhere Standards in der Tierhaltung. Dieser Anforderung stellen wir uns. Wir wollen den Tierschutz in der landwirtschaftlichen Tierhaltung verbessern. Dazu haben wir in diesem Positionspapier Vorgaben für den Einkauf von tierischen Erzeugnissen festgelegt, Ziele formuliert und konkrete Maßnahmen beschrieben. Lidl betrachtet dieses Positionspapier als bindend für sich und seine Vertragspartner.

Lidl verpflichtet seine Lieferanten schriftlich, den Code of Conduct umzusetzen, der auf den Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO) basiert. Ziel ist es, die Menschen und ihre Arbeitsrechte bei der Herstellung von tierischen Erzeugnissen zu schützen. Dabei streben wir an, dass unsere Lieferanten Werkverträge reduzieren.

Unser transparentes, öffentlich einsehbares Positionspapier für den nachhaltigeren Einkauf tierischer Erzeugnisse umfasst das gesamte Food- und Non-Food-Eigenmarkensortiment mit tierischen Erzeugnissen von Lidl Deutschland. Hierzu zählen neben unseren Lebensmittel-Eigenmarken Kosmetikprodukte, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Textilien, Kleinlederwaren und Schuhe. Für Fisch, Schalentiere und deren Erzeugnisse liegt ein separates, ebenfalls verbindliches Positionspapier vor.

Die Verantwortung für die Entwicklung und Umsetzung dieser Anforderungen bei Lidl Deutschland liegt bei unseren Einkäufern und der Abteilung Nachhaltigkeit/CSR im Einkauf. Durch regelmäßige, mindestens zweimal jährlich stattfindende Trainings und Workshops unserer Einkäufer stellen wir sicher, dass auch unsere Einkäufer die notwendigen Fachkenntnisse erlangen. Unsere CSR-Manager nehmen mehrmals im Jahr an Weiterbildungen teil und stehen regelmäßig im Austausch mit Fachexperten der Tierschutz-NGOs Deutscher Tierschutzbund, VIER PFOTEN, Bund gegen Missbrauch der Tiere, PROVIEH, Bundesverband Tierschutz, Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt, ProVeg, Welttierschutzgesellschaft sowie weiteren Organisationen aus dem Bereich Tierschutz.

Jeder Einkäufer für Produkte mit tierischen Erzeugnissen ist angewiesen, die formulierten Anforderungen bei seinen Sortimentsentscheidungen zu berücksichtigen und Lieferanten verpflichtend einzubinden. Die Fortschritte der Umsetzung werden intern durch die Abteilung Nachhaltigkeit/CSR überprüft. Lidl verfolgt das Ziel, durch diese Einkaufsvorgaben ein Plus an Tierwohl zu erreichen.

Ziel ist, das Positionspapier fortwährend weiterzuentwickeln und die Tierhaltung in Deutschland zu verbessern. Bei Abweichungen von der Zielvorgabe müssen Maßnahmen definiert werden, die eine Umsetzung gewährleisten. Führen die Maßnahmen nicht zur Abstellung des Mangels, beenden wir die Geschäftsbeziehung mit dem entsprechenden Lieferanten.

### 3. Unsere grundsätzlichen Ziele, Anforderungen und Positionen

- Sensibilisierung unserer Kunden für Tierschutz durch Haushaltshandzettel, Plakate in der Filiale, unsere Website [www.lidl.de](http://www.lidl.de) und via Social Media.
- Lidl wird zukünftig Labels und Zertifizierung bei tierischen Produkten stärker nutzen und eine höhere Transparenz und Rückverfolgbarkeit für unsere Kunden gewährleisten. Hierzu gehört auch das V-Label zur Kennzeichnung veganer Produkte.
- Unser Frischfleisch kommt nahezu vollständig aus Deutschland. Lediglich internationale Spezialitäten beziehen wir aus dem Ausland. Bioprodukte können ausnahmsweise auch aus den Staaten der EU stammen. Da regionale tierische Produkte auch Transportzeiten reduzieren können, planen wir den Ausbau des Angebots regionaler Produkte.
- Seit 2018 kooperiert Lidl mit dem Premium-Anbauverband Bioland. Diese Kooperation bauen wir kontinuierlich aus. Lidl hat sich das Ziel gesetzt, im Jahr 2025 einen Anteil von 10 Prozent ökologisch erzeugter Produkte in unserem Festsortiment zu verkaufen. Hierzu werden wir auch Frischfleisch und Wurst von Bioland in unser Sortiment aufnehmen. Jedes Bioland-Produkt bildet deutlich höhere Standards ab als gesetzlich vorgeschrieben. Dies gilt insbesondere für die Tierhaltung. Durch unsere Bioland-Kooperation fördern wir aktiv den Tierschutz in der Landwirtschaft.
- Zur Verbesserung des Tierwohls arbeitet Lidl kontinuierlich an seiner Sortimentsentwicklung. Wir bauen unser veganes Sortiment aus und beziehen unsere Kunden im Rahmen von Workshops aktiv in die Weiterentwicklung ein (z.B. hat Lidl als erster Händler dauerhaft den veganen **Next Level Burger** ins Sortiment aufgenommen, ebenso führt Lidl **veganes „Hackfleisch“** und zahlreiche weitere vegane Produkte. Ab 2020 werden wir unseren Kunden zudem vegane Käsealternativen anbieten.).
- Lidl bietet seinen Kunden keine Produkte von bestandsbedrohten Tieren an.
- Lidl bietet seinen Kunden keine Produkte von Tieren an, für die es keine gesetzlichen Mindeststandards oder vergleichbare Kriterien gibt. So verzichten wir z. B. auf den Einsatz von Nerzöl in Kosmetikprodukten.
- Der Transport von Tieren soll möglichst kurz sein und muss auf das erforderliche Minimum reduziert werden. Betriebsnahe Schlachthöfe sind zu bevorzugen. Die gesetzlichen Bestimmungen zum Transport von Tieren müssen eingehalten werden. Tiertransporte in Drittstaaten lehnen wir ab.



- Der präventive Einsatz von Antibiotika ist den Lieferanten von Lidl untersagt. Wir verpflichten unsere Lieferanten zu einem restriktiven Einsatz von Antibiotika. Selbstverständlich sind einzelne kranke Tiere zu behandeln. Unsere Lieferanten müssen einen Maßnahmenplan zur Reduzierung des Einsatzes von Antibiotika entwickeln. Ziel dieser Vorgabe ist die Reduzierung multiresistenter Keime. Der Einsatz von Wachstumshormonen ist den Lieferanten von Lidl untersagt.
- Lidl engagiert sich für eine Erhöhung der Tierschutzstandards. Dieses Bekenntnis umfasst unser Handeln in der Initiative Tierwohl, in Branchendialogen und gegenüber der Politik. Im Rahmen von NGO-Dialogen nehmen wir relevante Tierschutzthemen frühzeitig auf.
- Eingriffe am Tier sollen von unseren Lieferanten vermieden werden. Da, wo sie immer noch durchgeführt werden, sollen sie mit Schmerzausschaltung erfolgen. Für Eingriffe wie Kastrationen bei Ferkeln ist eine Betäubung verpflichtend. Dabei akzeptieren wir alle gesetzlich zugelassenen Methoden, wobei wir die Ebermast bevorzugen, da hier kein physischer Eingriff in die Integrität des Tieres erfolgt. Wir haben mit unseren Lieferanten Vereinbarungen getroffen, die eine Umsetzung dieser Vorgaben sicherstellen.
- In der Nutztierhaltung verfolgen wir das Ziel, zu 100 Prozent auf eine gentechnikfreie Fütterung umzustellen. Ein besonderes Augenmerk legen wir dabei auf Soja. Dabei verfolgt Lidl den strategischen Ansatz, den Einsatz von Soja als Futtermittel zu reduzieren, um somit einen weiteren Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz zu leisten. Stattdessen sollen verstärkt heimische Eiweißfuttermittel wie beispielsweise Rapsschrot verwendet werden. Als Alternative bevorzugen wir Soja aus der Europäischen Union. Solange die Notwendigkeit des Imports von Soja besteht, ist es unser Ziel, ausschließlich auf zertifiziertes, gentechnikfreies und nachhaltiges Soja umzustellen. Dabei setzen wir auf anerkannte Zertifizierungssysteme wie ProTerra, den Roundtable on Responsible Soy (RTRS) und Donau Soja bzw. Europe Soya. Da der überwiegende Anteil des in Europa verfügbaren Sojas jedoch noch aus gentechnisch modifiziertem Anbau aus Südamerika stammt, hat Lidl hierfür im Januar 2018 die länderübergreifende Lidl Soja-Initiative ins Leben gerufen, um den zertifiziert nachhaltigeren, gentechnikfreien Sojaanbau zu fördern. Die Farmer erhalten hierfür einen Aufschlag. Der Bezug des Sojas erfolgt ausschließlich von als unbedenklich kategorisierten Flächen in Brasilien, um die weitere Entwaldung schützenswerter Flächen zu vermeiden. Hierdurch leisten wir auch Habitatschutz und tragen damit zum Tierschutz bei.

#### **4. Fleisch und Wurst: allgemeine Ziele, Anforderungen und Positionen**

- Damit unsere Kunden sich für mehr Tierwohl entscheiden können, hat Lidl 2018 als erster Händler den Haltungskompass eingeführt. Wir sind stolz darauf, dass unsere Wettbewerber uns gefolgt sind und gemeinsam mit uns 2019 die

Haltungsform mit einheitlichen Kriterien eingeführt haben. Als erstes Ziel hat sich Lidl Deutschland gesetzt, mindestens 50 Prozent des Frischfleischs in Stufe 2 oder höher zu verkaufen. Dieses Ziel haben wir im Januar 2019 bereits erreicht – damit liegt über die Hälfte unseres verkauften Frischfleischs über dem gesetzlich vorgeschriebenen Standard. Als nächstes Ziel haben wir uns gesetzt, schnellstmöglich nur noch Frischfleisch in Stufe 2 oder höher zu verkaufen und damit im Frischfleischbereich mit Ausnahme internationaler Spezialitäten nur noch Produkte anzubieten, die deutlich über dem gesetzlich vorgesehenen Standard liegen.

- **Bioland-Kooperation:** Die Kooperation zwischen Lidl und dem Premium-Anbauverband Bioland wirkt sich auch positiv auf das Sortiment im Bereich Fleisch und Wurst aus. Bereits 2020 planen wir die Einlistung von Bioland-Fleisch und Bioland-Wurst, die unter deutlich höheren Tierschutzstandards erzeugt werden als gesetzlich vorgeschrieben.
- Lidl arbeitet eng mit dem Deutschen Tierschutzbund zusammen und verkauft Frischfleischprodukte, die die strengen Kriterien des zweistufigen Labels Für Mehr Tierschutz erfüllen. Die Kriterien umfassen das gesamte Leben der Tiere inklusive Vorgaben zu den Transportzeiten sowie zur Schlachtung. Darüber hinaus engagiert sich Lidl im Labelbeirat des Deutschen Tierschutzbunds.
- Wurstprodukte unserer Eigenmarke Metzgerfrisch stammen von Tieren, deren Aufzucht, Schlachtung und Verarbeitung in Deutschland stattfindet. Darüber hinaus bieten wir auch Bio-Wurstprodukte an, bei denen die Tiere ausschließlich aus den Regionen Franken und Hohenlohe stammen. Auch das Futter der Tiere stammt überwiegend von eigenen Bauernhöfen oder aus unmittelbarer Umgebung. Die Transportwege der Tiere liegen bei maximal 125 Kilometern.
- Wir verkaufen kein Fleisch von geklonten oder gentechnisch veränderten Tieren. Die Verfahren des Genome Editing zählen wir hierzu und bilden sie nicht in unserem Sortiment ab. Wir verkaufen ebenso kein Fleisch von Nachfahren dieser Tiere.
- **Unsere Negativliste:** Wir orientieren uns bei unserer Sortimentsgestaltung an den Vorschlägen der Tierschutzorganisation VIER PFOTEN: Insofern verkaufen wir insbesondere keine Entenstopfleber und keine Gänsestopfleber. Unser veganes Sortiment bauen wir weiter aus.
- Alle unsere deutschen Wurst- und Fleischlieferanten müssen QS-zertifiziert sein. Entlang der gesamten Wertschöpfungskette werden unabhängige Kontrollen und Dokumentationen zusätzlich zu den staatlichen Inspektionen durchgeführt. Hierdurch stellen wir eine lückenlose Rückverfolgbarkeit sicher.
- **Transparenz:** Über einen QR-Code auf unseren Frischfleisch-Produkten sowie den Produkten unserer Wurst-Eigenmarke Metzgerfrisch ermöglichen wir unseren Kunden, Informationen über die Herkunft der Tiere und die Verarbeitung zu erhalten.

## 5. Spezifische Ziele, Anforderungen und Positionen

### 5.1 Legehennen/Junghennen

Lidl Deutschland führt seit Mitte 2009 keine Frischeier aus Käfighaltung im Sortiment, sondern ausschließlich Eier aus Boden- und Freilandhaltung sowie mit Bio-Siegel. Verarbeitete, eihaltige Lebensmittel sind bereits seit 2016 zu 100 Prozent auf Eier umgestellt, die mindestens aus Bodenhaltung stammen, zum Teil auch aus Freilandhaltung oder ökologischer Erzeugung.

Ab 2019 bietet Lidl seinen Kunden auch Eier in Bioland-Qualität an, die deutlich höhere Tierschutzkriterien aufweisen. Wir verkaufen ebenfalls Eier aus Freilandhaltung, die nach den strengen Kriterien des Deutschen Tierschutzbunds erzeugt wurden und mit der Premiumstufe des Labels Für Mehr Tierschutz ausgezeichnet sind. Darüber hinaus führen wir in allen Bundesländern Eier, die das Regionalfenster tragen.

Lidl Deutschland engagiert sich bei Legehennen mit Maßnahmen zum Tierwohl. So haben wir beispielsweise den Ausstieg aus dem Schnabelkürzen bei Legehennen aktiv unterstützt und vorangetrieben. Bereits vor Ablauf der gesetzlichen Übergangsfrist Ende 2017 hatten wir ausschließlich Eier gelistet, die von Legehennen ohne gekürzte Schnäbel stammen.

Lidl verfolgt das Ziel und begrüßt das Urteil des Bundesverwaltungsgerichts, zeitnah aus dem Töten männlicher Küken auszusteigen. Deshalb setzen wir uns dafür ein, Methoden zur Geschlechtsbestimmung der Eier so schnell wie möglich anzuwenden. Dafür sind wir im gezielten Austausch der Geflügelwirtschaft und unseren Lieferanten sowie weiteren Stakeholdern, um geeignete Lösungen zu ermitteln.

Seit Juni 2018 realisiert Lidl unter der Marke Kükenherz die Aufzucht männlicher Küken: In derzeit drei Regionen (ca. 250 Filialen) bieten wir Freiland Eier an, bei denen wir die Aufzucht männlicher Küken sicherstellen. Das Fleisch der Hähne vermarkten wir ebenfalls in unserem Sortiment. In Abhängigkeit der Nachfrage wird Lidl Deutschland das Projekt ausweiten.

Alle Eier, die Lidl Deutschland verkauft, sind zertifiziert durch den Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen e.V. (KAT). Die Kriterien beinhalten neben Aspekten des Tierschutzes und Informationen zur Herkunft der Eier die Bestimmungen der Legehennenhaltungsverordnung. Dennoch sehen wir die Notwendigkeit, Verbesserungen der Haltungsbedingungen von Legehennen mit ungekürzten Schnäbeln zu erzielen. Hier haben wir bislang keine zufriedenstellenden Lösungen erreichen können. Wir wollen Haltungsbedingungen ermöglichen, die Verhaltensstörungen wie Federpicken und Kannibalismus entgegenwirken. Um dies zu erreichen, bedarf es besserer Haltungsstandards, die verpflichtend in der Branche umgesetzt und in den KAT-Leitfaden aufgenommen werden müssen. Die Bereitstellung von Strohballen und Sitzstangen sowie die Integration von Picksteinen ist geeignet,

die Haltungsbedingungen zu verbessern. Auch für die Junghennenaufzucht konnten wir bis zum jetzigen Zeitpunkt nicht die Empfehlungen des Niedersächsischen Landesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (LAVES) umsetzen und insbesondere die Platzbedarfe der Junghennen auf ein zufriedenstellendes Maß anheben. Dieses Ziel verfolgt Lidl Deutschland intensiv in den kommenden Monaten weiter. Hierzu führen wir jetzt und in Zukunft intensive Gespräche mit KAT.

Voraussetzung für alle Lidl-Lieferanten ist der Einsatz von GVO-freiem Futter bei allen Legebetrieben. Dies wird durch den Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG) sichergestellt. Bei Lidl Deutschland sind alle Frischeier GVO-frei und somit bundesweit mit dem VLOG-Label ausgezeichnet.

## **5.2 Schwein**

Eine Verbesserung des Tierwohls und der Tiergesundheit in der Breite gelingt nur unter Einbezug aller beteiligten Akteure. Daher engagieren wir uns als Gründungsmitglied in der Initiative Tierwohl. Wir bezahlen Landwirte dafür, dass sie höhere Tierwohlstandards in ihren Ställen umsetzen. Hierzu gehören u. a. 10 Prozent mehr Platz und zusätzliches Beschäftigungsmaterial. Unser Ziel ist es, schnellstmöglich unser gesamtes Frischfleisch-Sortiment im Bereich Schwein von Tieren zu beziehen, die mindestens nach den Kriterien der Initiative Tierwohl produziert wurden. Lidl setzt sich aktiv dafür ein, die Grundanforderungen und Kriterien kontinuierlich weiterzuentwickeln, um langfristig die Standards in der Nutztierhaltung anzuheben und um weitere Kriterien (z. B. für Tiertransporte oder Tiergesundheit) zu ergänzen. In den Gremien der Initiative Tierwohl setzen wir uns aktiv für eine Verbesserung des Tierschutzes ein. Ebenso streben wir die stärkere Einbindung der Ferkelerzeuger in die Initiative Tierwohl an und sehen hierfür einen zusätzlichen finanziellen Ausgleich vor.

Lidl akzeptiert kein Frischfleisch von betäubungslos kastrierten Tieren. Wir akzeptieren alle gesetzlich zugelassenen Alternativen zur betäubungslosen Kastration. Unsere Bevorzugung der Ebermast resultiert daraus, dass hier kein physischer Eingriff in die Integrität des Tieres erfolgt. Wir haben mit unseren Lieferanten Vereinbarungen getroffen, die eine Umsetzung dieser Vorgaben sicherstellen. Das Kupieren der Schwänze findet immer noch regelmäßig in deutschen Schweineställen statt. Grundsätzlich ist dieser Eingriff am Tier bei entsprechenden Haltungssystemen vermeidbar. Wir wirken auf unsere Lieferanten ein, damit die Haltungssysteme verbessert und ein Ausstieg aus dem zum Teil routinemäßigen Kupieren der Schwänze erfolgen kann. Von unseren Lieferanten erwarten wir, dass sie hierzu mit den Landwirten Maßnahmen entwickeln.

Eine Erweiterung unseres Sortiments auf Schweinefleisch-Produkte, die nach den Kriterien des Premium-Anbauverbands Bioland erzeugt worden sind, streben wir für das Jahr 2020 an.

### **5.3 Geflügel**

Eine Verbesserung des Tierwohls und der Tiergesundheit in der Breite gelingt nur unter Einbezug aller beteiligten Akteure. Daher engagieren wir uns als Gründungsmitglied in der Initiative Tierwohl. Wir bezahlen Landwirte dafür, dass sie höhere Tierwohlstandards in ihren Ställen umsetzen. Hierzu gehören mehr Platz im Stall und zusätzliches Beschäftigungsmaterial. Unser gesamtes Frischfleisch von Masthühnern und Puten stammt aus Betrieben, die nach den Kriterien der Initiative Tierwohl produzieren. Hier haben wir gemeinsam mit der Branche 100 Prozent Nämlichkeit erreicht. Im Rahmen der Initiative Tierwohl beschäftigen wir uns intensiv mit Weiterentwicklungen des Tierwohls. Insbesondere die Europäische Masthuhnforderung werden wir gemeinsam mit der Geflügelbranche erörtern. Lidl bekennt sich zu dem Ziel, die Tierwohlstandards auch im Bereich der Masthühner und Puten zu verbessern.

Lidl Deutschland ist eines der Handelsunternehmen, die seit Start des Tierschutzlabels Für Mehr Tierschutz des Deutschen Tierschutzbundes entsprechend gelabelte Produkte führen. Wir haben unser Sortiment mit Produkten der Einstiegsstufe für Masthuhn stetig erweitert. Die Tiere haben mehr Platz, zusätzliches Beschäftigungsmaterial und geringere Transportzeiten als herkömmlich gehaltene Masthühner.

Bereits seit 2002 setzen wir im Frischgeflügelbereich ausschließlich gentechnikfreies Soja in der Fütterung ein. Dies wird konsequent durch das Label Ohne Gentechnik des VLOG ausgelobt.

Für unser Puten- und Hähnchenfrischfleisch gilt: Wir akzeptieren nur Geflügelfleisch aus Betrieben, die zur Vorbereitung der Schlachtung CO<sub>2</sub>-Betäubungsverfahren einsetzen. Unser Geflügelfrischfleisch kommt zu fast 100 Prozent aus Deutschland.

### **5.4 Rind- und Molkereiprodukte**

Unter unserer Eigenmarke Landjunker bieten wir neben internationalen Spezialitäten überwiegend Rindfleisch an, das aus Deutschland stammt (Aufzucht, Schlachtung, Verarbeitung). Für Jungbullenhaltung haben wir unsere Lieferanten verpflichtet, die Anbindehaltung als Haltungsverfahren auszuschließen.

Die Schlachtung tragender Rinder ohne tierärztliche Indikation stellt ein erhebliches Tierschutzrisiko dar. Von unseren Lieferanten erwarten wir, dass Rinder auf Trächtigkeit untersucht werden, insbesondere, wenn diese mit Bullen zusammengehalten werden. Über unseren Systempartner QS konnten wir Vorgaben verabschieden, die eine Schlachtung im dritten Trimester der Trächtigkeit erschweren. Wir akzeptieren kein Fleisch von Tieren, die im dritten Trimester der Trächtigkeit ohne entsprechende tierärztliche Indikation geschlachtet wurden. Wir wirken weiter auf unsere Lieferanten ein, um dieses

wichtige tierschutzrelevante Thema im Sinne des Tierschutzes zu lösen und die Schlachtung von tragenden Tieren unabhängig vom Fortschritt der Trächtigkeit zu minimieren. Die Schlachtung soll regelmäßig so erfolgen, dass eine wirksame Betäubung sichergestellt wird. Hierzu ist eine Überprüfung und gegebenenfalls eine Nachbetäubung erforderlich. Wir stellen mit unseren Lieferanten sicher, dass das mit der Schlachtung befasste Personal regelmäßig geschult wird.

Wenn ein Landwirt die Enthornung der Kälber für erforderlich hält, muss dies so schonend wie möglich erfolgen. Hierzu wirken wir auf unsere Lieferanten ein, damit mindestens eine Sedierung in Verbindung mit der Verabreichung von Schmerzmitteln erfolgt. Mittelfristig wollen wir erreichen, dass eine Betäubung durchgeführt wird, sofern ein Kalb enthornt werden soll.

Nahezu 100 Prozent unserer Frischmilch stammt aus Deutschland. Ein Großteil unseres Milchsortiments wird nach Standards produziert, die ein hohes Tierschutzniveau gewährleisten: Weidemilch und Weidekäse von Kühen, die mindestens 120 Tage im Jahr für mindestens sechs Stunden am Tag auf der Weide grasen dürfen, Alpenmilch von Betrieben aus dem Allgäu zwischen Kaufbeuren, Kempten und Memmingen, Milch sowohl der Einstiegsstufe als auch der Premiumstufe des Labels des Deutschen Tierschutzbunds Für Mehr Tierschutz sowie Milch und Käse, die nach den strengen Kriterien des Premium-Anbauverbands Bioland erzeugt wurden. Wir bieten unseren Kunden Weidebutter und Weidekäse an. Im Rahmen unseres Programms Ein gutes Stück Bayern haben wir mit den beteiligten Milchkühaltern Tierwohl- und Biodiversitätskriterien definiert. In 500 Filialen haben wir unsere konventionelle Frischmilch komplett ersetzt durch Weidemilch – im Jahr 2020 werden wir dieses Modell noch ausweiten. Hierdurch gelingt es uns, unsere Kunden für den Kauf von Weidemilch zu begeistern. 2016 waren wir der erste Händler mit bundesweitem Angebot an eigenen Milchprodukten Ohne Gentechnik. Gentechnikfreie Fütterung haben wir mittlerweile für nahezu unser gesamtes Sortiment unserer Molke- reiprodukte umgesetzt. Ausnahmen umfassen zum Beispiel zusammengesetzte Produkte oder Spezialitäten, deren Milchanteil nicht aus Deutschland stammt.

Hinsichtlich der Haltung von Milchkühen stellt die ganzjährige Anbindehaltung eine große Herausforderung für das Tierwohl dar. Wir haben uns das Ziel gesetzt, mittelfristig keine Milch mehr aus ganzjähriger Anbindehaltung zu beziehen. Hierzu werden wir gemeinsam mit unseren Lieferanten Lösungen suchen, die eine Zielerreichung gewährleisten. Wir haben uns das Ziel gesetzt, die Tiergesundheit zu erhöhen. Hierzu wollen wir eine Befunddatenerfassung am Schlachthof sicherstellen und unsere Lieferanten zur Teilnahme an einem Antibiotikamonitoring bewegen. Im Rahmen unseres Dialogs mit QM-Milch wirken wir darauf hin, die Standards insbesondere bezüglich des Tierwohls anzuheben und verbindlich zu gestalten. Zur Verbesserung der Standards engagieren wir uns auch im

Initiativkreis Milchviehhaltung, der durch die Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt initiiert wurde. Die von mehreren Tierschutzorganisationen verfassten „Prioritäten zur Erhöhung des Tierschutzniveaus in der Milchkuhhaltung“ liegen uns vor und wir wirken auf Verbesserungen in der Haltung aktiv hin.

Wir führen für Kunden mit Laktoseintoleranz laktosefreie Versionen von verschiedenen Molkereiprodukten wie H-Milch, H-Sahne, Frischkäse und verschiedenen Sorten Joghurts. Darüber hinaus bieten wir pflanzliche Alternativen zu Kuhmilch an, z. B. Bio-Sojamilch, Sojajoghurt, Haferdrink und Mandeldrink. Entsprechend der Nachfrage werden wir diesen Bereich ausbauen und planen ab 2020 die Erweiterung unseres Sortiments um vegane Käseersatzprodukte.

Seit 2010 werden unter der Eigenmarke Ein gutes Stück Bayern regional erzeugte Molkereiprodukte in Bayern vertrieben. Sie sind durch das staatliche Herkunftssicherungsprogramm Geprüfte Qualität Bayern (das u. a. für die systematische Prüfung der Betriebe bzgl. Anbau, Haltung, Fütterung, Düngung und Produktion steht) zertifiziert und mit dem Regionalfenster ausgezeichnet. Mittels QR-Code auf der Verpackung sowie über unsere Website [www.ein-gutes-stueck-bayern.de](http://www.ein-gutes-stueck-bayern.de) können unsere Kunden die teilnehmenden Landwirte und ihre Höfe kennenlernen.

Lidl Deutschland war der erste Händler, der im April 2017 das Siegel Pro Weideland – Deutsche Weidecharta für die Weidemilch unserer Eigenmarke Milbona in ausgewählten Regionen Norddeutschlands einführte. Das Siegel garantiert neben dem Weidegang an mindestens 120 Tagen im Jahr für mindestens sechs Stunden am Tag für jede Kuh 1.000 Quadratmeter Weidefläche und weitere 1.000 Quadratmeter zur Futtergewinnung. Zusätzlich zu selbsterzeugtem Futter von Wiesen und Weiden wird ausschließlich gentechnikfreies Futtermittel verwendet. Eine ganzjährige Bewegungsfreiheit für die Tiere ist ebenfalls gewährleistet. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.proweideland.de](http://www.proweideland.de).

Lidl Deutschland war der erste Händler, der die Premiumstufe des Tierschutzlabels Für Mehr Tierschutz bei Molkereiprodukten anwendete. Heute sind alle Molkereiprodukte von Ein gutes Stück Bayern mit der Premiumstufe des Tierschutzlabels Für Mehr Tierschutz zertifiziert. Mehr Informationen finden Sie unter [www.tierschutzlabel.info](http://www.tierschutzlabel.info).

Seit Juli 2018 haben wir das Angebot an Weidemilch ausgeweitet und bieten diese in ausgewählten Regionen Westdeutschlands mit der Zertifizierung der Premiumstufe des Deutschen Tierschutzbundes an. Perspektivisch wollen wir diese zertifizierte Weidemilch in weiteren Regionen anbieten. Auch den Anteil an Bioland-Milch wollen wir erhöhen und so den Tierschutz in der Milchviehhaltung verbessern.

## 5.5 Weitere Tierarten

Hinsichtlich der Haltung von Büffeln orientieren wir uns an den Empfehlungen von VIER PFOTEN. Wir stehen mit dieser Tierschutzorganisation in einem engen Austausch bezüglich der konkreten Ausgestaltung unserer Anforderungen. Die neuen Kriterien wollen wir mit unseren Lieferanten umsetzen und auch für unsere Büffelmozzarella-Artikel den Tierschutz zukünftig sicherstellen.

Lidl Deutschland verzichtet auf den Verkauf von Kaninchenfleisch aus Käfighaltung. Wir verkaufen keine Produkte von Enten und Gänsen, die von Betrieben stammen, die Stopfmast oder Lebendrupf durchführen. Wir beziehen Gänse- und Entenfleisch vorzugsweise von Lieferanten, die Freilandhaltung praktizieren. Auch für die Haltung von Barbarie-Enten sehen wir vor, dass eine tiergerechte Haltung ermöglicht wird. Hierzu gehören insbesondere Wasserbecken und Beschäftigungsmaterialien. Hier wollen wir eine Verbesserung des Tierschutzniveaus erreichen.

Lidl Deutschland führt keine Produkte mit Insekten im Festsortiment. Auch Zebra, Känguru und Antilope bieten wir unseren Kunden nicht an.

Lidl Deutschland engagiert sich für den Schutz der Bienen. Ziel unserer Initiative Lidl-Lebensräume ist es, Menschen für die bedrohte Artenvielfalt zu sensibilisieren und einen Beitrag für den Schutz der Wildbiene und anderer Nützlinge zu leisten. Seit 2018 kooperiert Lidl mit der Universität Hohenheim und seit Januar 2019 auch mit der Heinz Sielmann Stiftung. Die wissenschaftlichen Experten, die sich mit verschiedenen Projekten für den Erhalt der biologischen Vielfalt engagieren, beraten das Unternehmen fachlich bei der bienenfreundlichen Anlage von zusätzlich rund 120.000 Quadratmetern naturnaher Blühfläche an über 20 Logistikstandorten. 2018 wurden bereits etwa 20.000 Quadratmeter Blühfläche an sieben Logistikzentren gesät. Darüber hinaus verkaufen wir regelmäßig bienenfreundliche Pflanzen in unseren Filialen. Ebenfalls verpflichten wir unsere Lieferanten durch Vorgaben zur Reduktion von bienenschädlich wirkenden Pflanzenschutzmitteln.



## 6. Ziele, Anforderungen und Positionen Non-Food

Lidl Deutschland verwendet keine Bestandteile von exotischen und geschützten Tieren wie Schlange oder Krokodil. Auf Produkte u. a. aus Angorawolle und Mohair verzichten wir komplett.

Im Bereich Schuhe werden hauptsächlich Lederalternativen verarbeitet. Lederschuhe verkaufen wir nur zu einem geringen Anteil. Bei der Verwendung von Lammfell fordern wir die Bestätigung des Lieferanten an, dass es sich um ein Nebenerzeugnis der Lebensmittelindustrie handelt. Für Leder ist die Rückverfolgbarkeit bis zur Gerberei erforderlich.

Lidl Deutschland setzt keine Daunen und Federn aus Betrieben ein, die Lebendrupf betreiben. Wir verlangen hierfür von unseren Lieferanten die Vorlage eines Downpass-Zertifikats. Dieses garantiert, dass keine Ware von lebenden Tieren verfüllt wird. Bei Einsatz von Merinowolle fordern wir, dass kein Mulesing-Verfahren angewandt wird und fordern von unseren Geschäftspartnern Bestätigungen ein, die dies belegen.

Lidl spricht sich klar gegen Echtpelz aus und führt ihn nicht im Sortiment. Wir sind deshalb Mitglied des internationalen Programms Fur Free Retailer. In Deutschland wird das Programm von VIER PFOTEN repräsentiert.

## 7. 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.

[www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/\\_Texte/Bio-Siegel.html](http://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/Bio-Siegel.html)

### Das deutsche Bio-Logo



Das deutsche Bio-Siegel wurde im September 2001 eingeführt. Es ist das staatliche Logo für Bio-Erzeugnisse. Mit dem Bio-Siegel können lebende oder unverarbeitete Erzeugnisse aus Landwirtschaft oder Aquakultur sowie verarbeitete landwirtschaftliche Erzeugnisse und solche aus Aquakultur, die zur Verwendung als Lebensmittel oder Futtermittel bestimmt sind, gekennzeichnet werden. Seit der 2012 verpflichtenden Kennzeichnung mit dem EU-Bio-Logo können Hersteller ihre Bio-Waren freiwillig zusätzlich mit dem deutschen Bio-Siegel kennzeichnen.

[www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/\\_Texte/Bio-Siegel.html](http://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Nachhaltige-Landnutzung/Oekolandbau/_Texte/Bio-Siegel.html)

## Deutscher Tierschutzbund



Das Label Für Mehr Tierschutz wird vom Deutschen Tierschutzbund vergeben. Es kennzeichnet Produkte tierischen Ursprungs, welche unter Standards erzeugt wurden, die für die Tiere einen wirklichen Mehrwert an Tierschutz sicherstellen. Tiere in der Landwirtschaft sollen sich artspezifisch verhalten und ihren Bedürfnissen bezüglich der Haltungsumgebung nachgehen können. Die gesetzlichen Vorgaben gewährleisten dies bisher nicht. Das zweistufige Label gilt für Produkte von Masthühnern/ -schweinen, Legehennen/Eier sowie Milchkühe. Beiden Stufen liegen jeweils verbindliche Anforderungen an Tierhaltung, Tiertransport und Schlachtung zugrunde. Mit einem größeren Platzangebot, Strukturen und Beschäftigungsmöglichkeiten bietet der Einstiegsstandard einen ersten eindeutigen Mehrwert für die Tiere. Der Premiumstandard entspricht mit einem noch höheren Platzangebot bzw. Außenklimabereichen oder Auslaufmöglichkeiten den Anforderungen an eine tieregerechte Haltung.

[www.tierschutzlabel.info](http://www.tierschutzlabel.info)

## Initiative Tierwohl



Die Initiative Tierwohl startete 2015. Unternehmen und Verbände aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Lebensmitteleinzelhandel setzen sich mit der Initiative gemeinsam dafür ein, dass Fleisch tieregerechter und nachhaltiger erzeugt wird. Ziel ist es, das Tierwohl in der Nutztierhaltung in Deutschland Schritt für Schritt auszubauen, so dass so viele Tierhalter wie möglich sich der Initiative anschließen. Dazu wurden Tierwohlkriterien erarbeitet, die die teilnehmenden Schweine- und Geflügelhalter umsetzen und für die sie eine Förderung erhalten. Unabhängige Zertifizierungsstellen überprüfen mehrmals im Jahr die Einhaltung der Kriterien.

<https://initiative-tierwohl.de/so-funktioniert/>

## Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG)



Das Label Ohne GenTechnik wurde 2009 vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft eingeführt. Lebensmittel, die damit gekennzeichnet sind, müssen hohe Anforderungen erfüllen und dürfen keine gentechnisch veränderten Bestandteile haben. Das Label wird vom Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG) vergeben. Es kann für alle Lebensmittel pflanzlicher oder tierischer Herkunft verwendet werden, bei denen Gentechnik eingesetzt werden könnte oder Verbraucher von einem Einsatz ausgehen.

[www.ohnegentechnik.org/ohne-gentechnik/was-bedeutet-ohne-gentechnik/](http://www.ohnegentechnik.org/ohne-gentechnik/was-bedeutet-ohne-gentechnik/)

## Verein für kontrollierte alternative Tierhaltung e. V. (KAT)



Der Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen e.V. (KAT) wurde 1995 gegründet. KAT steht für eine umfassende Rückverfolgbarkeit und Herkunftssicherung von Eiern aus alternativen Hennenhaltungssystemen in Deutschland und benachbarten EU-Ländern. Die KAT-Kriterien berücksichtigen die Bestimmungen der deutschen Hennenhaltungsverordnung sowie Aspekte des Tierschutzes. Sämtliche KAT-Mitgliedsbetriebe, vom Futtermittelwerk bis zum Vertrieb, sind in das Kontrollsystem eingebunden.

<http://www.was-steht-auf-dem-ei.de/de/kat-verein/index.php>

## Trägerverein Regionalfenster e.V.



Das Regionalfenster für Lebensmittel, Blumen und Zierpflanzen gibt seit 2014 Auskunft darüber, woher die Zutaten eines Produktes stammen und wo sie verarbeitet wurden. Bei zusammengesetzten Produkten wird zusätzlich der regionale Rohstoffanteil angegeben. Das Label kommt dem gestiegenen Wunsch der Verbraucher nach regionalen Produkten nach. Bisher wurden rund

4.000 Produkte für die Regionalfensterkennzeichnung registriert, überwiegend in den Bereichen Obst und Gemüse, Fleisch und Wurstwaren sowie Milch und Molkereiprodukte. Unabhängige Kontrollen stellen sicher, dass die Angaben korrekt sind.

<http://www.regionalfenster.de/startseite.html>

## Das QS-Prüfzeichen



Das QS-Prüfzeichen steht für eine transparente und sichere Lebensmittelproduktion. Dahinter verbirgt sich ein Qualitätssicherungssystem für frische Lebensmittel wie Fleisch- und Wurstwaren oder Obst und Gemüse. Das QS-Prüfsystem umfasst alle Stufen der Lebensmittelkette von der Herstellung bis zur Vermarktung. Die teilnehmenden Betriebe müssen strenge Anforderungen erfüllen, z.B. bei Hygiene und Rückverfolgbarkeit. Regelmäßige unabhängige Kontrollen stellen sicher, dass die Kriterien eingehalten werden.

[www.q-s.de/qs-system/wofuer-steht-das-qs-pruefzeichen.html](http://www.q-s.de/qs-system/wofuer-steht-das-qs-pruefzeichen.html)

## Geprüfte Qualität Bayern



Das Siegel steht für das Qualitäts- und Herkunftssicherungsprogramm des Freistaates Bayern. Damit spezifische Qualitätskriterien und die bayrische Herkunft über die gesamte Lebensmittelkette eingehalten werden, wird stufenübergreifend kontrolliert, und zwar gleich dreifach: durch unabhängige Zertifizierungsstellen, unter staatlicher Aufsicht und durch die Selbstkontrolle der teilnehmenden Betriebe. Dabei werden an die Produktqualität Anforderungen gestellt, die über dem gesetzlichen Standard liegen. Auch Produktion und Verarbeitung unterliegen strengen Auflagen.

<http://www.gq-bayern.de/ueber-gq-bayern/>

## Pro Weideland – Deutsche Weidecharta-Label



Grundlage für das Siegel ist ein Projekt, das vom Land Niedersachsen gefördert wurde und aus dem die Pro Weideland Chartagemeinschaft hervorging. Die 20 Organisationen aus Landwirtschaft, Wirtschaft, Umwelt-, Natur-, Verbraucher- und Tierschutz setzen sich dafür ein, die Weidehaltung zu fördern. So sollen z.B. Milchkühe an mehr als 120 Tagen im Jahr für mindestens 6 Stunden täglich auf der Weide stehen und ausschließlich gentechnikfreies Futter erhalten. Höfe und Molkereien werden regelmäßig und unabhängig kontrolliert. Eigentümer und Lizenzgeber ist das Grünlandzentrum in Niedersachsen.

<http://www.proweideland.eu/label-de>

## Fur Free Retailer



Das Programm Fur Free Retailer (pelzfreier Einzelhändler) entstand auf Initiative der Fur Free Alliance, in der sich international führende Tier- und Umweltschutzverbände zusammengeschlossen haben. Die Allianz setzt sich weltweit dafür ein, dass keine Pelztiere mehr gezüchtet und getötet werden. In Deutschland vertritt die VIER PFOTEN-Stiftung für den Tierschutz das Programm. Die Initiative weist Einzelhändler aus, die sich schriftlich dazu verpflichtet haben, keinen Echtpelz mehr zu verkaufen.

<https://www.vier-pfoten.de/kampagnen-themen/themen/pelz-industrie/pelzfrei-einkaufen>

## Bioland



Der Bioland e.V. ist der führende Bio-Anbauverband in Deutschland und Südtirol. Über 7.700 Bioland-Bäuerinnen und -Bauern bewirtschaften in Deutschland rund 420.000 ha – also fast 50 % der gesamten heimischen Biofläche. Bioland steht gemeinsam mit seinen Partnern in Herstellung und Handel für verantwortungsvolle Land- und Lebensmittelwirtschaft. Dabei dienen die Sieben Bioland-Prinzipien als Leitbild, beispielsweise für Kreislaufwirtschaft, artgerechte Tierhaltung, schonende Verarbeitung oder das Fördern von Biodiversität. Stets mit dem übergeordneten Ziel die Lebensgrundlage auf unserer Erde zu schützen. Die Bioland-Richtlinien für Anbau, Tierhaltung und Verarbeitung stellen sicher, dass die Prinzipien langfristig umgesetzt werden. Die Einhaltung der Richtlinien wird mindestens einmal jährlich von staatlich anerkannten, unabhängigen Kontrollstellen überprüft.

Neben der steten Weiterentwicklung und Verbreitung des organisch-biologischen Landbaus ist Bioland auch die zentrale Interessensvertretung der gesamten Branche – von der Basis über Berlin bis nach Brüssel. Wie zum Beispiel bei der Entwicklung eines europäischen Bio-Mindeststandards, der in der EG-Öko-Verordnung festgehalten ist.

Weitere Informationen zu Bioland sowie einen detaillierten Vergleich der deutlich strengeren Bioland- und EU-Bio-Richtlinien finden Sie unter:

<https://www.bioland.de/infos-fuer-verbraucher.html>

## V-Label



Das V-Label der Europäischen Vegetarier-Union weist vegetarische und vegane Produkte aus. Da es für diese bisher keine verbindliche gesetzliche Definition gibt, bietet das unabhängige Label durch einheitliche Kriterien Transparenz. So wird es z.B. grundsätzlich nicht für Produkte vergeben, die als GVO deklariert werden, d. h. gentechnisch veränderte Zutaten enthalten. Die Produkte werden regelmäßig durch Audits und Laboranalysen kontrolliert. So wird sichergestellt, dass alle Kriterien eingehalten werden und

die Qualität gleich hoch bleibt. In Deutschland wird das V-Label von ProVeg e.V. (ehemals Vegetarierbund Deutschland e.V.) vergeben.

<https://www.v-label.eu/de/das-v-label>

## Haltungsform



Anfang Februar 2018 hat Lidl als erster Händler mit dem Lidl-Haltungskompass ein verständliches 4-Stufen-Modell eingeführt. Um den Verbrauchern insgesamt mehr Transparenz und Einheitlichkeit bei der Kennzeichnung anzubieten, haben Lidl und weitere Lebensmitteleinzelhändler im Rahmen des Branchenbündnisses Initiative Tierwohl die bestehenden Haltungskennzeichnungen im Markt durch die unternehmensübergreifende Haltungsform vereinheitlicht. Mit dieser Haltungsform kennzeichnet Lidl seit April 2019 alle Frischfleischprodukte. Wie

zuvor der Lidl-Haltungskompass zeigt das vierstufige System, wie die Tiere gehalten wurden. Durch diese Kennzeichnung werden Kunden unterstützt, eine bewusste Kaufentscheidung für eine tierwohlgerechtere Haltung zu treffen.

<https://www.haltungsform.de>