

Nachhaltiges Wirtschaften

SCHWARZ



Voraushandeln

Nachhaltigkeitsbericht
der Unternehmen der Schwarz Gruppe

Geschäftsjahr 2025

Übersicht

Über diesen Bericht	3
Vorwort	4
Die Unternehmen der Schwarz Gruppe im Porträt	5
GRI-Index	117
Vermerk des Wirtschaftsprüfers	127
Impressum	129



Environment 14



Social 64



Governance 104

Über diesen Bericht

Berichtsinhalt und -scope

[GRI 2-1, 2-2 und 2-14]

Der vorliegende Bericht wird als gemeinsamer Nachhaltigkeitsbericht der Unternehmen der Schwarz Gruppe veröffentlicht. Die Erstellung wurde von der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG im Auftrag der Unternehmen der Schwarz Gruppe koordiniert. Die Worte „wir“, „uns“, „unsere“ o. ä. stehen jeweils für die Gesamtheit dieser Unternehmen. Die Schwarz Gruppe setzt sich aus den Handelssparten Lidl und Kaufland, den Kreislaufwirtschaftsunternehmen PreZero, Schwarz Produktion, Schwarz Digits und Schwarz Corporate Solutions zusammen (siehe auch [Die Unternehmen der Schwarz Gruppe im Porträt](#)). Der Bericht gibt einen Überblick über die strategische Verankerung und das Management von Nachhaltigkeit in den jeweiligen Unternehmen der Schwarz Gruppe. Um ein umfassendes Bild unserer Aktivitäten zu ermöglichen, enthält er neben gemeinsam erarbeiteten Strategien und Managementansätzen auch Informationen zum Engagement auf Ebene einzelner Unternehmen und Landesgesellschaften. Der Nachhaltigkeitsbericht wurde von den CR/CSR- sowie Fachbereichen der Unternehmen der Schwarz Gruppe geprüft.

Berichtsstandard und Berichtsnavigation

Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards erstellt. Entsprechende Inhalte sind im [GRI-Inhaltsindex](#) dargestellt. Durch Seitenverweise im Inhaltsindex und die Platzierung der GRI-Angaben an Texten und Kennzahlendarstellungen kann eine Navigation durch den Bericht erfolgen.

Berichtszeitraum und -zyklus

[GRI 2-3]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe veröffentlichen jährlich einen gemeinsam erstellten Nachhaltigkeitsbericht. Der vorliegende Bericht bezieht sich auf den Zeitraum 01.03.2025 bis 28.02.2026 und umfasst somit das Geschäftsjahr (GJ) 2025. Im Sinne der Vollständigkeit und um Entwicklungen aufzuzeigen, werden Kennzahlen in der Regel im Zweijahresverlauf dargestellt. Stichtag der Datenerhebung war – sofern nicht anders angegeben – der 28.02.2026, Redaktionsschluss war der 30.06.2026. Wurden Informationen einbezogen, die nicht im Berichtszeitraum liegen, sind diese Stellen im Text eindeutig gekennzeichnet.

Kennzahlendarstellung

[GRI 2-3 und 2-4]

Die dargestellten Kennzahlen beziehen sich grundsätzlich auf die Gesamtheit der Unternehmen der Schwarz Gruppe und werden daher aggregiert ausgewiesen beziehungsweise nach den jeweils angegebenen Unternehmenseinheiten berichtet. Da aufgrund von Berichtspflichten nach der CSRD-Richtlinie einige Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2025 bereits vor Ablauf des Geschäftsjahres erhoben werden mussten, wurden für die Werte des ausstehenden Zeitraumes geeignete Hochrechnungsmethoden herangezogen. Einzelne Unternehmen tragen dabei zu den Kennzahlen bei, von denen sie aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit oder ihres Geschäftsmodells betroffen sind. Einkaufszahlen beziehen sich beispielsweise ausschließlich auf die Handelssparten. Bei allen Unternehmen werden in den Werten sämtliche Einheiten berücksichtigt, die mindestens ein vollständiges GJ lang operativ tätig waren. Eine Ausnahme hiervon bildet das Themenfeld Personal. Hier sind neben den im Rahmen des Jahresabschlusses erhobenen Kennzahlen auch Werte aller operativ tätigen Einheiten enthalten.

Bei der Schwarz Produktion ist seit dem GJ 2025 die im Berichtszeitraum erworbene Göbber Gruppe, ein Hersteller für Konfitüren und Honig, in den Kennzahlen enthalten. Bei Abweichungen von den im Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 veröffentlichten Zahlen haben wir im vorliegenden Bericht größere Abweichungen (> 5 %) an der entsprechenden Stelle erläutert. Bei kleineren Abweichungen sind diese auf eine bessere Datenverfügbarkeit/-qualität zurückzuführen.

Externe Prüfung

[GRI 2-5]

Im Juli 2026 hat die EY GmbH & Co. KG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ausgewählte Angaben des vorliegenden Berichts zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit von Nachhaltigkeitsinformationen einer unabhängigen betriebswirtschaftlichen Prüfung nach dem International Standard for Assurance Engagements (ISAE 3000 revised) unterzogen. Zu den Inhalten der Prüfung gehörten ein Teil der abgebildeten Kennzahlen sowie die Methodik und Darstellung der Wesentlichkeitsanalyse (weitere Informationen im Kapitel [Wesentlichkeitsanalyse](#)). Geprüfte Inhalte sind mit  gekennzeichnet. Der Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers ist [hier](#) zu finden.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im vorliegenden Bericht bei der Benennung von Personengruppen (Mitarbeiter, Kollegen usw.) das generische Maskulinum genutzt. Hiermit sind alle Geschlechter gleichermaßen gemeint.



Vorwort

[GRI 2-22]

Liebe Leserinnen und Leser,

Ressourcen werden knapper, geopolitische Spannungen nehmen zu und Gesellschaften polarisieren sich. In diesen komplexen Zeiten erfordert unternehmerische Verantwortung klare Antworten. Für uns als Unternehmen der Schwarz Gruppe steht fest: Wir rücken nicht von unseren ambitionierten Zielen zurück, sondern treiben unsere Vorhaben entschlossen weiter. Wir beweisen jeden Tag, dass wirtschaftlicher Erfolg mit sozialem sowie ökologischem Handeln zusammengehört.

Wertschöpfung neu denken: Von Kreislaufwirtschaft bis Net-Zero

Ein wissenschaftlich durch die Science Based Targets initiative (SBTi) validiertes Net-Zero-Ziel und unser gemeinsamer Klimatransitionsplan bilden die Grundlage für messbaren Umweltschutz in der Praxis. Zudem belegen unsere Zahlen den erfolgreichen Abschluss der gemeinsam erarbeiteten Plastikstrategie REset Plastic. Und nun erfolgt der nächste konsequente Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft mit der ganzheitlichen Strategie REset Resources und konkreten Initiativen zur Ressourcenschonung wie unserer „Road to Zero Waste“.

Zukunft sichern: Fokus auf Fachkräfte und Zusammenhalt

Unsere 604.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit sind der Kern unseres Ökosystems. Die aktuelle Entwicklung belegt unsere Verlässlichkeit durch 9.000 neu geschaffene Arbeitsplätze im vergangenen Geschäftsjahr. Gleichzeitig investieren wir gezielt in die Ausbildung unserer Nachwuchskräfte: Wir qualifizieren europaweit über 10.000 Menschen und bieten mehr als 100 Berufsbilder.

Verantwortung belegen: Datenbasierte Transparenz

Ein strategischer Anspruch braucht verlässliche Fakten. Wir steuern unsere Nachhaltigkeitsziele mittlerweile über mehr als 1.500 Kennzahlen. Dass wir Transparenz und Systematik nicht nur intern fordern, sondern nachweisbar leben, bestätigt unsere jüngste Auszeichnung mit dem unabhängigen ESG Transparency Award für unsere transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Wir kommunizieren Verantwortung nicht nur, wir setzen sie jeden Tag in der Praxis um. Denn die komplexen Herausforderungen unserer Zeit erfordern vor allem verlässliche Partnerschaften und wertorientierte Zusammenarbeit. Auf diesem starken Fundament entwickeln wir mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten konsequent Lösungen und Produkte für ein besseres Leben.

Gerd Chrzanowski
Komplementär
der Schwarz Gruppe

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe im Porträt

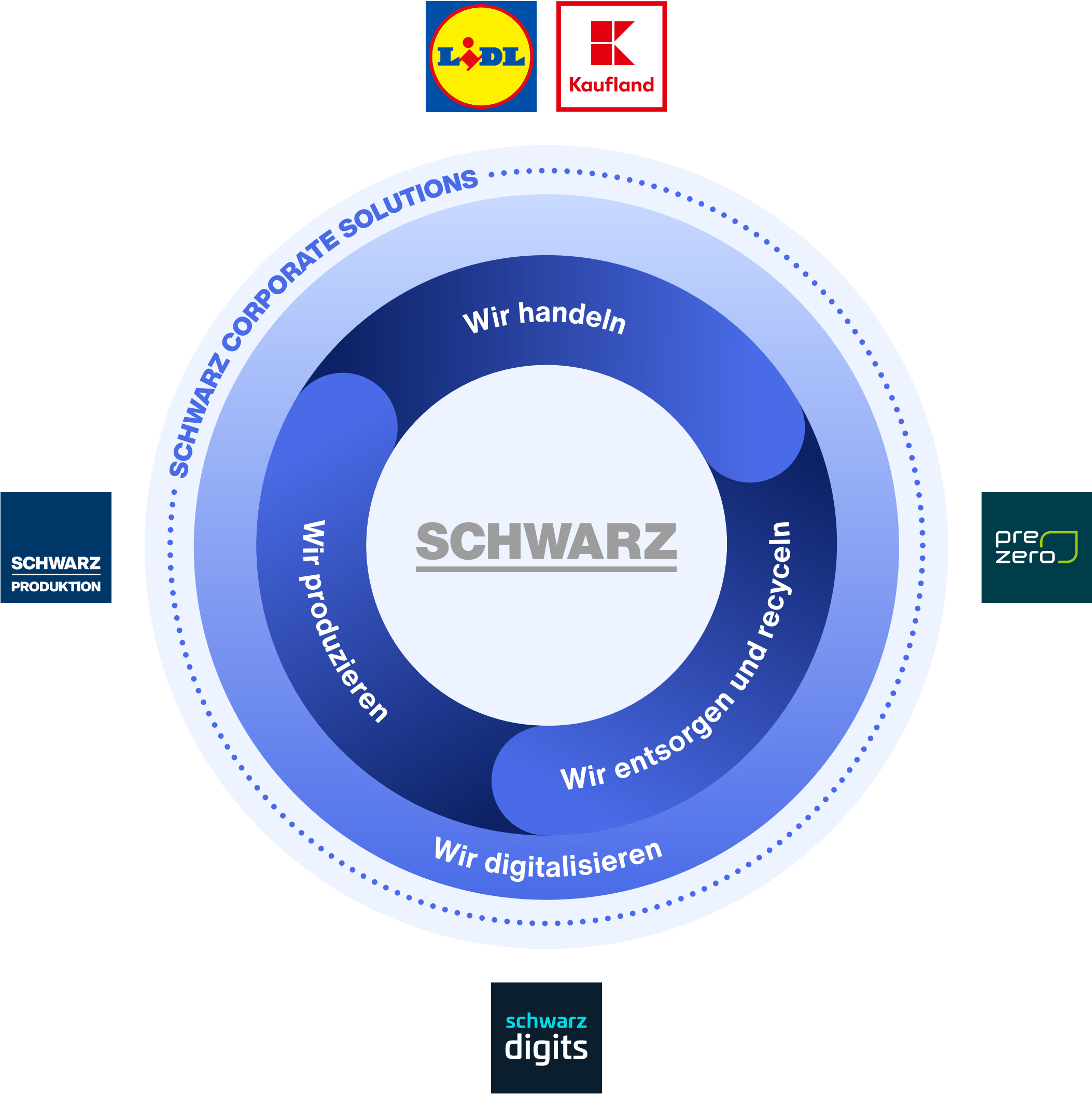
Unser Ökosystem [GRI 2-1, 2-6 und 2-7]

Die Schwarz Gruppe ist eine international führende Handelsgruppe mit rund 14.500 Filialen und über 604.000¹ (2024: 595.000) Mitarbeitern. Im Geschäftsjahr 2025 erwirtschafteten die Unternehmen der Schwarz Gruppe einen Gesamtumsatz von 185,6 (2024: 175,4) Milliarden Euro. Mit unserem einzigartigen Ökosystem decken wir den gesamten Wertschöpfungskreis ab: von der Produktion über den Handel bis hin zu Recycling und Digitalisierung. Wir schaffen Lösungen, die das Leben heute und in Zukunft nachhaltiger, gesünder und sicherer machen – wir handeln voraus.

Lidl und Kaufland bilden die Säulen im Lebensmitteleinzelhandel und sind ein fester Bestandteil im Alltag von Kunden in 33 Ländern. Viele Eigenmarkenprodukte und Verpackungen kommen direkt von der Schwarz Produktion. Die Kreislaufwirtschaftsparte PreZero verfolgt im Entsorgungs- und Recyclingmanagement die Vision geschlossener Wertstoffkreisläufe. Schwarz Digits bietet als IT- und Digitalsparte überzeugende digitale Produkte und Services an, die den hohen deutschen Datenschutzstandards entsprechen, und garantiert größtmögliche digitale Souveränität. Als partner-schaftliche Dienstleister unterstützen die Schwarz Corporate Solutions die Unternehmen der Schwarz Gruppe bei allen Themen von Verwaltung über Personal bis hin zu operativen Tätigkeiten.

Zum Ende des Geschäftsjahres 2025 gehörten 1.290 (2024: 1.237) Gesellschaften zur Schwarz Gruppe.

1 | Diese Mitarbeiterzahl bezieht sich auf den Jahresabschluss und inkludiert auch Langzeitabwesende sowie Arbeitnehmer in Mutterschutz.





[GRI 2-1 und 2-6]

Die Landesgesellschaften der Handelssparte Lidl betreiben den Lebensmitteleinzelhandel im Discountbereich. Lidl betreibt derzeit rund 12.900 Filialen in 32 Ländern und darüber hinaus rund 230 Warenverteil- und Logistikzentren. Insgesamt beschäftigen die Handelsunternehmen über 395.000 Mitarbeiter. Im Geschäftsjahr 2025 erwirtschaftete Lidl einen Umsatz von 140,2 (2024: 132,1) Milliarden Euro. 2022 hat Lidl mit TAILWIND Shipping Lines eine Reederei gegründet, um die Souveränität der Lieferkette von Asien nach Europa zu sichern. Zudem ist Lidl in Asien mit Mitarbeitern vertreten.

In den Filialen und Online-Shops finden Kunden ein umfangreiches Sortiment für den täglichen Bedarf. Allein in seinen Filialen bietet Lidl durchschnittlich 4.640 Einzelartikel im Festsortiment, ergänzt durch durchschnittlich 2.558 weitere Produkte im Rahmen von Sonderaktionen.

Für Lidl bedeutet unternehmerische Verantwortung, an den großen Zukunftsthemen zu arbeiten sowie Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit miteinander zu vereinbaren. Lidl stellt sich organisatorisch, strategisch und mit seinen Angeboten so auf, dass Lidl als Systemgeber globale Lösungen für die gesamten Unternehmen findet. Die internationale CSR-Strategie ist für Lidl mehr als nur ein Regelwerk – sie ist der Kompass auf dem Weg nach morgen. Die Unternehmen verfolgen und antizipieren die politischen und gesellschaftlichen Debatten und gleichen sie mit ihren Handlungsfeldern ab.



[GRI 2-1 und 2-6]

Mit über 1.600 (2024: 1.577) Filialen und rund 162.000 (2024: 157.000) Mitarbeitern sind die Unternehmen der Kaufland Gruppe in acht Ländern Europas vertreten. Europaweit betreiben Unternehmen der Kaufland Gruppe fünf Fleischbetriebe (im Folgenden auch „Kaufland Fleischwerke“), die Fleisch- und Wurstwaren für die Filialen produzieren und 17 Logistikstandorte. Mit durchschnittlich 17.000 bis 30.000 Artikeln pro Filiale¹ bietet Kaufland ein umfangreiches Sortiment an Lebensmitteln und Waren für den täglichen Bedarf. Im Geschäftsjahr 2025 erzielte Kaufland einen Umsatz von 36,7 Milliarden Euro – was einem Wachstum von 4,3 Prozent zum Vorjahr entspricht.

Für uns bei Kaufland ist Nachhaltigkeit weit mehr als nur ein Schlagwort – sie ist ein klarer Auftrag. Als integraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie prägt Nachhaltigkeit unser tägliches Handeln – weltweit und in allen Geschäftsbereichen. Mit unseren vier Fokusfeldern „Gut ernähren“, „Gesellschaft stärken“, „Ressourcen schonen“ und „Umwelt schützen“ arbeiten wir systematisch daran, unsere eigenen Geschäftsprozesse und die innerhalb der Lieferkette nachhaltiger zu gestalten und Umweltbelastungen zu reduzieren. Dabei behalten wir immer unsere Kernkompetenz im Blick: ein vielfältiges Lebensmittelangebot bereitzustellen. Wir verstehen unseren Auftrag darin, eine gute Ernährung für jeden zugänglich zu machen – heute und morgen.



[GRI 2-1 und 2-6]

Die 24 Unternehmen der Schwarz Produktion versorgten im Geschäftsjahr 2025 mit circa 6.500 (2024: 6.000) Beschäftigten täglich Millionen Menschen in ganz Europa zuverlässig mit hochwertigen Lebensmitteln. In 19 (2024: 18) Produktionsbetrieben werden Getränke, Schokolade, Eis, Backwaren, Nüsse und Trockenfrüchte, Kaffee, Teigwaren und Fruchtaufstriche produziert. Drei Kunststoff- und Recyclingwerke sind zentrale Bestandteile eines wegweisenden PET-Wertstoffkreislaufes (weitere Informationen im Kapitel [Kreislaufwirtschaft](#)). Ergänzt wird das Portfolio durch ein eigenes Papierwerk. Die Unternehmen der Schwarz Produktion sind überzeugt, dass langfristiger Unternehmenserfolg und die Berücksichtigung ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Aspekte eng miteinander verbunden sind. Um ihrer Verantwortung gerecht zu werden, haben sie sich gemeinsam klar definierte Nachhaltigkeitsziele gesetzt, die sie zusammen mit ihren Mitarbeitern und Partnern verfolgen.

1 | Sortimentsgröße unterscheidet sich in den Landesgesellschaften und ist abhängig von der jeweiligen Filialgröße.



[GRI 2-1 und 2-6]

Die Gesellschaften der PreZero Gruppe (im Folgenden auch „PreZero“) sind einer der europaweit führenden Partner für die Kreislaufwirtschaft. Die Kreislaufwirtschaftssparte der Schwarz Gruppe unterstützt Unternehmen, Städte und Gemeinden dabei, Ressourcen im Kreislauf zu halten, Emissionen zu reduzieren und Abfälle in messbaren Mehrwert zu verwandeln. Dadurch wird die Ressourcensouveränität gestärkt und ein Beitrag zur Dekarbonisierung geleistet.

Das umfassende Portfolio deckt die gesamte Wertstoff- und Entsorgungskette ab: von der Sammlung und Sortierung über das Recycling und die dadurch mögliche Bereitstellung hochwertiger Rezyklate bis zur energetischen Verwertung noch verbleibender Abfälle. Durch die Verzahnung von Infrastruktur, operativem Geschäft und digitalen Prozessen verwandelt PreZero fragmentierte Dienstleistungen in zirkuläre Systeme. Über den Einsatz von sensorbasiertem Monitoring und automatisierten Dashboards schafft das Unternehmen Transparenz, verfolgt Materialströme kreislaufübergreifend und verbessert die Rückverfolgbarkeit bei Abfallströmen sowie Verwertungsquoten. Diese Daten werden zu einem strategischen Vorteil für Compliance, Effizienz und die Einhaltung von Vorschriften – kompatibel mit ERP-Schnittstellen, Audit-zertifiziert und ausschreibungskonform.

Das Unternehmen arbeitet mit einer Vielzahl von Partnern zusammen – das Spektrum reicht von großen Industriekonzernen bis zu Akteuren aus dem Sport- und Eventbereich. Die Unterstützung erfolgt dabei datengestützt, etwa über das Konzept WasteEcoSavings, das Emissionen auf Basis der genutzten Abfallentsorgungswege transparent nachvollziehbar macht, um Materialströme direkt operativ zu optimieren und Kosten zu senken. Mit rund 30.000 (2024: 30.000) Mitarbeitern an circa 470 (2024: 468) Standorten in zehn Ländern verleiht PreZero der Kreislaufwirtschaft operative Schlagkraft.

Durch die Behandlung von jährlich über 26 (2024: 26,8) Millionen Tonnen Wertstoffen stärkt PreZero die Ressourcen- und Energiesouveränität. Im Geschäftsjahr 2025 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von 4,1 (2024: 3,9) Milliarden Euro. Unter anderem durch das gesteigerte Volumen im Wertstoffhandel und ausgebaute Marktanteile am dualen System in Deutschland erhöhte PreZero den Umsatz um 5,1 Prozent auf 4,1 Milliarden Euro.



[GRI 2-1 und 2-6]

Schwarz Digits ermöglicht digitale Entscheidungsfreiheit für die größte Handelsgruppe Europas und Kunden bzw. Partner in ganz Europa. Als Vorreiter für digitale Souveränität bietet die IT- und Digitalsparte der Schwarz Gruppe sichere und leistungsstarke Lösungen in den Bereichen Cloud, Cyber Security, Data & AI, Communication und Workspace – für eine digital selbstbestimmte Zukunft Europas.

- **Cloud:** Mit datensouveränen Cloud- und Co-location-Lösungen bietet Schwarz Digits skalierbare, leistungsfähige Systeme für ganzheitliche Digitalisierungsvorhaben.
- **Cybersicherheit:** Mit modernem Continuous Threat Exposure Management (CTEM) schützt Schwarz Digits Systeme und sensible Daten nachhaltig vor Cyberbedrohungen.
- **Data und AI:** Schwarz Digits entwickelt souveräne KI-Lösungen – branchenspezifisch, schlüsselfertig und auf kritische Geschäftsprozesse zugeschnitten.
- **Kommunikation:** Die Kommunikationsplattform Wire für Messaging, Audio- und Videokonferenzen verbindet Sicherheit mit technologischer Unabhängigkeit. Schwarz Digits entwickelt sichere, browserbasierte Kollaborationslösungen, insbesondere für regulierte Branchen.

- **Workspace:** Aus der strategischen Partnerschaft mit Google ist der Workspace by STACKIT entstanden. Er ergänzt das Leistungsportfolio von Schwarz Digits um digitale Kollaborationsangebote für regulierte Branchen in Deutschland und Europa. Die browserbasierte Zusammenarbeit mit clientseitiger Verschlüsselung schützt vor unbefugtem Zugriff durch Dritte. In Kombination mit den Cloud-Lösungen von Schwarz Digits entsteht eine sichere und souveräne Kollaborationslösung für mehr Effizienz am Arbeitsplatz.



[GRI 2-1 und 2-6]

Schwarz Corporate Solutions (SCOS) unterstützen sämtliche Bereiche der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Sie bilden das administrative und operative Rückgrat als strategischer Berater der anderen Unternehmen der Schwarz Gruppe und implementieren Lösungen, um die Unternehmen der Schwarz Gruppe weiterzuentwickeln – unter anderem in den Bereichen Controlling, Finanzen und Personal sowie Beschaffung und Immobilien. So bündeln wir unsere Kräfte, nutzen Synergiepotenziale und leben einen partnerschaftlichen Austausch im täglichen Geschäft. Solche Dienstleistungen erbringen unter anderem die Schwarz Beschaffung, Schwarz Immobilien Service, Schwarz Mobility Solutions oder die Schwarz Restaurantbetriebe.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe im Porträt

Übersicht

[GRI 2-1]



Lidl Gruppe

Lidl Stiftung & Co. KG (international)

Landesgesellschaften

- Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG (DE)
- Lidl Sverige Kommanditbolag (SE)
- Lidl ITALIA S. r. l. (IT)
- Lidl US, LLC (USA)
- Lidl Great Britain Limited (GB)
- Lidl Supermercados S. A. U. (ES)
- Lidl SNC (FR)
- Lidl sp. z o. o. sp. k. (PL)
- Lidl Discount S. R. L. (RO)
- ...

Regional-/Logistik-, Vertriebsgesellschaften

Lidl Digital (Online)

...



Kaufland Gruppe

Kaufland Stiftung & Co. KG (international)

Landesgesellschaften

- Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG (DE)
- Kaufland Bulgaria EOOD & Co KD (BG)
- Kaufland Polska Markety sp. z o. o. sp. k. (PL)
- Kaufland Česká republika v. o. s. (CZ)
- KAUF LAND HRVATSKA k. d. (HR)
- Kaufland Romania SCS (RO)
- Kaufland Slovenská republika v. o. s. (SK)
- ...

Regional-/Logistik-, Vertriebsgesellschaften

Fleischwerke (DE, CZ)

Kaufland e-commerce

...



PreZero Gruppe

PreZero Stiftung & Co. KG (international)

- GreenCycle GmbH

- OutNature GmbH

- PreTurn GmbH

- PreZero Dual GmbH

Landesgesellschaften

- PreZero Deutschland KG (DE)
- PreZero Polymers Italy S. P. A. (IT)
- PreZero Polska sp. z o. o. (PL)
- PreZero España, S. A. U. (ES)
- PreZero Portugal, S. A. (PT)
- PreZero Recycling AB (SE)

- JEAN LAMESCH Exploitation S. A. (LUX)

- PreZero Nederland Holding B. V. (NL)

- PreZero Polymers Austria GmbH (AT)

- PreZero Belgium BV (BE)

- ...



Schwarz Produktion

Schwarz Produktion Stiftung & Co. KG

MEG

(Getränke, Kunststoff und Recycling)¹

Solent Übach-Palenberg GmbH & Co. KG
Solent Rheine GmbH & Co. KG

(Schokolade, Trockenfrüchte, Nüsse)

Bonback Übach-Palenberg GmbH & Co. KG
Bonback Halle (Saale) GmbH

(Backwaren)

Bon Gelati Übach-Palenberg GmbH & Co. KG
Bon Gelati Haaren GmbH

(Speiseeis)

Bon Presso GmbH & Co. KG

(Kaffeeprodukte)

Bon Pasta GmbH

(Teigwaren)

Sindra Übach-Palenberg GmbH & Co. KG

(Dienstleistungen)

...



Schwarz Digits

Schwarz Digits KG

STACKIT

XM Cyber

Schwarz Media

mmmake

Schwarz Digits IT KG

Schwarz Digital

Lidl e-commerce

Omniac



Schwarz Corporate Solutions KG

- Schwarz Beschaffung GmbH
- Schwarz Campus Service GmbH & Co. KG
- Schwarz Restaurantbetriebe GmbH & Co. KG
- Schwarz Immobilien Service GmbH & Co. KG
- Schwarz Logistics Solutions GmbH
- Schwarz Mobility Solutions GmbH
- Schwarz Corporate HR Solutions GmbH & Co. KG
- Schwarz Projektentwicklung GmbH & Co. KG
- ...

1 | Getränkeproduktion und Kunststoffrecycling an acht Standorten in Deutschland durch MEG Leißling GmbH, MEG Jessen GmbH, MEG Lönningen GmbH, MEG Kinkel GmbH, MEG Wörth GmbH, MEG Roßbach GmbH, MEG Neuensalz GmbH, MEG Übach-Palenberg GmbH und mit der MEG Derby Limited an einem Standort in Großbritannien

[GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-14 und 2-18]

Operativ geführt werden die Unternehmen der Schwarz Gruppe durch jeweilige Vorstands-gremien. Vorsitzende der Vorstands-gremien der Unternehmen der Schwarz Gruppe waren zum Ende des Geschäftsjahres 2025 Kenneth McGrath (Lidl Stiftung & Co. KG), Frank Schumann (Kaufland Stiftung & Co. KG), Jörg Aldenkott (Schwarz Produktion Stiftung & Co. KG), Wolf Tiedemann (PreZero Stiftung & Co. KG), Christian Müller und Rolf Schumann (Co-Vorstandsvorsitzende Schwarz Digits KG) sowie Christian Groh (Schwarz Corporate Solutions KG). Ergänzt wird diese Struktur durch die Schwarz Unternehmenstreuhand KG, deren Komplementär Gerd Chrzanowski ist. Sie nimmt die Rolle eines Aufsichtsgremi-ums wahr und ist auch mit externen Mitgliedern besetzt.



Gerd Chrzanowski
Komplementär
Schwarz Gruppe



Kenneth McGrath
Vorstandsvorsitzender
Lidl Stiftung & Co. KG



Frank Schumann
Vorstandsvorsitzender
Kaufland Stiftung
& Co. KG



Jörg Aldenkott
Vorstandsvorsitzender
Schwarz Produktion
Stiftung & Co. KG



Wolf Tiedemann
Vorstandsvorsitzender
PreZero Stiftung & Co. KG



Christian Müller
Co-Vorstandsvorsitzender
Schwarz Digits KG



Rolf Schumann
Co-Vorstandsvorsitzender
Schwarz Digits KG
(bis Juli 2026)



Christian Groh
Vorstandsvorsitzender
Schwarz Corporate
Solutions KG

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe im Porträt

Leistung

[GRI 2-6, 201-1 und 203-1]

Als Unternehmen der Schwarz Gruppe haben wir das Geschäftsjahr 2025 mit einem deutlichen Umsatzplus und einer weiteren Festigung unserer Marktposition abgeschlossen. In einem von wirtschaftlichen und geopolitischen Krisen geprägten Umfeld erwirtschafteten die Unternehmen der Schwarz Gruppe einen Gesamtumsatz von 185,6 Milliarden Euro (Vorjahr: 175,4 Milliarden Euro). Dies entspricht einem Zuwachs von 5,8 Prozent. Im Berichtszeitraum stieg die Zahl der Mitarbeiter um 9.000 von 595.000 auf 604.000 – allein 5.000 davon in Deutschland. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe investierten im Geschäftsjahr 2025 neun Milliarden Euro, davon 3,7 Milliarden Euro in den Wirtschaftsstandort Deutschland.

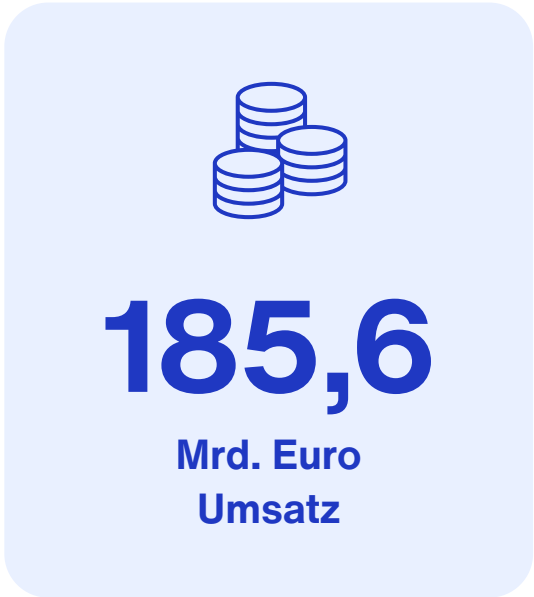
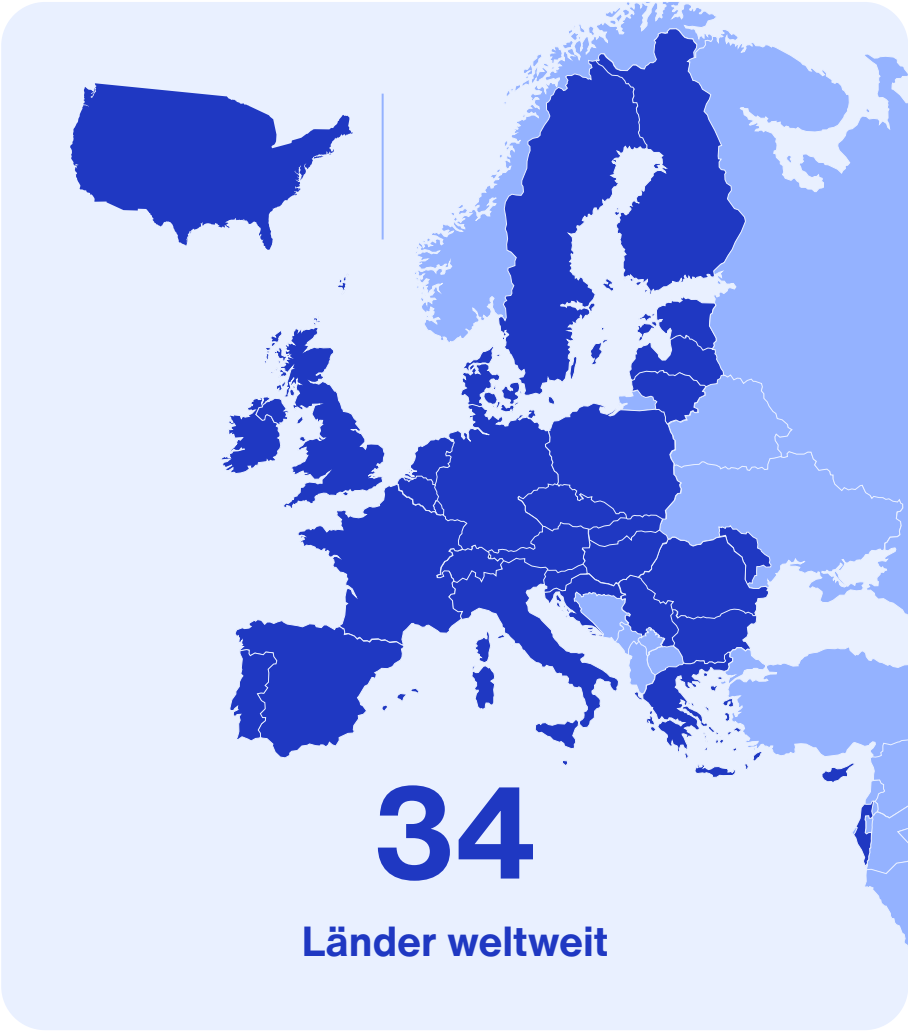
Die Handelssparten bilden das stabile Rückgrat der Schwarz Gruppe. Als zuverlässige Nahversorger legen Lidl und Kaufland großen Wert auf die Nähe zu ihren Kunden. Daher wurde im Geschäftsjahr 2025 das Filialnetz um 300 Filialen auf 14.500 Filialen erweitert (Vorjahr: 14.200). Lidl steigerte seinen Filialumsatz auf 140,2 Milliarden Euro (Vorjahr: 132,1 Milliarden Euro). Dieses Plus von 6,1 Prozent resultiert maßgeblich aus der Erweiterung des Filialnetzes und aus Kundenzuwächsen in Deutschland und Europa. Kaufland erzielte einen Filialumsatz von 36,7 Milliarden Euro, ein Plus von 4,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (35,2 Milliarden Euro). Die Sparte verzeichnete Zuwächse in Deutschland sowie in osteuropäischen Märkten und festigte ihre Marktposition.

Die Kreislaufwirtschaftssparte PreZero erweitert ihr Geschäftsmodell: Sie ergänzt ihre umfassende Entsorgungs- und Recyclingexpertise um einen geschärften Fokus auf die Sicherung wichtiger Rohstoffe und positioniert sich so zusätzlich als strategischer Partner für Ressourcensouveränität. Bei einem Wertstoffumsatz von 4,1 Milliarden Euro (+5,1 Prozent; Vorjahr: 3,9 Milliarden Euro) markiert PreZero mit der Akquisition von RE.LION.BAT den Einstieg in das Batterie-recycling und setzt – zusammen mit Investitionen in die energetische Verwertung – neue Maßstäbe für eine autarke Kreislaufwirtschaft.

Die produzierenden Unternehmen der Schwarz Gruppe stellen die Warenversorgung mit wichtigen Lebensmitteln sicher und steigerten ihren Umsatz um 23,9 Prozent auf 5,7 Milliarden Euro (Vorjahr: 4,6 Milliarden Euro). Neben der vollen operativen Leistungsfähigkeit des Werks im britischen Derby stärkte die Schwarz Produktion durch den Zukauf des Konfitüren- und Honigherstellers Göbber die Unabhängigkeit der Lieferketten.

Schwarz Digits leistet mit Lösungen in den Bereichen Cloud, Cybersicherheit, Künstliche Intelligenz, Kommunikation und Workplace einen wichtigen Beitrag zur digitalen Souveränität Deutschlands und Europas. Die wachsende Relevanz des Themas spiegelt sich in einem deutlichen Umsatzplus der IT- und Digital-Sparte der Schwarz Gruppe von 15,8 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro (Vorjahr: 1,9 Milliarden Euro) wider.

1 | Diese Mitarbeiterzahl bezieht sich auf den Stichtag des Geschäftsjahresendes und inkludiert auch Langzeitabwesende sowie Arbeitnehmer in Mutterschutz.



Corporate-Responsibility-Strategie

Unser Antrieb

Wir leben in einer Ära der Multikrisen, in der geopolitische Spannungen, ökologische Bedrohungen und gesellschaftliche Spaltungen nicht isoliert auftreten, sondern sich gegenseitig verstärken. Basierend auf aktuellen Analysen wie dem Global Risk Report des World Economic Forums sehen wir uns mit einer zunehmend fragmentierten Welt konfrontiert. Unsere Geschäftsmodelle werden dabei maßgeblich von folgenden globalen Entwicklungen beeinflusst:

- **Klimawandel und Extremwetter:** Der menschengemachte Klimawandel ist keine bloße Prognose mehr, sondern Realität. Extreme Wetterereignisse wie Hitzewellen, Dürren und Stürme nehmen zu und gefährden weltweit landwirtschaftliche Erträge und Lieferketten.
- **Ressourcenknappheit und Biodiversitätsverlust:** Der weltweite Ressourcenverbrauch hat sich seit 1970 mehr als verdreifacht (Global Resources Outlook 2024, UNEP). Diese Entwicklung führt zu spürbaren Engpässen und volatilen Preisen, weshalb eine funktionierende Kreislaufwirtschaft für unsere Versorgungssicherheit essenziell ist. Gleichzeitig bildet der Verlust der Biodiversität eine „Zwillingskrise“ mit dem Klimawandel, da intakte Ökosysteme die Basis unserer Nahrungsmittelproduktion sind.
- **Geopolitische Spannungen und Ökonomie:** Bewaffnete Konflikte und geoökonomische Konfrontationen (z. B. Zölle, Sanktionen) beeinflussen zunehmend die globale Zusammenarbeit und schaffen Unsicherheit.
- **Soziale Polarisierung und Desinformation:** Falschinformation und gesellschaftliche Spaltung gehören kurzfristig zu den akutesten globalen Risiken, die Märkte und Gesellschaften destabilisieren.

In diesem Wandel rücken wir als Unternehmen der Schwarz Gruppe nicht von unseren ambitionierten Nachhaltigkeitszielen ab. Nachhaltiges Wirtschaften begreifen wir als strategisches Risikomanagement und Innovationstreiber in Zeiten globaler Krisen. Daher stellen wir unsere Geschäftsmodelle zukunftsfähig auf und investieren gezielt in Energie- und Ressourcensouveränität. Wir bauen unser Engagement im Bereich ESG konsequent aus und handeln voraus.

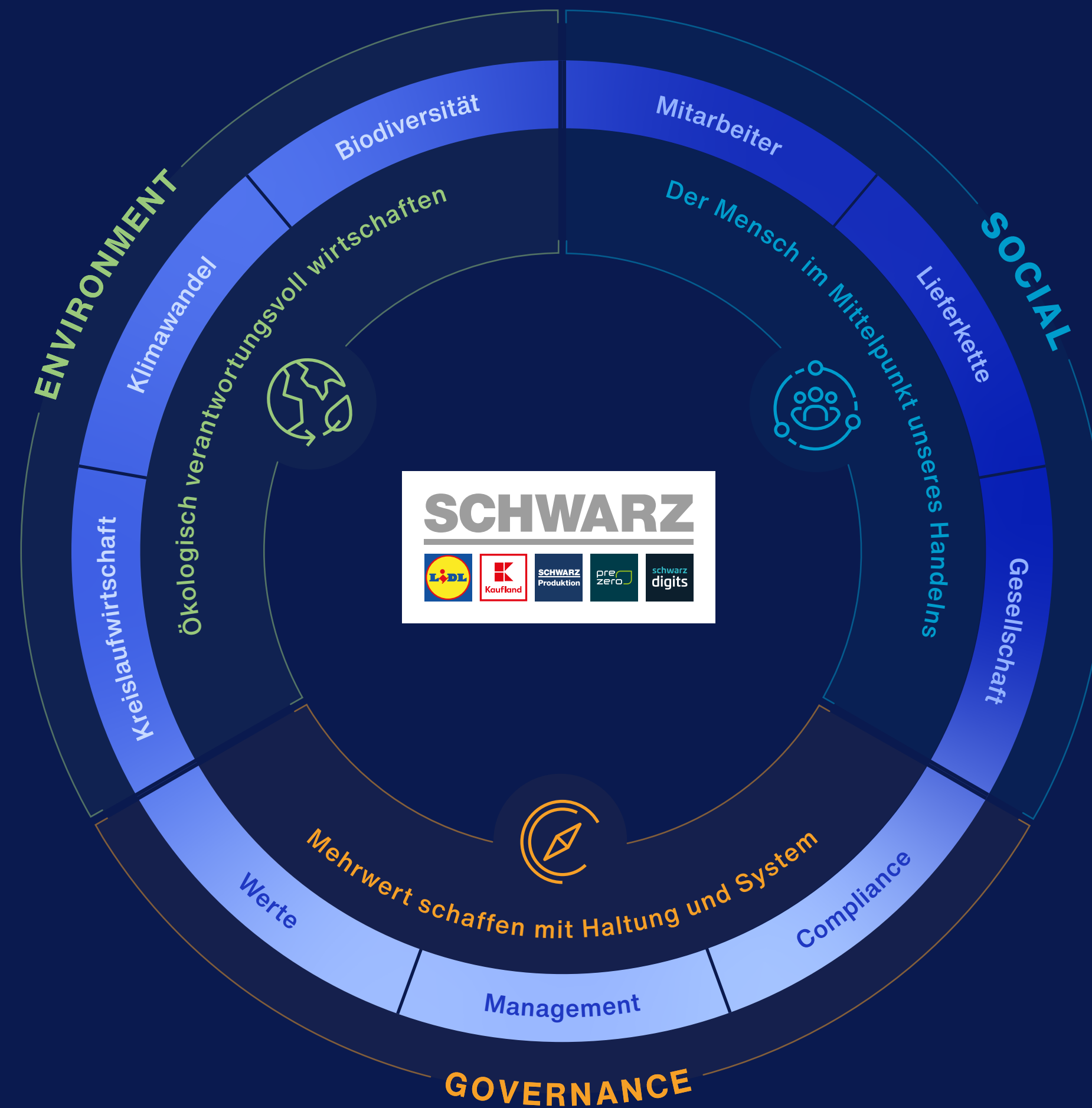
Corporate-Responsibility-Strategie

Unser strategischer Ansatz

Mit unserer gemeinsam weiterentwickelten Corporate Responsibility (CR)-Strategie verbinden wir als Unternehmen der Schwarz Gruppe wirtschaftliche Stabilität mit ökologischer und sozialer Verantwortung.

Denn um unserer Verantwortung in einer komplexen Welt gerecht zu werden, benötigen wir mehr als nur den Willen zum Wandel – wir brauchen einen klaren Kompass, der unsere Richtung vorgibt. Diesen Kompass bildet unser ESG-Rad. Es visualisiert unser ganzheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit und stellt sicher, dass wir nicht in isolierten Silos denken, sondern die Wechselwirkungen zwischen ökologischen Notwendigkeiten, sozialer Verantwortung und guter Unternehmensführung verstehen und steuern.

Das Rad gliedert unsere Aktivitäten in drei untrennbare Dimensionen, die gemeinsam unser Verständnis von nachhaltigem Wirtschaften definieren.

Unser Verständnis von
nachhaltigem WirtschaftenENVIRONMENT (E) –
Ökologisch verantwortungsvoll wirtschaften

Wir erkennen an, dass unsere ökonomischen Aktivitäten auf begrenzten natürlichen Ressourcen basieren. Dabei sind wir uns bewusst, dass das Überschreiten kritischer Belastungsgrenzen zu unumkehrbaren Effekten und globalen Kipppunkten führt, die unsere ökologische Stabilität gefährden. Unsere ökologische Strategie zielt mit spezifischen Maßnahmen darauf ab, einen Beitrag zum globalen Klimaschutz zu leisten, kreislaforientierte Geschäftsmodelle zu etablieren und negative Auswirkungen auf die Biodiversität zu vermeiden und zu vermindern.

SOCIAL (S) –
Der Mensch im Mittelpunkt unseres Handelns

Ob Mitarbeiter, Menschen in der Lieferkette und die Gesellschaft – wir übernehmen soziale Verantwortung. Wir fördern ein faires, sicheres und wertschätzendes Miteinander, denn wir sind überzeugt: Nur mit den Menschen gemeinsam können wir erfolgreich sein.

GOVERNANCE (G) –
Mehrwert schaffen mit Haltung und System

Nachhaltigkeit ist kein Zufallsprodukt, sondern das Ergebnis von klaren Prozessen, Strukturen und Werten. Wir steuern unser Handeln transparent, datengestützt und basierend auf Integrität und Compliance. So schaffen wir Vertrauen bei unseren Stakeholdern und sichern unsere Zukunftsfähigkeit. Denn wir begreifen nachhaltiges Wirtschaften als strategisches Risikomanagement und Innovationstreiber.

Corporate-Responsibility-Strategie

Mission Statements



ENVIRONMENT (E) –
Ökologisch verantwortungsvoll wirtschaften

Kreislaufwirtschaft

Wir etablieren kreislauforientierte Geschäftsmodelle durch messbare Maßnahmen und reduzieren gezielt den Einsatz und die Verschwendung von Ressourcen.

Klimawandel

Wir reduzieren Emissionen durch klar definierte Maßnahmen und leisten damit unseren Beitrag zum globalen Klimaschutz.

Biodiversität

Wir verbessern unsere Prozesse schrittweise, um negative Auswirkungen auf die Biodiversität zu vermeiden, zu vermindern und um Lebensräume und Ökosysteme zu schonen.



SOCIAL (S) –
Der Mensch im Mittelpunkt unseres Handelns

Mitarbeiter

Wir übernehmen durch gezielte Entwicklungsformate Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern und schaffen so ein gerechtes und motivierendes Arbeitsumfeld, das nachhaltige Zugehörigkeit schafft.

Lieferkette

Wir gewährleisten gemeinsam mit unseren Lieferanten und Partnern die Einhaltung von Menschenrechten in unserer gesamten Lieferkette und fördern sichere und gerechte Arbeitsbedingungen.

Gesellschaft

Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft bewusst und nehmen diese ernst; so tragen wir aktiv zur Lösung großer gesellschaftlicher Herausforderungen bei.



GOVERNANCE (G) –
Mehrwert schaffen mit Haltung und System

Werte

Wir stärken das Vertrauen unserer Stakeholder, indem wir eine Unternehmenskultur fördern, die auf Integrität, Transparenz und ethischem Verhalten basiert.

Management

Wir stellen eine nachhaltige und verantwortungsvolle Unternehmensführung sicher, indem wir effektive Führungsstrukturen und Entscheidungsprozesse implementieren.

Compliance

Wir minimieren rechtliche Risiken und schützen die Unternehmensreputation, indem wir uns an geltendes Recht und interne Richtlinien halten.

Environment

Ökologisch verantwortungsvoll
wirtschaften



Kreislaufwirtschaft Strategischer Ansatz

Schwerpunktt Themen [GRI 301 und 306-2]

Mit REset Resources verfolgen wir gemeinsam eine ganzheitliche Kreislaufwirtschaftsstrategie, die den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen in alle Geschäftsprozesse integriert.

Als Unternehmen der Schwarz Gruppe nutzen wir unser Ökosystem, um Kreislaufwirtschaft über alle Sparten hinweg und in all unseren Zielländern zukunfts-fähig zu gestalten. Gemeinsam wollen wir Ressourcen schonen und Kreislaufwirtschaft aktiv mitgestalten. Wir wollen den Einsatz von Ressourcen reduzieren, Wiederverwendung fördern, Kreislauf- und Recyclingfähigkeit erhöhen, Zugang zu Wertstoffen sichern und den Einsatz von recycelten Materialien stärken.

Vor diesem Hintergrund umfasst REset Resources alle zentralen Bereiche: von Verpackungen und Produkten über Bau und Food Waste bis hin zu innovativen Verwertungsverfahren. Kreislaufwirtschaft soll entlang der gesamten Liefer- und Wertschöpfungskette gefördert werden.

Mit unserer ganzheitlichen Kreislaufwirtschaftsstrategie wollen wir gemeinsam neue Maßstäbe für die europäische Ressourcensouveränität setzen. Indem wir Ressourcen schonen, Abfälle vermeiden und Wertstoffkreisläufe schließen, machen wir uns langfristig unabhängiger von Versorgungsengpässen und stärken unsere Resilienz. So festigen wir langfristig den Fortbestand unserer Geschäftsmodelle.

Die gemeinsam erarbeitete Kreislaufwirtschaftsstrategie REset Resources fußt auf fünf konkreten Handlungsfeldern:

- **REdesign:** Wir etablieren kreislaforientierte Geschäftsmodelle (mehr dazu unter [REdesign](#)).
- **REduce:** Wir reduzieren den Einsatz und vermeiden die Verschwendung von Ressourcen (mehr dazu unter [REduce](#)).
- **REuse:** Wir setzen auf Wiederverwendung (mehr dazu unter [REuse](#)).
- **REcollect:** Wir schaffen Zugang zu Wertstoffen (mehr dazu unter [REcollect](#)).
- **REcycle:** Wir stärken hochwertige Verwertungsverfahren und den Einsatz von recycelten Materialien (mehr dazu unter [REcycle](#)).

1 | Rezyklat ist ein Material, das durch Recycling gewonnen wird und zur Herstellung neuer Produkte und Verpackungen wiederverwendet werden kann. Es handelt sich also um einen Sekundärrohstoff. Beispiel: Aus alten PET-Flaschen entstehen neue Flaschen. Rezyklat spart Virgin Material, reduziert Abfall, schließt Wertstoffkreisläufe und reduziert CO₂-Emissionen – ein Kernbaustein der Kreislaufwirtschaft.



67,3 %

Recyclingfähigkeit aller
Eigenmarkenverpackungen aus Plastik



35,7 %

weniger Plastik in Eigenmarkenverpackungen
und Transporthilfen aus Plastik
(im Vergleich zum Basisjahr 2017)



26,1 %

Rezyklat¹ in Eigenmarkenverpackungen aus Plastik

Auswirkungen

[GRI 306-1]

Der weltweite Ressourcenverbrauch hat sich seit 1970 mehr als verdreifacht.¹ Der „Earth Overshoot Day“ rückt jedes Jahr weiter nach vorne. Gleichzeitig führt die weltweite Verknappung strategisch wichtiger Ressourcen bei wachsender Nachfrage zu Engpässen, die besonders in Europa nicht nur die Geschäftsmodelle der Unternehmen der Schwarz Gruppe gefährden. Ressourcenknappheit zählt bereits heute zu den größten globalen Risiken und rückt – verstärkt durch regulatorische Anforderungen sowie politische und gesellschaftliche Erwartungen – eine funktionierende Kreislaufwirtschaft in den Fokus. Hierdurch gewinnt das Thema sowohl politisch als auch gesellschaftlich an Bedeutung. Durch zirkuläre Prozesse können wir den Zugang zu wichtigen Rohstoffen sichern. Kreislaufwirtschaft macht uns damit unabhängiger von globalen Lieferketten.

Ressourceneffizientes Handeln trägt nicht nur zur Reduktion möglicher Umweltauswirkungen bei, sondern gewinnt auch vor dem Hintergrund steigender Preise von Rohstoffen und Ressourcen an Relevanz. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reagieren darauf mit einem Ökosystem entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Produktion bis zum Recycling – und leisten mit ihrer ganzheitlichen Kreislaufwirtschaftsstrategie REset Resources einen wichtigen Beitrag zur Ressourcensouveränität für die eigenen Geschäftsprozesse und den europäischen Markt.

Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen

[GRI 2-23]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe gehen mit ihrem gemeinsamen Engagement für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft häufig über das gesetzlich geforderte Mindestmaß hinaus – beispielsweise mit ihren ambitionierten Verpackungszielsetzungen oder mit der „Road to Zero Waste“ (siehe auch „[Road to Zero Waste](#)“). Gesetzliche Veränderungen treiben das Thema zusätzlich an: Zentrale regulatorische Entwicklungen sind unter anderem:

- Die Verpackungsverordnung (Packaging and Packaging Waste Regulation, PPWR) der Europäischen Union (EU) wird die bestehende Richtlinie über Verpackungen und Verpackungsabfälle ersetzen bzw. ergänzen. Ihr Ziel ist es, die Umweltauswirkungen von Verpackungen effektiver zu reduzieren und die Hersteller stärker in die Verantwortung zu nehmen. Die Verordnung fördert auch die Entwicklung nachhaltiger Verpackungslösungen und den Einsatz von Recyclingmaterialien.
- Die EU-Ökodesign-Verordnung (Ecodesign for Sustainable Products Regulation, ESPR) legt einheitliche und verbindliche Mindestanforderungen an Produkte in der EU fest. Dadurch wird der Markt für effiziente und umweltfreundliche Produkte gestärkt und es werden Energie- und Ressourceneinsparungen ermöglicht. Die Verordnung konzentriert sich auf die Produktgestaltung, um bereits in dieser Phase die größten Potenziale auszuschöpfen.

- Die EU-Abfallrahmenrichtlinie (Waste Framework Directive, WFD) etabliert einen rechtlichen Rahmen für den Umgang mit Abfällen wie beispielsweise die erweiterte Herstellerverantwortung (EPR). Ziel ist es, die EU in Richtung einer „Recycling-Gesellschaft“ zu entwickeln, indem eine verbesserte Trennung und die Verwertung von Abfällen gefördert werden.

→ Global Commitment zur Kreislaufwirtschaft erneuert

Mit der erneuten Unterzeichnung des Global Commitments der Ellen MacArthur Foundation (EMF) vertiefen die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihr Engagement für die Kreislaufwirtschaft. Sie bekräftigen damit die Fortsetzung ihrer seit 2018 bestehende Partnerschaft bis 2030 und wollen die Ressourcensouveränität durch eine konsequente Kreislaufwirtschaft weiter vorantreiben. Als Unterzeichner des Global Commitments 2030 verpflichten sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe, weniger neues Plastik zu nutzen. Konkret soll der Neukunststoff in den Kunststoffprimärverpackungen ihrer Eigenmarken bis 2030 gegenüber 2018 um fünf Prozent reduziert werden.

Die Ellen MacArthur Foundation gilt als führende internationale Organisation, die den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft beschleunigt. Als Mitglied sind die Unternehmen der Schwarz Gruppe Bestandteil eines Netzwerks aus über 300 Unternehmen, Regierungen, NGOs und Initiativen.



Das Plastikpakt-Netzwerk der Ellen MacArthur Foundation umfasst nationale Plastikpakte wie in Großbritannien, den USA oder Polen sowie länderübergreifende Initiativen wie den Europäischen Plastikpakt. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe beteiligen sich global und unterstützen, wo möglich, unternehmensspezifisch oder übergreifend die nationalen Umsetzungen. In diesem Zusammenhang beteiligt sich PreZero Polen an Publikationen des Plastikpakt-Netzwerks zu den Themen Verpackungskennzeichnung und Einrichtungen zur Abfalltrennung.

1 | United Nations Environment Programme: Global Resources Outlook 2024 (<https://www.unep.org/who-we-are/about-us>)

Ziele, KPIs und Zielerreichung

Ziele ¹	KPI / Messung	Status	Zielerreichung	Seite(n)
Bis 2025 werden Lidl und Kaufland durchschnittlich 25 % Rezyklat in ihren aus Plastik bestehenden Eigenmarkenprimärverpackungen einsetzen.	Zielerreichung in Prozent	↗	26,1 % 25,0 %	18
Bis 2025 werden Lidl und Kaufland 100 % ihrer Eigenmarkenprimärverpackungen aus Plastik maximal recyclingfähig machen.	Zielerreichung in Prozent	↗	67,3 %	18
Bis 2025 werden Lidl und Kaufland 30 % weniger Plastik in ihren Eigenmarkenprimärverpackungen und Transporthilfen ² aus Plastik verwenden, im Vergleich zum Basisjahr 2017.	Zielerreichung in Prozent	↗	-35,7 % -30,0 %	18
Bis Ende 2030 reduzieren die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihre Lebensmittelabfälle auf Gruppenebene um 50 % im Vergleich zu 2018.	Zielsetzung und Messmethoden sind in Überarbeitung.			
Bis Ende 2025 werden die Unternehmen der Schwarz Gruppe das bei ihnen anfallende Abfallaufkommen signifikant wiederverwenden, recyceln oder verwerten.	Zielerreichung in Prozent	↗	89,4 %	26

1 | Die Zielerreichung bezieht sich jeweils auf das Geschäftsjahr.
2 | Unter „Transporthilfen“ sind zum Beispiel Tragetaschen und Plastikbeutel/ Knotenbeutel zu verstehen.

Plastikstrategie REset Plastic erfolgreich abgeschlossen

Kreislaufwirtschaft wird zum wichtigen Hebel für Europas Versorgungssicherheit und Ressourcensouveränität. Als Unternehmen der Schwarz Gruppe haben wir das bereits 2018 erkannt und die gemeinsam erarbeitete Plastikstrategie REset Plastic ins Leben gerufen – mit konkreten, messbaren Zielen. Zum Ende des Geschäftsjahres 2025 haben wir REset Plastic erfolgreich abgeschlossen: Unsere ambitionierten Ziele haben wir erreicht beziehungsweise signifikant übertroffen. Bei Rezyklateinsatz und Recyclingfähigkeit konnten wir im letzten Geschäftsjahr zudem deutliche Prozentsprünge erzielen.



Ziel für Plastikreduktion übertroffen: Die gesetzten Ziele zur Reduktion von Plastik haben wir übertroffen: Statt der angestrebten 30-prozentigen Reduktion von Plastik in Eigenmarken-Primärverpackungen und Transporthilfen gegenüber dem Basisjahr 2017 erreichten die Unternehmen der Schwarz Gruppe eine Reduktion von 36 Prozent. Konkrete Beispiele verdeutlichen den Fortschritt: Lidl verwendet beim Bioland-Suppengrün eine Papierschale und spart dadurch jährlich über 55 Tonnen Plastik ein. Kaufland reduzierte das Flaschengewicht der K-to-go-Smoothies und spart dadurch 6,5 Tonnen Plastik.



Ziel für Rezyklateinsatz übertroffen: Auch das Ziel für den Einsatz von Rezyklat haben wir übertroffen. Durch eine Steigerung um sechs Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr liegt der Anteil von Rezyklat in Eigenmarkenverpackungen aus Plastik inzwischen bei durchschnittlich über 26 Prozent und übertrifft damit den Zielwert von 25 Prozent. Beispiele hierfür sind die Cien-Sonnencreme für Kinder (LSF 50+) von Lidl mit 54 Prozent Rezyklateinsatz sowie der Deckel der K-Gold-Edition-Cheddar-Scheiben von Kaufland mit einem Anteil von 35 Prozent.



Ziel für Recyclingfähigkeit erreicht: Lidl und Kaufland steigerten den Anteil ihrer recyclingfähigen Eigenmarkenverpackungen im Berichtsjahr um weitere vier Prozentpunkte auf 67 Prozent. Dieser Wert spiegelt die derzeit maximal mögliche Recyclingfähigkeit im Spannungsfeld von Produktschutz, Materialeinsatz und Rezyklateinsatz wider. Die konkrete europäische Messmethodik der noch ausstehenden Verpackungsverordnung (PPWR) ist derzeit noch nicht abschließend geklärt. Daher dient aktuell der vergleichsweise strenge deutsche Mindeststandard als Berechnungsmaßstab.

Weiterentwicklung der Ziele im Rahmen von REset Resources:

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe erweitern ihre gemeinsam erarbeitete Plastikstrategie REset Plastic hin zur ganzheitlichen Kreislaufwirtschaftsstrategie REset Resources.

In diesem Zuge transformieren wir auch unsere Datenerfassung durch die Entwicklung gemeinsamer Tools und automatisierter Schnittstellen. So machen wir Fortschritte noch besser steuerbar. Unser Fokus liegt auf einer ganzheitlichen Erfassung aller Produkt- und Verpackungsdaten über sämtliche Materialgruppen und Verpackungsebenen hinweg. Dieser Ansatz sichert uns den direkten Zugriff auf Primärdaten und schafft eine valide Basis für präzise Bewertungen.

1 | Weitere Detailinformationen zu den neuen Verpackungszielen: <https://gruppe.schwarz/wie-wir-handeln/reset-resources-details>

2 | „Innerbetrieblich“ bezieht sich auf die Kommissionierung von Waren innerhalb der Regionalgesellschaft zur Belieferung der Filialen. Dies schließt Überseetransporte aus. Ausgenommen sind Einwegpaletten, die aufgrund logistischer Anforderungen (Übergröße, Transportschutz) vom Lieferanten direkt an unsere Regionalgesellschaften geliefert und ohne Umpacken an die Filialen transportiert werden.

REset Resources-Ziele¹

REdesign	Wir gestalten die Verpackungen unserer Eigenmarken maximal recyclingfähig bis 2030.
REduce	Wir reduzieren das Virgin-Material in den Einwegverpackungen unserer Eigenmarken um 15 Prozent (absolut) bis 2030. Bis Ende 2030 reduzieren die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihre Lebensmittelabfälle auf Gruppenebene um 50 Prozent im Vergleich zu 2018.
REuse	Wir kommissionieren unsere Ware innerbetrieblich ² auf nahezu 100 Prozent Mehrwegpaletten bis 2027.
REcollect	Wir sammeln und recyceln die gleiche Wertstoffmenge, die wir durch unsere Eigenmarkenverpackungen und Handzettel in Umlauf bringen, bis 2030. Bis 2030 werden die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihr intern anfallendes Abfallaufkommen in Summe zu 95 Prozent wiederverwenden, recyceln, kompostieren oder vergären.
REcycle	Wir setzen 65 Prozent Rezyklat in Verpackungen unserer Eigenmarken bis 2030 ein. Wir setzen 30 Prozent Rezyklat in Kunststoffprimärverpackungen unserer Eigenmarken bis 2030 ein.

Status neuer REset Resources-Ziele

	Verpackung	Produkte	Bau	Food Waste	Road to Zero Waste
REdesign	✓				
REduce	✓				
REuse	✓				
REcollect	✓				✓
REcycle	✓				

✓

 SMARTE Zielformulierung liegt vor SMARTE Zielformulierung derzeit in Ausarbeitung

Kreislaufwirtschaft

Managementansatz

Organisation und Verantwortung

Im Sinne einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihre Geschäftsmodelle entlang der gesamten Wertschöpfungskette gemeinsam aufeinander abgestimmt: Insbesondere die Handelssparten Lidl und Kaufland, die Schwarz Produktion, Schwarz Corporate Solutions sowie die Kreislaufwirtschafts- sparte PreZero mit der GreenCycle GmbH arbeiten eng zusammen – um den Ressourceneinsatz zu reduzieren, Wiederverwendung zu fördern und Wertstoffe im Kreislauf zu führen. Konkrete Zuständigkeiten für Maßnahmen und Prozessschritte sind dabei spartenspezifisch geregelt und werden durch einen regelmäßigen fachlichen Austausch ergänzt.

Die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung wird von den Handelssparten als bereichs- und unternehmensübergreifende Aufgabe verstanden. Die Entwicklung und Umsetzung von operativen Richtlinien sowie Projekten und Maßnahmen ist bei Lidl vorrangig Aufgabe von Operations. Bei Kaufland wird das Thema durch verschiedene Fachbereiche, unter anderem durch den Vertrieb

vorangetrieben. Bei Themen, die das Sortiment oder die Zusammenarbeit der jeweiligen Handels- sparte mit Lieferanten betreffen, unterstützt der Einkauf der jeweiligen Handelssparte. Bei der Schwarz Produktion und den Kaufland Fleischwer- ken liegen die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung vorrangig in den Produktionsbetrieben. Bei der Ver- wertung unterstützt zudem die zu PreZero gehören- de GreenCycle GmbH als Dienstleister. Auch die Schwarz Restaurantbetriebe GmbH & Co. KG trifft Maßnahmen, um Food Waste zu vermeiden.

Wiederverwendung ist ein weiterer zentraler Hebel zur Schonung natürlicher Ressourcen. So ent- wickelt beispielsweise die Gesellschaft PreTurn der PreZero intelligente Mehrweg-Ladungsträger und Pooling-Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit der Schwarz Beschaffung GmbH (SBES).

Im Bereich Abfall- und Recyclingmanagement übernimmt PreZero eine zentrale Rolle – sowohl für externe Kunden als auch für die anderen Unterneh- men der Schwarz Gruppe. So kümmert sich die GreenCycle GmbH als Dienstleister um das interne Abfall- und Recyclingmanagement für Lidl und Kaufland, die Verwaltungsstandorte sowie für die Schwarz Produktion. Die Leistungen umfassen unter anderem die Vermeidung von Abfällen, die Steigerung der Rohstoffeffizienz sowie die Bereit- stellung von Sekundärrohstoffen durch eine fachgerechte Erfassung und Aufbereitung von Wertstoffen. Dabei werden landesspezifische Anforderungen berücksichtigt und gruppenweit geltende Vorgaben zur Ressourceneffizienten Kreislaufwirtschaft umgesetzt.

Der Einsatz von Rezyklaten in Produkten und Bau- stoffen wird in enger Abstimmung zwischen der Schwarz Beschaffung GmbH, der GreenCycle GmbH sowie den Handelssparten Lidl und Kaufland vorangetrieben. In Zusammenarbeit mit Herstellern und Recyclern werden geeignete Lösungen ent- wickelt, um den Anteil recycelter Materialien kontinuierlich zu erhöhen.

Stakeholdereinbindung

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe stehen zum Thema Kreislauffähigkeit im regelmäßigen Dialog mit relevanten Stakeholdern, darunter Lieferanten, der interessierten Fachöffentlichkeit, Nichtregie- rungsorganisationen und der Wissenschaft. Der Austausch erfolgt insbesondere im Rahmen von Kongressen, Fachvorträgen und Workshops. Er liefert wichtige Impulse für die Weiterentwicklung von Geschäftsprozessen. Im Austausch mit der Wissenschaft arbeiten wir mit Universitäten wie der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hoch- schule (RWTH) Aachen zusammen, um aktuelle Forschungsergebnisse in unsere Prozesse zu überführen.

Auch Kunden sind zentrale Stakeholder, etwa mit Blick auf kreislauffähige Verpackungs- und Textilge- staltung, den Ausbau von Mehrweglösungen sowie Reuse- und Refurbish-Modellen im Non-Food- Bereich und einen funktionierenden Wertstoffkreis- lauf. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe verfol- gen unterschiedliche Ansätze zur Sensibilisierung und Einbindung, beispielsweise durch entsprechen- de Informationen auf Verpackungen.

Zudem arbeiten die Unternehmen der Schwarz Gruppe seit 2018 gemeinsam mit der Ellen MacArthur Foundation daran, Prinzipien der Kreis- laufwirtschaft entlang der Wertschöpfungskette zu fördern und kreislauffähige Lösungen für Ressourcenschonung und Recycling weiterzuent- wickeln (mehr Informationen dazu auf [S. 16](#)).

Ein konkretes Beispiel für den branchenübergreifen- den Austausch ist der „Pakt gegen Lebensmittel- verschwendung“, eine freiwillige Vereinbarung, die Lidl und Kaufland in Deutschland gemeinsam mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, dem Handelsverband Lebensmittel und weiteren Unternehmen des Groß- und Einzel- handels im Sommer 2023 geschlossen haben. Im Jahr 2024 wurde erstmals ein Bericht vorgelegt, der überprüfbare Vereinbarungen umfasst, darunter die Verpflichtung zur Abgabe noch ver- zehrfähiger Waren an gemeinnützige Organi- sationen. Der Erfolg der Maßnahmen wird durch das Thünen-Institut evaluiert.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe stehen zu- dem kontinuierlich mit externen Fachexperten im Austausch, um ein nachhaltiges Abfall- und Wert- stoffmanagement weiterzuentwickeln. So haben wir – initiiert durch PreZero – im Jahr 2021 als Initiator mit einem Konsortium aus Organisationen und Prüfungsstellen (TÜV Süd, DEKRA, TU Dresden, Resourcify, Repaq, Circular Berlin und DIN) einen neuen Standard entwickelt: das Referenzmo- dell zum betrieblichen Abfall- und Wertstoffmanage- ment ausgerichtet an einer Vision „Zero-Waste“ (DIN SPEC 91436). Zudem wurde mit dem Label die Möglichkeit geschaffen, alle nach der DIN SPEC 91436 zertifizierten Unternehmen zusammenzubrin- gen, um Wissens- und Ideenaustausch zu fördern.

Maßnahmen und Projekte

REdesign

Das Handlungsfeld im Überblick

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe etablieren zusammen kreislauforientierte Geschäftsmodelle entlang der Wertschöpfungskette. Dabei steht vor allem die Recyclingfähigkeit von Verpackungen und Produkten im Fokus. Das ist von zentraler Bedeutung, da beispielsweise Verbundmaterialien bislang nur selten hochwertig stofflich verwertet werden können. Daher werden sie häufig der thermischen Verwertung zugeführt. Dadurch gehen wertvolle Rohstoffe dauerhaft verloren. Zudem entstehen prozessbedingte CO₂-Emissionen.

Vor diesem Hintergrund treiben wir insbesondere im Bereich der Kunststoffverpackungen die Umstellung auf Monomaterialien voran, um die Sortier- und Recyclingfähigkeit zu verbessern. Ein konkretes Beispiel ist die Optimierung der „Fix-Tüten“, der Suppen- und Saucentüten der Kaufland-Eigenmarke K-Classic. Das Sachet ist eine Mehrschichtverpackung aus Monomaterial. Im Zuge der Verpackungsüberarbeitung haben Kaufland und PreZero gemeinsam eine innovative Materialkombination entwickelt, deren Recyclingfähigkeit deutlich verbessert ist. Bei korrekter Entsorgung bleibt das Material im Wertstoffkreislauf erhalten.

Ergänzend zur Optimierung von Kunststoffverpackungen prüfen wir kontinuierlich den Einsatz alternativer Materialien wie Papier oder Karton – sofern diese funktional gleichwertige

Eigenschaften bieten. So wurde bei den K-Classic Lüfterfrischern der bisherige Kunststoffdeckel durch eine Pappvariante ersetzt. Dadurch konnten im Vergleich zu Referenzprojekten rund sechs Gramm Kunststoff pro Deckel eingespart werden.

Auch im Non-Food-Bereich verfolgen wir den Ansatz von REdesign. Wir analysieren unser Textilportfolio systematisch hinsichtlich seiner Recyclingfähigkeit. Zudem haben wir in Kooperation mit dem Institut für Textiltechnik (ITA) der RWTH Aachen einen Styleguide für recyclingfähige Textilien entwickelt (s. auch Materialstyleguide für recyclingfähige Textilien).

Informations- und Analyseangebote

Das Duale System und das Verpackungs-Kompetenzzentrum Sustainable Packaging von PreZero informieren und schulen Kunden zu regulatorischen Anforderungen wie Rezyklatgehalten und Recyclingfähigkeit von Verpackungen. Ergänzend begleitet das Konzept „Road to PPWR“ die Partner von PreZero – von der strategischen Analyse und Portfolio-Optimierung bis zur operativen Umsetzung. Darüber hinaus unterstützt PreZero Unternehmen mit der kostenlosen digitalen Plattform für Verpackungsoptimierung PreZero SPOT (in Kooperation mit Packaging Cockpit) bei der Optimierung von Verpackungen: Die Funktionen der Plattform ermöglichen eine Analyse und Bewertung von Recyclingfähigkeit, CO₂-Emissionen sowie Kosten und unterstützen Entscheidungen unter ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten.

Kreislauffähige Textilkollektion

Im April 2025 hat Lidl eine kreislauffähige Textilkollektion in seinen Filialen eingeführt, die in Kooperation mit der Ellen MacArthur Foundation entwickelt wurde. Sie entspricht den Richtlinien des „Jeans Redesign“-Projekts. Die Textilien bestehen zu mindestens 98 Prozent aus zellulosebasierten Fasern. Alle hinzugefügten Kleinteile sind leicht zu entfernen, um eine einfache Identifikation und Sortierung der recycelbaren Jeans zu gewährleisten. Es werden ausschließlich Chemikalien verwendet, die mindestens den ZDHC-MRSL-Standards entsprechen. Herkömmliche Verfahren wie Galvanisierung, Steinbearbeitung und Kaliumpermanganat-Sandstrahlen wurden nicht verwendet. Stattdessen kommen Fasern auf Zellulosebasis zum Einsatz, die mit regenerativen, biologischen oder Übergangsmethoden hergestellt wurden. Darüber hinaus enthalten die Kleidungsstücke einen durchschnittlichen Anteil von mindestens fünf Prozent recyceltem Material (nach Gewicht).

Materialstyleguide für recyclingfähige Textilien

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben in Kooperation mit dem ITA der RWTH Aachen einen Materialstyleguide für recyclingfähige Textilien entwickelt. Dieser gibt klare Orientierung für die Produktentwicklung entlang kreislaufwirtschaftlicher Anforderungen. Er richtet sich an Produktentwickler, Einkäufer, CSR-Verantwortliche und Qualitätsmanager. Ziel ist es, textile Produkte so zu gestalten, dass sie unter ökologisch und wirtschaftlich tragfähigen Bedingungen recycelt werden können – im Einklang mit den gesetzlichen Vorgaben und im Sinne einer verantwortungsvollen Produktgestaltung.

Zentrale Hebel im Transformationsprozess sind:

- Produktdesign und Materialauswahl auf Basis technischer Rezyklierbarkeitskriterien
- Kooperation entlang der Wertschöpfungskette – vom Einkauf über Produktion bis zur Entsorgung
- Systematische Rückführung durch logistisch und rechtlich abgesicherte Rücknahme- und Sammelsysteme
- Recyclinginfrastruktur, die mechanische Verfahren um chemische ergänzt

→ Zukunftsfähiges Bauen

Der Wandel zur Kreislaufwirtschaft endet für uns nicht bei Produkten oder Verpackungen, sondern umfasst die gesamte Infrastruktur der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Ein zentrales strategisches Feld, das wir künftig gemeinsam weiter ausbauen und fest in unserer ganzheitlichen Kreislaufwirtschaftsstrategie REset Resources verankern, ist der Bereich Bau. Bereits bei der Planung neuer Filialen, Logistikzentren und Verwaltungsstandorte berücksichtigen wir den gesamten Lebenszyklus von Gebäuden und verstehen diese von Beginn an als potenzielle Rohstoffquelle für zukünftige Bauvorhaben. Im Rahmen des Projekts Innovationspark Künstliche Intelligenz (IPAI), das Organisationen bei ihrer KI-Transformation befähigt, reduziert Schwarz Corporate Solutions beispielsweise die Umweltauswirkungen der Gebäude entlang ihres Lebenszyklus. Das gelingt unter anderem durch Holzhybrid- und modulare Bauweisen sowie durch die Nutzung von Bauprodukten auf Basis nachwachsender Rohstoffe. Die Erstellung eines Gebäuderessourcenpasses schafft Transparenz über die im Gebäude verbauten Materialien und legt damit eine zentrale Grundlage für kreislauffähiges Bauen. SCOS unterstützt eine funktionierende Kreislaufwirtschaft, indem sie die Rückbau- und Trennbarkeit der Materialien sicherstellt. Ergänzend kommen schadstoffarme Baustoffe, etwa Dämmungen aus Holzwolle, sowie Bauprodukte zum Einsatz, die den DGNB-Qualitätsstandards entsprechen. Weitere Maßnahmen und Projekte finden sich unter Gebäude.

REduce

Das Handlungsfeld im Überblick

Wir reduzieren den Einsatz und vermeiden die Verschwendung von Ressourcen: Im Handlungsfeld REduce steht die effiziente Nutzung von Ressourcen im Vordergrund. Ziel ist es, ihren Einsatz von vornherein zu minimieren oder, wo möglich, vollständig zu vermeiden. Jede eingesparte Ressource trägt zum einen dazu bei, Primärrohstoffe zu schonen. Zum anderen senkt sie transportbedingte Emissionen durch reduziertes Volumen und Gewicht. Darüber hinaus engagieren sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe gegen Ressourcen- und Lebensmittelverschwendung. Mit der Rettertüte gibt Lidl äußerlich weniger perfekten Obst- und Gemüseprodukten eine zweite Chance und bietet diese mit deutlichem Rabatt an. Auch Kaufland in Deutschland hat Rettertüten im Mai 2025 in allen Filialen optional eingeführt.

Als Unternehmen der Schwarz Gruppe forcieren wir eine gezielte Materialminimierung – ohne die Funktionalität von Verpackungen einzuschränken. Parallel dazu setzen wir verstärkt auf innovative Rohstoffe, um den Bedarf an konventionellen Neumaterialien zu senken. Ein Beispiel hierfür ist der anteilige Einsatz von Silphie-Fasern bei Papier- und Pappverpackungen (mehr Informationen dazu finden sich im Abschnitt „Faser- und Papierprodukte aus der Silphie-Pflanze“).

Wir erzielen auch durch strategische Gewichtsreduktionen messbare Effekte: So ersetzen wir schwere Gebinde, etwa aus Glas, teils gezielt durch optimierte rPET-Alternativen. Das erhöht die Ressourceneffizienz pro Transporteinheit.

Ergänzend optimieren wir die Konstruktion unserer Verpackungssysteme, indem wir nicht zwingend erforderliche Komponenten wie Tragehenkel weglassen. Zudem reduzieren wir Materialstärke und Größe von Kunststofftragetaschen im Obst- und Gemüsesegment, um den Einsatz hochwertiger Rohstoffe weiter zu senken.

Faser- und Papierprodukte aus der Silphie-Pflanze

PreZero entwickelt mit der Gesellschaft OutNature Faser- und Papierprodukte auf Basis der Silphie-Pflanze für Verpackungslösungen in Handel und Industrie. Das Silphie-Papier ist ressourceneffizient und vielseitig einsetzbar. Mit einem Anteil von 35 Prozent im Papier bilden die Fasern der Energiepflanze die Grundlage für die Verpackungen. Der Silphie-Anbau in Deutschland verringert Transportwege und damit verbundene CO₂-Emissionen. Die Fasergewinnung erfolgt ohne den Einsatz von Chemikalien mittels eines biothermischen Verfahrens. OutNature arbeitet aktuell daran, neben der Silphie-Pflanze weitere Rohstoffe als Basis für seine faserbasierten Produkte zu erschließen.

Die beiden Handelssparten Lidl und Kaufland haben die neuartigen Papierverpackungen bei verschiedenen Produktgruppen eingeführt. Bei Kaufland kommen diese international bei K-Bio Räucherlachs, K-Bio Stremellachs und saisonal bei K-Bio Golden Delicious Äpfeln sowie in Deutschland bei Cameo® Club-Äpfeln zum Einsatz. Lidl in Deutschland setzt sie bei Bioland Äpfeln ein, Lidl Österreich bei Bio-Cherrystrauchtomaten. Darüber hinaus nutzte Procter & Gamble die Silphie-Fasern für Verpackungslösungen.

Über die Silphie-Fasern hinaus erweitert OutNature sein Portfolio systematisch um eine weitere innovative Ressourcenquelle: die Strohfasern. Damit stärkt das Unternehmen die Nutzung landwirtschaftlicher Nebenprodukte mit dem Ziel, den ökologischen Fußabdruck durch Verpackungen weiter zu reduzieren. Um die wachsende Nachfrage zu bedienen, investiert PreZero in den Ausbau der Infrastruktur: Ein eigenes Produktionswerk für Strohfasern befindet sich derzeit im Bau. Die Inbetriebnahme ist für Ende 2026 vorgesehen und stellt einen wichtigen Schritt zur Skalierung kreislauffähiger Faserlösungen aus deutscher Produktion dar.

Vermeidung von Lebensmittelverschwendung

Auch die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung ist Teil der Kreislaufwirtschaftsstrategie REset Resources. Entsprechend haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe entlang der gesamten Wertschöpfungskette Maßnahmen ergriffen, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

Im Rahmen ihrer spartenspezifischen Nachhaltigkeitsstrategie verfolgte die Schwarz Produktion das Ziel, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Im Zeitraum von Geschäftsjahr 2017 bis 2025 konnte die Lebensmittelverschwendung bei Getränken um 43 Prozent je Tonne abgesetzte Gutmenge reduziert und bei allen übrigen Lebensmitteln um insgesamt 48 Prozent je Tonne abgesetzte Gutmenge gesenkt werden. An den Produktionsstandorten der Schwarz Produktion und der Kaufland Fleischwerke werden durch optimierte Produktionsprozesse in Form von Störungsminimierung Verluste im Umgang mit den Rohstoffen reduziert. Ein neuer Streuer für die Donut-Produktion am Standort

Übach-Palenberg beispielsweise reduziert aufgrund einer verringerten Störanfälligkeit den Ausschuss, da seltener Produkte ohne Dekor entstehen. Ein integriertes Rückführungssystem für überschüssiges Streugut senkt zusätzlich die Rohstoffverluste. Gleichzeitig sorgt eine präzisere und gleichmäßigere Anwendung für gleichbleibend hohe Produktqualität und weniger Sperrungen. Zudem verbessern risikooptimierte Fremdkörperdetektionen die Produktsicherheit und vermeiden damit Rückrufe und Produktentsorgungen.

Auch die Kaufland Fleischwerke arbeiten als Teilziel der spartenspezifischen Nachhaltigkeitsstrategie daran, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren.

Mit der Initiative „Rette mich“ bietet Lidl seit 2022 qualitativ einwandfreie Artikel aller relevanten Warengruppen rabattiert an, wenn sich diese nah am Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum befinden. Die Lidl Landesgesellschaften weisen damit auch auf noch verzehrfähige Lebensmittel hin, die lediglich leicht beschädigt oder verfärbt sind oder eine verschmutzte oder geringfügig beschädigte Verpackung aufweisen. Dies gilt für Backwaren, Molkereiprodukte und Wurstwaren aus dem Selbstbedienungsbereich ebenso wie für das Trockensortiment und Tiefkühlkost. Eine weitere Maßnahme ist die Lidl Rettertüte für Obst und Gemüse, das nicht mehr zu 100 Prozent unserem Qualitätsanspruch entspricht, aber dennoch verzehrbar ist. Diese Artikel werden als gemischte Tüte oder Kartonbox zu einem reduzierten Fixpreis verkauft. Die Schwarz Beschaffung GmbH hat bei der Ausgestaltung der Rettertüte einen Recyclinganteil von 50 Prozent erzielt. Das Konzept der Lidl Rettertüte wird bereits in insgesamt 24 Landesgesellschaften erfolgreich umgesetzt und befindet sich bei einer weiteren

in der Testphase. So konnten im Berichtsjahr durch den Verkauf von über 27 Millionen Rettertüten mehr als 110.000 Tonnen Obst und Gemüse vor der Tonne bewahrt werden.

Auch Kaufland in Deutschland hat im Mai 2025 Rettertüten in allen Filialen optional eingeführt. Zudem bietet Kaufland mit Initiativen wie „Ich bin noch gut“ (IBNG) in allen Landesgesellschaften qualitativ einwandfreie Artikel aller relevanten Warengruppen wie beispielsweise Backwaren, Molkereiprodukte und Wurstwaren aus dem Selbstbedienungsbereich stark rabattiert an, wenn sich diese nah am Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum befinden oder eine verschmutzte oder geringfügig beschädigte Verpackung aufweisen. Dies gilt auch für das Trockensortiment und Tiefkühlkost. In den Kühlregalen hat Kaufland in Deutschland beispielsweise „Ich bin noch gut“-Ecken für gekühlte Produkte eingerichtet, deren Mindesthaltbarkeitsdatum kurz bevorsteht.

Lidl und Kaufland in Deutschland setzen Maßnahmen und Empfehlungen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Verbraucher und zur Sensibilisierung um. Dafür nutzt Lidl eine Vielzahl digitaler und analoger Kanäle. Auf der unternehmenseigenen Homepage sowie der Plattform „Lidl-Kochen“ finden Kunden gezielte Aufklärung über Lebensmittelrettung, ergänzt durch praktische Resterezepte und einen speziellen „Retterfilter“ für die bewusste Menüplanung. Diese Botschaften werden durch eine breit angelegte Kommunikation in den sozialen Medien sowie über klassische Werbemedien wie Haushaltshandzettel und Kundenzeitschriften konsequent vertieft. Um die gesellschaftliche Relevanz des Themas zu unterstreichen, beteiligt sich Lidl in Deutschland

regelmäßig an den „Aktionswochen Lebensmittelrettung“, die vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft sowie dem Land Baden-Württemberg initiiert werden. Ein besonderer Fokus liegt zudem auf der Bildungsarbeit: In enger Zusammenarbeit mit dem Verein RESTLOS GLÜCKLICH e. V. wurden 2025 18 „DICH RETT’ICH“-Workshops an Grundschulen realisiert, in denen mehr als 350 Kinder zu qualifizierten Lebensmittelrettern ausgebildet wurden. Flankierend dazu wurden gemeinsam mit der Initiative „Zeit für die Schule“ spezielle Unterrichtsmaterialien entwickelt, die Lehrkräften fundierte Konzepte zur Vermittlung von Lebensmittelwertschätzung an die Hand geben. In seiner Schnittstellenfunktion möchte Kaufland zudem sowohl Produzenten als auch Konsumenten durch Aufklärung oder Kooperationen dazu befähigen, weniger Lebensmittelabfälle zu verursachen.

Im Geschäftsjahr 2025 beteiligte sich auch Kaufland an der bundesweiten Aktionswoche gegen Lebensmittelverschwendung und bot in seinen Mitarbeiterrestaurants „Die Etwas Anderen“ an – Obst und Gemüse mit kleinen optischen Makeln. Damit sollte auch bei den Mitarbeitern das Bewusstsein für die Wertschätzung von Lebensmitteln weiter gestärkt werden. Begleitende Informationen, unter anderem über Aufsteller, Flyer und Aushänge, klärten über das Thema auf.

Auch in seinen Filialen sensibilisiert Kaufland seine Kunden durch verschiedene Maßnahmen, wie etwa Plakate. Darüber hinaus informiert Kaufland ganzjährig über seine Website zu Themen wie Einkaufsplanung, richtiger Lagerung und Resteverwertung von Lebensmitteln und stellt hierfür unter anderem Rezepte und weitere Informations-

angebote bereit. In und rund um die Filialen macht Kaufland zudem auf seine Retterzonen bzw. „Ich bin noch gut“-Ecken aufmerksam.

Auch in den Restaurantbetrieben, die Teil der Unternehmen der Schwarz Gruppe sind, setzen wir uns für die Reduzierung von Lebensmittelabfällen ein. So minimieren wir die Entstehung von Resten durch eine bedarfsgerechte, KI-unterstützte Mengenplanung sowie mithilfe von durchdachten Gerichten. Zudem setzen wir auf eine systematische Trennung und Verwertung von Speiseabfällen durch Bio-Entsorger. Beim Neubau von Restaurants werden bereits eigene Nassmüllanlagen für die Bioabfälle verbaut und betrieben. Vegane Abfälle verwerten wir darüber hinaus im Rahmen eines Testprojekts zur Fütterung der Schwarzen Soldatenfliege (weitere Informationen siehe auch [Lebensmittelreste als Basis für Insektenprotein](#)).

Lidl und Kaufland arbeiten mit Tierfuttermittelverwertern zusammen, die nicht mehr verkäufliche Backwaren sowie – im Fall von Lidl – Obst und Gemüse abnehmen, um diese zu Tierfutter weiterzuverarbeiten. Wenn übrig gebliebene Lebensmittel sich nicht vermeiden, nicht für die Rettertüte verwenden, nicht an die Tafeln weitergeben oder zu Tierfutter verarbeiten lassen, werden diese von den Handelssparten in fast allen Ländern zu einem großen Teil in Biogasanlagen verwertet.

Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen

[GRI 413-1]

Trotz einer vorausschauenden Mengenplanung kommt es vor, dass Lebensmittel bei den Handelssparten abgeschrieben werden müssen. Lidl überlässt noch genießbare, aber nicht mehr verkaufsfähige Ware unter Beachtung geltender Bestimmungen gemeinnützigen Organisationen, die Lebensmittel an Bedürftige verteilen. Dafür kooperieren die Lidl Landesgesellschaften mit lokalen Tafeln und Lebensmittelbanken.

Kaufland in Deutschland arbeitet seit über 20 Jahren partnerschaftlich mit den lokalen Tafeln zusammen: Die Filialen und Logistikzentren geben nicht mehr verkaufsfähige, aber noch genießbare Ware unter Beachtung geltender Bestimmungen an die Tafeln und weitere gemeinnützige Organisationen weiter, wenn das Mindesthaltbarkeitsdatum zeitnah erreicht wird. Kaufland unterstützt die Tafeln zusätzlich zu den regelmäßigen Lebensmittelabgaben mit weiteren Lieferungen und Spenden. Auch in den Kaufland Landesgesellschaften existieren vergleichbare Engagements. Weitere Informationen dazu siehe [Spenden](#).

REuse

Das Handlungsfeld im Überblick

Wir setzen auf Wiederverwendung: Im Handlungsfeld REuse fokussieren wir uns auf die Nutzungsverlängerung von Verpackungen und Produkten. Lineare Nutzungsmodelle führen häufig zu einem hohen Ressourcenverbrauch, da Materialien nach einmaligem Einsatz entsorgt werden. Diese Kurzlebigkeit erhöht den Bedarf an Primärrohstoffen und erhöht den ökologischen Impact pro Nutzungszyklus. Um dies zu vermeiden, bauen wir im Verpackungsbereich systemische Mehrweglösungen aus. Ziel ist es, Materialien über viele Zyklen hinweg produktiv im Einsatz zu halten.

Ein Hebel im Handlungsfeld REuse ist der Ersatz konventioneller Holzpaletten durch zirkuläre Alternativen. Diese schonen Primärressourcen und steigern die logistische Effizienz. Beispiele sind die Heilbronner Halbpalette und die Neckarsulmer Europalette der PreZero-Gesellschaft PreTurn GmbH: Sie bestehen aus recyclingfähigem HDPE-Kunststoff und sind stabiler, leichter und langlebiger als klassische Holzpaletten. Mit über 100 Umläufen erreichen sie eine mehr als zwanzigfach höhere Lebensdauer im Vergleich zur herkömmlichen Düsseldorfer Palette bzw. EPAL-Europalette. Dadurch reduziert sich der Bedarf an Neuproduktionen.

Mehrwegfähige Verpackungen

Mit Mehrwegnetzen für Obst und Gemüse sowie Mehrwegbrotbeuteln reduzieren die Unternehmen der Schwarz Gruppe den Verbrauch von Knotenbeuteln und Brottüten und damit den Einsatz von Neuplastik. Seit 2019 haben die Handelssparten die Mehrwegnetze in nahezu allen Ländern eingeführt. Insgesamt belief sich die Anzahl der 2025 verkauften Mehrwegnetze Obst- und Gemüse auf rund 5,7 Millionen Stück – im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Zuwachs von 57,9 Prozent. Bei Kaufland wurde der Mehrwegbrotbeutel 2022 eingeführt und im Geschäftsjahr 2025 in Deutschland, Polen, Tschechien, der Slowakei, Kroatien und Bulgarien verkauft.

An allen Bedientheken von Kaufland in Deutschland können sich Kunden seit 2023 ihre Ware zudem in die Mehrwegbehälter des Start-ups „FairCup“ füllen lassen und so Primär-Kunststoffverpackungen einsparen. Nach der Nutzung können die Behälter in den Filialen über die Leergutautomaten zurückgegeben werden.

Im Logistikbereich setzen wir ebenfalls ressourcensparende Technologien ein: Beispielsweise durch den Einsatz einer eigens entwickelten Kaufland-Klapp-Palette (KKP) für Transport und Kommissionierung der Waren zwischen Verteilzentren und Filialen. Mit einer Einsatzdauer von mehr als zehn Jahren ist sie deutlich langlebiger als eine gewöhnliche Europalette. Durch ausklappbare Seitenwände lassen sich jährlich rund 250 Tonnen Folie einsparen, die sonst auf herkömmlichen Europaletten zur Warensicherung benötigt würde.

In den Logistikzentren von Lidl wird die Ware auf Mehrwegladungsträgern kommissioniert.

Zur Reduzierung des LKW-Verkehrs setzt die Schwarz Produktion einen eigenen Pool wiederverwendbarer Mehrweg-Gitterboxen ein. Diese werden für den Transport von Flaschenrohlingen und Verschlusskappen genutzt. Die Gitterboxen sind nicht nur wiederverwendbar, sondern auch klappbar: Auf einem LKW können im Leerzustand etwa dreimal so viele geklappte Boxen transportiert werden wie im gefüllten Zustand. Dadurch lassen sich beim Rücktransport in die Kunststoff- und Recyclingwerke rund zwei Drittel der LKW-Fahrten einsparen.

Auch beim Wareneinkauf für die Schwarz Restaurantbetriebe achten wir auf die Anlieferung der Lebensmittel in Mehrwegkisten. Unser Ziel ist es, einen hohen Anteil an frischen Produkten anzubieten und somit auf Umverpackungen zu verzichten. Darüber hinaus haben wir in unseren zehn Mitarbeiterrestaurants in Deutschland ein Mehrwegsysteem im Verkauf etabliert: Bei der Getränkeausgabe verwenden wir ausschließlich Mehrwegbecher oder Gläser. Auch bei Zusatzprodukten wie Ketchup oder Mayonnaise sparen wir Verpackungsmaterialien ein.

Wiederverwendung von Non-Food-Artikeln

Im Bereich ReValue der PreZero-Gesellschaft GreenCycle GmbH wird sichergestellt, dass nicht abverkaufte Waren wie Textilien und Non-Food-Produkte einer strukturierten Wiederverwendung zugeführt werden – anstatt entsorgt zu werden. Damit leistet das Unternehmen einen Beitrag zur Abfallvermeidung und zum schonenden Umgang mit Ressourcen. Die ReValue übernimmt die Vermarktung von Überbeständen, Fehlproduktionen und Retouren von Lidl, Kaufland sowie externen Kunden. In mehreren Exportzentren in Europa werden die Produkte auf ihre Gebrauchsfähigkeit überprüft und in definierte Verkaufskategorien eingeordnet. Anschließend werden sie außerhalb der erschöpften Heimatmärkte vertrieben. Diese systematische Sortierung ermöglicht es, die Waren weiter zu vertreiben und eine funktionale Lösung für die Warenkreislaufwirtschaft zu schaffen.

Mit dieser Initiative leisten die Unternehmen der Schwarz Gruppe einen Beitrag zur Umsetzung von EU-Vorgaben zur Vermeidung von Neuwarenvernichtung im Rahmen der Ökodesignverordnung. Gleichzeitig profitieren Kunden durch zusätzliche Lagerkapazitäten, reduzierte Lagerkosten und die Möglichkeit, Erlöse zur Schadensbegrenzung zu erzielen. Die zunehmende Nachfrage seitens externer Kunden unterstreicht die Relevanz dieses Modells im Kontext nachhaltiger Warenkreisläufe.

REcollect

[GRI 306-1]

Das Handlungsfeld im Überblick

Wir schaffen Zugang zu Wertstoffen: Im Handlungsfeld REcollect wandeln wir durch unsere Sammel- und Sortiersysteme intern wie extern anfallende Abfälle in Wertstoffe um. Eine hohe Rücklaufquote ermöglicht die stoffliche Verwertung und trägt dazu bei, unsere CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Ein zentraler Hebel ist die Erhöhung der Sortenreinheit des Abfallaufkommens. Diese unterstützen wir durch Trennsysteme in den Filialen und Logistikzentren sowie durch die Nutzung etablierter Pfandsysteme. So schaffen wir die Basis, um Ressourcen dauerhaft im Kreislauf zu halten.

Als Unternehmen der Schwarz Gruppe verfolgen wir konsequent die „Road to Zero Waste“, um den Rohstoffzugriff dauerhaft zu sichern.

„Road to Zero Waste“

Unser gemeinsam beschlossener strategischer Ansatz rund um die Vision „Road to Zero Waste“ zielt darauf ab, Ressourcen zu schonen, Abfälle zu reduzieren und Wertstoffe in den Kreislauf zurückzuführen. Wir sortieren mit unseren vielfältigen Sammel- und Trennsystemen intern wie extern anfallende Abfälle systematisch und führen sie einer hochwertigen Verwertung zu. So wandeln wir Abfälle entlang der gesamten Wertschöpfungskette in Wertstoffe um. Die Kreislaufwirtschaftssparte der Schwarz Gruppe, PreZero, treibt die „Road to Zero

Waste“ als zentraler strategischer Berater voran und war maßgeblich an der Entwicklung des Standards DIN SPEC 91436 beteiligt, den es seit 2021 gibt.

Im Berichtsjahr haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe mit der „Road to Zero Waste“ das gemeinsam festgelegte Verwertungsziel überprüft und weiterentwickelt: Bis 2030 werden die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihr intern anfallendes Abfallaufkommen in Summe zu 95 Prozent wiederverwenden, recyceln, kompostieren oder vergären.

Der Zielrahmen umfasst Abfälle aus allen Bereichen der Unternehmen der Schwarz Gruppe, darunter Filialen, Logistikzentren, Verwaltungs- und Produktionsstandorte; ausgenommen sind Abfälle aus eigenen Verwertungs- und Beseitigungsanlagen sowie Bauabfälle.

Die thermische Verwertung mit Energierückgewinnung wird bewusst nicht auf das interne Ziel angerechnet, um den Fokus klar auf Abfallvermeidung, Wiederverwendung und stoffliche Verwertung zu legen. Grundlage hierfür ist die Definition gemäß DIN SPEC 91436.

Ergänzend wurde ein Unterziel festgelegt: Die Landesgesellschaften von Lidl und Kaufland sowie die zentralen Verwaltungsstandorte der PreZero werden (durch eine zugelassene unabhängige externe Prüforga-nisation) bis 2030 nach DIN SPEC 91436 zertifiziert. Den Fortschritt auf der „Road to Zero Waste“ messen wir anhand konsolidierter Abfallkennzahlen. Der Anteil der verwerteten innerbetrieblichen Gesamtabfälle stieg im Geschäftsjahr 2025 auf 90,1 Prozent (2024: 89,2 %).

1 | Bei der Kategorie „Unbekannt“ handelt es sich um einen Sammel-posten, bei dem auch Mengen enthalten sind, die sich nicht eindeutig den oben genannten Kategorien zuordnen lassen.

2 | Die aktualisierte „Road to Zero Waste“ Zielsetzung schließt Verwertungs- und Beseitigungsanlagen sowie Bauabfälle aus der Berechnung aus, da auf die entsprechenden Stoff- und Datenströme aktuell kein operativer oder steuernder Einfluss ausgeübt werden kann. Entsprechend weichen die Werte aus dieser Seite von der Wertstoff-tabelle auf der folgenden Seite ab.

Road to Zero Waste

Zielsetzung

Bis 2030 werden die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihr intern anfallendes Abfallaufkommen in Summe zu 95 Prozent wiederverwenden, recyceln, kompostieren oder vergären.

Unterziel

Die Landesgesellschaften von Lidl und Kaufland sowie die Zentralstandorte der PreZero werden (durch eine unabhängige Organisation) nach DIN SPEC 91436 zertifiziert.

Zielerreichung

in Tonnen



Verwertungsarten

in Tonnen



Wertstoffe und Abfall nach Art und Verwertungsverfahren ^{1,2,3}
in Tonnen

[GRI 306-3, 306-4 und 306-5]

		GJ	Recycling	Wiederverwendung	Vergärung	Kompostierung	Tierfutter	Thermische Verwertung mit Energierückgewinnung	Verbrennung	Deponierung	Unbekannt ⁴	Gesamt
Gesamtgewicht Wertstoffe	2024	2.410.163		89.315	494.145	43.390	60.713	194.303	7.614	148.438	37.144	3.485.225
	2025	2.566.230		98.828	530.792	58.723	76.258	221.308	6.804	143.952	21.491	3.724.386
	Entwicklung 2024/25	+6,5 %		+10,7 %	+7,4 %	+35,3 %	+25,6 %	+13,9 %	-10,6 %	-3,0 %	-42,1 %	+6,9 %
Davon ungefährliche Wertstoffe	2024	2.402.192		87.795	494.145	43.390	60.713	193.373	6.548	148.054	37.144	3.473.094
	2025	2.555.159		98.577	530.792	58.723	76.258	220.742	5.653	143.757	21.491	3.711.130
	Entwicklung 2024/25	+6,4 %		+12,3 %	+7,4 %	+35,3 %	+25,6 %	+14,2 %	-13,7 %	-2,9 %	-42,1 %	+7,2 %
Papier / Pappe / Kartonage	2024	1.776.561		45	0	0	0	241	0	0	294	1.777.142
	2025	1.847.559		46	0	0	0	317	10	0	529	1.848.461
	Entwicklung 2024/25	+4,0 %		+0,7 %	— %	— %	— %	+31,7 %	+5.591,1 %	— %	+79,9 %	+4,0 %
Organik	2024	26.398		33.164	494.145	42.569	60.713	1.294	2.491	5.027	14.350	680.150
	2025	15.777		40.215	530.792	58.408	76.258	1.374	1.515	5.625	4.260	734.224
	Entwicklung 2024/25	-40,2 %		+21,3 %	+7,4 %	+37,2 %	+25,6 %	+6,2 %	-39,2 %	+11,9 %	-70,3 %	+8,0 %
Restabfall	2024	10.739		0	0	0	0	150.644	3.715	135.611	18.219	318.929
	2025	10.742		0	0	0	0	165.424	3.550	130.264	14.319	324.300
	Entwicklung 2024/25	+0,0 %		— %	— %	— %	— %	+9,8 %	-4,4 %	-3,9 %	-21,4 %	+1,7 %
PET	2024	214.600		0	0	0	0	6	0	0	67	214.672
	2025	233.987		0	0	0	0	2	0	0	297	234.286
	Entwicklung 2024/25	+9,0 %		— %	— %	— %	— %	-71,3 %	— %	— %	+341,4 %	+9,1 %
Kunststoffe	2024	90.920		0	0	0	0	4.835	35	270	315	96.375
	2025	99.705		13	0	0	0	4.711	45	145	940	105.558
	Entwicklung 2024/25	+9,7 %		— %	— %	— %	— %	-2,6 %	+311,7 %	-46,3 %	+198,5 %	+9,5 %

1 | In der Tabelle sind lediglich die eigenen, d. h. intern anfallenden, Wertstoffe der Unternehmen der Schwarz Gruppe abgebildet. Wertstoffe, die PreZero von Kunden übernimmt und verarbeitet, sind grundsätzlich nicht enthalten.

2 | Die dargestellten Werte beziehen sich auf die jeweiligen Geschäftsjahre.

3 | Die aktualisierte „Road to Zero Waste“ Zielsetzung schließt Verwertungs- und Beseitigungsanlagen sowie Bauabfälle aus der Berechnung aus, da auf die entsprechenden Stoff- und Datenströme aktuell kein operativer oder steuernder Einfluss ausgeübt werden kann. Entsprechend weichen die Werte aus dieser Tabelle von denen der Grafik auf [S. 25](#) ab, da die Werte dieser Tabelle alle Wertstoffe innerhalb der UdSG abbilden.

4 | Bei der Kategorie „Unbekannt“ handelt es sich um einen Sammelposten, bei dem auch Mengen enthalten sind, die sich nicht eindeutig den o. g. Kategorien zuordnen lassen.

5 | Hierzu zählen beispielsweise Altfarben/-lacke, Haushalts-/ Industriebatterien, Energiesparlampen, Elektroschrott, Leuchtstoffröhren, (Neon-)Toner, Reinigungsmittel, Säuren und Laugen, Lösemittel, Spraydosen und alte Feuerlöscher.

Wertstoffe und Abfall nach Art und Verwertungsverfahren ^{1,2,3}

in Tonnen

[GRI 306-3, 306-4 und 306-5]

	GJ	Recycling	Wiederverwendung	Vergärung	Kompostierung	Tierfutter	Thermische Verwertung mit Energierückgewinnung	Verbrennung	Deponierung	Unbekannt ⁴	Gesamt
Holz	2024	56.664	38.902	0	821	0	7.560	148	1.624	46	105.766
	2025	66.940	41.821	0	316	0	2.724	73	1.509	61	113.444
	Entwicklung 2024/25	+18,1 %	+7,5 %	— %	-61,6 %	— %	-64,0 %	-50,6 %	-7,1 %	+31,7 %	+7,3 %
Schrott	2024	60.759	0	0	0	0	0	0	10	24	60.793
	2025	72.136	0	0	0	0	0	0	7	7	72.150
	Entwicklung 2024/25	+18,7 %	— %	— %	— %	— %	— %	— %	-30,2 %	-71,2 %	+18,7 %
Glas	2024	82.901	0	0	0	0	0	0	3	27	82.931
	2025	129.948	0	0	0	0	0	0	6	71	130.025
	Entwicklung 2024/25	+56,8 %	— %	— %	— %	— %	— %	— %	+123,0 %	+160,5 %	+56,8 %
Textilien	2024	265	3.502	0	0	0	35	30	5	0	3.837
	2025	162	4.133	0	0	0	152	69	29	0	4.546
	Entwicklung 2024/25	-38,7 %	+18,0 %	— %	— %	— %	+332,9 %	+134,8 %	+499,0 %	-129,5 %	+18,5 %
Sonstiges	2024	12.182	82.385	0	0	0	28.759	130	5.504	3.540	132.499
	2025	12.350	78.201	0	0	0	46.037	391	6.173	986	144.137
	Entwicklung 2024/25	+1,4 %	-5,1 %	— %	— %	— %	+60,1 %	+201,4 %	+12,2 %	-72,2 %	+8,8 %
Davon gefährliche Wertstoffe ⁵	2024	7.971	1.520	0	0	0	930	1.065	384	260	12.130
	2025	11.071	251	0	0	0	566	1.151	195	21	13.255
	Entwicklung 2024/25	+38,9 %	-83,5 %	— %	— %	— %	-39,1 %	+8,0 %	-49,3 %	-91,8 %	+9,3 %

1 | In der Tabelle sind lediglich die eigenen, d. h. intern anfallenden, Wertstoffe der Unternehmen der Schwarz Gruppe abgebildet. Wertstoffe, die PreZero von Kunden übernimmt und verarbeitet, sind grundsätzlich nicht enthalten.

2 | Die dargestellten Werte beziehen sich auf die jeweiligen Geschäftsjahre.

3 | Die aktualisierte „Road to Zero Waste“ Zielsetzung schließt Verwertungs- und Beseitigungsanlagen sowie Bauabfälle aus der Berechnung aus, da auf die entsprechenden Stoff- und Datenströme aktuell kein operativer oder steuernder Einfluss ausgeübt werden kann. Entsprechend weichen die Werte aus dieser Tabelle von denen der Grafik auf [S. 25](#) ab, da die Werte dieser Tabelle alle Wertstoffe innerhalb der UdSG abbilden.

4 | Bei der Kategorie „Unbekannt“ handelt es sich um einen Sammelposten, bei dem auch Mengen enthalten sind, die sich nicht eindeutig den o. g. Kategorien zuordnen lassen.

5 | Hierzu zählen beispielsweise Altfarben/-lacke, Haushalts-/ Industriebatterien, Energiesparlampen, Elektroschrott, Leuchtstoffröhren, (Neon-)Toner, Reinigungsmittel, Säuren und Laugen, Lösemittel, Spraydosen und alte Feuerlöscher.

Abfallarten und Anfallorte

Bei den Handelssparten Lidl und Kaufland stehen Abfälle aus den Filialen und Lagern im Vordergrund. In den Produktionsbetrieben stehen Abfälle aus der Lebensmittelproduktion, Papier-, Pappe- und Kartonnageabfälle sowie Reststoffe aus dem PET-Recycling im Fokus. Diese umfassen organische Abfälle, Kunststoffe und Metalle. An den Verwaltungsstandorten fallen vorwiegend Siedlungsabfälle aus den Sozialbereichen an.

Die Abfälle bei PreZero entstehen an den Verwaltungsstandorten sowie bei den Verwertungs- und Produktionsstandorten. Sie setzen sich überwiegend aus Siedlungsabfällen, Papier und sonstigen Abfällen zusammen, die während des Betriebs der Anlagen entstehen. Je nach Abfallart kommt es dabei zu unterschiedlichen Umweltauswirkungen. Bis 2030 soll das Konzept „Road to Zero Waste“ in allen Zentralverwaltungsgebäuden umgesetzt und die Zertifizierung nach DIN SPEC 91436 erreicht werden. Weitere Informationen dazu siehe [„Road to Zero Waste“](#).

Generell werden die Abfälle vorrangig vermieden oder wiederverwendet. Ist dies nicht möglich, werden sie nach landesspezifischen Vorgaben recycelt, der Rest wird anderen Verwertungsmethoden zugeführt. Ergänzend setzen ausgewählte Standorte zusätzliche Maßnahmen zur Abfallreduzierung um. So stellen Lidl und Kaufland beispielsweise an einigen Filialen eine Rücknahme- und Sammelinfrastruktur durch Altkleidercontainer bereit: Mehrere Lidl Landesgesellschaften wie Österreich, Ungarn, Lettland, Estland und Rumänien geben Textilien und Near-Food-Waren an gemeinnützige Organisationen weiter. Lidl Österreich und der Verein HUMANA

People to People konnten mit Altkleider-Containern bereits an 36 Filialen über 75 Tonnen Textilien sammeln und planen weitere Standorte.

Neue Sortieranlage

Im Jahr 2025 nahm PreZero im österreichischen Sollenau eine der modernsten Sortieranlagen für Leichtverpackungen in Europa in Betrieb. Auf einer Fläche von 44.000 Quadratmetern kann die Anlage jährlich bis zu 100.000 Tonnen Leichtverpackungsabfälle vollautomatisch verarbeiten. Das Werk nutzt fortschrittliche KI-Technologien sowie 35 Nahinfrarot-Trenner zur präzisen Objekterkennung. Ein integriertes, KI-basiertes Sortierverfahren identifiziert zudem fehlentsorgte Lithium-Akkus sowie batteriehaltige Elektrogeräte und sortiert diese gezielt aus, wodurch das Brandrisiko im Sortierprozess deutlich reduziert wird. Bereits vor der Inbetriebnahme erhielten Anwohner im Rahmen von Besichtigungen Einblicke in den weitgehend geruchsarmen Sortierprozess.

Befähigung

Mitarbeiter und Führungskräfte der Unternehmen der Schwarz Gruppe werden von der PreZero-Gesellschaft GreenCycle GmbH durch teils individuell zugeschnittene Workshops, Schulungsmaßnahmen, Informationsschreiben und Sortieranleitungen beraten und geschult. Die Inhalte beziehen sich unter anderem auf aktuelle Kreislaufwirtschaftsthemen wie Trennkonzepte oder Gesetzesänderungen. Zusätzlich erstellt GreenCycle regelmäßig Auswertungen relevanter Kennzahlen und bespricht diese mit den zuständigen Fachbereichen.

Im Jahr 2026 starteten die Unternehmen der Schwarz Gruppe zudem eine gemeinsame Befähigungskampagne zur Vision „Road to Zero Waste“. Im Rahmen dessen haben wir an zentralen Verwaltungsstandorten in Deutschland ein neues Trennkonzept eingeführt, das eine klare Wertstofftrennung im Arbeitsalltag ermöglicht. Zentrale Entsorgungsmöglichkeiten in den Kaffeeküchen, ergänzt durch einheitliche Abfallfraktionen sowie verständliche Kennzeichnungen und Anleitungen, unterstützen die Mitarbeiter bei der korrekten Trennung. Der sukzessive Roll-out an weiteren Standorten ist geplant. Durch die verbesserte Trennung werden Wertstoffe in den Kreislauf zurückgeführt und Ressourcen geschont.

REcycle

Das Handlungsfeld im Überblick

Wir stärken hochwertige Verwertungsverfahren und den Einsatz von recycelten Materialien: Im Handlungsfeld REcycle konzentrieren wir uns darauf, Ressourcen wiederzuverwerten. Dank moderner Verwertungsverfahren können wir Wertstoffe in möglichst hochwertigen Anwendungsfällen einsetzen. So stellen wir sicher, dass Materialien am Ende ihres Lebenszyklus zu wertvollen Sekundärrohstoffen werden, um Wertstoffkreisläufe zu schließen. Der gezielte Einsatz von Rezyklaten schont natürliche Ressourcen und verbessert die Emissionsbilanz im Vergleich zu Primärmaterialien. Dadurch unterstützen wir ein wirtschaftliches Recycling und die langfristige Verfügbarkeit von Ressourcen.

Wir treiben den Einsatz von Rezyklaten in Verpackungen und Produkten voran, um Materialien wieder in Wertstoffkreisläufe zurückzuführen. Seit 2021 bestehen alle von den Unternehmen der Schwarz Produktion hergestellten PET-Einwegflaschen der Lidl- und Kaufland-Eigenmarken in Deutschland zu 100 Prozent aus Rezyklat. Ausgenommen davon sind Deckel und Etikett. Dies spart jährlich rund 67.000 Tonnen Neukunststoff und reduziert die CO₂-Emissionen um mehr als 110.000 Tonnen.

Auch bei weiteren kunststoffhaltigen Eigenmarkenverpackungen kommen bereits heute anteilig, in einzelnen Bereichen sogar vollständig, Rezyklate zum Einsatz. Darüber hinaus entwickeln wir die Verwertung weiterer Stoffströme weiter, etwa durch Pilotprojekte zum Recycling getragener

Berufskleidung und zur Wiederverwendung der daraus gewonnenen Textilfasern.

Hochwertige Recycling- und Verwertungsverfahren umfassen außerdem die Nutzung von Lebensmittelabfällen als Nutztierfutter sowie die Verwertung unvermeidbarer und nicht verfütterungsfähiger Lebensmittelabfälle als z. B. Dünger.

Rezyklateinsatz bei Verpackungen [GRI 301-3]

In Zusammenarbeit mit PreZero kommt bei den Handelssparten Lidl und Kaufland bereits bei diversen Verpackungen für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Shampoos und Duschbädern Rezyklat als Verpackungsmaterial zum Einsatz. Auch bei weiteren Verpackungsmaterialien reduziert die Schwarz Beschaffung den Einsatz von Neuplastik, so beispielsweise beim Feinkostbecher, der in den Bedientheken von Kaufland in Deutschland und Tschechien flächendeckend zum Einsatz kommt und seit Juli 2023 zu 80 Prozent aus recyceltem PET besteht. Durch den internationalen Roll-out sollen jährlich etwa 900 Tonnen Virgin-Kunststoff eingespart werden können.

Der Einsatz von Rezyklat in Nicht-PET-Verpackungen mit Lebensmittelkontakt ist derzeit noch sehr restriktiv. Bisher wird Rezyklat hauptsächlich im Bereich Non Food und Near Food eingesetzt, im Bereich Food bisher eher punktuell. Im Rahmen eines 2022 gestarteten Projekts mit recyceltem Polystyrol ist es jedoch gelungen, Joghurtbecher aus Rezyklat herzustellen. Dafür wird Polystyrol verwendet, das durch Kunden über den gelben Sack entsorgt, anschließend sortiert und gereinigt

wird. Das Polystyrol wird zu Pellets verarbeitet und dann zu neuen Joghurtbechern weiterverarbeitet. Das Projekt wurde zusammen mit den Partnern PreZero, dem Lieferanten T.M.A., INEOS und Lidl durchgeführt. Das ist ein wichtiger Beitrag, um die gesteckten Ziele für Verpackungen (Plastik) zu erreichen (siehe auch [Kreislaufwirtschaft – Ziele, KPIs und Zielerreichung](#)). Im März 2025 konnten wir das Pilotprojekt erfolgreich abschließen, was für uns auch ein wichtiger Schritt zur Vorbereitung auf die europäische Verpackungsverordnung (PPWR) ist.

Neben recycelten Kunststoffen stellt PreZero auch weiteres Sekundärmaterial für Verpackungen zur Verfügung. Die PreZero Pyral GmbH liefert recyceltes Aluminium, das unter anderem bei der Herstellung von Aerosoldosen für die Lidl-Eigenmarke Cien zum Einsatz kommt.

PET-Wertstoffkreislauf [GRI 301-3 und 306-2]

Das Ökosystem der Unternehmen der Schwarz Gruppe deckt in Deutschland den gesamten PET-Wertstoffkreislauf ab: von der Pfandrücknahme über Sortierung und Recycling bis zur Herstellung, Abfüllung und dem Verkauf neuer PET-Flaschen.

Die Schwarz Produktion ist einer der Vorreiter bei der Implementierung des Wertstoffkreislaufs für bepandete PET-Einwegflaschen in Deutschland. Das bestätigt unter anderem eine Ökobilanz des Instituts für Energie- und Umweltforschung Heidelberg¹ (ifeu): Die „Kreislaufflasche“ der Schwarz Produktion ist demnach eine der ökologischsten Flaschen im Vergleich zu den untersuchten marktüblichen Mehrwegflaschen.

1 | Drescher/Kauertz 2023: Ökobilanz der PET-Einweg-Kreislaufflasche der MEG ([diekreislaufflasche.de](#))
2 | Die in der Tabelle dargestellten Werte beziehen sich auf das jeweilige Kalenderjahr.
3 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeit.
4 | In dem im Vorjahr veröffentlichten Bericht für das GJ 2024 wurde fälschlicherweise das Jahr 2019 als Basisjahr ausgewiesen. Korrekt ist das Basisjahr 2017. Die historischen Berechnungen und Vergleichswerte bleiben davon unberührt.

Plastikreduktion und Rezyklateinsatz^{2,3}

	Einheit	2024	2025	Entwicklung 2024/25
Rezyklat in Primär-Plastikverpackungen der Eigenmarken				
Rezyklatanteil	%	19,7	26,1	6,4 %P
Rezyklatanteil Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel/Kosmetik	%	21,3	34,0	12,7 %P
Hergestelltes Rezyklat				
Hergestelltes Rezyklat der Schwarz Produktion	t	64.912	62.641	-3,5 %
Hergestelltes Rezyklat von PreZero	t	104.900	109.931	+4,8 %
Plastikreduktion bei Eigenmarkenverpackungen				
Plastikeinsatz	g/Euro Umsatz	6,1	5,9	-2,8 %
Entwicklung Plastikeinsatz g/€ (Basisjahr 2017) ⁴	%	-33,8	-35,7	-1,8 %P

Der PET-Wertstoffkreislauf basiert auch auf dem Engagement der Verbraucher. Mithilfe von Pfandsystemen sorgen sie für die Grundlage eines funktionierenden Wertstoffkreislaufs. Als Unternehmen der Schwarz Gruppe unterstützen wir den Aufbau von Einweg-Pfandsystemen in allen europäischen Ländern ohne aktives Pfandsystem. Das wirkt auch dem sogenannten „Littering“, der Verschmutzung öffentlicher Flächen durch Müll, entgegen. Lidl nimmt bereits testweise in Ländern, in denen keine entsprechenden gesetzlichen Vorgaben existieren, PET-Einwegflaschen und Getränkedosen über Pfandautomaten in einzelnen Filialen zurück. Durch die Sammlung schaffen wir die Grundlage dafür, dass wir die Materialien zu hochwertigen Rezyklaten verarbeiten und so der Rohstoff im eigenen Wertschöpfungssystem verbleibt. Damit übernimmt Lidl auch ohne gesetzliche Vorgaben Verantwortung und investiert in wirtschaftlich sinnvolle Lösungen der Kreislaufwirtschaft. Auch Kaufland bietet in Ländern, in denen kein nationales Pfandsystem existiert, freiwillig die Rücknahme von Einwegpfand an: In Tschechien und Bulgarien werden freiwillig in einzelnen Filialen PET-Flaschen zurückgenommen; in beiden Ländern gibt es noch kein Einwegpfandsystem.

HDPE-Wertstoffkreislauf

PreZero hat auch für Flaschen aus High-Density-Polyethylen (HDPE) dank moderner Recyclingtechnologien einen Wertstoffkreislauf etabliert. Gebrauchte HDPE-Flaschen werden in privaten Haushalten über den gelben Sack oder die gelbe Tonne gesammelt und anschließend in einer der PreZero-Anlagen für Leichtverpackungen sortenrein getrennt. Die sortenreinen HDPE-Verpackungen

werden danach von PreZero zu Ballen verpresst, um die Transportauslastung zu optimieren. Im Anschluss werden diese für die Aufbereitung zur PreZero-Recyclinganlage in Grünstadt transportiert. Dort erfolgt der Recyclingprozess: Zunächst werden die Flaschen farblich sortiert, anschließend zerkleinert und gewaschen. Nach der Reinigung und Nachsortierung der Flakes wird hochwertiges Regranulat produziert, das für die Herstellung neuer HDPE-Flaschen eingesetzt werden kann. Die Flaschen sind bereits in den Filialen von Lidl und Kaufland zu finden, beispielsweise in Form von Verpackungen für Reinigungsmittel und Shampoos.



→ PET-Einwegflaschen aus 100 Prozent Rezyklat

Seit 2021 bestehen alle von Unternehmen der Schwarz Produktion hergestellten PET-Einwegflaschen der Lidl- und Kaufland-Eigenmarken in Deutschland zu 100 Prozent aus Rezyklat. Ausgenommen davon sind Deckel und Etikett. Das bedeutet, der Flaschenkörper benötigt bei der Herstellung kein Neuplastik mehr, sondern wird aus zurückgegebenen Flaschen hergestellt. Dies gelingt der Schwarz Produktion durch hohe Investitionen in den Wertstoffkreislauf, teils selbstentwickelte Lösungen und langjährig aufgebautes Know-how. Im Geschäftsjahr 2025 betrug der Recyclinganteil aller von der Schwarz Produktion in Europa in Verkehr gebrachten PET-Einwegflaschen 98,8 Prozent – was die hohen Ambitionen der Schwarz Produktion unterstreicht. Diese gehen deutlich über den EU-weit geforderten Anteil hinaus: Ab 2025 beträgt dieser Anteil 25 Prozent und ab 2030 soll er auf 30 Prozent steigen.

Mit dem Einsatz von 100 Prozent Rezyklat bei den PET-Einwegflaschenkörpern in Deutschland konnten wir im Geschäftsjahr 2025 – im Vergleich zu PET-Flaschen ohne Rezyklat – insgesamt circa 67.000 (2024: knapp 65.000) Tonnen Neuplastik einsparen. Das reduziert die CO₂-Emissionen um mehr als 110.000 Tonnen gegenüber dem Einsatz von Neuplastik (2024: circa 109.000 Tonnen CO₂).

Rezyklateinsatz in Produkten und Filialen
[GRI 301-2]

Als Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen wir auch in Produkten und Filialen Rezyklate ein. In Zusammenarbeit mit PreZero bieten Lidl und Kaufland aktionsweise Haushaltswaren der Eigenmarken an, deren Plastikanteil aus Rezyklat¹ besteht. Die recycelten Rohstoffe bilden den Grundstoff für die Fertigung der neuen Haushaltswaren wie Organizer, Pflanzentöpfe, Gartenboxen, Müll- und Putzeimer, Wäschebehälter, Klappboxen sowie Transport- und Aufbewahrungsboxen. Die Mehrwegtrage- und Tiefkühltasche von Kaufland besteht bereits zu 80 Prozent aus Rezyklat, ein Teil davon stammt aus Kaufland-Altfolien.

Die beiden Handelssparten Lidl und Kaufland denken auch ihre Roll- und Handkörbe neu: In Zukunft bestehen Handkörbe aus 93 bis 95 Prozent, Rollkörbe aus 80 Prozent und die XXL-Rollkörbe aus 87 Prozent Rezyklat. Der Austausch der bestehenden Einkaufskörbe erfolgt sukzessive, um Restbestände von intakten Körben so lange wie möglich zu verwenden und damit den Ressourcenverbrauch zu minimieren. Anschließend werden die neuen Modelle in alle Länder ausgeliefert, in denen Lidl und Kaufland vertreten sind. Der gesamte Recycling- und Herstellungsprozess wird in Europa umgesetzt. PreZero sammelt hierfür den Plastikabfall, reinigt diesen und verarbeitet ihn zu Regranulat. Durch die Umstellung spart Lidl länderübergreifend über 390 Tonnen Neukunststoff und reduziert die CO₂-Emissionen um mehr als 698 Tonnen. Darüber hinaus setzen Lidl und Kaufland auf Rammschutzleisten aus 100 Prozent Post-Consumer-Rezyklat², um weitere Ressourcen zu schonen und den ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

Auch einzelne Einrichtungsgegenstände und Teile der Filialausstattung, wie beispielsweise Warentrenner für die Kassenbänder oder Schnittblumeneimer, werden vollständig oder teilweise aus recyceltem Plastik gewonnen. Der von PreZero zusammen mit der Schwarz Beschaffung und dem Vertrieb der jeweiligen Handelssparte entwickelte Warentrenner für die Kassenbänder besteht beispielsweise zu 100 Prozent aus recyceltem Plastik. Für die Produktion der Schnittblumeneimer haben wir im Geschäftsjahr 2025 2.185 Tonnen recyceltes Plastik geliefert.

Auch in Zukunft werden die Unternehmen der Schwarz Gruppe die Palette an Recyclingprodukten weiter ausbauen.

Eingesetzte Materialien
nach Gewicht und Volumen

In Tonnen

[GRI 301-1]

	GJ	2024	2025	Entwicklung 2024/25
Werbematerial gesamt		376.064	347.882	-7,5 %
aus Frischfasern ³		64.188	62.066	-3,3 %
aus Recyclingfaser ³		311.876	285.816	-8,4 %
Druckerpapier gesamt		3.720	3.689	-0,8 %
aus Frischfasern ³		1.173	1.508	+28,6 %
aus Recyclingfaser ³		2.547	2.181	-14,4 %

- 1 | Unter Rezyklat verstehen wir für die referenzierte Produktkategorie 100 Prozent PCR (Post-Consumer-Rezyklat, also recycelter Kunststoff aus Haushaltsabfällen), Farbe (Farbpigmente) und Füllstoff (Filler).
- 2 | Ausgenommen sind Masterbatch, Filler und Additive etc.
- 3 | Bei den Verbrauchsmaterialien aus Papier findet eine Unterscheidung nach den Papiertypen Frischfaser und Recyclingfaser statt. Setzen sich die Verbrauchsmaterialien aus Frischfaser- sowie Recyclingfaser zusammen, entscheidet der größere Anteil über die Zuordnung zu einem Papiertyp.



→ Lebensmittelreste als
Basis für Insektenprotein

Um nicht vermeidbare Lebensmittelabfälle aus Handelsfilialen wieder nutzbar zu machen, setzt PreZero auf die Verarbeitung zu Insektenprotein. In diesem Rahmen erforscht die Sparte, wie in einem industriellen Maßstab Larven der Schwarzen Soldatenfliege („Black Soldier Fly“) zum Upcycling von vegetarischen Lebensmittelresten eingesetzt werden können, um so die Nährstoffe wieder zurück in den Lebensmittelkreislauf zu bringen. Die Larven zersetzen die Lebensmittelreste und machen die darin enthaltenen Nährstoffe wieder nutzbar. Aufgrund des hohen Protein- sowie Fettgehalts der Larven werden sie zu Futtermittelinhaltsstoffen wie beispielsweise Proteinmehl oder Püree verarbeitet und können bei der Nutz- und Heimtierfütterung oder in Aquakulturen verwendet werden. Bezogen auf ein essbares Kilogramm benötigen Insekten gegenüber Hühnern nur etwa die Hälfte des Futters. Das entspricht einem Viertel des Futters von Schweinen und bis zu zwölfmal weniger als Rinder – damit könnte das biotechnische Verfahren potenziell erhebliche Ressourcen- und Emissionensparungen erzielen. Zusätzlich kann das Insektenöl Palm-, Fisch- oder Rapsöl ersetzen. Aus Reststoffen werden so wieder Wertstoffe. Ab 2027 ist für die industrielle Weiterentwicklung des Projekts eine Insekten-Raffinerie im baden-württembergischen Buchen geplant.



→ PreZero gewinnt Rohstoffe aus Batterien

Batterien enthalten wertvolle Rohstoffe wie Lithium, Nickel, Kobalt und Kupfer, deren Rückgewinnung nicht nur ökologisch sinnvoll, sondern auch wirtschaftlich zunehmend relevant ist. Gleichzeitig stellen sie aufgrund ihres Gefährdungspotenzials hohe Anforderungen an Sammlung, Transport und Recyclingprozesse.

PreZero begegnet diesen Herausforderungen mit spezialisierten Rücknahmesystemen und dem gezielten Ausbau eigener Recyclingkompetenzen. Ein wesentlicher strategischer Schritt ist die Übernahme des Batterierecyclers RE.LION.BAT. Circular im August 2025. Damit sichert sich PreZero Zugang zu innovativen Verfahren zur Aufbereitung von Lithium-Ionen-Batterien und stärkt seine Position im wachsenden Markt für Batterierecycling. Ziel ist es, geschlossene Stoffkreisläufe zu etablieren und Sekundärrohstoffe wieder in die industrielle Produktion zurückzuführen.

Textilrecycling

Zur Schließung von Materialkreisläufen haben PreZero und die AUNDE Group im Berichtsjahr eine Vereinbarung zur gemeinsamen Entwicklung und zum Betrieb einer innovativen Textilrecyclinganlage unterzeichnet. Ziele der Kooperation sind die stoffliche Verwertung polyesterhaltiger Textilabfälle und die Herstellung hochwertiger recycelter Polyestergranulate.

Die Inbetriebnahme der neuen Anlage ist für 2026 geplant. Sie adressiert eine zentrale Herausforderung der Branche: Während die Produktion von Polyesterfasern weltweit kontinuierlich steigt, basieren derzeit rund 99 Prozent der recycelten Polyesterfasern auf PET-Bottleflakes. Da PET-Flaschen in der Verpackungsindustrie bereits effizient verwertet werden, entsteht eine zunehmende Konkurrenz um diese Ressource. Die geplante Anlage schafft hierzu eine Alternative und hat zum Ziel, die Voraussetzungen für einen weitgehend geschlossenen Recyclingkreislauf innerhalb der Textilindustrie zu schaffen.

Batterierecycling

PreZero baut seine Aktivitäten im Bereich Batterierecycling konsequent aus und positioniert sich als integrierter Lösungsanbieter entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Sammlung über die Logistik bis hin zur Verwertung. Dies geschieht vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung von Lithium-Ionen-Batterien, insbesondere bei der Elektromobilität, sowie der regulatorischen Anforderungen im Rahmen der erweiterten Herstellerverantwortung.

Das Batterierücknahmesystem von PreZero gewährleistet seit Anfang 2025 die gesetzeskonforme Rücknahme und Verwertung von Geräte-, Industrie- und Fahrzeugbatterien im Rahmen der erweiterten Herstellerverantwortung. PreZero organisiert die Sammlung, sichere Logistik, Sortierung und das Recycling sowie das gesetzlich erforderliche Reporting. Hersteller und Vertreiber übernehmen Registrierung und Finanzierung, während PreZero die operative Umsetzung sicherstellt. Durch die Integration in bestehende Stoffströme und den Ausbau eigener Recyclingkapazitäten ist das System skalierbar und trägt wesentlich zur Rückgewinnung kritischer Rohstoffe und zur Förderung zirkulärer Materialströme bei. Parallel dazu treibt PreZero Kooperationen mit Industriepartnern voran. Besonders hervorzuheben ist die Zusammenarbeit mit der BMW Group, die darauf abzielt, die Kreislaufwirtschaft in der europäischen Automobilindustrie zu stärken. Im Fokus stehen dabei die Rückführung von Altfahrzeugen sowie die Entwicklung effizienter Recyclinglösungen für Hochvoltbatterien.

Auch im Bereich der Sammlung und Verwertung von Elektroaltgeräten – insbesondere „weiße Ware“ und Elektrogroßgeräte – erweitert PreZero seine Kapazitäten, etwa durch die Übernahme weiterer Recyclingstandorte. Diese Aktivitäten ergänzen das Batteriegeschäft sinnvoll, da Elektrogeräte häufig Batterien enthalten und somit integraler Bestandteil eines ganzheitlichen Stoffstrommanagements sind.

Insgesamt verfolgt PreZero das Ziel, durch vertikale Integration und Partnerschaften eine leistungsfähige Infrastruktur für die Kreislaufwirtschaft aufzubauen und einen Beitrag zur Ressourcenschonung sowie zur Reduktion von CO₂-Emissionen zu leisten.

Klimaschutz

Strategischer Ansatz

Schwerpunktthemen

[GRI 302 und 305]

Klimaschutz wird zu einem zentralen Gradmesser hinsichtlich Wettbewerbsfähigkeit und Resilienz. Als Unternehmen der Schwarz Gruppe möchten wir daher gemeinsam zur Begrenzung der Erderwärmung beitragen. Wir beabsichtigen, unsere Treibhausgasemissionen¹ systematisch zu reduzieren und klimabezogene Maßnahmen umzusetzen. Dahinter steht unser gemeinsam verabschiedetes Net-Zero-Ziel: Bis 2050 streben wir an, alle verursachten Treibhausgase entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf Netto-Null² zu reduzieren. 2024 haben wir unser Net-Zero-Commitment bei der Science Based Targets initiative (SBTi) eingereicht. 2025 bestätigte die SBTi die kurz- und langfristigen Klimaziele und damit die wissenschaftliche Grundlage der Klimastrategie (weitere Informationen zu den Klimazielen finden sich unter [Ziele, KPIs, Zielerreichung und Klimatransitionsplan](#)).

Unsere Ambitionen setzen wir mithilfe konkreter Reduktionsmaßnahmen entlang der fünf Schwerpunktthemen unserer gemeinsam erarbeiteten Klimastrategie um:

- **Energie:** Ein wichtiger Hebel für mehr Klimaschutz ist die Nutzung von erneuerbaren Energien. Darüber hinaus fokussieren wir uns darauf, die Eigenerzeugung erneuerbarer Energien auszubauen und die Energieeffizienz zu verbessern.

- **Mobilität und Transport:** Emissionsreduzierte Mobilitäts- und Logistikkonzepte sind ein weiterer Schwerpunkt unserer Klimastrategie. Im Fokus stehen unter anderem der Ausbau der Ladeinfrastruktur an den Standorten der Unternehmen der Schwarz Gruppe, der Einsatz alternativer Antriebe in der Logistik sowie betriebliche Mobilitätsangebote für Mitarbeiter.
- **Produkte:** Die Sortimentsgestaltung als Hebel für mehr Klimaschutz adressiert ein Kerngeschäft der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Durch den Verzicht auf tierische Produkte lassen sich Treibhausgasemissionen reduzieren. Die Handelssparten bieten auch aus diesem Grund zunehmend pflanzliche Alternativprodukte an. Zudem verfolgen die Unternehmen der Schwarz Gruppe unter anderem das Ziel, den ökologischen Fußabdruck ihrer Produktverpackungen zu reduzieren.
- **Gebäude:** Bei ihren Filialen, Logistikzentren und Verwaltungsgebäuden setzen wir verstärkt auf eine ressourcenschonende Bauweise und einen energieeffizienten Betrieb. Dabei berücksichtigen wir renommierte nationale und internationale Standards für zukunftsfähiges Bauen.
- **Abfall:** Als Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren wir Treibhausgasemissionen am Ende der Wertschöpfungskette, indem wir nach Möglichkeit Abfälle vermeiden und Emissionen in der Abfallsammlung sowie Abfallbehandlung reduzieren.

1 | Die Begriffe Treibhausgasemissionen und CO₂-Emissionen werden im gesamten Kapitel als Synonyme genutzt. Für einen einfacheren Lesefluss wird im Text außerdem von CO₂ anstelle von CO₂ e/CO₂-Äquivalenten gesprochen.

2 | Net-Zero (Netto-Null) beschreibt das Ziel, Treibhausgasemissionen in der gesamten Wertschöpfungskette auf ein Minimum zu reduzieren. Da wissenschaftlich davon ausgegangen wird, dass selbst nach erheblichen Reduktionsbemühungen Restemissionen verbleiben, müssen diese durch Entnahmelösungen innerhalb oder außerhalb der eigenen Wertschöpfungskette (z. B. technische CO₂-Senken) neutralisiert werden.



+10 %

Steigerung Gebäude mit Photovoltaikanlagen gegenüber dem Vorjahr



+3,7 %

Gebäude mit Nachhaltigkeitszertifikat im Vergleich zum Vorjahr



Auswirkungen

[GRI 201-2]

Der Klimawandel ist keine abstrakte Bedrohung, sondern bereits heute Realität. Aktuelle Risikoanalysen – darunter der Global Risks Report des WEF und der letzte Sachstandsbericht des IPCC – zählen Extremwetterereignisse und tiefgreifende Veränderungen der Erdsysteme zu den größten Risiken für die Weltwirtschaft im kommenden Jahrzehnt. Zugleich steigen die globalen Emissionen weiter an.

Klimabedingte Risiken wie Lieferengpässe, steigende Rohstoffpreise und eine geringere Planungssicherheit nehmen zu. Klimaschonendes Handeln wird damit für die Unternehmen der Schwarz Gruppe zum wichtigen Faktor für die langfristige Absicherung ihrer Geschäftsmodelle. Durch Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz sowie durch den Bezug und die Eigenerzeugung von erneuerbaren Energien – etwa durch Photovoltaikanlagen – senken wir langfristig Betriebskosten und reduzieren zugleich Abhängigkeiten von volatilen Energiemärkten und geopolitischen Einflüssen.

Ein wesentlicher Teil unserer klimarelevanten Auswirkungen entfällt auf vorgelagerte Prozesse der Wertschöpfungsketten, Neben unseren betrieblichen Emissionen stehen aus diesem Grund auch unsere Produktemissionen im Fokus unserer Zielsetzungen (weitere Informationen dazu unter [Klimatransitionsplan](#)).

Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen

Wissenschaftsbasierte Klimaziele stellen unser Engagement auf ein solides Fundament. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe sind aus diesem Grund 2020 der SBTi beigetreten. Die Allianz aus den renommierten internationalen Organisationen CDP (ehemals Carbon Disclosure Project), UNGC (United Nations Global Compact), WRI (World Resources Institute) und WWF (World Wide Fund for Nature) hat sich zum Ziel gesetzt, wissenschaftsbasierte Klimaziele zu fördern, um langfristig eine emissionsarme Wirtschaft zu erreichen. Die SBTi hat die kurz- und langfristigen Klimaziele der Unternehmen der Schwarz Gruppe im Geschäftsjahr 2025 validiert (weitere Informationen zu den Klimazielen unter [Ziele](#)).



Ein zentrales Werkzeug, um Emissionen und deren Entwicklung darstellen und überwachen zu können, ist die Klimabilanzierung. Alle Unternehmen und Landesgesellschaften der Schwarz Gruppe erstellen seit dem Geschäftsjahr 2019 jährlich eine vollumfängliche Klimabilanz nach dem Greenhouse Gas Protocol. Diese werden zur gemeinsamen Klimabilanz der Unternehmen der Schwarz Gruppe aggregiert. Eine Darstellung der Klimabilanz findet sich unter [Treibhausgasemissionen](#).

→ Commitment zu entwaldungsfreien Lieferketten

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe verpflichten sich gemäß der SBTi zu Entwaldungsfreiheit („No-Deforestation“) bei ihren primären entwaldungsrelevanten Rohstoffen, mit einem Zieldatum von dem 31. Dezember 2025.

Der Ansatz der Unternehmen der Schwarz Gruppe zum Schutz von Klima und Biodiversität umfasst die Fokusrohstoffe Palm(kern)öl, Soja, Kakao, Kaffee, Naturkautschuk, Rindfleisch, Holz und Zellstoff. Für die Umsetzung orientieren sich Lidl und Kaufland an der Richtlinie der Accountability Framework initiative (AFi) und wenden entsprechend das Jahr 2020 als Referenzjahr an, ab dem keine Entwaldung mehr stattfinden darf. Die Strategie basiert auf den drei Säulen Transparenz, Etablierung strenger Standards sowie der Förderung systemischer Veränderungen.

Erste Fortschritte wurden bereits durch hohe Zertifizierungsraten erzielt, insbesondere bei Palm(kern)öl und Kakao. In Rohstoffbereichen mit und ohne flächendeckende Nachhaltigkeitszertifizierung werden künftig – unter Berücksichtigung der Anforderungen der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) – zusätzliche Monitoring- und Verifizierungssysteme zur Sicherstellung von Entwaldungsfreiheit und Legalität implementiert. Zur Vorbereitung auf die EUDR haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe bereits umfassend in neue Systemlösungen und entsprechende personelle Ressourcen investiert.

Gleichzeitig stellen verzögerte regulatorische Anwendungsfristen und Einschränkungen bei der globalen Rückverfolgbarkeit weiterhin Herausforderungen bei der Umsetzung des No-Deforestation-Commitments dar. Vor diesem Hintergrund konnten Transparenz bis zum Ursprung und die vollständige Sicherstellung von Entwaldungsfreiheit nicht für alle primären entwaldungsrelevanten Rohstoffe bis Ende 2025 garantiert werden.

Zur Risikominimierung setzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe daher weiterhin verstärkt auf eine Kombination aus anerkannten Zertifizierungen und verifizierten Überwachungssystemen. Darüber hinaus beteiligen sich Lidl und Kaufland je nach Rohstoff an Initiativen, Multi-Stakeholder-Prozessen, Zertifizierungsansätzen sowie ergänzend in Pilotprojekten vor Ort, um verantwortungsvolle Lieferkettenstrukturen zu fördern und Entwaldung entgegenzuwirken.

Ziele, KPIs, Zielerreichung und Klimatransitionsplan

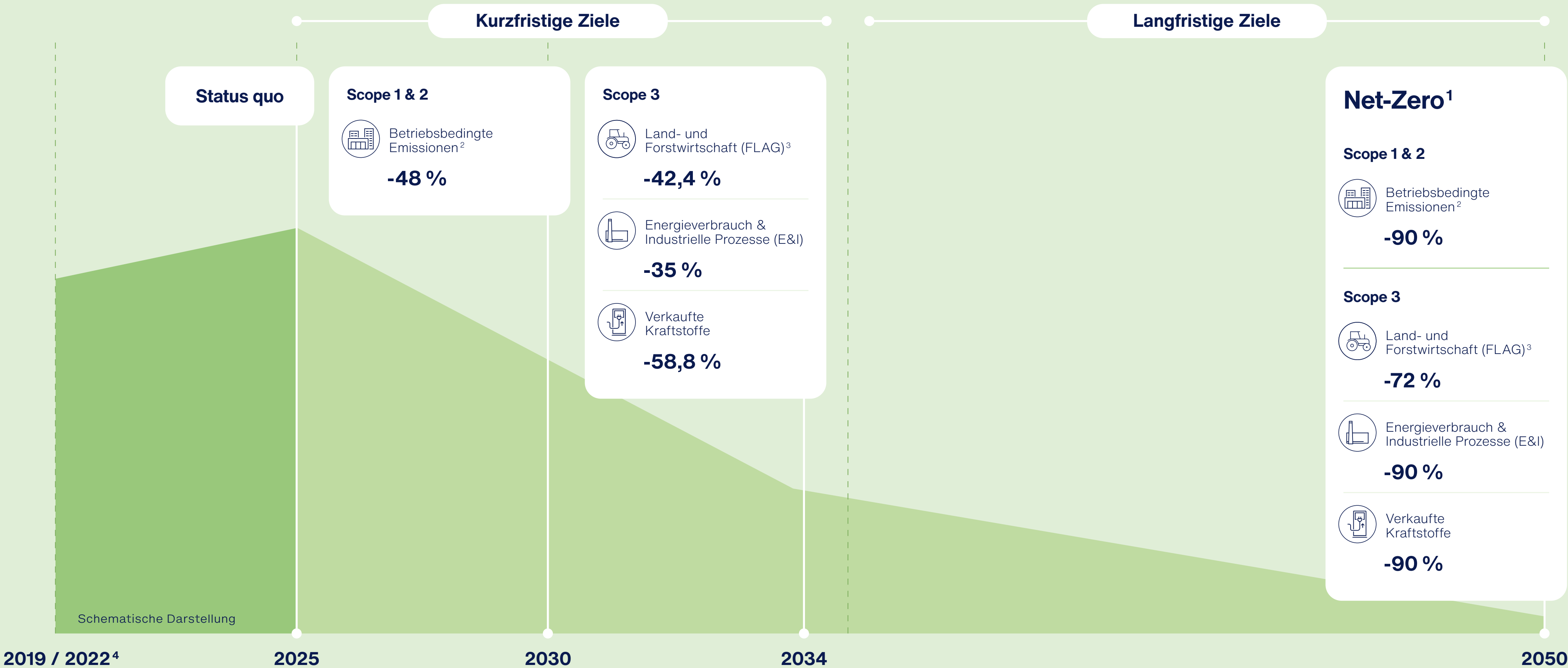
Als Unternehmen der Schwarz Gruppe haben wir uns gemeinsam ein Net-Zero-Ziel bis 2050 gesetzt, um unserer Verantwortung als weltweit tätige Handelsgruppe gerecht zu werden und einen aktiven Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels zu leisten. Bis spätestens 2050 werden wir alle verursachten Treibhausgase entlang der gesamten Wertschöpfungskette langfristig auf Netto-Null reduzieren. Net-Zero (Netto-Null) beschreibt das Ziel, Treibhausgasemissionen in der gesamten Wertschöpfungskette auf ein Minimum zu reduzieren. Da wissenschaftlich davon ausgegangen wird, dass selbst nach erheblichen Reduktionsbemühungen Restemissionen verbleiben, müssen diese durch Entnahmelösungen neutralisiert werden. Um unser Net-Zero-Ziel bis 2050 zu erreichen, haben wir uns zusammen kurz- und langfristige Klimaziele gesetzt. Die SBTi hat diese 2025 validiert.

Ziel	KPI / Messung	Status	Zielerreichung	Seite(n)
Kurzfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren ihre betriebsbedingten Emissionen (Scope 1 und 2) bis 2030 um 48 % gegenüber dem Basisjahr 2019. ¹	Treibhausgasemissionen Scope 1 und 2	↗	-44,1 % Ziel: -48,0 %	40-42
Kurzfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren ihre indirekten land- und forstwirtschaftlichen Emissionen (FLAG) bis 2034 um 42,4 % gegenüber dem Basisjahr 2022.	Treibhausgasemissionen Scope 3	↘	9,0 % Ziel: -42,4 %	40-42
Kurzfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren ihre indirekten Emissionen im Bereich Energie und industrielle Prozesse (E&I) bis 2034 um 35 % gegenüber dem Basisjahr 2022.	Treibhausgasemissionen Scope 3	↘	30,3 % Ziel: -35,0 %	40-42
Kurzfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren die Emissionen, die aus der Nutzung der verkauften Kraftstoffe entstehen, bis 2034 um 58,8 % gegenüber dem Basisjahr 2022.	Treibhausgasemissionen Scope 3	↗	-3,1 % Ziel: -58,8 %	40-42
Langfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren ihre betriebsbedingten Emissionen (Scope 1 und 2) bis 2050 um 90 % gegenüber dem Basisjahr 2019. ¹	Treibhausgasemissionen Scope 1 und 2	↗	-44,1 % Ziel: -90,0 %	40-42
Langfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren ihre indirekten land- und forstwirtschaftlichen Emissionen (FLAG) bis 2050 um 72 % gegenüber dem Basisjahr 2022.	Treibhausgasemissionen Scope 3	↘	9,0 % Ziel: -72,0 %	40-42
Langfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren ihre indirekten Emissionen im Bereich Energie und industrielle Prozesse (E&I) bis 2050 um 90 % gegenüber dem Basisjahr 2022.	Treibhausgasemissionen Scope 3	↘	30,3 % Ziel: -90,0 %	40-42
Langfristiges Ziel: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe reduzieren die Emissionen, die aus der Nutzung der verkauften Kraftstoffe entstehen, bis 2050 um 90 % gegenüber dem Basisjahr 2022.	Treibhausgasemissionen Scope 3	↗	-3,1 % Ziel: -90,0 %	40-42

1 | Das Ziel zu Scope 1 & 2 umfasst auch biogene Emissionen und die Entfernung biogener Einsatzstoffe.

Klimatransitionsplan

Mit unserem neuen, gemeinsam erarbeiteten Klimatransitionsplan (CTP) etablieren wir als Unternehmen der Schwarz Gruppe ein strategisches Steuerelement für unser Klimaschutzengagement. Dieser bildet eine gruppenweite Basis, um Geschäftsmodelle zukunftsfähig aufzustellen. Der CTP definiert die zentralen Hebel zur Emissionsreduktion auf dem Weg zu Net-Zero und weist gezielte Klimaschutzmaßnahmen aus. Wir arbeiten kontinuierlich daran, den Klimatransitionsplan weiter zu konkretisieren.



1 | Net-Zero (Netto-Null) beschreibt das Ziel, Treibhausgasemissionen in der gesamten Wertschöpfungskette auf ein Minimum zu reduzieren. Da wissenschaftlich davon ausgegangen wird, dass selbst nach erheblichen Reduktionsbemühungen Restemissionen verbleiben, müssen diese durch Entnahmelösungen innerhalb oder außerhalb der eigenen Wertschöpfungskette (z. B. technische CO₂-Senken) neutralisiert werden.

2 | Ziel umfasst auch biogene Emissionen und die Entfernung biogener Einsatzstoffe.

3 | Ziel beinhaltet Verpflichtung zu entwaldungsfreien Lieferketten für zentrale Rohstoffe ab 31.12.2025

4 | Zielsetzungen für Scope 1&2 beziehen sich auf das Basisjahr 2019, Zielsetzungen Scope 3 auf das Basisjahr 2022

Betriebsbedingte Emissionen

Die Reduktion der betriebsbedingten Treibhausgasemissionen bildet einen zentralen Pfeiler der gemeinsam erarbeiteten Klimastrategie der Unternehmen der Schwarz Gruppe.

Wir haben uns dazu verpflichtet, diese Emissionen bis zum Jahr 2030 um 48 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2019 zu reduzieren. Bis 2050 werden wir unsere betriebsbedingten Treibhausgasemissionen um 90 Prozent reduzieren und zu unserem Netto-Null-Ziel beitragen.



Transport & Mobilität

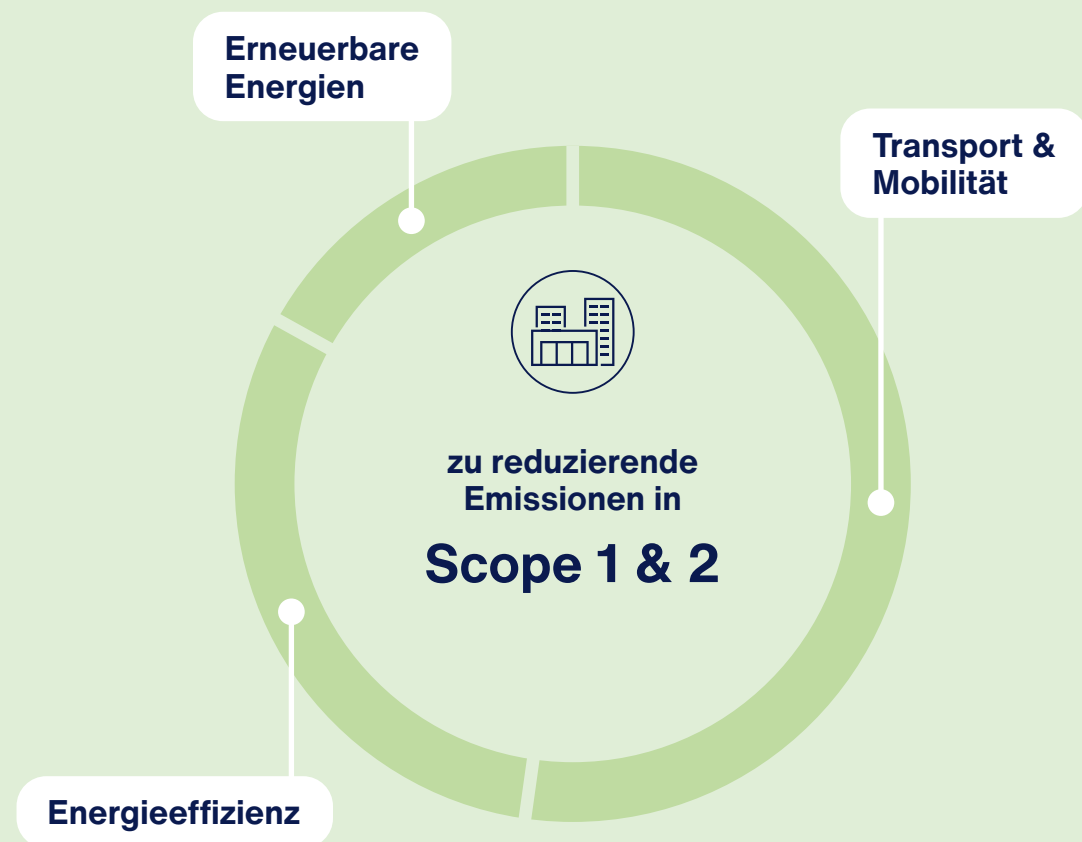
Die Unternehmen der Schwarz Gruppe optimieren kontinuierlich ihre Logistikprozesse, insb. durch die Optimierung der Auslastung über alle Verkehrsträger hinweg, effiziente Routenplanung und die stetige Prüfung emissionsarmer Alternativen. In der Beschaffungslogistik setzt die eigene Reederei TAILWIND Shipping Lines bspw. gezielte Maßnahmen zur Emissionsreduktion um. Ergänzend dazu treibt PreZero unter anderem die Dekarbonisierung der Entsorgungslogistik durch die Umstellung der Flotte auf elektrische Antriebe und alternative Kraftstoffe voran.

Energieeffizienz

Ein wesentlicher Hebel zur Steigerung der Energieeffizienz ist die konsequente Umsetzung der Optimierungspotenziale, die durch ein flächendeckendes Energiemanagementsystem nach ISO 50001 systematisch identifiziert werden. In unseren Filialen wird der Energiebedarf durch den Einsatz moderner Kühltchnik gesenkt. Dabei werden natürliche Kältemittel eingesetzt, um das Treibhausgaspotenzial direkter Emissionen zu minimieren. Innovative Wärmerückgewinnungssysteme nutzen die Abwärme der Kühlung als Raumwärme, was die Systemeffizienz steigert und zusätzlich Energie einspart. Zudem setzen die Unternehmen auf nachhaltige Bauweisen und renommierte Gebäudestandards, um den Ressourcenverbrauch über den gesamten Lebenszyklus der Immobilien zu minimieren.

Erneuerbare Energien

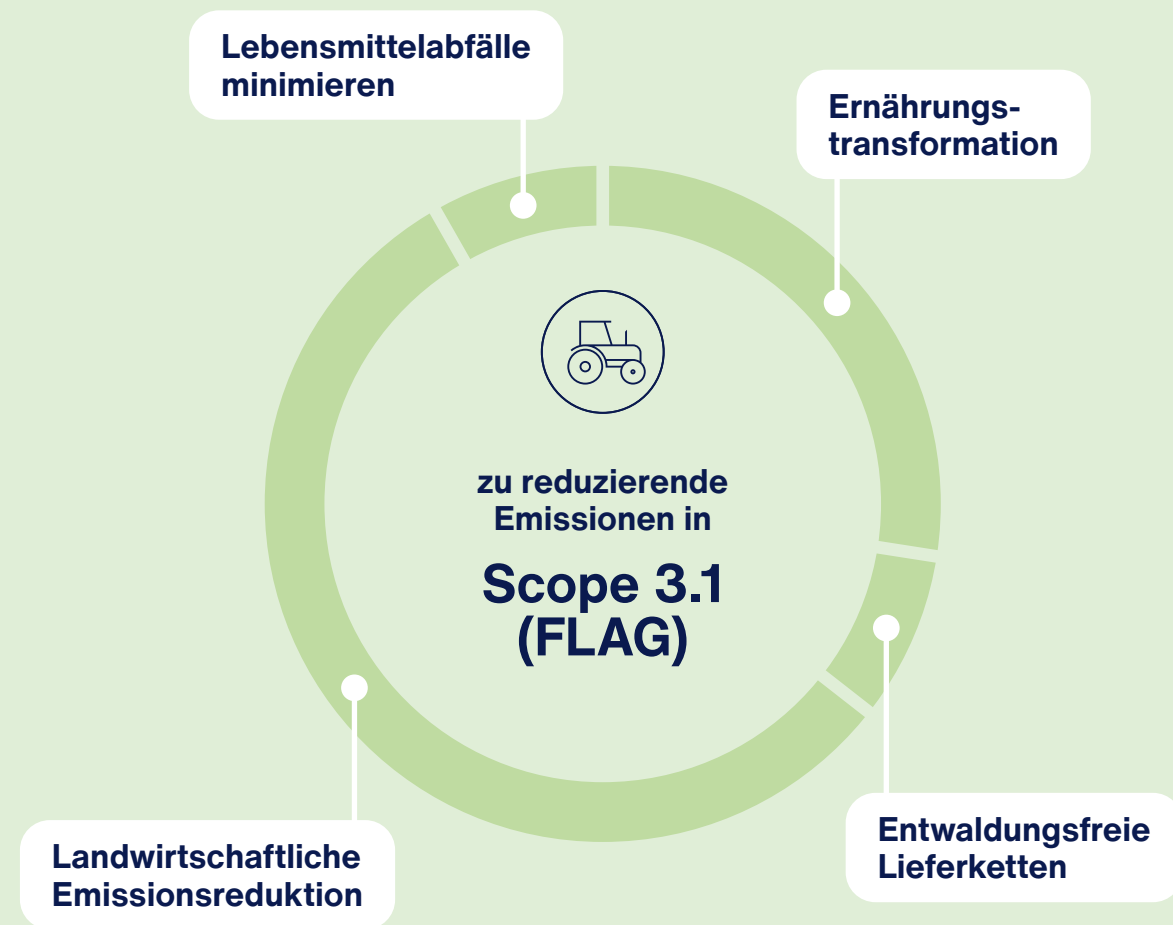
Die Unternehmen der Schwarz Gruppe verfolgen eine diversifizierte Strategie zur Einbindung verschiedener nachhaltiger Energien in ihre Geschäftsprozesse. Ein zentraler Pfeiler ist die Steigerung der Eigenerzeugung, primär durch den konsequenten Ausbau großflächiger Photovoltaikanlagen auf unseren Standorten. Teilweise werden intelligente Batteriespeicher eingesetzt, um die Energie aus der Sonne zwischenspeichern und dann abzugeben, wenn diese nicht zur Verfügung steht. Zur weiteren Absicherung der Grünstromversorgung wird ein Teil des Bedarfs über strategische Stromlieferverträge gedeckt, die den langfristigen Bezug von Windenergie und anderen nachhaltigen Energiequellen ermöglichen. Über den Stromsektor hinaus wird die Energiewende auch im Wärmebereich vorangetrieben: Durch den sukzessiven Ersatz fossiler Heizsysteme durch hocheffiziente Wärmepumpen setzen die Unternehmen auch beim Heizen auf erneuerbare Ressourcen, um die betrieblichen Emissionen sowie die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern konsequent zu reduzieren.



Produktemissionen (FLAG)

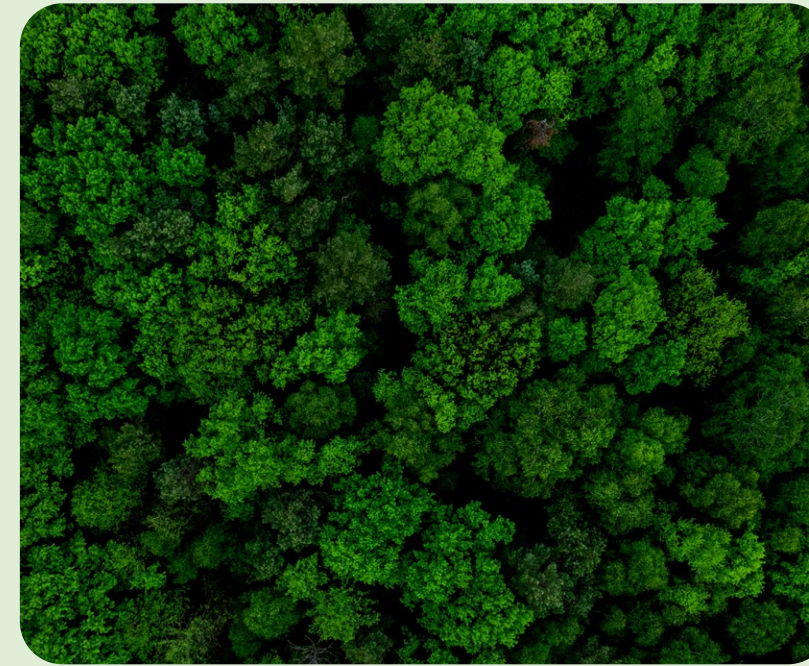
Die Kategorie Scope 3.1 umfasst sämtliche Emissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen und damit den wesentlichen Teil des CO₂-Fußabdrucks der Unternehmen der Schwarz Gruppe.

Ein entscheidender Hebel sind dabei die FLAG-Emissionen (Forest, Land and Agriculture), die aus der Landnutzung innerhalb unserer Lieferkette resultieren. Um diesen proaktiv zu begegnen, haben sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe ein ambitioniertes, wissenschaftsbasiertes Ziel gesetzt: Bis zum Geschäftsjahr 2034 sollen die absoluten FLAG-Emissionen in Scope 3 um 42,4 Prozent reduziert werden (Basisjahr 2022).



Ernährungstransformation

Die Förderung einer pflanzlich betonten Ernährung ist ein zentraler Hebel zur Erreichung unserer Klimaziele, da tierische Produkte einen großen Teil der Produktemissionen verursachen. Eine bewusste Ernährungswende schont nicht nur die Ressourcen unseres Planeten, sondern bereichert den Speiseplan auch durch gesunde und leckere Alternativen. Deshalb orientieren wir uns an den Empfehlungen der EAT Lancet Commission in Bezug auf die Planetary Health Diet. Lidl und Kaufland setzen hierbei auf den Ausbau ihres pflanzlichen Sortiments, eine optimierte Platzierung, attraktive Preisgestaltung und ein transparentes Monitoring nach WWF-Methodik. Ein Beispiel für diesen Weg ist die Preisparität bei Lidl und Kaufland in Deutschland, die pflanzliche Eigenmarken preislich mit tierischen Pendants gleichstellt (siehe [Veganes und vegetarisches Sortiment](#)).



Entwaldungsfreie Lieferketten

Entwaldung ist ein erheblicher Hotspot von Emissionen weltweit. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen sich daher konsequent für entwaldungsfreie Lieferketten bei Risikorohstoffen ein, um diese Emissionen in der Vorkette auszuschließen. Dabei verfolgen wir das im Einklang mit den Anforderungen der EU-Verordnung für entwaldungsfreie Produkte (EUDR) und unseren SBTi-Klimazielen (siehe [Commitment zu entwaldungsfreien Lieferketten](#)).



Landwirtschaftliche Emissionsreduktion

Ein wesentlicher Teil unserer Emissionen entsteht in der Landwirtschaft durch den Ausstoß von Methan, Lachgas und CO₂, insbesondere beim Einsatz von Futtermitteln sowie im Dünge- und Energiemanagement. Die Vermeidung und Reduktion dieser Emissionen ist essenziell. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit entwickeln wir dazu gezielt strategische Klimaprojekte mit unseren Lieferanten und externen Experten. Unser Ziel ist es, Synergien effektiv innerhalb der Unternehmen der Schwarz Gruppe zu nutzen und innovative gemeinschaftliche Lösungen mit unseren Geschäftspartnern zu finden, um die landwirtschaftlichen Emissionen zu reduzieren. Gleichzeitig hat die Landwirtschaft ein bedeutendes Potenzial bei der Kohlenstoffbindung in Böden und Biomasse durch naturbasierte Lösungen. Das sind zum Beispiel Agroforstsysteme, der Einsatz von Pflanzenkohle oder andere pflanzenbauliche Maßnahmen.



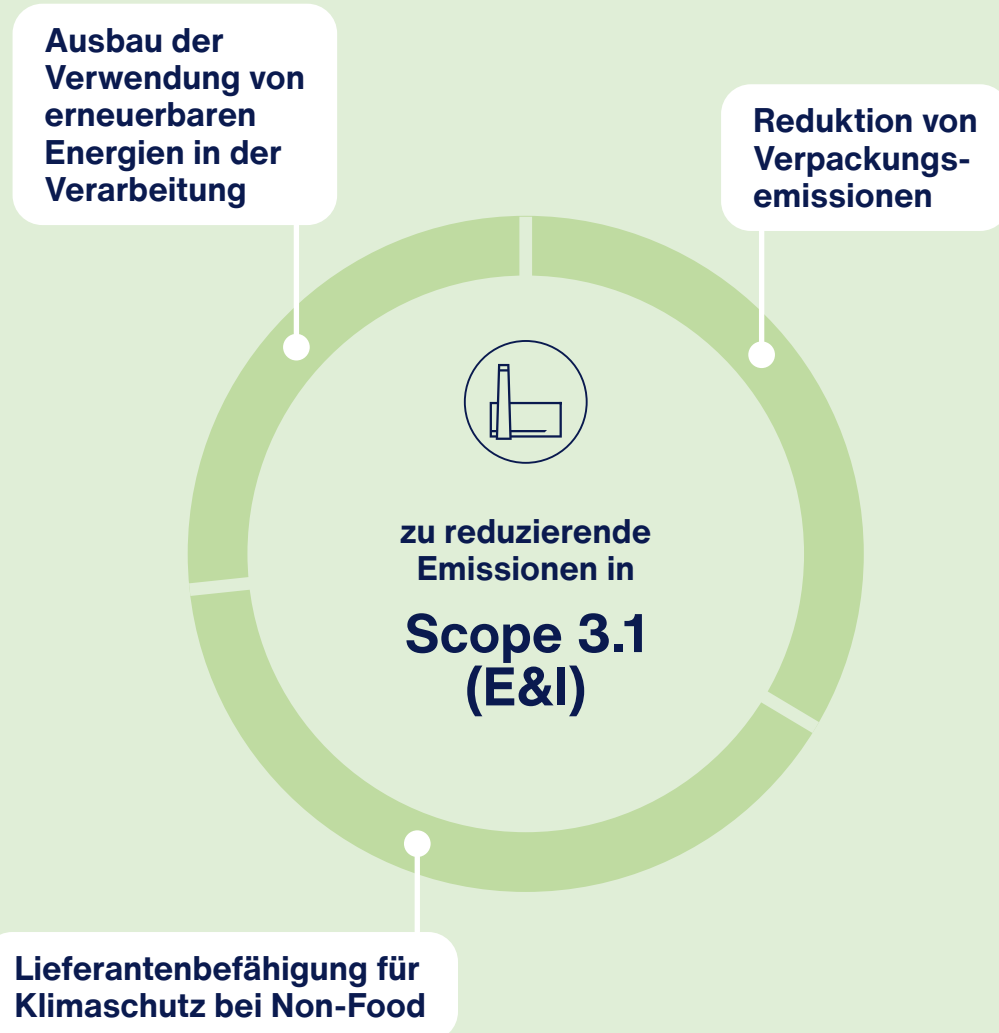
Lebensmittelabfälle minimieren

Die Reduzierung von Lebensmittelabfällen ist ein effektiver Hebel zur Ressourcenschonung und leistet gleichzeitig einen Beitrag zur Emissionsreduktion in unserem Scope 3. Da weltweit rund ein Drittel aller Lebensmittel verloren geht, wollen die Unternehmen der Schwarz Gruppe Lebensmittelverschwendung durch gezielte Maßnahmen und Initiativen reduzieren (siehe [Vermeidung von Lebensmittelverschwendung](#)).

Produktemissionen (E&I)

Die Scope-3.1-Emissionen im Energie- und Industriebereich (E&I) adressieren die Emissionen aus der industriellen Verarbeitung, Verpackung und dem Non-Food-Sektor.

In diesem Segment haben sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe ein verbindliches, wissenschaftsbasiertes Ziel gesetzt: Bis zum Geschäftsjahr 2034 sollen die indirekten Emissionen im Bereich Energie und industrielle Prozesse um 35 Prozent reduziert werden (Basisjahr 2022).



Reduktion von Verpackungsemissionen

Verpackungen sind für etwa 5 Prozent der Scope-3.1-Emissionen verantwortlich. Um diesen Beitrag im Rahmen unserer Klimaziele zu reduzieren, setzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe auf die gruppenweite Kreislaufstrategie REset Resources. In der Praxis erreichen wir dies durch die Optimierung des Verpackungsportfolios: Wir reduzieren beispielsweise das Eigengewicht von Verpackungen, erhöhen den Anteil an Rezyklaten und fördern innovative Lösungen wie die regional gewonnene Silphie und Stroh-Faser. Weitere Hebel sind zudem der Einsatz von Einweg- und Mehrwegsystemen sowie die Umstellung auf recyclingfähige Verpackungsdesigns. So leisten wir durch ein effizientes Ressourcenmanagement einen Beitrag zur Dekarbonisierung unserer Wertschöpfungskette (siehe [REcycle](#)).

Weitere Reduktionsinitiativen in der Wertschöpfungskette

Im Bereich der vorgelagerten Wertschöpfung fokussieren wir uns auf die kontinuierliche Präzisierung der Datengrundlage und operative Anreizsysteme. Ein wesentlicher Hebel ist die stetige Verbesserung der Bilanzierungsmethodik für Investitionsgüter, um Umweltauswirkungen präziser steuern zu können. Zur Dekarbonisierung der Transportwege fördern wir den Einsatz emissionsarmer Technologien, indem wir Spediteuren und Lieferanten gezielt E-Ladeinfrastruktur an unseren Standorten zur Verfügung stellen und so den Umstieg auf batterieelektrische Schwerlastwagen incentivieren. Ergänzend dazu arbeiten wir an der systematischen Reduktion von Abfällen.

In der nachgelagerten Wertschöpfungskette liegen die Schwerpunkte auf der Ressourcenschonung und der Förderung eines nachhaltigeren Konsumverhaltens. Wir reduzieren die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte sowie Verpackungen über deren gesamten Lebenszyklus. Ziel ist es, durch innovative Verwertungsverfahren und die Förderung der Wiederverwendung den verbleibenden CO₂-Fußabdruck in der Nutzungs- und Nachnutzungsphase konsequent zu senken. Ergänzend dazu zielen wir auf eine signifikante Reduktion der Emissionen in der Nutzungsphase ab. Dies erreichen wir vor allem durch die kontinuierliche Steigerung der Energieeffizienz unserer Geräte.



Lieferantenbefähigung für Klimaschutz bei Non-Food

Der heterogene Non-Food-Bereich umfasst Artikel wie Textilien, Werkzeuge oder Elektrogeräte. Die meisten Emissionen entstehen hier beim Energieverbrauch in der Herstellung sowie beim Konsumenten selbst, wenn die Produkte gebraucht werden. Auch im Non-Food Bereich setzen wir auf partnerschaftliche Zusammenarbeit sowie auf Sortimentsgestaltung. Ein Beispiel für unser Engagement ist unser Angebot einer Online-Klimaschule namens Supplier LOCT (Leadership on Climate Transition) für Lieferanten, in der sie lernen, sich selbst Klimaziele zu setzen.



Ausbau der Verwendung von erneuerbaren Energien in der Verarbeitung

Prozesse wie Wärmen und Trocknen in der Lebensmittelverarbeitung sind energieintensiv und verursachen einen erheblichen Teil der Emissionen in den Lieferketten. Als bedeutender Lebensmittelhersteller setzt die Schwarz Produktion beispielsweise schon heute in weiten Teilen erneuerbare Energieträger ein.

Treibhausgasemissionen

[GRI 305-1, 305-2, 305-3 und 305-5]

Im Geschäftsjahr 2025 verzeichneten die Unternehmen der Schwarz Gruppe einen Anstieg der Gesamtemissionen um mehr als 10 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf das kontinuierliche Wachstum der Unternehmensgruppe sowie ein erhöhtes Warenvolumen in den Handelssparten zurückzuführen. Das spiegelt sich insbesondere in der Zunahme der indirekten Treibhausgasemissionen in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) wider. Trotz dieser Wachstumsdynamik konnten die betriebsbedingten Emissionen (Scope 1 und 2) im Berichtszeitraum erneut leicht verringert werden. Unsere direkten Emissionen (Scope 1) konnten wir mindern, indem wir weniger fossile Energieträger verwendet und Kältemittlemissionen reduziert haben. Parallel dazu führten die Fortschritte beim gruppenweiten Grünstrom-Commitment zu einer leichten Verringerung der indirekten energiebezogenen Emissionen (Scope 2).

Volumen der Treibhausgasemissionen

In Tonnen CO₂-Äquivalent^{1, 2, 3, 4, 5}

[GRI 305-1, 305-2, 305-3]

		GJ	Lidl	Kaufland	PreZero	Schwarz Produktion	Schwarz Digits	SCOS	Unternehmen der Schwarz Gruppe
Total	Bruttovolumen THG-Emissionen ⁶	2024	136.879.151	36.012.696	3.554.339	4.555.955	328.127	672.925	179.104.893
		2025	153.971.514	36.590.573	3.571.296	4.529.859	490.053	1.060.543	197.302.264
		Entwicklung 2024/25	+12,5 %	+1,6 %	+0,5 %	-0,6 %	+49,3 %	+57,6 %	+10,2 %
Scope 1 & 2	Direkte & indirekte THG-Emissionen (Scope 1 & 2) ⁶	2024	997.697	382.690	1.043.424	166.576	6.370	8.486	2.605.242
		2025	915.388	356.641	1.061.857	164.725	8.288	8.463	2.515.363
		Entwicklung 2024/25	-8,2 %	-6,8 %	+1,8 %	-1,1 %	+30,1 %	-0,3 %	-3,4 %
Scope 1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	2024	983.011	354.280	1.000.772	160.159	6.049	6.984	2.511.255
		2025	900.911	327.011	1.026.872	158.495	7.803	6.934	2.428.025
		Entwicklung 2024/25	-8,4 %	-7,7 %	+2,6 %	-1,0 %	+29,0 %	-0,7 %	-3,3 %
	Flüchtige Gase	2024	139.517	204.605	152.099	977	0	0	497.197
		2025	136.061	175.747	151.108	1.640	0	0	464.556
		Entwicklung 2024/25	-2,5 %	-14,1 %	-0,7 %	+67,9 %	— %	— %	-6,6 %
	Mobile Verbrennung	2024	731.139	32.322	275.187	4.784	5.747	6.606	1.055.786
		2025	675.959	32.618	260.892	4.585	6.840	6.427	987.321
		Entwicklung 2024/25	-7,5 %	+0,9 %	-5,2 %	-4,2 %	+19,0 %	-2,7 %	-6,5 %
	Stationäre Verbrennung	2024	112.355	117.353	573.486	154.398	302	378	958.272
		2025	88.891	118.646	614.872	152.269	963	506	976.148
		Entwicklung 2024/25	-20,9 %	+1,1 %	+7,2 %	-1,4 %	+218,5 %	+33,9 %	+1,9 %

1 | Analysierte Quellen für die Emissionsfaktoren: internationale Organisationen (z. B. IEA, IPCC), LCA-Datenbanken (z. B. Ecoinvent, Optimeal), nationale Institutionen (z. B. DBEIS/DEFRA) sowie Industrieverbände und -organisationen (z. B. Plastics Europe, FEFCO). Um eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren zu gewährleisten, werden teilweise nicht die aktuellsten verfügbaren Emissionsfaktoren zur Berechnung herangezogen.

2 | Aufgrund gerundeter Werte sind leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich.

3 | Abweichend von den sonstigen im Bericht dargestellten Kennzahlen werden in der Klimabilanz die Emissionen der zugekauften Unternehmen/Unternehmensteile in den Vorjahren berücksichtigt.

4 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeiten.

5 | Um eine Mehrfachzählung von Emissionen in der gemeinsamen Klimabilanz der Unternehmen der Schwarz Gruppe zu vermeiden, werden die Produkt-emissionen der Produkte der Schwarz Produktion, die sich sowohl in der Bilanz der Schwarz Produktion als auch in den Bilanzen der Handelssparten wiederfinden, bei der Aggregation zur Gruppenbilanz nur einmal berücksichtigt. Dies führt auch dazu, dass die Einzelsummen der Sparten in den entsprechenden Kategorien nicht den Werten der Schwarz Gruppe entsprechen.

6 | Für die Summenberechnung der (betriebsbedingten) THG-Emissionen wurden die Scope-2-Emissionen des marktorientierten Ansatzes verwendet.

7 | Aufgrund von Unwesentlichkeit werden die Emissionen der GHG-Kategorien 3.8, 3.13 und 3.14 nicht bilanziert.

8 | Um einen praktikablen Ansatz für die Berechnung der Emissionen der Kategorie 11 zu ermöglichen, wurden unsere Produkte für die Ermittlung der Lebensdauer sowie der durchschnittlichen Energieverbräuche zu 31 Produktgruppen geclustert. Für diese Produktgruppen wurden entsprechende Annahmen getroffen. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr resultiert aus höheren Aktivitätsdaten. Positive Einflüsse durch einen verbesserten Strommix konnten aufgrund der zeitversetzten Datenverfügbarkeit noch nicht berücksichtigt werden.

Volumen der Treibhausgasemissionen

In Tonnen CO₂-Äquivalent^{1, 2, 3, 4, 5}

[GRI 305-1, 305-2, 305-3]

		GJ	Lidl	Kaufland	PreZero	Schwarz Produktion	Schwarz Digits	SCOS	Unternehmen der Schwarz Gruppe
Scope 2	Indirekte THG-Emissionen (Scope 2) inkl. Strom nach marktorientiertem Ansatz	2024	14.686	28.410	42.653	6.416	321	1.501	93.987
		2025	14.476	29.631	34.986	6.230	485	1.530	87.337
		Entwicklung 2024/25	-1,4 %	+4,3 %	-18,0 %	-2,9 %	+51,1 %	+1,9 %	-7,1 %
	Fernwärme	2024	14.194	28.410	773	6.416	272	1.166	51.230
		2025	14.035	29.631	509	6.230	301	1.337	52.043
		Entwicklung 2024/25	-1,1 %	+4,3 %	-34,1 %	-2,9 %	+10,9 %	+14,7 %	+1,6 %
	Strom nach marktorientiertem Ansatz	2024	492	0	41.880	0	49	336	42.757
		2025	442	0	34.476	0	183	193	35.294
		Entwicklung 2024/25	-10,2 %	— %	-17,7 %	— %	+274,1 %	-42,5 %	-17,5 %
	Strom nach standortorientiertem Ansatz	2024	1.733.823	851.079	86.065	238.405	15.071	3.826	2.928.270
		2025	1.506.921	741.545	67.609	223.836	15.615	2.906	2.558.432
		Entwicklung 2024/25	-13,1 %	-12,9 %	-21,4 %	-6,1 %	+3,6 %	-24,1 %	-12,6 %
Scope 3	Indirekte THG-Emissionen (Scope 3) ⁷	2024	135.881.454	35.630.007	2.510.914	4.389.380	321.757	664.439	176.499.651
		2025	153.056.126	36.233.932	2.509.439	4.365.134	481.765	1.052.080	194.786.901
		Entwicklung 2024/25	+12,6 %	+1,7 %	-0,1 %	-0,6 %	+49,7 %	+58,3 %	+10,4 %
	Kat. 3.1 Eingekaufte Güter und Dienstleistungen	2024	111.794.966	30.853.212	65.184	3.616.635	176.829	130.898	144.138.350
		2025	116.348.832	31.208.994	64.502	3.624.157	151.803	416.063	149.302.749
		Entwicklung 2024/25	+4,1 %	+1,2 %	-1,0 %	+0,2 %	-14,2 %	+217,9 %	+3,6 %
	Kat. 3.2 Kapitalgüter	2024	1.209.342	290.745	145.742	26.048	16.465	275.777	1.964.118
		2025	1.356.303	248.872	192.045	20.173	94.219	318.507	2.230.118
		Entwicklung 2024/25	+12,2 %	-14,4 %	+31,8 %	-22,6 %	+472,3 %	+15,5 %	+13,5 %
	Kat. 3.3 Brennstoff- und energie- bezogene Emissionen	2024	668.929	256.537	84.785	84.927	4.827	2.290	1.102.295
		2025	628.233	238.006	80.441	83.448	5.419	2.114	1.037.661
		Entwicklung 2024/25	-6,1 %	-7,2 %	-5,1 %	-1,7 %	+12,3 %	-7,7 %	-5,9 %
	Kat. 3.4 Transporte (vorgelagert)	2024	6.185.493	1.281.980	126.466	399.448	89	94	7.768.433
		2025	6.849.831	1.259.301	81.300	395.300	79	12.063	8.372.799
		Entwicklung 2024/25	+10,7 %	-1,8 %	-35,7 %	-1,0 %	-10,6 %	+12.782,8 %	+7,8 %

1 | Analyisierte Quellen für die Emissionsfaktoren: internationale Organisationen (z. B. IEA, IPCC), LCA-Datenbanken (z. B. Ecoinvent, Optimeal), nationale Institutionen (z. B. DBEIS/DEFRA) sowie Industrieverbände und -organisationen (z. B. Plastics Europe, FEFCO). Um eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren zu gewährleisten, werden teilweise nicht die aktuellsten verfügbaren Emissionsfaktoren zur Berechnung herangezogen.

2 | Aufgrund gerundeter Werte sind leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich.

3 | Abweichend von den sonstigen im Bericht dargestellten Kennzahlen werden in der Klimabilanz die Emissionen der zugekauften Unternehmen/Unternehmensteile in den Vorjahren berücksichtigt.

4 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeiten.

5 | Um eine Mehrfachzählung von Emissionen in der gemeinsamen Klimabilanz der Unternehmen der Schwarz Gruppe zu vermeiden, werden die Produkt-emissionen der Produkte der Schwarz Produktion, die sich sowohl in der Bilanz der Schwarz Produktion als auch in den Bilanzen der Handelssparten wiederfinden, bei der Aggregation zur Gruppenbilanz nur einmal berücksichtigt. Dies führt auch dazu, dass die Einzelsummen der Sparten in den entsprechenden Kategorien nicht den Werten der Schwarz Gruppe entsprechen.

6 | Für die Summenberechnung der (betriebsbedingten) THG-Emissionen wurden die Scope-2-Emissionen des marktorientierten Ansatzes verwendet.

7 | Aufgrund von Unwesentlichkeit werden die Emissionen der GHG-Kategorien 3.8, 3.13 und 3.14 nicht bilanziert.

8 | Um einen praktikablen Ansatz für die Berechnung der Emissionen der Kategorie 11 zu ermöglichen, wurden unsere Produkte für die Ermittlung der Lebensdauer sowie der durchschnittlichen Energieverbräuche zu 31 Produktgruppen geclustert. Für diese Produktgruppen wurden entsprechende Annahmen getroffen. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr resultiert aus höheren Aktivitätsdaten. Positive Einflüsse durch einen verbesserten Strommix konnten aufgrund der zeitversetzten Datenverfügbarkeit noch nicht berücksichtigt werden.

Volumen der Treibhausgasemissionen

In Tonnen CO₂-Äquivalent^{1,2,3,4,5}

[GRI 305-1, 305-2, 305-3]

		GJ	Lidl	Kaufland	PreZero	Schwarz Produktion	Schwarz Digits	SCOS	Unternehmen der Schwarz Gruppe
Scope 3	Kat. 3.5 Betriebsabfälle	2024	268.461	61.260	0	12.585	48	69	342.423
		2025	271.264	60.960	0	13.438	37	67	345.766
		Entwicklung 2024/25	+1,0 %	-0,5 %	— %	+6,8 %	-21,5 %	-3,4 %	+1,0 %
	Kat. 3.6 Geschäftsreisen	2024	103.398	26.082	14.413	4.067	7.514	8.811	164.284
		2025	95.294	26.682	5.316	6.387	13.950	19.078	166.707
		Entwicklung 2024/25	-7,8 %	+2,3 %	-63,1 %	+57,0 %	+85,7 %	+116,5 %	+1,5 %
	Kat. 3.7 Mitarbeiterpendeln	2024	458.894	182.117	31.756	7.134	8.088	5.467	693.456
		2025	463.654	194.585	33.719	7.417	10.363	4.433	714.170
		Entwicklung 2024/25	+1,0 %	+6,8 %	+6,2 %	+4,0 %	+28,1 %	-18,9 %	+3,0 %
	Kat. 3.9 Transporte (nachgelagert)	2024	30.697	0	0	0	633	0	31.329
		2025	30.505	0	0	0	356	0	30.861
		Entwicklung 2024/25	-0,6 %	— %	— %	— %	-43,8 %	— %	-1,5 %
	Kat. 3.10 Verarbeitung der verkauften Produkte	2024	0	0	487.317	0	0	0	487.317
		2025	0	0	323.542	0	0	0	323.542
		Entwicklung 2024/25	— %	— %	-33,6 %	— %	— %	— %	-33,6 %
	Kat. 3.11 Nutzung verkaufter Produkte ⁶	2024	10.446.777	1.271.085	402.034	13.355	102.360	232.473	12.453.921
		2025	22.230.330	1.580.847	621.188	13.234	198.849	273.510	24.904.311
		Entwicklung 2024/25	+112,8 %	+24,4 %	+54,5 %	-0,9 %	+94,3 %	+17,7 %	+100,0 %
	Kat. 3.12 Entsorgung/Verwertung verkaufter Produkte	2024	4.585.086	1.406.272	1.113.331	223.048	2.415	0	7.170.526
		2025	4.656.855	1.415.685	1.067.483	199.447	4.198	0	7.182.419
		Entwicklung 2024/25	+1,6 %	+0,7 %	-4,1 %	-10,6 %	+73,8 %	— %	+0,2 %
	Kat. 3.15 Investitionen	2024	129.411	718	39.887	2.133	2.491	8.561	183.200
		2025	125.027	0	39.903	2.133	2.491	6.245	175.798
		Entwicklung 2024/25	-3,4 %	-100,0 %	— %	— %	— %	-27,1 %	-4,0 %

1 | Analyisierte Quellen für die Emissionsfaktoren: internationale Organisationen (z. B. IEA, IPCC), LCA-Datenbanken (z. B. Ecoinvent, Optimeal), nationale Institutionen (z. B. DBEIS/DEFRA) sowie Industrieverbände und -organisationen (z. B. Plastics Europe, FEFCO). Um eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren zu gewährleisten, werden teilweise nicht die aktuellsten verfügbaren Emissionsfaktoren zur Berechnung herangezogen.

2 | Aufgrund gerundeter Werte sind leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich.

3 | Abweichend von den sonstigen im Bericht dargestellten Kennzahlen werden in der Klimabilanz die Emissionen der zugekauften Unternehmen/Unternehmensteile in den Vorjahren berücksichtigt.

4 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeiten.

5 | Um eine Mehrfachzählung von Emissionen in der gemeinsamen Klimabilanz der Unternehmen der Schwarz Gruppe zu vermeiden, werden die Produkt-emissionen der Produkte der Schwarz Produktion, die sich sowohl in der Bilanz der Schwarz Produktion als auch in den Bilanzen der Handelssparten wiederfinden, bei der Aggregation zur Gruppenbilanz nur einmal berücksichtigt. Dies führt auch dazu, dass die Einzelsummen der Sparten in den entsprechenden Kategorien nicht den Werten der Schwarz Gruppe entsprechen.

6 | Für die Summenberechnung der (betriebsbedingten) THG-Emissionen wurden die Scope-2-Emissionen des marktorientierten Ansatzes verwendet.

7 | Aufgrund von Unwesentlichkeit werden die Emissionen der GHG-Kategorien 3.8, 3.13 und 3.14 nicht bilanziert.

8 | Um einen praktikablen Ansatz für die Berechnung der Emissionen der Kategorie 11 zu ermöglichen, wurden unsere Produkte für die Ermittlung der Lebensdauer sowie der durchschnittlichen Energieverbräuche zu 31 Produktgruppen geclustert. Für diese Produktgruppen wurden entsprechende Annahmen getroffen. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr resultiert aus höheren Aktivitätsdaten. Positive Einflüsse durch einen verbesserten Strommix konnten aufgrund der zeitversetzten Datenverfügbarkeit noch nicht berücksichtigt werden.

Klimaschutz

Managementansatz

Organisation und Verantwortung

Seit dem Jahr 2020 werden die für unsere gemeinsam erarbeitete Klimastrategie relevanten Geschäftsbereiche aller Unternehmen der Schwarz Gruppe einbezogen. Dazu gehören beispielsweise die jeweiligen Geschäftsbereiche Corporate Responsibility (CR), Einkauf, Beschaffung, Operations bzw. Vertrieb und Supply Chain Management, Immobilien sowie Verwaltung. Für die Zusammenarbeit haben sich die Beteiligten klare Aufgaben und Verantwortlichkeiten gegeben. Die Gesamtprojektleitung der Klimastrategie berichtet im Auftrag der Unternehmen der Schwarz Gruppe in dieser Funktion an den Beauftragten für das Themenfeld Ökosysteme, der wiederum an den CR-Leiter der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG berichtet. In den Schwerpunktthemen Energie, Transport, Produkte, Gebäude und Abfall treiben wir die Umsetzung der definierten Zielsetzungen voran. Die hierfür eingerichteten Projektgruppen setzen sich aus Experten aller Unternehmen der Schwarz Gruppe zusammen und werden – je nach Themenfeld – von einem mandatierten Projektleiter gesteuert.

Energie

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe verfolgen eine gemeinsam erarbeitete, ganzheitliche Energiestrategie, die Wirtschaftlichkeit und Versorgungssicherheit mit Sozial- und Umweltverträglichkeit

vereint. Dabei sind wir überzeugt, dass ein resilientes Energiesystem auf Diversifizierung angewiesen ist. Die Umsetzung der Strategie und des Anlagenportfolios steuert und verantwortet die Schwarz Energy Trading GmbH (SET) – in enger Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Bereichen aus den Sparten der Schwarz Gruppe. Dieser Ansatz ist eng mit unserer gemeinsam erarbeiteten Klimastrategie verzahnt und leistet damit einen entscheidenden Beitrag zur Erreichung der gemeinsamen Klimaziele der Unternehmen der Schwarz Gruppe.

Transport

Emissionsreduzierte Logistikkonzepte sind ein Schwerpunkt der Klimastrategie der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Im Fokus steht hier unter anderem der Einsatz alternativer Antriebe in der Logistik.

Die Schwarz Logistics Solutions GmbH (SLS) als Teil von Schwarz Corporate Solutions begleitet die Dekarbonisierung der Logistik als zentraler Dienstleister für die Unternehmen der Schwarz Gruppe. Zudem beschafft die SBES beispielsweise emissionsärmere Transportlösungen wie E-LKW. In der Beschaffungslogistik setzt die eigene Reederei von Lidl TAILWIND Shipping Lines gezielte Maßnahmen zur Emissionsreduktion um. An unseren Logistikstandorten wird der Aufbau einer E-Ladeinfrastruktur auch für unsere Transportdienstleister forciert. Ergänzend dazu treibt PreZero die Emissionsreduktion in der Entsorgungslogistik durch die Umstellung der Flotte auf elektrische Antriebe und alternative Kraftstoffe voran.

Produkte

Ein wesentlicher Teil unserer Emissionen entsteht in der Landwirtschaft durch den Ausstoß von Methan, Lachgas und CO₂, insbesondere beim Einsatz von Futtermitteln sowie im Dünge- und Energiemanagement. Die Vermeidung und Reduktion dieser Emissionen ist essenziell. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit entwickeln Lidl, Kaufland und die Schwarz Produktion dazu gezielt strategische Klimaprojekte mit unseren Lieferanten und externen Experten. Unser Ziel ist es, Synergien effektiv innerhalb der Unternehmen der Schwarz Gruppe zu nutzen. Dadurch wollen wir innovative gemeinschaftliche Lösungen mit unseren Geschäftspartnern finden, um die landwirtschaftlichen Emissionen zu reduzieren.

Gebäude

Als Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen wir sowohl beim Bau als auch beim Betrieb unseren Immobilien verstärkt auf Energie- und Ressourceneffizienz. Neben innovativen Filialkonzepten unterstreichen auch Leuchtturmprojekte wie der IPAI-Campus, der Verwaltungssitz der Lidl Dienstleistung in Bad Wimpfen oder der Schwarz Digits Campus in Bad Friedrichshall dieses Engagement.

Bei der Planung neuer Immobilien berücksichtigt die Schwarz Immobilien Service GmbH & Co. KG (SIS) sowie die jeweiligen Immobilienbereiche der Unternehmen der Schwarz Gruppe anerkannte Standards für energie- und ressourceneffizientes Bauen (s. Zertifizierungen und Standards).

Abfall

Weitere wesentliche Beiträge zur Emissionsreduktion entstehen durch Aktivitäten im Bereich der Kreislaufwirtschaft (Informationen dazu unter Kreislaufwirtschaft). PreZero setzt eigene Maßnahmen zur Emissionsreduktion in der Abfallverwertung um und unterstützt die Sparten bei der Abfallvermeidung.

Maßnahmen und Projekte

Energie

Energiemanagementsysteme

Ein ganzheitliches Energiemanagement nach der internationalen Norm ISO 50001 unterstützt die Unternehmen der Schwarz Gruppe dabei, ihre Energieeffizienz systematisch zu steigern und CO₂-Emissionen zu reduzieren. Die Umsetzung erfolgt über eigene Energiemanagementsysteme, mit denen gezielt Maßnahmen zur Effizienzsteigerung gesteuert werden.

Bei Lidl sind alle europäischen Filialen, Logistikzentren und Dienstleistungsgebäude nach dem Energiemanagementsystem ISO 50001 zertifiziert. Damit vereint das im Berichtszeitraum erreichte Matrixzertifikat von Lidl alle operativ tätigen Lidl Landesgesellschaften in Europa mit über 12.000 Filialen und knapp 200 Logistikzentren. Mithilfe des Managementsystems lassen sich frühzeitig Ineffizienzen und Optimierungspotenziale identifizieren. Zudem wurden lokale Energieteams an allen zertifizierten Standorten gebildet, die Maßnahmen vorantreiben. Neben der Verbrauchserfassung und

Auswertung der eingesetzten Energie finden in diesem Rahmen auch Schulungen zum Energiebewusstsein der Mitarbeiter statt. Bei Kaufland sind alle Landesgesellschaften nach ISO 50001 zertifiziert. Kaufland führt regelmäßige interne und externe Audits für eine Evaluierung des Energiemanagements durch.

Auch Verwaltungsstandorte im Großraum Heilbronn sowie die Produktionsstandorte der Kaufland Fleischwerke und der Schwarz Produktion sind nach ISO 50001 zertifiziert, mit Ausnahme der Bon Pasta und der MEG Derby. Die Bon Pasta ist nach EMAS zertifiziert. Die Schwarz Produktion greift zur werksübergreifenden Erfassung und Verarbeitung der über 5.000 Mess- und Datenpunkte auf die Energiemanagement-Software EnEffCo zurück. Darüber hinaus erstellt der Bereich Energiemanagement auf jährlicher Basis Management Reviews sowie ein zentrales Monitoring der Werkskennzahlen und des Energieverbrauchs.

Generell gilt, dass neu hinzugewonnene Standorte innerhalb von 24 Monaten mit in den Zertifizierungsprozess aufgenommen werden müssen. Mehrere Unternehmen der Schwarz Produktion sowie alle Kaufland Fleischwerke sind zusätzlich nach ISO 14001 zertifiziert.

Energieeffizienz

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe verfolgen gemeinsam das Ziel, CO₂-Emissionen in Neu- und Bestandsbauten durch den Einsatz von Wärmerückgewinnung sowie emissionsärmeren Energieträgern zu senken. Darüber hinaus wird der Energieeinsatz von gebäudetechnischen Anlagen durch einheitliche Überwachungs-, Steuerungs- und Regelungssysteme optimiert und konsequent am tatsächlichen Bedarf ausgerichtet.

Zu den Maßnahmen der Schwarz Produktion und der Kaufland Fleischwerke zählen beispielsweise Nutzgradoptimierungen sowie Wärmerückgewinnung und die Verringerung von Leerlaufzeiten. Neben Standardmaßnahmen spielen auch Prozessoptimierungen eine wichtige Rolle. Die Energieeffizienzmaßnahmen bei der Schwarz Produktion und den Kaufland Fleischwerken reichen zudem von angepassten Fahrweisen bis hin zu optimierten Vorwärmprozessen und Temperaturanpassungen.

Die Schwarz Produktion konnte im Geschäftsjahr 2025 eine Energieeffizienzsteigerung von circa 13 Millionen (2024: 15 Millionen) Kilowattstunden erreichen. Seit dem Geschäftsjahr 2018 bis einschließlich 2025 wurde die Energieeffizienz durch alle umgesetzten Energieeffizienzmaßnahmen um mehr als 87 Millionen kWh gesteigert.

Zur Steigerung der Energieeffizienz strebt Kaufland an, bei Neu- oder Bestandsbauten emissionsarme Energieträger zu nutzen. Seit 2012 setzt die Handelssparte für alle neuen Standorte unter dem Namen Kälte-Klima-Verbund ein innovatives Energiekonzept ein, das die Abwärme aus den Kühlanlagen effizient zur Beheizung der Filialen nutzt.

Im Winter deckt dieses System über 80 Prozent des Wärmebedarfs ab. Eine reversible Luft-Wasser-Wärmepumpe ergänzt das System bei Bedarf im Heizfall und sorgt zudem für die Temperierung des Gebäudes im Sommer.

Auch die Kaufland Fleischwerke haben sich zum Ziel gesetzt, den Energieverbrauch in den eigenen Werken systematisch zu optimieren. Sie verfolgen dabei das Ziel, bis Ende des Geschäftsjahres 2030 die Energieeffizienz um fünf Prozent zu steigern (Basisjahr Geschäftsjahr 2025). Zu den Maßnahmen der Kaufland Fleischwerke zählen beispielsweise Nutzgradoptimierungen sowie Wärmerückgewinnung und die Verringerung von Leerlaufzeiten.

Lidl hat durch die Modernisierung der technischen Ausstattung seiner Immobilien die Energieeffizienz an zahlreichen Standorten wie beispielsweise in Spanien, Zypern, Finnland, Lettland und Estland gesteigert. Dabei wurden ineffiziente Bestandsanlagen/-technologien durch neue, energieeffizientere Anlagen/Technologien ersetzt. Damit folgt Lidl seinem hohen Baustandard. Beispiele im Berichtszeitraum umfassen den Einbau von LED-Leuchten zur künstlichen Beleuchtung, die Umstellung auf Kühlmöbel mit höherer Energieeffizienz sowie den Austausch fossiler Heizsysteme durch hocheffiziente Wärmepumpen. Bereits heute verfügen 59 Prozent der Gebäude und damit in ganzen Zahlen 7.650 der Filialen, 86 der Logistikzentren sowie 25 der Dienstleistungsgebäude von Lidl über Wärmepumpen.

Erneuerbare Energien

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe beziehen ihren Strom im Berichtsjahr zu mehr als 98 Prozent aus erneuerbaren Energien, bilanziell abgesichert durch Herkunftsnachweise. Die verbleibenden Anteile entfallen auf Bezugsverträge, die die Unternehmen der Schwarz Gruppe nicht beeinflussen können, wie beispielsweise bei vereinzeltten Mietobjekten mit Strombezugsbindung.

Die Eigenerzeugung erneuerbarer Energien, insbesondere durch Photovoltaik (PV), ist ein zentraler Bestandteil unserer Energie- und Klimastrategie. Im Geschäftsjahr 2025 haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe 473.082 (2024: 370.000) Megawattstunden erzeugt – eine Steigerung von +28,0 Prozent im Vorjahresvergleich. Mit dem selbst erzeugten Strom könnten über 136.000 (2024: 106.500) Haushalte¹ versorgt werden.

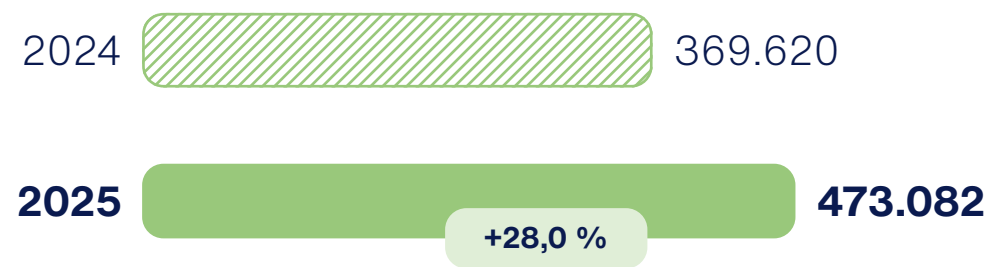
Auf dem Dach seines Logistikzentrums in Lübbenau (Deutschland) betreibt Kaufland beispielsweise seine bisher größte Photovoltaikanlage mit circa 72.000 Quadratmetern Fläche. Neben Photovoltaik nutzt PreZero Verwertungsanlagen zur Erzeugung von Energie aus erneuerbaren Quellen. Mit der Produktion von Biogas und Biomethan werden bei der Verwertung entstehende Gase (insbesondere Methan) nutzbar. Im Geschäftsjahr 2025 hat PreZero auf diese Weise insgesamt 363.602 Megawattstunden Energie erzeugt. Durch die thermische Verwertung biogener Anteile im Abfall wird ebenfalls erneuerbare Energie in Form von Strom gewonnen: 466.654 Megawattstunden im Geschäftsjahr 2025.

Mit einem langfristigen Stromliefervertrag (Power Purchase Agreement, PPA) mit RWE Supply & Trading werden Lidl und Kaufland in Deutschland

zudem einen Teil ihres Stroms künftig unmittelbar aus einem Offshore-Windpark in der Nordsee beziehen. Das PPA mit RWE umfasst die Abnahme von jährlich rund 250.000 Megawattstunden. Der Vertrag ist auf zehn Jahre ab 2028 angelegt und bildet damit einen wichtigen Baustein der gemeinsam erarbeiteten Klimastrategie der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Er leistet einen wertvollen Beitrag zur Energiewende.

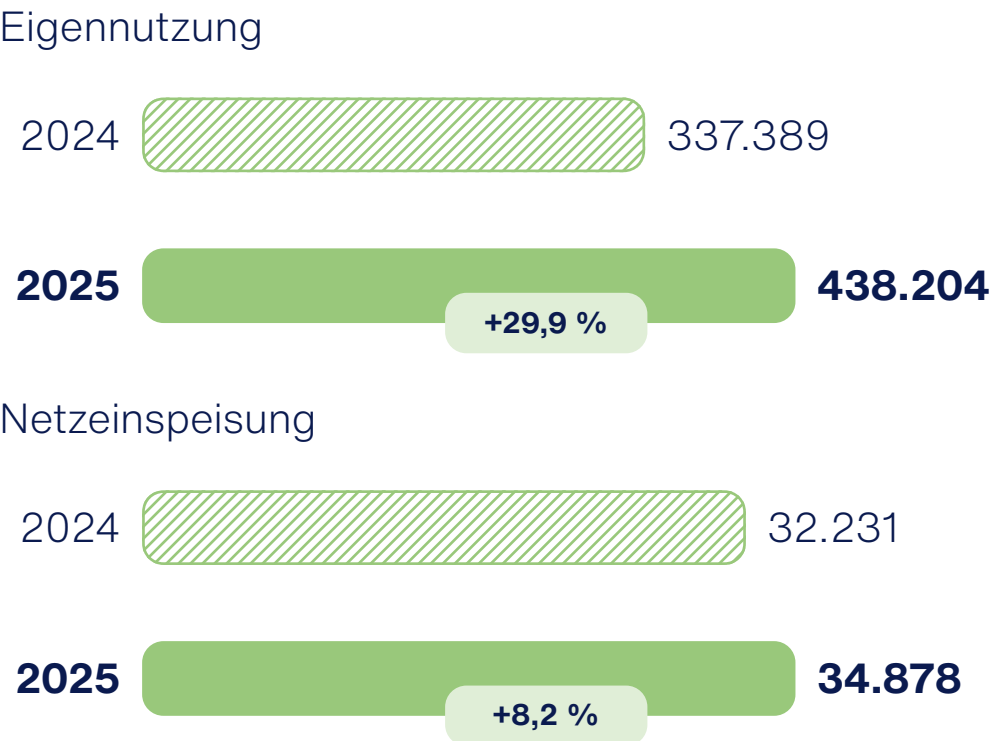
Eigenerzeugung erneuerbare Energien aus PV-Anlagen in MWh

[GRI 302-1]



Nutzung eigenerzeugter Strom aus PV-Anlagen

[GRI 302-1]



Photovoltaikanlagen: Gebäude und Leistung

[GRI 302-1]

	Einheit	2024	2025	Entwicklung 2024/25
Gebäude mit Photovoltaikanlagen	Anzahl	3.992	4.374	+9,6 %
Leistung Photovoltaikanlagen	kWp	597.837	673.080	+12,6 %

1 | Angenommen wird ein durchschnittlicher Verbrauch von 3.470 kWh pro Haushalt.

Energieverbrauch in den Unternehmen der Schwarz Gruppe

[GRI 302-1, 302-4 und 302-5]

Im Geschäftsjahr 2025 wiesen die Unternehmen der Schwarz Gruppe eine hohe Stabilität in ihrer Energiebilanz auf: Der Gesamtenergieverbrauch ist im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozent leicht gesunken. Angesichts der fortgeführten Ausweitung der Geschäftsaktivitäten unterstreicht diese Entwicklung die Effektivität der implementierten Energieeffizienzmaßnahmen in den Unternehmen der Schwarz Gruppe.

Besonders hervorzuheben ist dabei die qualitative Verschiebung innerhalb des Energiemixes. Als Unternehmen der Schwarz Gruppe gelang es uns, den absoluten Verbrauch fossiler Energieträger leicht zu reduzieren. Diesen Rückgang haben wir gezielt durch einen verstärkten Einsatz erneuerbarer Energien kompensiert. Durch diese bewusste gemeinsame Entscheidung konnten wir den Anteil emissionsärmerer Energiequellen am Gesamtmix weiter festigen.

Ein wesentlicher Treiber dieser positiven Entwicklung ist zudem die gesteigerte Eigennutzung von Strom aus erneuerbaren Energien, die im Vergleich zum Vorjahr um 15,8 Prozent zunahm. Die Eigennutzung von eigenerzeugtem Strom aus Photovoltaikanlagen stieg sogar um 29,9 Prozent. Das verdeutlicht unser Bestreben, die Abhängigkeit von externen fossilen Quellen sukzessive zu verringern und die jeweilige Eigenversorgung durch nachhaltige Kapazitäten auszubauen.

Da aufgrund von Berichtspflichten nach der CSRD-Richtlinie Kennzahlen bereits vor Ablauf des Geschäftsjahres erhoben werden mussten, wurden für die Werte des ausstehenden Zeitraumes geeignete Hochrechnungsmethoden herangezogen.

Energieverbrauch in den Unternehmen der Schwarz Gruppe^{1,2,3}

In Megawattstunden

[GRI 302-1]

	GJ	Lidl	Kaufland	PreZero	Schwarz Produktion	Schwarz Digits	SCOS	Unternehmen der Schwarz Gruppe
Gesamtenergieverbrauch	2024	10.142.434	3.133.129	1.928.327	2.325.042	66.331	45.092	17.640.355
	2025	9.998.393	3.155.063	1.864.215	2.414.505	81.409	44.688	17.558.273
aus erneuerbaren Quellen	2024	6.663.605	2.257.872	558.566	1.642.295	41.906	11.279	11.175.524
	2025	6.842.775	2.265.410	590.341	1.701.743	47.959	10.481	11.458.708
aus nicht erneuerbaren Quellen	2024	3.478.829	875.257	1.369.761	682.746	24.425	33.812	6.464.831
	2025	3.155.618	889.653	1.273.874	712.762	33.450	34.207	6.099.565
Strom	2024	6.663.047	2.262.927	471.483	906.642	41.088	11.352	10.356.538
	2025	6.835.376	2.270.023	480.820	924.248	46.930	9.955	10.567.353
aus erneuerbaren Quellen	2024	6.657.872	2.256.270	401.395	830.264	40.908	10.409	10.197.117
	2025	6.829.208	2.263.878	404.969	846.180	46.474	9.308	10.400.017
Fremdbezug	2024	6.350.784	2.232.060	271.218	649.927	40.908	9.487	9.554.383
	2025	6.441.138	2.219.823	265.884	674.119	46.474	8.078	9.655.516

1 | Wir berichten aus Gründen der Steuerungsrelevanz grundsätzlich alle Energiekennzahlen in der Einheit Megawattstunden (MWh).

2 | Aufgrund gerundeter Werte sind leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich.

3 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeiten.

4 | Enthält den Energieverbrauch von Propangas, Flüssiggas, Gas für Glastrocknung und Diesel für Müllverbrennungsanlagen.

5 | Umrechnung Liter in Megawattstunden mit kombiniertem Faktor aus IPCC 2006, GHG Protocol Cross Sector Tools und DEFRA 2022/2023 (Benzin: 0,009585/Diesel: 0,010561/Biodiesel: 0,009568/Heizöl: 0,010561/Kerosin: 0,01018/HVO: 0,00953)

6 | Umrechnung Kilogramm in Megawattstunden mit kombiniertem Faktor aus IPCC 2006, GHG Protocol Cross Sector Tools, CDP Technical Note: Conversion of fuel data to MWh, DEFRA 2021/2022 und TREMOD (CNG/ LNG: 0,01481/LPG: 0,01460/Biogas: 0,01556/Bio-LNG: 0,01481/Bio-CNG: 0,01481/Schweröl: 11812,86550/Marine Gasöl: 12579,79485/Wasserstoff: 0,03703)

7 | Treibstoffe für eigene Fuhrparks

Energieverbrauch in den Unternehmen der Schwarz Gruppe^{1, 2, 3}
In Megawattstunden

[GRI 302-1]

	GJ	Lidl	Kaufland	PreZero	Schwarz Produktion	Schwarz Digits	SCOS	Unternehmen der Schwarz Gruppe
Eigennutzung aus eigener Erzeugung	2024	307.088	24.210	130.178	180.336	0	921	642.734
	2025	388.070	44.055	139.085	172.061	0	1.230	744.500
aus nicht erneuerbaren Quellen	2024	5.175	6.657	70.088	76.378	181	943	159.421
	2025	6.168	6.145	75.851	78.068	457	648	167.337
Fremdbezug	2024	5.175	0	14.132	0	181	943	20.430
	2025	6.168	0	5.065	0	457	648	12.337
Eigennutzung aus eigener Erzeugung	2024	0	6.657	55.956	76.378	0	0	138.991
	2025	0	6.145	70.786	78.068	0	0	155.000
Fernwärme	2024	97.239	115.979	149.947	32.904	1.107	4.819	401.995
	2025	96.725	120.855	43.469	31.949	1.228	5.470	299.697
aus erneuerbaren Quellen	2024	0	399	79.656	0	1	77	80.132
	2025	1.356	307	37.685	0	1	32	39.381
Fremdbezug	2024	0	399	0	0	1	77	476
	2025	1.356	307	838	0	1	32	2.535
Eigennutzung aus eigener Erzeugung	2024	0	0	79.656	0	0	0	79.656
	2025	0	0	36.847	0	0	0	36.847
aus nicht erneuerbaren Quellen	2024	97.239	115.580	70.291	32.904	1.106	4.742	321.862
	2025	95.370	120.549	5.784	31.949	1.226	5.438	260.316
Fremdbezug	2024	97.239	115.580	3.143	32.904	1.106	4.742	254.715
	2025	95.370	120.549	2.072	31.949	1.226	5.438	256.603
Eigennutzung aus eigener Erzeugung	2024	0	0	67.148	0	0	0	67.148
	2025	0	0	3.712	0	0	0	3.712
Erdgas (nicht erneuerbar)	2024	554.519	580.510	34.161	252.981	1.471	1.719	1.425.363
	2025	448.585	593.242	39.791	286.787	4.924	2.424	1.375.754
Sonstige Gase/Brennstoffe ⁴ (nicht erneuerbar)	2024	3.763	763	72.254	5.467	0	0	82.247
	2025	1.871	792	82.917	5.648	0	56	91.283

1 | Wir berichten aus Gründen der Steuerungsrelevanz grundsätzlich alle Energiekennzahlen in der Einheit Megawattstunden (MWh).

2 | Aufgrund gerundeter Werte sind leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich.

3 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeiten.

4 | Enthält den Energieverbrauch von Propangas, Flüssiggas, Gas für Glastrocknung und Diesel für Müllverbrennungsanlagen.

5 | Umrechnung Liter in Megawattstunden mit kombiniertem Faktor aus IPCC 2006, GHG Protocol Cross Sector Tools und DEFRA 2022/2023 (Benzin: 0,009585/Diesel: 0,010561/Biodiesel: 0,009568/Heizöl: 0,010561/Kerosin: 0,01018/HVO: 0,00953)

6 | Umrechnung Kilogramm in Megawattstunden mit kombiniertem Faktor aus IPCC 2006, GHG Protocol Cross Sector Tools, CDP Technical Note: Conversion of fuel data to MWh, DEFRA 2021/2022 und TREMOD (CNG/ LNG: 0,01481/LPG: 0,01460/Biogas: 0,01556/Bio-LNG: 0,01481/Bio-CNG: 0,01481/Schweröl: 11812,86550/Marine Gasöl: 12579,79485/Wasserstoff: 0,03703)

7 | Treibstoffe für eigene Fuhrparks

Energieverbrauch in den Unternehmen der Schwarz Gruppe^{1, 2, 3}

In Megawattstunden

[GRI 302-1]

	GJ	Lidl	Kaufland	PreZero	Schwarz Produktion	Schwarz Digits	SCOS	Unternehmen der Schwarz Gruppe
Heizöl ⁵ (nicht erneuerbar)	2024	11.150	40.987	27.716	5.590	0	0	85.444
	2025	5.247	37.391	28.583	1.912	0	0	73.133
Holzpellets (erneuerbar)	2024	0	0	1.223	0	0	0	1.223
	2025	0	0	1.077	0	0	0	1.077
Netzersatz- und Sprinkleranlagen	2024	23.500	4.161	29	765	0	253	28.708
	2025	17.176	3.442	307	273	0	213	21.411
aus erneuerbaren Quellen (Bio-Diesel)	2024	1.144	501	0	0	0	0	1.645
	2025	1.038	238	0	0	0	0	1.277
aus nicht erneuerbaren Quellen (Diesel, Heizöl, HVO)	2024	22.356	3.660	29	765	0	253	27.063
	2025	16.138	3.203	307	273	0	213	20.134
Steinkohle (nicht erneuerbar)	2024	0	0	534	112.192	0	0	112.726
	2025	0	0	603	102.421	0	0	103.024
Schlämme/Ersatzbrennstoffe/Biomasse	2024	0	0	0	990.492	0	0	990.492
	2025	0	0	0	1.043.488	0	0	1.043.488
aus erneuerbaren Quellen	2024	0	0	0	811.723	0	0	811.723
	2025	0	0	0	855.200	0	0	855.200
aus nicht erneuerbaren Quellen	2024	0	0	0	178.770	0	0	178.770
	2025	0	0	0	188.289	0	0	188.289
Mobile Verbrennung ^{6, 7}	2024	2.789.217	127.802	1.170.307	18.008	22.665	26.948	4.154.947
	2025	2.593.412	129.319	1.186.144	17.777	28.327	26.569	3.981.547
aus erneuerbaren Quellen	2024	4.589	703	76.292	309	997	793	83.683
	2025	11.173	987	146.610	363	1.484	1.141	161.756
aus nicht erneuerbaren Quellen	2024	2.784.628	127.100	1.094.015	17.699	21.668	26.155	4.071.264
	2025	2.582.239	128.332	1.039.534	17.414	26.843	25.428	3.819.791

1 | Wir berichten aus Gründen der Steuerungsrelevanz grundsätzlich alle Energiekennzahlen in der Einheit Megawattstunden (MWh).

2 | Aufgrund gerundeter Werte sind leichte Abweichungen in der Summenbildung möglich.

3 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeiten.

4 | Enthält den Energieverbrauch von Propangas, Flüssiggas, Gas für Glastrocknung und Diesel für Müllverbrennungsanlagen.

5 | Umrechnung Liter in Megawattstunden mit kombiniertem Faktor aus IPCC 2006, GHG Protocol Cross Sector Tools und DEFRA 2022/2023 (Benzin: 0,009585/Diesel: 0,010561/Biodiesel: 0,009568/Heizöl: 0,010561/Kerosin: 0,01018/HVO: 0,00953)

6 | Umrechnung Kilogramm in Megawattstunden mit kombiniertem Faktor aus IPCC 2006, GHG Protocol Cross Sector Tools, CDP Technical Note: Conversion of fuel data to MWh, DEFRA 2021/2022 und TREMOD (CNG/LNG: 0,01481/LPG: 0,01460/Biogas: 0,01556/Bio-LNG: 0,01481/Bio-CNG: 0,01481/Schweröl: 11812,86550/Marine Gasöl: 12579,79485/Wasserstoff: 0,03703)

7 | Treibstoffe für eigene Fuhrparks

Transport

Mobilitätslösungen und Ladeinfrastruktur für Kunden und Mitarbeiter

Dienstwagenberechtigte Mitarbeiter in den Unternehmen der Schwarz Gruppe erhalten ein Mobilitätsbudget als Anreiz, sich für eine emissionsärmere Mobilitätslösung zu entscheiden. Ergänzend stellen wir das Deutschlandticket für den öffentlichen Nahverkehr zur Verfügung. Zudem entwickeln wir unser Angebot an emissionsärmeren Mobilitätslösungen kontinuierlich weiter.

Beim Ausbau der Ladeinfrastruktur haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe deutliche Fortschritte erzielt. Gruppenweit standen zum Ende des Geschäftsjahres 2025 24.024 (2024: 19.871)¹ E-Ladepunkte an 6.973 (2024: 5.570)¹ Standorten zur Verfügung. Um die Effizienz unserer Ladesäulen zu maximieren und gleichzeitig die Belastung der öffentlichen Stromnetze zu minimieren, setzen wir auf eine gezielte Regelung und den Einsatz innovativer Systeme. Dies ermöglicht es uns, unseren Kunden auch an Standorten mit geringer Leistungsverfügbarkeit eine zuverlässige Ladeinfrastruktur anzubieten.

Ansätze zur Emissionsreduktion in der Logistik

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe fördern auch bei ihren Transportdienstleistern Entwicklungen hin zu einer CO₂-reduzierten Logistik. Die Transportdienstleister sollen befähigt werden, ihren CO₂-Ausstoß zu ermitteln und zu reduzieren.

Darüber hinaus verfolgen die Unternehmen der Schwarz Gruppe beim Ausbau der Ladeinfrastruktur für die Logistik unterschiedliche Lösungsansätze und arbeiten mit ausgewählten Partnern zusammen.

Auch Lidl optimiert seine Logistikprozesse und den Transport, spart dadurch Energie und verringert seine Treibhausgasemissionen. Lidl strebt an, durch verschiedene Maßnahmen und in Zusammenarbeit mit seinen Geschäftspartnern die Emissionen aus Logistik und Transport zu senken.

Darüber hinaus arbeitet Lidl an Kooperationen mit Partnern der Beschaffungslogistik, um beispielsweise Transporte von der Straße auf die Schiene zu verlagern. Lidl hat in einigen Ländern Kooperationen für Transporte von Handelsware abgeschlossen, bei denen Fahrzeuge mit alternativen Antriebsarten zum Einsatz kommen.

E-LKW sind bereits in zahlreichen Ländern im Einsatz, mit Fokus auf Österreich, Schweiz, Deutschland, Dänemark, Niederlande, Polen, Schweden. Bis Ende des Geschäftsjahres waren in allen Lidl Ländern über 100 E-LKW mit strombetriebenen Aufliegern unterwegs. Lidl Niederlande übernimmt eine Vorreiterrolle: Dort sind über 80 Fahrzeuge im Einsatz, mit dem Ziel, bis 2028 die Filialbelieferung komplett auf E-LKW umzustellen. In Schweden erfolgt die Belieferung seit Februar 2025 zu 100 Prozent fossilfrei. Basis für den Roll-out ist das „Playbook Electric Transport“. Dieses Standardkonzept steuert die systematische Einbindung der E-Mobilität in die Logistikprozesse – von der Standortwahl für Ladeparks über die Hardware bis zur Energiebereitstellung, welche bedarfsabhängig durch die Assets PV-Anlage und Batteriespeicher optimiert wird. Auf dieser Basis sollen zukünftig

Environment

Social

Governance

mindestens ein Drittel der Fahrzeuge für die Filialbelieferung auf elektrische Antriebe umgestellt werden. Für 2026 ist der Ausbau in Österreich, Schweiz, Deutschland, Dänemark, Niederlande, Polen und Schweden geplant.

Für mehr Einfluss auf die Logistik hat Lidl 2022 mit TAILWIND Shipping Lines eine Reederei gegründet. Damit verlagern sich Emissionen von Scope 3 zu Scope 1 und die direkten Emissionen von Lidl steigen. Die Handelssparte kann jedoch direkt eingreifen und mit gezielten Effizienzmaßnahmen CO₂-Emissionen reduzieren. Im Berichtsjahr lag der Fokus auf der Anwendung digitaler Tools, um Effizienzen zu steigern.

Um den Anteil emissionsfreier Transporte weiter zu erhöhen, investiert Lidl zudem in die notwendige Ladeinfrastruktur für E-LKW an den Logistikzentren.

Kaufland erkennt insbesondere in der Zusammenarbeit mit den Speditionen große Potenziale. Um den technischen Stand seines Fuhrparks im Hinblick auf Energieeffizienz und CO₂-Emissionen zu prüfen, lässt Kaufland über 100 Partnerspeditionen durch das Unternehmen FUMO auditieren. Bei erfolgreicher Auditierung wird dem Spediteur der „Green Carrier“ verliehen.

Bereits 2023 hat die Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG an ihrem Logistikstandort Möckmühl in Deutschland einen Ladepark mit acht Ladestationen eröffnet – jede mit einer separaten Spur für einen E-Sattelzug. Hierfür kooperiert die Kaufland Stiftung & Co. KG mit Einride, einem der führenden Anbieter von intelligenten Lösungen für den digitalen, elektrischen und autonomen Gütertransport, um schwere E-LKW bei der Belieferung der Filialen

des Unternehmens einzusetzen. Durch den Einsatz von E-LKW konnten seit der Eröffnung des Ladeparks bereits 1.500 Tonnen CO₂ eingespart werden (Stand Mai 2026). Des Weiteren eröffnete die Kaufland Dienstleistung GmbH & Co KG am Standort Barsinghausen (Deutschland) in Kooperation mit Milence einen weiteren Ladepark, an dem die Spediteure priorisiert laden dürfen. In einem weiteren Projekt wurde am Standort Geisenfeld (Deutschland) das Projekt „Chargen an der Laderampe“ mit zwei Ladepunkten umgesetzt.

Auch bei der Weiterentwicklung des PreZero-Fuhrparks spielt der Einsatz alternativer Antriebe eine zentrale Rolle. Über 12.000 Fahrzeuge sammeln Abfälle, reinigen Straßen und transportieren Wertstoffe. PreZero hat in mehreren Landesgesellschaften Tests und Pilotprojekte zu alternativen Antrieben durchgeführt. So hat PreZero in Deutschland und Spanien öffentliche Förderungen für die Umrüstung von Diesel-LKW zu E-LKW beziehungsweise Brennstoffzellen-LKW erhalten. Seit dem Frühjahr 2026 verfügt PreZero Schweden über 60 E-LKW, davon 54 schwere LKW. Die übrigen Fahrzeuge der schwedischen Fahrzeugflotte werden mit HVO oder Biogas betrieben. PreZero Niederlande bestellte im Jahr 2025 37 neue Elektrofahrzeuge.

PreZero setzt in den Niederlanden gemeinsam mit seinem Marktbegleiter Renewi das Konzept „Green Collective“ um, bei dem ungelabelte Fahrzeuge Kunden beider Unternehmen anfahren – die „Green Collective“-Flotte wurde bereits vollständig auf Elektro- und HVO-Antriebe umgestellt. Die Initiative wurde vor acht Jahren gegründet. Durch die Zusammenarbeit und die Nutzung gemeinsamer Fahrzeuge zur Abholung von Gewerbeabfällen gibt es weniger LKW-Kilometer, weniger Emissionen und

¹ | Die Abweichung der Werte für das GJ 24 im Vergleich zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 24 ist auf eine bessere Datenverfügbarkeit und die Einbeziehung von E-LKWs in die Kategorie zurückzuführen.

weniger Verkehr in den Innenstädten. Die erfolgreiche Initiative ist mittlerweile in über 30 niederländischen Kommunen aktiv und hat seit Beginn bereits über 2,3 Millionen Kilometer und 5,4 Millionen Kilogramm CO₂ eingespart.

Produkte

Veganes und vegetarisches Sortiment

Insbesondere tierische Produkte verursachen hohe Treibhausgasemissionen. Um diese zu senken, erweitern die Handelssparten ihr Sortiment an pflanzlichen Alternativprodukten zunehmend. Lidl bietet zum Beispiel mit der Eigenmarke Vemondo eine große Auswahl an veganen und vegetarischen Alternativen an. Die Handelssparte arbeitet zielgerichtet an einem Sortimentsausbau in Richtung veganer und vegetarischer Produkte und verfolgt das Ziel, den Anteil pflanzenbasierter Proteinquellen bis 2030 auf 20 Prozent zu erhöhen (weitere Informationen unter [Bewusste Ernährung](#)).

Kaufland setzt gezielte Maßnahmen zur Förderung der pflanzenbetonten Ernährung um. Hierzu zählen der Ausbau des pflanzlichen Sortiments, die transparente Veröffentlichung des Anteils der tierischen und pflanzlichen Proteinquellen (Protein-Split) sowie die seit 2023 bestehende Preisanpassung pflanzlicher Alternativen an tierische Vergleichsprodukte. Somit möchte Kaufland seine Kunden stärker dafür sensibilisieren, sich bewusst für pflanzliche Alternativen zu entscheiden. Die Transparenz des Protein-Splits ist entscheidend, um die ökologischen Auswirkungen des Sortiments messbar zu machen und den Wandel hin zu einer ressourcenschonenden, zukunftsfähigen Ernährung aktiv mitzugestalten.

Kaufland hat dazu das Marken- und Eigenmarkensortiment in Deutschland auf Basis der Methodik des WWF bewertet. Diese Methodik wurde im Dialog mit relevanten Stakeholdern als bevorzugtes Verfahren festgelegt. Kaufland spricht sich zudem für eine branchenweite Anwendung der weiterentwickelten WWF-Methode als Basis für ein einheitliches Vorgehen zur Messung aus.

Ergebnis: Im Jahr 2025 waren 11,4 Prozent der Artikel in der Kategorie „Proteinquellen“ (u. a. Fleisch, Fisch, Eier sowie Hülsenfrüchte, Nüsse & Samen) pflanzlich. In der Kategorie „Molkereiprodukte“ (Milch, Käse, Joghurt, Quark sowie Sahne/Sauerrahm) wurden 5,5 Prozent der Artikel als pflanzliche Alternative angeboten.

Regionale Milchwirtschaft

Lidl in Deutschland fördert im Rahmen des Mehrwertprogramms seiner Regionalmarke „Ein gutes Stück Bayern“ (EgSB) rund 50 Landwirte dabei, die Treibhausgasemissionen pro Kilo Milch bis Ende des Jahres im Vergleich zum Basisjahr 2021 um mindestens 25 Prozent zu reduzieren. Dazu hat die Landesgesellschaft gemeinsam mit ihrem Lieferanten Privatmolkerei Bechtel einen Beirat mit Vertretern der Bodensee-Stiftung, der Bioland Stiftung, dem Thünen-Institut für Betriebswirtschaft sowie der Landwirtschaft gegründet. Die Erfüllung der Klimamaßnahmen beeinflusst den finanziellen Zuschlag, den die Landwirte für Mehraufwand erhalten. Dieser kann durch Einsatz heimischer Futtermittel, methanreduzierende Fütterung der Kühe oder eine Anpassung der Fruchtfolgen entstehen. Das EgSB-Programm beinhaltet zudem die Themen Tierwohl und Ökologie.

Kooperation mit Agritech-Unternehmen

Um regenerative Praktiken in der Landwirtschaft zu fördern, arbeitet zum Beispiel die Kaufland Stiftung & Co. KG mit dem Agritech-Unternehmen Klim zusammen. Gemeinsam unterstützen sie seit 2023 Landwirte bei der Umstellung auf regenerative Praktiken in der Landwirtschaft. Solche Praktiken reduzieren Treibhausgasemissionen und speichern aktiv Kohlenstoff im Boden. In Form von Insetting-Projekten finanziert Kaufland damit Klimaschutzprojekte direkt in der eigenen Lieferkette. Die modulare, flexible Plattform von Klim macht Emissionen und die Emissionsminderung in den Betrieben messbar. So konnte Kaufland gemeinsam mit Klim und den Landwirten der Lieferanten unter anderem beim Haferanbau für das K-Classic Müsli erfolgreich Maßnahmen auf dem Feld implementieren, um Treibhausgasemissionen einzusparen – zum Beispiel durch eine optimierte Fruchtfolge und Düngung.

→ Klimakompetenz in der Lieferkette gezielt aufbauen

Um ihre Lieferanten bei der Emissionsreduktion zu unterstützen und sie aktiv einzubinden, sind Unternehmen der Schwarz Gruppe im Jahr 2024 der Initiative „Supplier Leadership on Climate Transition“ (Supplier LOCT) beigetreten. Mit Supplier LOCT ermöglichen sie ihren Lieferanten, einen eigenen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und sich selbst Klimaziele zu setzen.

Über 1.000 unserer Lieferanten wurden bereits dazu aufgerufen, sich bis Ende 2026 eigene wissenschaftlich basierte Klimaziele zu setzen, um die Transformation in der Wertschöpfungskette zu beschleunigen. Die Supplier LOCT ist eine Initiative, an der sich weltweit Unternehmen beteiligen. Im Vordergrund steht der Wissenstransfer zu THG-Bilanzierung, Klimazielsetzung und Maßnahmen zur Emissionsreduktion.

Gebäude

Energieeffiziente Konzepte

Die Rechenzentrumsprojekte von Unternehmen der Schwarz Gruppe priorisieren den Einsatz natürlicher Kältemittel sowie die Implementierung wasserarmer Kühltechnologien, um den ökologischen Fußabdruck der IT-Infrastruktur nachhaltig zu minimieren. Bei jedem Neubau eines Rechenzentrums evaluieren wir spezifische Potenziale zur Abwärmenutzung, um Ressourcen effektiv einzusetzen. Ein Praxisbeispiel ist das Rechenzentrum in Lübbenau, wo wir mit unserer Abwärme aktiv die kommunale Wärmeplanung unterstützen und so zur Vermeidung von Emissionen der Stadt beitragen.

Bei Lidl und Kaufland wird teilweise die Abwärme der Kühlmöbel und Kälteanlagen für das Heizen der Gebäude genutzt und hierdurch der zusätzlich aufzubringende Energiebedarf aus externen Quellen reduziert. Das langjährige Engagement der Handelssparten zeigt sich in diesem Zusammenhang in der Gesamtzahl von 2.314 (2024: 2.074) Filialen, die mit Kälteanlagen zur Produktkühlung mit Wärmerückgewinnung ausgestattet sind. Bei allen Unternehmen der Schwarz Gruppe sind es insgesamt 2.462 (2024: 2.224) Gebäude, die über eine entsprechende Technik verfügen. Zur weiteren Reduzierung von CO₂-Emissionen fließt bei Lidl in 4.828 Filialen und 164 Lagerzentralen sowie bei Kaufland in 264 Filialen¹ und sechs Logistik-Verteilzentren bereits natürliches Kältemittel durch die Kühltchnik. Bei der Modernisierung der Filialen ersetzen wir zudem zunehmend die fossilen Wärmeerzeuger durch Wärmepumpen.

Für Standorte, die von Schwarz Corporate Solutions gebaut und betrieben werden, entwickelt Schwarz Energy Trading standortspezifische und ganzheitliche Energiekonzepte. Dafür werden unterschiedliche lokale Energiequellen und -senken² berücksichtigt, um über alle Bauphasen hinweg ein optimales Energiekonzept sicherzustellen.

Zertifizierungen und Standards

Bei der Entwicklung neuer Immobilien wie Filialen, Verwaltungsgebäuden und Logistikzentren setzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe auf eine ressourcenschonende Bauweise und einen energieeffizienten Betrieb. Grundlage hierfür sind anerkannte Standards – darunter EDGE, BREEAM, LEED sowie der Standard der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB). Bereits 4.591 der Gebäude von Lidl verfügen über eine solche Zertifizierung. Das entspricht rund 35 Prozent des Immobilienportfolios von Lidl. Allein im Berichtsjahr konnten 128 Immobilien zertifiziert werden. Bei Kaufland sind alle Standorte im Eigentum bereits mit EDGE zertifiziert. Das waren zum Ende des Geschäftsjahres 2025 insgesamt länderübergreifend 1.002 Standorte. Über 40 Prozent der Kaufland-Gebäude haben bereits eine EDGE Advanced-Zertifizierung erhalten. Insgesamt verfügen Unternehmen der Schwarz Gruppe über 5.000 EDGE-zertifizierte Filialen.

Weitere Gebäude sollen künftig zertifiziert werden, darunter Neubauten sowie Büro- und Logistikstandorte. So werden im Projekt IPAI beispielsweise der gesamte Campus sowie vier einzelne Gebäude nach dem DGNB-Standard zertifiziert – angestrebt wird Platin, mindestens jedoch Gold. Bei DGNB-zertifizierten Gebäuden liegt der Schwerpunkt

auf der Reduzierung von CO₂-Emissionen sowie der Minimierung des Energie- und Ressourcenverbrauchs. Auch der erste Bauabschnitt des Rechenzentrums von Schwarz Digits in Österreich erfüllt diese Anforderungen und ist mit dem DGNB-Zertifikat in Gold für nachhaltige Industriebauten ausgezeichnet.

1 | Berücksichtigt werden ausschließlich Filialen, die vollständig auf den Einsatz natürlicher Kältemittel umgestellt sind, sodass Standorte, die diese erst zu einem Großteil, aber noch nicht ausschließlich nutzen, nicht in die Kennzahl einfließen.

2 | Eine Energiesenke ist ein System oder Objekt, das Energie aufnimmt und speichert oder ableitet. Dazu zählen sowohl natürliche Senken wie Atmosphäre, Ozeane oder Flüsse als auch technische Senken, etwa Kühlwasserbecken.

3 | Net-Zero (Netto-Null) beschreibt das Ziel, Treibhausgasemissionen in der gesamten Wertschöpfungskette auf ein Minimum zu reduzieren. Da wissenschaftlich davon ausgegangen wird, dass selbst nach erheblichen Reduktionsbemühungen Restemissionen verbleiben, müssen diese durch Entnahmelösungen innerhalb oder außerhalb der eigenen Wertschöpfungskette (z. B. technische CO₂-Senken) neutralisiert werden.



→ Netto-Null-Filiale in Irland³

Ein aktuelles Beispiel aus dem Berichtsjahr ist die Eröffnung eines Netto-Null-Energie-Supermarkts von Lidl Irland in Maynooth. Er deckt seinen betrieblichen Energiebedarf durch vor Ort erzeugte erneuerbare Energie, insbesondere über eine Photovoltaikanlage. Die Filiale wurde in Partnerschaft mit dem Irish Green Building Council entworfen und reduziert die Emissionen über den gesamten Lebenszyklus. Eingesetzt werden energieeffiziente Gebäudetechnik und Materialien, wie vor Ort wiederverwendeter Stein oder Beton mit einem Recyclinganteil von 50 Prozent.

Innovative und klimaschonende Bauweise von Filialen und Logistikzentren

Lidl setzt bei Baumaßnahmen immer mehr auf Materialien mit möglichst geringen Umweltauswirkungen. Auf Grundlage dieser Vorgabe wurden bereits Filialen und Logistikzentren sowie Dienstleistungsgebäude realisiert – darunter solche mit Tragwerken aus Holz und recyclingfähigen Baustoffen wie beispielsweise Holzfasern zur Dämmung. Die Holzbau-Filialen an den deutschen Standorten Albstadt und Wangen zeichnen sich durch eine konsequent ressourcenschonende Bauweise sowie Energieeffizienz aus. In Kombination mit einem modernen Technikkonzept und ökologischen Maßnahmen, wie einer regionalen Pflanzenauswahl, wurde dieses Engagement mit dem DGNB-Platinzertifikat gewürdigt.

Zudem hat Lidl Italien mit seiner Filiale in Villafranca di Verona die landesweit erste Filiale realisiert, die Nachhaltigkeitskriterien vorbildlich erfüllt. Der Neubau ist bilanziell energieautark dank einer großflächigen Photovoltaikanlage auf dem Dach und weiterer PV-Module auf den Carports. Für den Bau wurde ausschließlich PEFC-zertifiziertes Holz verwendet, wodurch Beton eingespart und CO₂-Emissionen deutlich reduziert wurden. Eine hochmoderne Kühltechnik mit CO₂ als natürlichem Kältemittel reduziert Emissionen um 99,8 Prozent. Regenwasser wird gesammelt und zur Bewässerung genutzt, was den Wasserverbrauch erheblich reduziert. Zudem trägt eine Grünfläche auf dem Gelände zum Biodiversitätserhalt bei. Die Filiale gilt damit als Vorbild für künftige Lidl-Filialen weltweit.

Auch Kaufland achtet auf eine energieeffiziente und möglichst nachhaltige Bauweise der Filialen, Verwaltungsgebäude und Logistikverteilzentren.

Klimabewusste Bauweisen und der Einsatz klimaschonender Technik helfen der Handelssparte, betriebsbedingte Emissionen zu senken. Die Baustandards von Kaufland werden kontinuierlich überprüft und im Sinne von Umweltkriterien und Energieeffizienz weiterentwickelt.

In mehreren Landesgesellschaften baut Kaufland eigens eingerichtete Teststandorte, an denen – in Zusammenarbeit mit den internationalen Fachbereichen der Kaufland Stiftung & Co. KG – innovative und nachhaltige Lösungen erprobt werden. Dazu zählen unter anderem der Einsatz alternativer Baumaterialien mit Fokus auf Kreislaufwirtschaft – wie beispielsweise Holz oder Dachabdichtungsbahnen, die zu 60 Prozent aus recycelten Kunststofffolien bestehen. Durch diese praxisnahen Tests sammelt Kaufland wertvolle Erkenntnisse, um seine Bauweise noch nachhaltiger und ressourcenschonender zu gestalten (siehe auch [Kreislaufwirtschaft](#)).

Gebäude der Unternehmen der Schwarz Gruppe mit Nachhaltigkeitszertifikat¹

	Einheit	2024	2025	Entwicklung 2024/25
Gebäude mit Nachhaltigkeitszertifikat	Anzahl	5.533	5.735	+3,7 %
Anteil Filialen mit Nachhaltigkeitszertifikat	%	35,9 %	37,8 %	1,9 %P
Anteil Gesellschaft/Lager mit Nachhaltigkeitszertifikat	%	27,6 %	35,1 %	7,5 %P

1 | Ausgewiesen wird die Anzahl aller Immobilien, die mit vorhandenem und gültigem Zertifikat/Nachweis (Einzel- oder Portfolio-Zertifikate mit auditierten Referenzimmobilien) gemäß internationalen/nationalen Zertifizierungssystemen als nachhaltig zertifiziert sind. Relevante internationale Zertifizierungssysteme sind BREEAM, LEED, EDGE. Relevante nationale Zertifizierungssysteme sind z. B. DGNB, ÖGNI, HQE, VERDE, Minergie.

Abfall

Energetische Verwertung

PreZero sammelt, sortiert und verwertet Wertstoffe seiner Kunden. Was nicht recycelt, kompostiert oder vergärt werden kann, wird in aller Regel in Waste-to-Energy-Anlagen oder – wo dies noch landesüblich und gesetzlich zulässig ist – auf Deponien, die PreZero unter Berücksichtigung der jeweiligen gesetzlichen Vorgaben betreibt, verwertet. Die PreZero zugerechneten betriebsbedingten Emissionen durch die Verwertung von Wertstoffen lassen sich aktuell nur theoretisch signifikant reduzieren. Praktisch fehlt es an Regulierung, Infrastruktur und Finanzierungsmöglichkeiten für groß angelegte Emissionsminderung – insbesondere zum Carbon Capture and Storage (CCS). PreZero arbeitet an der Entwicklung von Zukunftslösungen und hat in den Niederlanden gemeinsam mit Partnern das Konzept für das Projekt OSIRIS entwickelt. Bei der Verbrennung von Abfällen in der PreZero-Waste-to-Energy-Anlage in Roosendaal entstehen Wärme und CO₂. Ziel ist es, das CO₂ abzuscheiden und es zusammen mit der Wärme an Gewächshausbetriebe zu liefern.

Die Kreislaufwirtschaftssparte betreibt die größte Waste-to-Energy-Anlage Spaniens sowie die größte Anlage zur Herstellung von festem Sekundärbrennstoff (SBS) aus nicht recycelbaren Abfällen. Mit dem zukünftigen Bau der ersten Biomethananlage der Stadt treibt PreZero zusätzlich die Erzeugung erneuerbarer Energien in Barcelona voran. Mit einer Gesamtinvestition von über 42 Millionen Euro werden diese Projekte die Deponierung von 220.000 Tonnen Abfall pro Jahr verhindern. Das neue Abfallbehandlungszentrum kann bis zu 190.000 Tonnen

nicht wiederverwertbarer Abfälle verarbeiten, 70.000 Tonnen Ersatzbrennstoffe erzeugen und über 40.000 Tonnen Wertstoffe zurückgewinnen. Darüber hinaus betreibt PreZero Anlagen, um das bei der Deponierung entstehende Methangas aufzufangen und daraus Biomethan für das Gasnetz bereitzustellen. Im Rahmen einer strategischen Partnerschaft mit einem spanischen Erdölkonzern arbeitet PreZero Spanien an der Entwicklung weiterer solcher Anlagen, um noch mehr abfallbasiertes Biomethan zu liefern.

Eine andere Form der Wertgewinnung aus Abfällen geschieht in der PreZero-Energieanlage in Zorbau in Sachsen-Anhalt. Hier werden pro Jahr rund 200.000 MWh Strom produziert. Aufgrund der organischen Anteile, die im Abfall mit verbrannt werden, gilt rund die Hälfte der erzeugten Energie als zertifizierbarer Grünstrom. Diese Bilanzierungslogik mit Berücksichtigung der organischen Anteile gilt auch für alle anderen Energieerzeugungsanlagen von PreZero. Insgesamt produzierte PreZero so im Geschäftsjahr 2025 rund 92.568 MWh Strom aus Abfall. Dies könnte rund 26.500 Haushalte mit Strom versorgen, bei einem angenommenen durchschnittlichen Verbrauch von 3.470 kWh pro Haushalt. Daneben fallen noch rund 13.000 MWh Fernwärme für das benachbarte Industriegebiet an.

PreZero arbeitet mit internationalen Experten daran, die durch thermische Verwertung oder Recycling von Wertstoffen entstehenden vermiedenen Emissionen, transparent und wissenschaftlich fundiert als „Avoided Emissions“-Kennzahl zu berechnen. Dadurch wird der Transformationsbeitrag der Kreislaufwirtschaft messbar.

Vor dem Hintergrund der in Deutschland weiterentwickelten politischen und regulatorischen Rahmenbedingungen zur Ermöglichung von Carbon Capture and Storage (CCS) beobachtet PreZero die entsprechenden gesetzlichen Initiativen und strategischen Leitlinien derzeit aufmerksam.

Weitere Beiträge zur Emissionsreduktion und zur Erreichung unserer Klimaziele – zum Beispiel Reduktion von Betriebsabfällen – werden insbesondere im Kapitel Kreislaufwirtschaft tiefergehend beleuchtet.

Biodiversität

Strategischer Ansatz

[GRI 101]

Schwerpunktt Themen

Die biologische Vielfalt bildet die grundlegende Voraussetzung für funktionierende Ökosysteme – und damit für ein stabiles Ernährungssystem. Vor diesem Hintergrund verfolgen die Unternehmen der Schwarz Gruppe die Mission „Wir verbessern unsere Prozesse schrittweise, um negative Auswirkungen auf die Biodiversität zu vermeiden, zu vermindern und um Lebensräume und Ökosysteme zu schonen.“

Im Sinne dieser Mission orientiert sich das gemeinsame Handeln an drei zentralen Schwerpunkten: der bewussten Land- und Waldnutzung zur Unterstützung einer Bewirtschaftung unter Einbeziehung biodiversitätsrelevanter Aspekte, dem Schutz der Arten- und Genvielfalt durch den Erhalt natürlicher Ökosysteme sowie dem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser- und Meeresressourcen. Die Handelssparten konkretisieren dieses Engagement auf Basis umfassender Risikoanalysen und einer differenzierten Betrachtung ihrer Geschäftsmodelle durch individuelle Schwerpunkte:

Lidl verfolgt die eigenen Ziele mit einer Rohstoffstrategie, die auf vier Säulen basiert: Auswirkungen verstehen, Standards etablieren, Alternativen fördern, Veränderungen vorantreiben. Das Vorgehen der Handelssparte richtet sich strikt nach der

Hierarchie der Abhilfemaßnahmen. Sie definiert eine klare Reihenfolge im Umgang mit Auswirkungen auf die Biodiversität: zunächst vermeiden, anschließend reduzieren, danach wiederherstellen bzw. regenerieren und erst als letzten Schritt transformieren. Ziel ist es, Beeinträchtigungen von Ökosystemen möglichst vollständig zu vermeiden und unvermeidbare Verluste so gering wie möglich zu halten.

Kaufland adressiert Herausforderungen des Biodiversitätsverlusts im Rahmen seines Risikomanagements. Im Zentrum dieser Herangehensweise steht die kontinuierliche Identifikation und Steuerung von ökologischen Hotspots entlang der globalen Lieferketten. Ein zentraler Faktor für den Erhalt der Biodiversität ist die Minimierung chemisch-synthetischer Pflanzenschutzmittel in der landwirtschaftlichen Produktion. Bereits seit 2006 setzt sich Kaufland mit eigenen Projekten gemeinsam mit Lieferanten für eine integrierte Landwirtschaft und die Reduktion sowie Vermeidung von Pestiziden im Obst- und Gemüseanbau ein. Ergänzt wird dieser präventive Ansatz durch den gezielten Schutz kritischer Ökosysteme wie Moore und Wälder.

Auswirkungen

Intakte Ökosysteme erbringen essenzielle Leistungen, die als unsichtbare Produktionsfaktoren wirken. Dazu gehören unter anderem der Erhalt fruchtbarer Böden, die Bestäubung durch Insekten sowie die Regulierung globaler Wasservorkommen. Zugleich verdeutlichen wissenschaftliche Erkenntnisse der EAT-Lancet-Kommission¹ den Handlungsdruck: Bereits 33 bis 66 Prozent der weltweiten Landwirtschaftsflächen sind funktional so stark beeinträchtigt, dass sie ihre ökologischen Leistungen nicht

mehr eigenständig erbringen können. Zudem operiert der globale Süßwasserzyklus mittlerweile außerhalb des sicheren Handlungsraums der Menschheit.² Für die Unternehmen der Schwarz Gruppe ergibt sich daraus die klare Verantwortung, die natürlichen Grundlagen unseres Wirtschaftens aktiv zu schützen und zu erhalten.

Der fortschreitende Verlust biologischer Vielfalt wird maßgeblich durch fünf zentrale Faktoren getrieben, auf die auch die Geschäftstätigkeiten der Unternehmen der Schwarz Gruppe Einfluss nehmen: Land- und Meeresnutzungsänderungen, die direkte Nutzung natürlicher Ressourcen, Umweltverschmutzung, die Ausbreitung invasiver Arten sowie der Klimawandel. Insbesondere der Klimawandel und das Artensterben stehen in einer engen Wechselbeziehung und werden als eine sogenannte Zwillingsskrise verstanden. Beide verstärken sich gegenseitig und können nur gemeinsam adressiert werden. Dabei orientieren sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe am wissenschaftlichen Konzept der planetaren Grenzen.³

Vor diesem Hintergrund bildet die Verzahnung von Kreislaufwirtschaft und Klimastrategie für die Unternehmen der Schwarz Gruppe ein wichtiges Zusammenspiel, um den Druck auf die natürlichen Systeme zu reduzieren. Das Engagement für die biologische Vielfalt wird als integrierter Prozess verstanden, der sowohl die ökologische Gestaltung eigener Standorte als auch die verantwortungsvolle Beschaffung entlang der Lieferkette umfasst. Ergänzend beteiligen sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe an kollektiven Initiativen zum Schutz wertvoller Ökosysteme, beispielsweise durch Zertifizierungen (z. B. GLOBALG.A.P. BioDiversity Add-On).

Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen

[GRI 101-1]

Das Handeln der Unternehmen der Schwarz Gruppe ist darauf ausgerichtet, ökologische Anforderungen in die Geschäftsprozesse zu integrieren. Globale und europäische Zielsetzungen, darunter das Nature Restoration Law, das Global Biodiversity Framework oder die EU-Wasserrahmenrichtlinie (WRRL), dienen dabei als zusätzliche Leitplanken. Ein wesentlicher Baustein zum Schutz globaler Waldökosysteme ist vor allem, die Entwaldungsrisiken im Einklang mit den Anforderungen der EU-Entwaldungsverordnung (EU Deforestation Regulation, EUDR) und unseren SBTi-Klimazielen zu adressieren. Über die Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen hinaus ist für dieses Engagement das SBTi-Commitment der Unternehmen der Schwarz Gruppe zur Entwaldungsfreiheit („No-Deforestation“) bis Ende 2025 maßgeblich, wobei eine vollständige Rückverfolgbarkeit der Fokusrohstoffe angestrebt wird (Details zu den Fortschritten und Herausforderungen finden sich unter [Klimaschutz: Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen](#)).

-  [Einkaufspolitik Rohstoffe \(Lidl\)](#)
-  [Einkaufspolitik Entwaldungsfreie Lieferketten \(Lidl\)](#)

1 | The EAT-Lancet Commission on Healthy, Sustainable, and Just Food Systems, 2025 ([https://www.the-lancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(25\)01201-2/abstract](https://www.the-lancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(25)01201-2/abstract))

2 | Global Water Bankruptcy Report, 2026 (<https://unu.edu/inweh/collection/global-water-bankruptcy>)

3 | Vgl. Rockström et al. (2009): A safe operating space for humanity

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Schutz lebensnotwendiger Süßwasserressourcen und der mit ihnen verbundenen Ökosysteme. Die Handelssparten setzen hierbei auf ein verantwortungsvolles Wassermanagement, das fest in den entsprechenden Einkaufspolitiken und Leitlinien verankert ist.

 [Einkaufspolitik Wasser \(Lidl in Deutschland\)](#)

 [Allgemeine Nachhaltigkeitsanforderungen
Leitlinie Wasser \(Kaufland\)](#)

Ziele, KPIs, Zielerreichung

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe erkennen die Bedeutung der Biodiversität als Grundlage für funktionierende Ökosysteme und für stabile Lieferketten an.

Um ökologische Mindeststandards in der Primärproduktion sicherzustellen, setzen die Handelssparten der Schwarz Gruppe unter anderem auf international etablierte Siegel wie Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade, MSC, ASC sowie diverse Bio-Zertifizierungen (u. a. Demeter, Naturland, Bioland, EU-Bio). Die Zertifizierungsanteile am Gesamteinkaufsvolumen unterliegen einem kontinuierlichen Monitoring, um Fortschritte bei der Umstellung des Sortiments transparent zu steuern (siehe Grafiken unter [Monitoring Rohstoffzertifizierungen](#)).

Dabei hat Lidl sich zum Ziel gesetzt, dass 100 Prozent seiner Eigenmarkenprodukte im Fisch- und Meeresfrüchte-Sortiment in allen Lidl Landesgesellschaften aus Quellen stammen sollen, die nach WWF-Kriterien den Score 1–3 haben oder nach

anerkannten Standards zertifiziert sind. Mit diesem Ziel orientiert sich die Handelssparte unter anderem am Global Biodiversity Framework und zählt beispielsweise auf dessen Ziele 5 (Nachhaltige und legale Nutzung wildlebender Arten) und 10 (Nachhaltigkeit in Produktionssystemen) ein.

Mit Blick auf ihr Engagement bei der Nutzung und dem Schutz von Wasserressourcen haben sich die Sparten der Schwarz Gruppe jeweils eigene spartenspezifische Ziele gesetzt. Bei Kaufland sind in Hauptlieferländern wie Spanien, Portugal, Italien, Griechenland, Ägypten, Südafrika, Marokko, Tunesien, Israel, Indien und Chile bereits 100 Prozent der Obst- und Gemüseerzeuger nach anerkannten Wasserstandards zertifiziert. Eine detaillierte Übersicht über alle relevanten Siegel und Zertifizierungen findet sich auf der [Website](#).

Die Kaufland Fleischwerke haben es sich zum Ziel gesetzt, den spezifischen Wasserverbrauch in den eigenen Werken kontinuierlich zu überwachen und zu senken. In diesem Zuge arbeiten sie an einer Wassereinsparung von 3 Prozent des durchschnittlichen Wasserverbrauchs über alle Standorte hinweg auf der Basis des Vergleichsjahres 2023. Im Geschäftsjahr 2025 konnte der Wasserverbrauch gegenüber dem Vorjahr um 16 Prozent reduziert werden. Maßgeblich hierfür waren Prozessoptimierungen sowie die Zusammenlegung zweier großer Reinigungsanlagen, die einmalige Einsparungen ermöglichten. Darüber hinaus wurden an allen Standorten weitere Maßnahmen zur Verringerung des Wasserverbrauchs umgesetzt, darunter die Reduzierung des Wasserdrucks an Reinigungsanlagen sowie die Optimierung von Ventilgrößen.

Die Schwarz Produktion bekennt sich zu einer verantwortungsvollen Grundwassernutzung. An den Quellen wird stets weniger Wasser entnommen, als sich langfristig neu bildet. Die Einhaltung von Wasserqualität, Entnahmemengen und Schutzauflagen wird kontinuierlich überwacht und dokumentiert. Damit leisten die Mineralbrunnen der Schwarz Produktion nicht nur einen Beitrag zur Versorgungssicherheit, sondern auch zum Schutz der Wasserressourcen.

Die Schwarz Produktion hat darüber hinaus für ihre sechs Getränkewerke die Kennzahl „spezifischer Wasserverbrauch“ definiert. Für die jeweiligen Standorte werden jährlich Zielwerte festgelegt und durch konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Wassereffizienz hinterlegt.

Biodiversität

Managementansatz

Organisation und Verantwortung

[GRI 2-23]

Um dem Schutz der biologischen Vielfalt ganzheitlich zu begegnen, nutzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe die spezifischen Hebelwirkungen der einzelnen Sparten und Fachbereiche.

In diesem Sinne sind die konkreten Zuständigkeiten für den Schutz von Ökosystemen und den Erhalt der Artenvielfalt fachbereichs- und spartenspezifisch geregelt. Dabei liegt die strategische Ausrichtung und operative Umsetzung von Maßnahmen und Richtlinien vorrangig in jenen Bereichen, deren Geschäftstätigkeit wesentliche Einflüsse auf die biologische Vielfalt ausübt. Die CR-Fachbereiche der jeweiligen Unternehmen stellen sicher, dass biodiversitätsrelevante Aspekte in die Prozesse integriert werden, während die zentralen Einheiten die methodische Rahmensetzung vorgeben. Aktuell arbeiten die Unternehmen der Schwarz Gruppe zudem daran, die Datengrundlage und die Erhebung relevanter Kennzahlen weiter zu verbessern, um künftig noch gezieltere Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität ableiten zu können. Die Rolle der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG sowie des CR-Bereichs besteht darin, diese Aktivitäten im Auftrag der anderen Unternehmen der Schwarz Gruppe zu bündeln und eine koordinierende Funktion einzunehmen.

Bei Lidl ist der Einkauf verantwortlich für den Schutz von Biodiversität im Anbau der Rohstoffe

und Produkte. Das Team Ökologie im Bereich Programme & Standards erarbeitet hierfür die Vorgaben, die im internationalen und nationalen Einkauf der entsprechenden Produkte umgesetzt werden. Für das Thema Biodiversität im Bau, beispielsweise von Logistikzentren oder Filialen, liegt die Verantwortung im Bereich Immobilien, der dabei vom Bereich CSR im Ressort Operations & Immobilien der Lidl Stiftung & Co. KG unterstützt wird.

Das Thema Biodiversität wird bei Kaufland themenbezogen durch verschiedene Fachbereiche verantwortet und umgesetzt. Der Einkaufsbereich ist verantwortlich für die Einhaltung und Umsetzung ökologischer Standards in der Lieferkette, für die Steuerung der Rohstoffziele sowie – gemeinsam mit der Qualitätssicherung – für das Pestizidmanagement. Die CR-Abteilung der Kaufland Stiftung & Co. KG unterstützt diesen Prozess als Impulsgeber und interner Berater. Der Bereich Immobilien/Bau der Kaufland Stiftung & Co. KG ist für den Umweltschutz beim Bau und Betrieb von Filialen und Logistikzentren verantwortlich.

Der Ausbau der Regionalität und des lokalen Bezugs von Produkten liegt in beiden Handelssparten überwiegend bei den Landesgesellschaften.

Innerhalb der Schwarz Produktion werden biodiversitätsrelevante Themen aufgaben- und fachbereichsspezifisch umgesetzt. Beteiligt sind dabei insbesondere die Bereiche Corporate Responsibility als strategische Schnittstelle sowie Einkauf und Recht & Compliance mit Blick auf die Lieferkette. Für ausgewählte strategische Warengruppen nutzt die Schwarz Produktion zudem den Einkauf von Lidl sowie die Schwarz Beschaffung GmbH als Dienstleister im Beschaffungsprozess.

Environment

Social

Governance

Der jeweilige Bereich Immobilien/Bau in den Unternehmen der Schwarz Gruppe ist wiederum dem Umweltschutz beim Bau von Filialen und Logistikzentren verpflichtet. In den Projekten IPAI und Schwarz Digits Campus schafft die Schwarz Immobilien Service GmbH & Co. KG durch gezielte Maßnahmen naturnahe Lebensräume und fördert so die lokale Biodiversität.

Mit Blick auf den Umgang mit Wasserressourcen ist im operativen Management bei Kaufland der Bereich Bau/TFM verantwortlich, bei Lidl liegt die Verantwortung für das Thema Süßwasser in der Lieferkette im Einkaufsbereich Qualität und Nachhaltigkeit. Bei der Schwarz Produktion obliegt die Verantwortung für die Umsetzung von Effizienzmaßnahmen und die Erhebung von Wasserverbräuchen bei der zentralen Produktion/Technik und den jeweiligen Unternehmen. Bei den Kaufland Fleischwerken verantwortet dies der Bereich Umweltmanagement. Dabei sind für die Einhaltung der Vorgaben aus der Abwasserverordnung zudem die Werksverantwortlichen und die lokalen Gewässerschutzbeauftragten zuständig.

Maßnahmen und Projekte

[GRI 101, 101-1, 308-2 und 414-2]

Wertschöpfung unter Berücksichtigung ökologischer Aspekte

Förderung entwaldungsfreier Lieferketten

Der Einsatz von Lidl und Kaufland für entwaldungs- und umwandlungsfreie Lieferketten bildet einen wichtigen Baustein bei ihren Bemühungen, Risiken für Ökosysteme und biologische Vielfalt zu

reduzieren. Dieses Engagement wird auch von externer Seite honoriert: So erzielten die beiden Handelssparten in der Palmöl-Scorecard 2024 des WWF gute Ergebnisse: Von allen 285 Unternehmen, die vom WWF kontaktiert wurden, erreichte Lidl den fünften Platz und Kaufland den elften Platz. Bereits bei der zuletzt im Jahr 2022 erhobenen Entwaldungs-Scorecard des WWF hatten beide Sparten sehr gute Ergebnisse erreicht: Lidl schnitt als bestes Unternehmen ab, Kaufland wurde besonders bei der Zertifizierung von Rohstoffen, der Selbstverpflichtung zu Menschenrechten und der Umsetzung unternehmerischer Sorgfaltpflichten als sehr gut bewertet.

Bereits im Jahr 2020 haben Lidl in Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden sowie Kaufland in Deutschland das durch den WWF und weitere Organisationen initiierte Cerrado Manifest unterzeichnet. Damit setzen sie sich für den Schutz von Lebensräumen in Brasilien ein. Das Cerrado ist das artenreichste Savannengebiet der Welt und weist fünf Prozent der globalen Biodiversität auf. Lidl, Kaufland und die anderen unterzeichnenden Unternehmen setzen damit ein deutliches Zeichen gegen einen weiteren Verlust von Artenvielfalt in der Region und wollen keine landwirtschaftlichen Produkte von Flächen beziehen, die nach 2020 umgewandelt wurden. Kaufland und Lidl in Deutschland bieten kein Rindfleisch aus Brasilien an, um nicht im Zuge der Weidelanderschließung zur Entwaldung im Cerrado und Amazonasbecken beizutragen.

Ein Fokusrohstoff im Zusammenhang mit Maßnahmen gegen Entwaldung ist Soja. Die beiden Handelssparten Lidl und Kaufland setzen seit mehreren Jahren verstärkt auf europäisches Soja, um effektiv gegen Entwaldung einzutreten. Zur Förderung des

Anbaus von gentechnikfreiem Soja in Europa haben Lidl und Kaufland bereits 2019 eine Partnerschaft mit Donau Soja geschlossen. Damit tragen die Handelssparten dazu bei, den Marktanteil von abholzungsfrei angebautem Soja zu erhöhen und den Einsatz von europäischem Soja auszuweiten. Gleichzeitig sind sie in der Lage, den sozialen, ökologischen und ökonomischen Herausforderungen im Zusammenhang mit der Produktion und Verwendung von Soja wirksam zu begegnen.

Weitere Informationen zum Engagement von Lidl und Kaufland beim Soja-Anbau finden sich online.

Zertifizierte Produkte im Lebensmittelbereich [GRI 417-1]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe bauen zunehmend auf eine verantwortungsvolle Produktgestaltung mit Rohstoffen, indem diese durch Dritte zertifiziert werden. Starke Partner mit ihren Zertifizierungssystemen spielen für unsere strategische Ausrichtung und den Aufbau eines verantwortungsvollen Produktsortiments eine grundlegende Rolle. Im Lebensmittelbereich setzen die Handelssparten auf anerkannte Standards, um eine sozial- und umweltverträglichere Herstellung zu fördern.

Gemeinsam mit Lieferanten und Händlern arbeiten die Handelssparten weiter daran, die Transparenz ihrer Lieferketten zu verbessern. Dafür setzen die Handelssparten auf einen kontinuierlichen Ausbau des Sortiments an zertifizierten Food- und Non-Food-Produkten im Einklang mit ihren Vorgaben für kritische Rohstoffe.

Im Fokus stehen insbesondere kritische Rohstoffgruppen wie Kaffee, Tee und Kakao, die einen hohen Anteil am Gesamteinkaufsvolumen aufweisen. Die Entwicklung der Zertifizierungsquoten, insbesondere im Eigenmarkensortiment, zeigt den fortgeschrittenen Umsetzungsstand der definierten Maßnahmen. So weisen beispielsweise die Eigenmarken-Kaffeesortimente von Lidl und Kaufland bereits eine Zertifizierungsquote von über 98 Prozent auf.

Die Zertifizierung der Eigenmarken fungiert dabei als zentraler Hebel, um wirkungsvolle Maßnahmen direkt in der Wertschöpfungskette zu verankern. Bei Lidl sind alle Artikel mit Kakaobestandteil¹ nach Fairtrade-, Rainforest Alliance- oder Bio-Standards zertifiziert. Tafelschokolade führt Lidl nur noch ausschließlich mit Fairtrade-Zertifizierungen. Bei Kaufland ist ein Großteil aller Eigenmarkenprodukte, die Kakao enthalten, durch Fairtrade, Rainforest Alliance- oder Bio-zertifiziert. Der Anteil der Artikel mit diesen Zertifizierungen im Eigenmarkensortiment steigt stetig an (vgl. Grafik rechts). Bei der Schwarz Produktion sind bereits seit Jahren sämtliche kakaohaltigen Rohstoffe, die in den verschiedenen Produktionseinheiten verwendet werden, Fairtrade- oder Rainforest Alliance-zertifiziert. Dies erfolgt im Einklang mit den strengen Vorgaben des Lidl-Einkaufs.

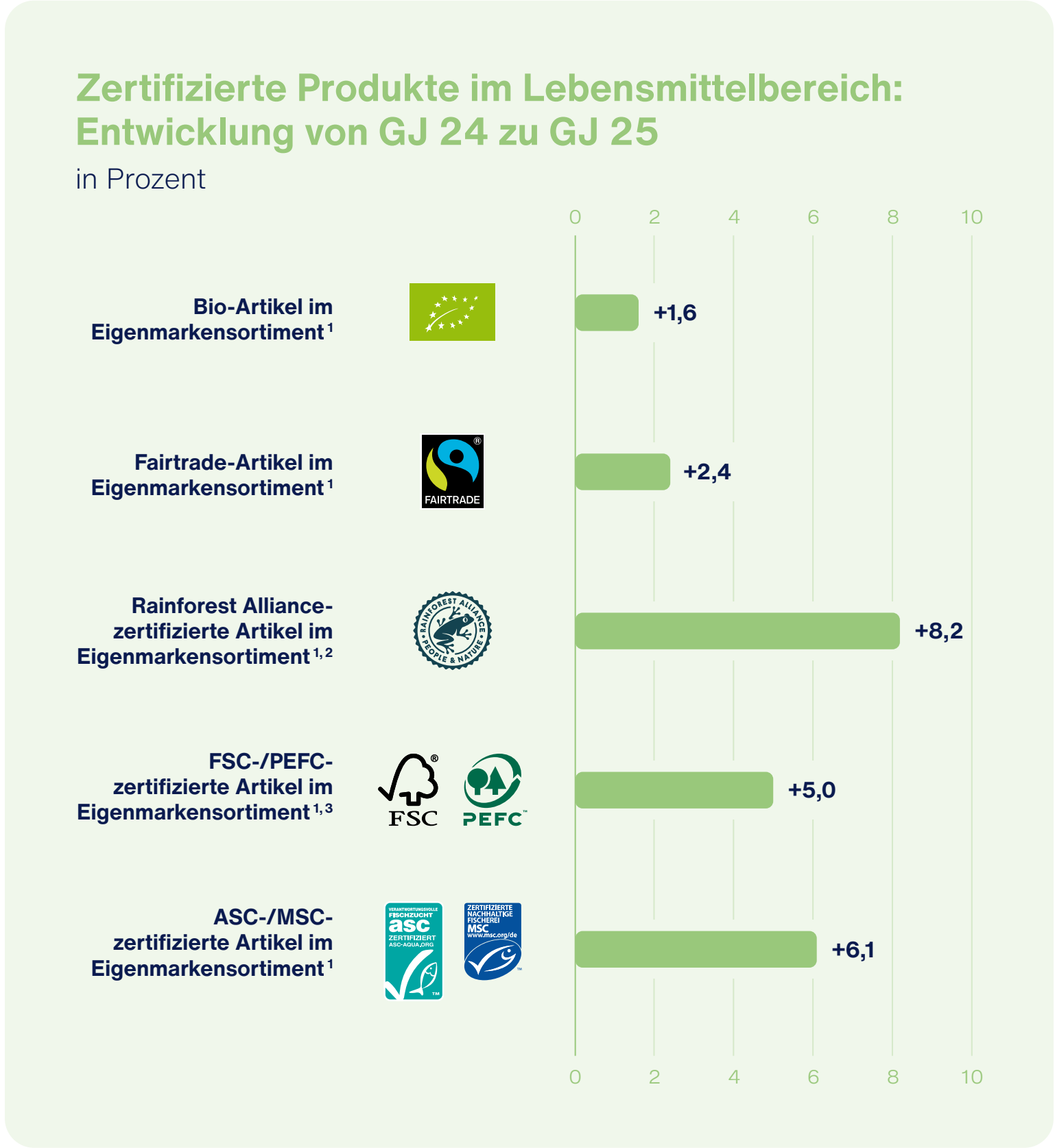
Die Handelssparten unterstützen den Schutz aquatischer Ökosysteme und streben eine verantwortungsvolle Beschaffung von Fisch und Meeresfrüchten an: durch den Fokus auf Transparenz, Rückverfolgbarkeit sowie eine kontinuierlich steigende Zertifizierungsrate nach anerkannten Siegeln wie u. a. MSC, ASC, GGN, Bio und GLOBALG.A.P. (vgl. Grafik rechts).

Das dazugehörige Ziel von Lidl gilt für sämtliche Eigenmarkenprodukte im Fisch- und Meeresfrüchtesortiment in allen Lidl Landesgesellschaften (siehe [Ziele](#), [KPIs](#), [Zielerreichung](#)). Bei Kaufland sind die Anforderungen an Fischprodukte in den allgemeinen Nachhaltigkeitsanforderungen für Geschäftspartner festgelegt. Darin sind Vorgaben zu Zertifizierungen, Herkunftsländern und Rückverfolgbarkeit klar definiert. Diese Anforderungen gelten für alle Eigenmarken von Kaufland in sämtlichen Ländern. Kaufland hat sein Tiefkühl-Eigenmarkensortiment vollständig auf zertifizierte Ware umgestellt.

1 | Bezieht sich auf alle Artikel im Festsortiment, ausgenommen Aktionsartikel von allen Landesgesellschaften von Lidl und Kaufland zusammen

2 | www.ra.org

3 | Lidl: FSC® N001585, Kaufland: FSC® N001539



Monitoring Rohstoffzertifizierungen – Lidl

KPI	Angerechnete Zertifizierungen	Entwicklung	Status quo ¹
Anteil nachhaltiger Kaffee am Kaffeesortiment	Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade, Bio (Demeter, Naturland, Bioland, EU-Bio)	↗	98,4 % ✔
Anteil nachhaltige Röstkaffee-Artikel am Röstkaffee-Sortiment	Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade, Bio (Demeter, Naturland, Bioland, EU-Bio)	↗	87,7 % ✔
Anteil nachhaltige Tee-Artikel am Tee-Sortiment ²	Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade, Bio (Demeter, Naturland, Bioland, EU-Bio)	↗	80,3 % ✔
Anteil nachhaltige Fisch-Artikel am Fisch-Sortiment	MSC, ASC, BAP, Bio (Demeter, Naturland, Bioland, EU-BioSiegel), FAD free, Pole and line, GlobalGap/GGN, FIP	↗	78,8 % ✔
Anteil nachhaltiger Kakao am Kakaosortiment	Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade, Bio (Demeter, Naturland, Bioland, EU-Bio)	↗	95,6 % ✔

1 | Alle Anteile beziehen sich ausschließlich auf Eigenmarken-Artikel.
2 | „Tee-Artikel“ umfasst die Kategorien: Schwarz-, Grün-, Rooibos-, Kräuter- und Früchtetee.

Monitoring Rohstoffzertifizierungen – Kaufland

KPI	Angerechnete Zertifizierungen	Entwicklung	Status quo ¹
Anteil nachhaltiger Kaffee am Kaffeesortiment	Rainforest Alliance; Fairtrade; Bio (Bioland, Demeter, EU-Bio, Naturland)	↗	99,7 % ✔
Anteil nachhaltige Röstkaffee-Artikel am Röstkaffee-Sortiment	Rainforest Alliance; Fairtrade; Bio (Bioland, Demeter, EU-Bio, Naturland)	↗	100,0 % ✔

1 | Alle Anteile beziehen sich ausschließlich auf Eigenmarkenartikel.



→ GLOBALG.A.P. BioDiversity Add-on

Um die Standards von GLOBALG.A.P. systematisch weiterzuentwickeln, ist Lidl im neuen Technical Advisory Committee (TAC) sowie in verschiedenen Technical Working Groups aktiv. Lidl hat mit GLOBALG.A.P., der Bodensee-Stiftung und weiteren wichtigen Partnern in der Obst- und Gemüse-Lieferkette das „BioDiversity Add-on“ entwickelt. Es ist der branchenweit erste Standard für Biodiversität im konventionellen Obst- und Gemüseanbau als Add-on zum GLOBALG.A.P. Integrated Farm Assurance Standard (IFA). Seit April 2022 stellt GLOBALG.A.P. dieses Add-on allen Marktteilnehmern zur Verfügung. Lidl hat im Berichtszeitraum daran gearbeitet, es auf alle seine europäischen Obst- und Gemüseerzeuger auszuweiten. 2025 wendeten ihn bereits über 1.200 seiner Erzeuger auf über 12.000 Hektar Farmland in verschiedenen europäischen Ländern an. Die teilnehmenden Produzenten verpflichten sich dabei unter anderem dazu, auf mindestens drei Prozent und bis 2030 auf zehn Prozent ihrer Agrarfläche biodiversitätsfördernde Maßnahmen umzusetzen. Zudem schließt der Standard die Anwendung von Neonikotinoiden aus.

Lidl arbeitet als Mitglied der GLOBALG.A.P.-Arbeitsgruppe zur Environmental Sustainability Solution (ESS) mit 80 weiteren Stakeholdern gemeinsam an einem integrierten Nachhaltigkeitsstandard für Erzeuger. Der GLOBALG.A.P. ESS umfasst neben Biodiversität, Wasser, Klima und Bodengesundheit auch weitere Nachhaltigkeitsaspekte. Dieser Standard für ökologische Nachhaltigkeit soll verschiedene bestehende Zertifizierungen zusammenführen. Geplant ist beispielsweise eine Verbindung des BioDiversity Add-on mit der GLOBALG.A.P. SPRING-Zertifizierung, die sich mit einem verantwortungsvollen Wassermanagement auf landwirtschaftlicher Ebene befasst.

Regionale Produkte

[GRI 204-1]

Transparenz und Regionalität sind weitere Ansatzpunkte in landwirtschaftlichen Lieferketten. Die Handelssparten der Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen sich für kurze Transportwege, frische Produkte, regionale Sortenvielfalt und die Unterstützung heimischer Betriebe ein. Lidl und Kaufland haben daher Programme ins Leben gerufen, um das Angebot an regional oder lokal hergestellten Lebensmitteln in ihren jeweiligen Landesgesellschaften zu fördern und sichtbar zu machen.

2024 wurde beispielsweise ein branchenübergreifendes Herkunftskennzeichen „Gutes aus deutscher Landwirtschaft“ eingeführt, das Produkte kennzeichnet, die in Deutschland produziert und verarbeitet wurden. Bis 2026 werden bei Lidl mehr als 1.000 Artikel mit dem Siegel „Gutes aus deutscher Landwirtschaft“ gekennzeichnet sein. Bei Kaufland sind heute bereits über 1.200 Eigenmarkenprodukte mit dem Siegel „Gutes aus deutscher Landwirtschaft“ oder dem Kaufland-eigenen Logo „Qualität aus Deutschland“ gekennzeichnet.

Auch weitere Landesgesellschaften bei Lidl und Kaufland kennzeichnen ihre Eigenmarken aus nationaler Erzeugung mit entsprechenden Siegeln.

Wasserbezogene Umweltstandards und Umgang

Basierend auf einer Hotspot-Analyse, die 2020 von einem externen Dienstleister durchgeführt wurde, wurden Fokuswarengruppen und Handlungsfelder abgeleitet, in denen Kaufland den Wasserverbrauch und die Wasserverschmutzung anhand definierter Maßnahmen systematisch reduzieren möchte. Auch Lidl analysiert seine Wasserrisiken: Mithilfe des WWF-Wasserrisikofilters fokussiert sich Lidl dabei auf neun Wasserrisikoländer: Spanien, Italien, Griechenland, Portugal, Ägypten, Marokko, Israel, Chile und Südafrika. Zusätzlich werden produktspezifische Wasserkennzahlen verwendet, basierend auf Daten des Water Footprint Networks (WFN). Die Kombination dieser beiden Ansätze ermöglicht die Bewertung der Wasserrisiken verschiedener Länder-Produkt-Kombinationen. Die Ergebnisse dienen als Basis für eine Einstufung des Wasserrisikos in der Lieferkette eines Produkts. Das Vorgehen von Lidl, um die dabei identifizierten Risiken zu adressieren, ist auch hier an das Vier-Säulen-Modell angelehnt: Auswirkungen verstehen, Standards etablieren, Alternativen fördern und Veränderung vorantreiben.

Lidl und Kaufland setzen weiterhin auf Zertifizierungen relevanter Sortimentsbereiche, um einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser sicherzustellen. Dabei werden auch Aspekte der Wassernutzung berücksichtigt. Relevante Standards im Non-Food-Bereich sind für Kaufland Cotton made in Africa® (CmiA), Global Organic Textile Standard und OEKO-TEX® SteP. Für den Non-Food-Bereich ist Lidl Mitglied der Leather Working Group (LWG), des Bündnisses für nachhaltige Textilien sowie Partner von CmiA.

Die Schwarz Produktion nutzt für die Herstellung des eigenen Mineralwassers ausschließlich eigene Mineralwasserquellen. Auch für die Herstellung der Erfrischungsgetränke kommt produktbezogen Mineralwasser aus eigenen Quellen zum Einsatz. Hierfür werden in jedem der sechs Getränkewerke mehrere Tiefbrunnen betrieben. Keine der genutzten Quellen befindet sich in einem Naturschutzgebiet. Die Einhaltung sämtlicher Vorgaben der Mineral- und Tafelwasserverordnung (MTVO) für ihre Mineralwasserquellen in Deutschland bildet für die Schwarz Produktion die Grundlage. Darüber hinaus entsprechen die Quellen Rheinblick am Standort Wörth am Rhein sowie Schlossblick am Standort Leißling den strengeren Kriterien für Premium-mineralwasser nach dem Standard der SGS.

Pestizidmanagement

Die Landwirtschaft verwendet chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel und Düngemittel, die negative Auswirkungen auf die Biodiversität und die Wasserqualität haben können. Hier verfolgen die Handelssparten der Schwarz Gruppe entsprechende Programme zum verantwortungsvollen Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln.

Lidl verringert mit dem für alle Erzeuger verpflichtenden Standard GLOBALG.A.P. IFA konsequent den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln im Obst-, Gemüse-, Blumen- und Pflanzensortiment. Gemeinsam mit ihren Erzeugern und Lieferanten hat die Handelssparte über die Jahre eine Zielvereinbarung entwickelt und verabschiedet. Diese legt eine Reduzierung der Anwendung von Pflanzenschutzmitteln fest. Um das gemeinsame Ziel zu realisieren, wurde das Lidl-Pestizidreduktionsprogramm ins Leben

gerufen. Dieses besteht aus konkreten Lidl-Spezifikationswerten für Wirkstoffrückstände in Verbindung mit sogenannten strategischen Wirkstofflisten, welche kritische Wirkstoffe enthalten, auf die sukzessive verzichtet werden soll. Die Anforderungen gehen weit über branchenspezifische und gesetzliche Standards hinaus und bilden als präventive Maßnahme die Grundlage für sichere und zukunftsfähig angebaute Produkte.

Bereits seit 2006 setzt sich Kaufland mit eigenen Projekten gemeinsam mit Lieferanten für eine integrierte Landwirtschaft und die Reduktion sowie Vermeidung von Pestiziden im Obst- und Gemüseanbau ein. Die Kaufland-Standards gehen dabei über gesetzliche Vorgaben hinaus, indem sie auch zugelassene Wirkstoffe stark einschränken, um den Pestizideinsatz im Anbau so niedrig wie möglich zu halten. Die Allgemeinen Kaufland-Spezifikationen und die Kaufland-Ausschlussliste für besonders gefährliche oder schädliche Pestizide liefern detaillierte Informationen und Handlungsanweisungen. So hält die Ausschlussliste alle Wirkstoffe fest, die durch Kaufland oder internationale Vorgaben (WHO-Listen 1a und 1b und Konventionen von Rotterdam und Stockholm) verboten bzw. ausgeschlossen werden.

Zukunftsfähige Gestaltung unserer Betriebsflächen

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe arbeiten kontinuierlich daran, auf eigenen Betriebsflächen durch gezielte Maßnahmen Lebensräume für Pflanzen und Tiere zu fördern. An u. a. Logistikstandorten, Verwaltungsgebäuden und Filialen werden sukzessive Projekte wie naturnahe Außenanlagen, insektenfreundliche Bepflanzungen oder Dachbegrünungen umgesetzt. Flankierend nutzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe ein ressourceneffizientes Management und wassersparende Technologien, um die Umweltauswirkungen der Standorte zu begrenzen.

Weitere Informationen zur ressourcenschonenden Bauweise von Filialen, Verwaltungsgebäuden und Logistikzentren der Unternehmen der Schwarz Gruppe finden sich im Kapitel Klimaschutz unter Gebäude.

Verantwortungsvoller Umgang mit Wasser [GRI 303-1, 303-2]

Weiterhin arbeitet Lidl daran, den Wasserverbrauch in Filialen, Logistikzentren und Dienstleistungsgebäuden stetig zu reduzieren. Dafür setzt die Handelssparte in Bestands- und Neubauten ihres Immobilienportfolios wassersparende Sanitärobjekte und Armaturen ein. Lidl nutzt spezielle Armaturen und Waschtische mit Lichtsteuerung und Selbstschlussarmaturen sowie Duschen, die mit optimierter Zeiteinstellung nicht notwendigen Wasserverbrauch vermeiden.

Die Schwarz Immobilien Service GmbH & Co. KG gestaltet ein klimaresilientes Quartier nach dem Schwammstadt-Prinzip: durch reduzierte Versiegelung, Dachbegrünung, vorausschauendes Starkregenmanagement sowie eine effiziente Regen- und Grauwassernutzung.

PreZero Polymers betreibt in Österreich in seinem Recyclingwerk eine Abwasserreinigungsanlage zur optimierten Wassernutzung durch mehrmalige Rückführungen des Brauchwassers. PreZero bereitet so etwa 1.500.000 m³ Wasser pro Jahr auf und spart damit circa 95 Prozent des Wasserkonsums.

Der Schutz von Grundwasser ist für PreZero ein wichtiges Thema, insbesondere bei den Deponien. PreZero in Polen beispielsweise geht dabei über die Umsetzung des seit 2018 geltenden Wassergesetzes hinaus: Nicht nur die ISO-Normen 9001 und 14001 werden erfüllt, sondern es wird auch eine Videoüberwachung von Sickerwassertanks eingesetzt.

Wasserverbrauch in den Unternehmen der Schwarz Gruppe

in Kubikmetern

[GRI 303-3]

	2024	2025
Wasserentnahme	38.488.799	41.426.163
davon zurückgeführtes Wasser	31.062.449	33.413.662
Wasserverbrauch gesamt	7.426.351	8.012.501

Kollektive Verantwortung für resiliente Ökosysteme

[GRI 2-25 und 2-29]

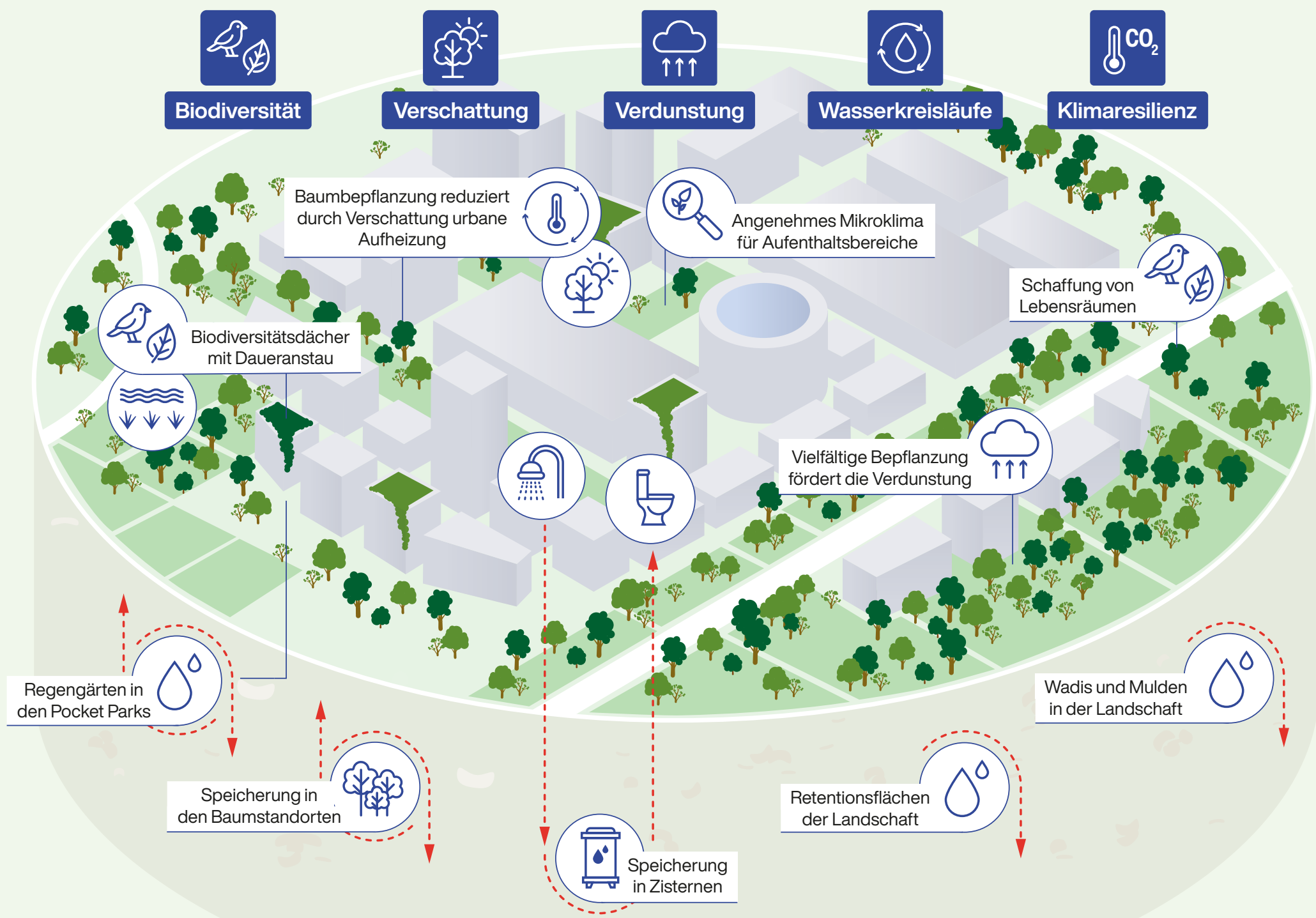
Über einzelne Maßnahmen hinaus engagieren sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam mit Partnern für den Schutz der Biodiversität und den langfristigen Erhalt resilienter Ökosysteme.

Seit 2024 arbeitet Lidl im Rahmen einer langfristigen internationalen Partnerschaft mit dem World Wide Fund for Nature (WWF) zusammen. Schwerpunkte sind Klimaschutz sowie der Schutz der Biodiversität und natürlicher Ressourcen wie Süßwasser. Mehr Informationen finden sich unter [Kooperationen](#).

Weitere Kooperationen tragen dazu bei, dass die Unternehmen der Schwarz Gruppe Artenvielfalt und den Erhalt der Biodiversität fördern können. So wird die Kaufland Stiftung & Co. KG seit 2016 durch die deutsche Bodensee-Stiftung bei der Entwicklung von Biodiversitätsprojekten unterstützt. Sie bewertet Biodiversitätsmaßnahmen und naturbasierte Lösungen für den Klimaschutz und ordnet diese strategisch ein. Gemeinsam mit dem Global Nature Fund und der Bodensee-Stiftung wurde ein Praxistest des Biodiversity Performance Tool (BPT) durchgeführt, das erstmals eine Erfassung und Bewertung der aktuellen Situation in Bezug auf die Artenvielfalt auf landwirtschaftlichen Betrieben ermöglichte.

→ IPAI: Schwammstadt-Konzept

Das sogenannte Schwammstadt-Konzept setzen wir beim Innovation Park Artificial Intelligence (IPAI) in Heilbronn um. So entlasten wir Abwasseranlagen, verbessern die Luftqualität und fördern das Mikroklima. Zusätzlich wird Regenwasser in Zisternen gesammelt, um es zur Bewässerung oder als Löschwasser zu verwenden. Dach- und Fassadenbegrünungen sowie der Erhalt natürlicher Lebensräume in den Außenanlagen sind feste Bestandteile, um einen Beitrag zum Schutz der lokalen Artenvielfalt und Biodiversität zu leisten.



Als Gründungsmitglieder des Food for Biodiversity e. V. setzen sich Lidl und Kaufland für branchenweiten Austausch ein. Über den Verein leisten Vertreter von Unternehmen, Verbänden und Standardgebern aus der Lebensmittelbranche im Rahmen verschiedener Projekte einen Beitrag zum Erhalt der biologischen Vielfalt.

Lidl in Deutschland unterstützt zudem seit 2020 die Bioland Stiftung und fördert dabei zukunftsweisende Landwirtschaftsprojekte, wie beispielsweise Weiterbildungsangebote für Landwirte. Diese werden im Projekt BODEN.BILDUNG zu Bodenpraktikern ausgebildet und lernen, wie sie die Fruchtbarkeit ihrer Böden unter anderem über den Aufbau von Humus fördern können. Ein weiteres Projekt ist HÖFE.BILDEN.VIELFALT, wo praxisnah und individuell vermittelt wird, wie die Landwirte mit entsprechenden Maßnahmen die Artenvielfalt auf ihrem eigenen Hof schützen und fördern können.

Gemeinsam mit dem Leibniz-Institut für Gemüse- und Zierpflanzenbau e. V., der Gemüsering Stuttgart GmbH sowie der Labor Analytica Alimentaria GmbH hatte die Kaufland Stiftung & Co. KG im Jahr 2020 ein wissenschaftliches Projekt gestartet, dass gezielt landwirtschaftliche Praktiken zur Förderung der Bodengesundheit untersucht und umsetzt. Durch die Betreuung von knapp 20 Betrieben aus den Kulturgruppen Obst, Gemüse und Kartoffeln in Deutschland, Polen und Tschechien wurden Biodiversität, Humusgehalt und Bodenfruchtbarkeit analysiert und mit dem Einsatz wissenschaftlicher Erkenntnisse verbessert. Seit 2022 erfolgte auf dieser Basis die Umsetzung bodenfördernder Maßnahmen. Mitte 2025 wurde das Projekt erfolgreich abgeschlossen.

Außerdem engagieren sich die Handelssparten in verschiedenen Multi-Akteurs-Partnerschaften auf nationaler und internationaler Ebene – beispielsweise dem Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO, Lizenznummer Lidl: 3-0049-12-100-00 / Kaufland: 3-0052-12-100-00), dem Forum Nachhaltiges Palmöl, dem Forum Nachhaltiger Kakao, der Sustainable Nut Initiative, der Sustainable Rice Platform (SRP) oder der Sustainable Agricultural Supply Chains Initiative (SASI). Ziel dieser Multi-Stakeholder-Plattformen ist es, gemeinsam mit allen Akteuren der Lieferkette geeignete Maßnahmen und Lösungen für einen verantwortungsvollen Umgang in der Wertschöpfungskette und bei der Rohstoffbeschaffung umzusetzen.

Eine stärkere Ausrichtung auf pflanzliche Proteinquellen ermöglicht eine effizientere Nutzung landwirtschaftlicher Flächen und trägt dazu bei, die biologische Vielfalt zu schützen. Auch über das Sortiment hinaus engagiert sich Lidl für eine bewusste Lebensweise und einen verantwortungsvollen Umgang mit Rohstoffen. Als erster Lebensmittelhändler trat Lidl in Deutschland 2023 dem Verband für alternative Proteinquellen (BALPro) bei. Alle Beteiligten profitieren durch die Mitgliedschaft von einem netzwerkübergreifenden Austausch. Mehr Informationen zu den Zielen in diesem Bereich finden sich unter Bewusste Ernährung und pflanzliche Proteinquellen.

Als Mitglieder der Alliance for Water Stewardship (AWS) übernehmen Lidl und Kaufland Verantwortung für die Ressource Wasser. Durch die Mitarbeit an AWS-Multi-Stakeholder-Arbeitsgruppen können wir gemeinsam aus Pilotprojekten lernen und damit die Skalierung durch unabhängig überprüfbare Standards für den Schutz und die Wiederherstellung gemeinsamer Wasserressourcen vorantreiben. AWS wiederum unterstützt unsere Wertschöpfungsketten dabei, das Verständnis für Wasser als Gemeinschaftsgut und die Notwendigkeit von Kollektivansätzen zu stärken.

In das Engagement werden auch Mitarbeiter eingebunden. So haben Mitarbeiter der Schwarz Produktion im Rahmen einer sportlichen Teamchallenge im Jahr 2025 über einen Zeitraum von vier Wochen App-basiert Kilometer gesammelt. Nach Ende des Aktionszeitraums wurden diese in Bäume umgerechnet. Insgesamt wurden dadurch 3.050 Bäume erlaufen, die Ende 2025 unweit von einem der Standorte gepflanzt wurden.

Renaturierungsmaßnahmen

Als wertvolle Ökosysteme tragen Moore und Feuchtgebiete erheblich zum Klimaschutz bei und erhalten einzigartige Pflanzen- und Tierarten. Mit einem Projekt zur Renaturierung von Mooren setzt sich die Kaufland Stiftung & Co. KG mit Maßnahmen direkt vor Ort für diese wertvollen Ökosysteme ein. Dafür hat die Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG im April 2024 ihre Kräfte mit den Partnern Coca-Cola Europacific Partners und dem Verband Deutscher Naturparke e. V. (VDN) gebündelt: Innerhalb von drei Jahren werden in neun Naturparks in Deutschland insgesamt 500 ha Feuchtgrünland- und Auenberei-

che renaturiert und fünf Moore wiedervernässt. Die Wiedervernässung reduziert nicht nur Emissionen, sondern schützt auch die Artenvielfalt und stellt natürliche Wasserspeicher wieder her. In einem Abschlussbericht nach Projektabschluss Ende 2026 wird Kaufland weitere Erkenntnisse berichten.

Im Berichtsjahr hat Kaufland auch die Kooperation mit der Allianz der Pioniere im Rahmen der toMOORow-Initiative fortgeführt. Die Initiative setzt sich für die Wiedervernässung von Mooren und die Nutzung von Paludi-Biomasse aus nassen Mooren ein, um Klimaschutz und eine möglichst nachhaltige Bewirtschaftung miteinander zu verbinden. Gemeinsam mit OutNature, einem Unternehmen der Schwarz Gruppe, arbeitet Kaufland daran, Pilotprojekte zur Nutzung dieser nachwachsenden Rohstoffe weiter voranzubringen und Verpackungsalternativen zu entwickeln, die Paludi-Biomasse enthalten.

Lidl in Deutschland schützt und fördert seit 2018 aktiv die biologische Vielfalt mit dem Projekt „Lidl Lebensräume“, das 2019 als offizielles Projekt der UN-Dekade Biologische Vielfalt ausgezeichnet wurde. Ziel der 360-Grad-Initiative ist es, Menschen für die bedrohte biologische Vielfalt zu sensibilisieren und zum Schutz von Wildbienen und anderen bestäubenden Insekten beizutragen. Seit 2019 berät die Heinz Sielmann Stiftung die Handelssparte mit wissenschaftlicher Expertise bei der Anlage naturnaher Blühflächen auf Lidl-Grundstücken. Um weitere Lebensräume zu schaffen, wurden seit 2022 zusammen mit der Stiftung 800.000 Quadratmeter Blühflächen angelegt, 100.000 Quadratmeter Moore renaturiert und 100.000 Quadratmeter Streuobstwiesen angelegt. Mit Lidl-Partnern in Deutschland konnte dieser Lebensraum für Insekten auf insgesamt fünf Millionen Quadratmeter erweitert werden.

Social

Wir stellen den Menschen in den
Mittelpunkt unseres Handelns



Mitarbeiter

Strategischer Ansatz

Schwerpunktthemen

Die Mitarbeiter der jeweiligen Unternehmen der Schwarz Gruppe sind ein entscheidender Faktor für den langfristigen Unternehmenserfolg. Als verantwortungsvolle Arbeitgeber stellen wir den Menschen in den Mittelpunkt und schaffen Rahmenbedingungen, die Gesundheit, Sicherheit und Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben unterstützen.

Attraktive Arbeitsbedingungen bilden dafür die Grundlage. Dazu gehören flexible Arbeitsmodelle, eine faire und marktgerechte Vergütung sowie bedarfsgerechte Weiterbildungsangebote. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe fördern gezielt die Entwicklung ihrer Mitarbeiter, unter anderem durch strukturiertes Talent Management, transparente Entwicklungsperspektiven und gelebte Feedback-Kultur. Unser Ziel ist es zudem, Arbeitsumgebungen zu schaffen, die von Vielfalt und Chancengerechtigkeit geprägt sind. Ergänzend sensibilisieren wir die Beschäftigten durch gezielte Initiativen und Aktionen für Nachhaltigkeitsthemen.

Auswirkungen

Für den langfristigen Erfolg der Unternehmen der Schwarz Gruppe sind engagierte und qualifizierte Mitarbeiter von zentraler Bedeutung. Eine hohe Arbeitgeberattraktivität trägt dazu bei, dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, geeignete Mitarbeiter zu gewinnen und langfristig im jeweiligen Unternehmen zu halten. Ein Mangel an gut ausgebildeten und motivierten Arbeitskräften kann Engpässe in einzelnen Fachbereichen zur Folge haben und neben Produktivitätseinbußen auch die Wettbewerbsfähigkeit negativ beeinträchtigen. Vorausschauende Personalentwicklung hat daher einen zentralen Stellenwert für uns, um uns als attraktive Arbeitgeber gegenüber den Beschäftigten und auf dem Arbeitsmarkt zu positionieren. Mit Blick auf Herausforderungen wie Fachkräftemangel und demografischen Wandel sind auch bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildungsangebote wichtig, um qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. Eine ganzheitliche Personalplanung stärkt somit die Zukunftsfähigkeit der Unternehmen. Lidl, Kaufland, die Schwarz Produktion, PreZero und Schwarz Digits werden regelmäßig mit dem „Top Employer“-Siegel durch das Top Employers Institute ausgezeichnet.



Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen

[GRI 2-30, 403-2, 403-3 und 407-1]

Unternehmensgrundsätze, -werte und Führungsleitbilder

Die Haltung der Unternehmen der Schwarz Gruppe basiert auf einer gemeinsam verabschiedeten Unternehmensphilosophie, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt. Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Zugehörigkeit (DE&B) sind feste Bestandteile unseres täglichen Handelns. Alle Mitarbeiter erhalten gleiche Chancen zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung; Diskriminierung wird nicht toleriert. In Deutschland handeln wir im Einklang mit dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) und schulen alle Mitarbeiter in den Unternehmen der Schwarz Gruppe verpflichtend zu dessen Inhalten. Zudem bieten wir allen Mitarbeitern Zugang zu Beschwerdestellen.

In den gemeinsam erarbeiteten Werten der Unternehmen der Schwarz Gruppe haben wir Respekt als zentrale Säule definiert. Darunter verstehen wir ein offenes, anerkennendes und faires Verhalten, das Vielfalt fördert. Für ihre Umsetzung, aber auch um den besonderen Stellenwert einer wertschätzenden Führung zu unterstreichen, beinhalten auch die Führungsleitbilder aller Sparten die Aspekte Respekt und Vielfalt (weiterführende Informationen zu den Werten der Schwarz Gruppe finden sich im Abschnitt [Werte](#)).

Ein ganzheitlicher Ansatz für Vielfalt und Chancengerechtigkeit stärkt die Identifikation der Beschäftigten mit dem jeweiligen Unternehmen und die

Leistungsfähigkeit der Teams. Wir fördern eine Führungskultur, die auf das Miteinander setzt und motiviert. Wir ermutigen unsere jeweiligen Mitarbeiter, ihre vielfältigen Fähigkeiten und Perspektiven, ihr Wissen, ihre Kreativität und Erfahrungen in ihre Tätigkeit einzubringen. Bei der Gestaltung von Karrieremöglichkeiten legen die Unternehmen der Schwarz Gruppe besonderen Wert auf Chancengerechtigkeit und setzen bei Personalentscheidungen und der Weiterentwicklung von Talenten auf anerkannte Auswahlinstrumente und objektive Kriterien.

Den Mitarbeitern bieten wir jeweils ein modernes Arbeitsumfeld zur Unterstützung vielfältiger Lebens- und Arbeitssituationen. Schlüsselemente wie Arbeitszeitmodelle, Arbeitsumgebung sowie betriebliches Gesundheitsmanagement entwickeln wir gemeinsam kontinuierlich weiter. Faire Vergütungssystematiken gelten in allen Sparten und Organisationseinheiten. Entscheidungen treffen wir datenbasiert und fördern die jeweilige interne Transparenz durch ein definiertes Kennzahlenset. Vorhandene Daten und externe Benchmarks helfen uns dabei, jeweilige Handlungsbedarfe abzuleiten und organisatorische Ziele zu erreichen.

Die Lidl Stiftung & Co. KG, die Kaufland Stiftung & Co. KG, Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG und die Landesgesellschaften Slowakei, Polen, Bulgarien, Rumänien und Moldau, die Schwarz Produktion Stiftung & Co. KG, PreZero Service Deutschland GmbH & Co. KG sowie Schwarz Corporate Solutions haben zudem die Charta der Vielfalt – eine Selbstverpflichtung der Wirtschaft zu diesem Thema – oder vergleichbare nationale Initiativen unterzeichnet.

Einhaltung rechtlicher Vorgaben

Eine attraktive Vergütung und insbesondere die Einhaltung des Gleichbehandlungsgrundsatzes bei der Vergütung sind für alle Unternehmen der Schwarz Gruppe essenziell. Wir achten auf die gesetzlichen Vorgaben zur Entgelttransparenz in den jeweiligen Ländern. Jedem Mitarbeiter eines Unternehmens der Schwarz Gruppe steht in diesem Rahmen die Möglichkeit offen, Auskunft über Vergütungsthemen zu erhalten.

Alle Mitarbeiter haben das Recht, Arbeitnehmervertretungen zu bilden und sich in Arbeitnehmerkoalitionen (zum Beispiel Gewerkschaften) zu engagieren. Arbeitnehmervertretungen können sich standortabhängig nach den jeweiligen nationalen Regelungen bilden. Alle Unternehmen der Schwarz Gruppe legen Wert auf eine vertrauensvolle, faire und stetige Zusammenarbeit mit den gewählten Arbeitnehmervertretungen. Die Beteiligung der Arbeitnehmervertretungen erfolgt gemäß den jeweiligen landesrechtlichen Vorgaben. Wir unterstützen zudem kollektive Tarifverhandlungen und die Bindung an Tarifverträge. Die in Tarifverträgen enthaltenen Pflichten halten wir genauso ein wie gesetzliche Vorgaben oder innerbetriebliche Vereinbarungen – beispielsweise Betriebsvereinbarungen mit Betriebsräten in Deutschland.

Nach den Anforderungen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) sind wir verpflichtet, neben einer jährlichen Risikoanalyse unserer Lieferketten auch menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken in unseren jeweiligen eigenen Geschäftsbereichen zu ermitteln. Darüber hinaus stellen alle Sparten Beschwerdemechanismen bereit, die sowohl Mitarbeitern als auch externen

Dritten offenstehen. Dadurch können die Sparten auch anlassbezogen auf potenzielle Risiken reagieren, die möglicherweise aus eingegangenen Hinweisen hervorgehen. Durch verbindliche interne Regelungen soll jeweils gewährleistet werden, dass Hinweisgeber vor Benachteiligung oder Bestrafung aufgrund eines Hinweises geschützt sind.

Kollektivvereinbarungen

Anteil Arbeitnehmer, für die Kollektivvereinbarungen gelten¹



1 | Erfasst wird der Anteil sowohl tariflicher als auch außertariflicher Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarung

Ziele, KPIs und Zielerreichung

Ziel	KPI / Messung	Status	Zielerreichung
Die Unternehmen der Schwarz Gruppe befähigen bis 2030 jährlich 100 Prozent ihrer jeweiligen festangestellten Mitarbeiter durch Schulungen, Aktivierungsaktionen oder Informationsveranstaltungen zu nachhaltigem Handeln in ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich. ¹	Halbjähriges Maßnahmentracking inkl. Umsetzungsgrad (u. a. Reports zu Schulungsquoten; Aktivierungsaktionen; Informationsveranstaltungen; quantitative Feedbackumfragen)		In Erarbeitung

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben sich das Ziel gesetzt, alle Mitarbeiter über ihr Nachhaltigkeitsengagement zu informieren und zielgruppenspezifische Befähigungsmaßnahmen durchzuführen. Wir messen den Fortschritt der Zielerreichung mitunter durch regelmäßige anonyme Mitarbeiterbefragungen.

Die Schwarz Produktion führte die letzte Befragung im Jahr 2025 durch. Die Ergebnisse zeigen, dass sich Teile der Belegschaft gut über das Nachhaltigkeitsengagement informiert fühlen. Gleichzeitig besteht ein erhöhtes Interesse an Unterstützungsangeboten für nachhaltiges Handeln. Hierfür ist künftig ein umfassendes Maßnahmenpaket vorgesehen.

Auch bei Schwarz Corporate Solutions verdeutlichen die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung aus dem Jahr 2025 die hohe Relevanz von Nachhaltigkeit: Zwei Drittel der Befragten bewerten ökologische und soziale Nachhaltigkeitsthemen als wichtig oder sehr wichtig.

PreZero erhebt im Rahmen seiner Arbeitgeberattraktivitätsbefragung gesonderte Fragen zum Thema Nachhaltigkeit. Die Mitarbeiterbefragung wurde in alle Länder ausgerollt.

Lidl führt die Umfrage seit 2023 jährlich durch – zuletzt für das Geschäftsjahr 2025. Bei der Lidl Stiftung & Co. KG bewerteten 73 Prozent der Befragten das CSR-Engagement von Lidl als stark oder sehr stark. Die Mitarbeiter fühlen sich über die Nachhaltigkeitsaktivitäten bereits gut informiert, dennoch würden 85 Prozent gerne noch mehr erfahren. Besonders relevant sind laut der Befragung die Themen „Ressourcen schonen“, „Gesundheit fördern“ und „Fair handeln“. Mehr als 70 Prozent der Befragten möchten sich zukünftig stärker für Nachhaltigkeit bei Lidl engagieren; rund 80 Prozent wünschen sich konkrete Informationen, wie sie im Arbeitsalltag selbst einen Beitrag leisten können.

1 | Das Ziel wurde aktualisiert und tritt ab Geschäftsjahr 2026 in Kraft.

Arbeitgeberauszeichnungen

Lidl

Europa	Belgien	Bulgarien	Dänemark	Deutschland	Estland	Finnland	Frankreich	Griechenland	Irland	Italien
										
Kroatien	Lettland	Litauen	Luxemburg	Malta	Niederlande	Österreich	Polen	Portugal	Rumänien	Schweden
										
Schweiz	Serbien	Slowakei	Slowenien	Spanien	Tschechien	Ungarn	USA	Vereinigtes Königreich	Zypern	
										

Kaufland

Europa	Bulgarien	Deutschland	Kroatien	Moldawien	Polen	Rumänien	Slowakei	Tschechien
								

Schwarz Produktion

Deutschland


PreZero

Portugal	Spanien
	

Mitarbeiter

Managementansätze

Attraktive Arbeitsbedingungen

Organisation und Verantwortung

[GRI 403-4, 404-2 und 404-3]

Die einzelnen Aspekte rund um das Thema Arbeitsbedingungen werden bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe spartenspezifisch von verschiedenen Dienstleistern wahrgenommen. Grundsätzlich ist bei Lidl der Vorstand Personal (wahrgenommen durch den Vorstand Verwaltung) der Lidl Stiftung & Co. KG. Für den Teilaspekt Vergütung ist der Fachbereich Total Rewards der Lidl Stiftung & Co. KG koordinierend tätig, für den Teilaspekt Arbeitsmodelle der Fachbereich Culture & Engagement der Lidl Stiftung & Co. KG. Bei Kaufland liegt der Auftrag für das Thema Vergütung beim Vorstand Personal der Kaufland Stiftung & Co. KG. Gemeinsam mit weiteren Fachbereichen koordiniert der Personalbereich die Weiterentwicklung von

Arbeitszeitmodellen sowie die Entwicklung von Aus- und Weiterbildungskonzepten.

Die Verantwortung für Gesundheits- und Arbeitsschutz sowie Gesundheitsförderung ist bei allen Unternehmen der Schwarz Gruppe umfassend geregelt. Die Prozesse werden jeweils im IT-basierten Geschäftsprozessmanagement definiert. Vom Mitarbeiter bis zur Führungskraft ist jeder Einzelne für die Einhaltung und Umsetzung entsprechender Vorgaben zuständig. Entsprechend der länderspezifischen Gesetzgebung sind jeweils Arbeitsschutzausschüsse eingerichtet, deren Zusammensetzung sich nach dem jeweiligen Landesrecht richtet. Alle Ausschüsse sind gemäß den gesetzlichen Bestimmungen in beratender und koordinierender Funktion in Fragen des Arbeitsschutzes tätig. Das jeweilige Unternehmen der Schwarz Gruppe bestellt nach den landes- und standortspezifischen gesetzlichen Anforderungen Beauftragte für den Arbeitsschutz.

Unsere jeweiligen internen Vertrauenspersonen und Mitarbeiter des betrieblichen Gesundheitsmanagements sind bei sensiblen Anfragen der Mitarbeiter neutrale Ansprechpartner und auch für das Thema Gesundheit wichtige Kontaktpersonen. Darüber hinaus sind Arbeitnehmervertreter wie zum Beispiel Betriebsräte in Deutschland wichtige Ansprechpartner bei sensiblen Themen.

Die Entwicklung und Umsetzung von Aus- und Weiterbildungskonzepten spiegeln sich auch in der Organisationsstruktur wider. Das Thema wird bei allen Unternehmen der Schwarz Gruppe durch den jeweiligen Personalbereich gesteuert. Die Verantwortung für die Weiterentwicklung des einzelnen Mitarbeiters liegt in erster Linie bei der Führungskraft und dem Mitarbeiter selbst. Sie stimmen mit Blick auf aktuel-

le und zukünftige Aufgaben den individuellen Weiterbildungsbedarf und passende Maßnahmen ab. Entsprechende Zuständigkeiten der Führungskräfte sind dabei klar geregelt. Bei Lidl und Kaufland beispielsweise begleiten die Personalabteilungen in den Ländern die Führungskräfte und Fachbereiche durch zielgerichtete Prozesse, Programme und Seminare. In beiden Sparten erhalten die Länder durch den Bereich Talent Management zusätzlich Unterstützung von den Dienstleistungseinheiten. Im Sinne eines nachhaltigen Talent Managements werden mit den Mitarbeitern individuelle Entwicklungspläne erstellt. Auch für Schwarz Corporate Solutions ist ein strategisches Talent Management von zentraler Bedeutung. Die Erstellung individueller Entwicklungspläne erfolgt im Rahmen systematischer Prozesse mit Unterstützung der Personalbereiche.

Durch eine transparente und nachvollziehbare Beurteilungssystematik wird die Leistungsgerechtigkeit gefördert. Im jährlichen Talent-Management-Prozess erhält der Mitarbeiter eine Rückmeldung zu seiner Leistung der vergangenen zwölf Monate. Zusätzlich wird je nach Bedarf ein Entwicklungsplan für das bevorstehende Jahr definiert. Durch diesen Prozess sollen Talente aus den eigenen Reihen identifiziert, Karrieremöglichkeiten aufgezeigt und transparente Karrierepfade geschaffen werden.

Zudem beschäftigen die Unternehmen der Schwarz Gruppe als internationale Unternehmensgruppe Mitarbeiter mit vielfältigen Hintergründen. Ihnen bieten wir ein wertschätzendes Arbeitsumfeld – unabhängig von Alter, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht beziehungsweise geschlechtlicher Identität, körperlichen und geistigen Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung sowie der sexuellen Orientierung oder der sozialen Herkunft.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe denken die Themen Vielfalt und Chancengerechtigkeit entlang zentraler HR-Prozesse mit – von der Personalgewinnung über Onboarding und Bindung bis hin zum Offboarding. Bei Lidl verantworten die jeweiligen Fachbereiche die operative Umsetzung dieser Prozesse, während der Fachbereich „Culture & Engagement INT“ im Ressort Personal der Lidl Stiftung & Co. KG das Thema im Berichtsjahr koordinierte. Bei Kaufland, PreZero und Schwarz Corporate Solutions ist es direkt beim Vorstand Personal der jeweiligen Einheit angesiedelt. Mit der übergeordneten Koordination sind jeweils die internationalen Personalbereiche beauftragt. Die Landesgesellschaften setzen die ausgearbeiteten Rahmenbedingungen sowie gegebenenfalls zusätzliche länderspezifische Maßnahmen um und erheben Kennzahlen zur Steuerung und Bewertung von Vielfalt und Chancengerechtigkeit. Bei der Schwarz Produktion verantworten das Thema Vielfalt die Geschäftsleitungen, die Personalabteilungen sowie die Führungskräfte. Bei Schwarz Digits wird das Thema Diversity aktuell für die gesamte Sparte Schwarz Digits vom Bereich HR der Schwarz IT auftragsgemäß bearbeitet.

Stakeholdereinbindung

[GRI 406-1]

Die Mitarbeiter sind in Bezug auf unsere Arbeitsbedingungen die wichtigste Stakeholdergruppe. Ihre Meinung ist uns wichtig und fließt in unsere jeweilige Personalarbeit ein. Mit verschiedenen Austausch- und Feedbackformaten erheben wir regelmäßig Einschätzungen zur Zufriedenheit der Beschäftigten.

In Hinblick auf Aus- und Weiterbildung sowie Aktivierungskonzepte sind eigene Mitarbeiter und Führungskräfte die zentrale Stakeholdergruppe. Darüber hinaus sind die Unternehmen der Schwarz Gruppe dazu auch im Austausch mit externen Partnern und Institutionen. Im Kontext der Einstiegsprogramme sind dies beispielsweise Industrie- und Handelskammern sowie Berufs- und duale Hochschulen. Spartenübergreifend bestehen zudem Kooperationen mit Schulen und Hochschulen sowie eine fortlaufende Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit, insbesondere im Zusammenhang mit der Beschäftigung von Drittstaatlern.

Auch bei der Förderung von Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Zugehörigkeit sind unsere Mitarbeiter unsere wichtigsten Stakeholder. Neben den Führungskräften sind das grundsätzlich die jeweiligen Personalbereiche und – abhängig von landesspezifischen Bestimmungen oder örtlichen Gegebenheiten – auch die Arbeitnehmervertretungen: beispielsweise standortabhängig bei Lidl, Kaufland, PreZero und der Schwarz Produktion sowie bei Schwarz Corporate Solutions und Schwarz Digits. Darüber hinaus sind in den meisten Unternehmen der Schwarz Gruppe Vertrauenspersonen benannt, die als neutrale und unabhängige Ansprechpartner fungieren. Sie stehen allen Mitarbeitern und Führungskräften bei Anliegen und Fragen zu Personalthemen zur Verfügung: Dazu zählen unter anderem Vielfalt, Chancengerechtigkeit, Konflikte sowie persönliche Probleme, die sich auf die Arbeit auswirken. Für Hinweise zu möglichen Diskriminierungsfällen können sich alle Beschäftigten über die offiziellen Meldekanäle der Sparten melden.

Auch öffentlich stehen wir für Vielfalt und Chancengerechtigkeit ein: Lidl engagiert sich seit 2020 als Teil des internationalen LEAD Network (LEAD = Leading Executives Advancing Diversity) auch über die eigenen Unternehmen hinaus für Frauen in Führungspositionen in der europäischen Handels- und Konsumgüterbranche. Durch die Mitgliedschaft bekommen alle Mitarbeiter bei Lidl einen kostenfreien Zugang zur Website des Netzwerks: Dort können sie sich unternehmensübergreifend austauschen oder an verschiedenen Webinaren teilnehmen. Um die Chancen von Frauen weiter zu stärken, hat Lidl die UN-Initiative „Women’s Empowerment Principles“ (WEP) unterzeichnet. Die WEP ist die erste globale Initiative zur systematischen Förderung und Stärkung von Frauen in Unternehmen. Kernpunkte der Initiative sind gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit, die Förderung von Maßnahmen zur Stärkung von Frauen und eine Null-Toleranz-Politik gegenüber sexueller Belästigung am Arbeitsplatz.

Gesamtbelegschaft¹⁻³

[GRI 2-7]

	GJ	Lidl	Kaufland	PreZero	Schwarz Produktion	Schwarz Digits	SCOS	Unternehmen der Schwarz Gruppe
Gesamtanzahl Mitarbeiter	2025	395.362	162.458	28.213	6.378	8.443	3.625	604.479
Davon Vollzeitbeschäftigte	2025	180.063	74.902	24.500	5.400	7.211	2.761	294.644
Nach Geschlecht								
weiblich	2025	95.340	47.212	4.130	1.016	1.661	1.390	150.720
männlich	2025	84.706	27.689	20.371	4.383	5.550	1.371	143.906
divers	2025	17	1	0	0	0	0	18
Davon Teilzeitbeschäftigte ⁴	2025	215.244	87.556	3.713	636	830	864	309.025
Nach Geschlecht								
weiblich	2025	145.866	67.493	1.291	281	525	782	216.340
männlich	2025	69.330	20.058	2.422	355	304	82	92.632
divers	2025	48	5	0	0	0	0	53

1 | Aufgrund von Änderungen in der Definition zur Annäherung an die Jahresabschluss-Vorgaben inkludiert unsere Mitarbeiteranzahl für das GJ 25 auch Langzeitabwesende sowie Arbeitnehmer in Mutterschutz. Bei der Aufteilung nach Beschäftigungsverhältnis, Geschlecht und Altersgruppe wurden entsprechende Hochrechnungen vorgenommen.

2 | Die Erhebung der Belegschaftszahlen in der gesamten Tabelle erfolgt nach Köpfen.

3 | Nicht alle Gesellschaften der einzelnen Sparten können eine vollumfängliche Datenmeldung im Bereich Personal abgeben. Daher ergibt die Summe der granularen Beschäftigungszahlen nicht die Gesamtanzahl der Mitarbeiter.

4 | Als Teilzeitbeschäftigte gelten Mitarbeiter mit Arbeitszeitanteil kleiner 100 Prozent. Liegt keine nationale Regelung vor, gilt Teilzeit bei Vertragsstunden kleiner 163 Stunden/Monat.

Maßnahmen und Projekte

Einstiegsprogramme und Ausbildung
[GRI 404-2]

Alle Unternehmen der Schwarz Gruppe bieten eine klassische duale Ausbildung an. Darüber hinaus bestehen bei Lidl, Kaufland und Schwarz Digits zusätzliche Programme für Abiturienten.

Um Studenten einen attraktiven Einstieg zu ermöglichen, bieten alle Sparten die Möglichkeit eines dualen Hochschulstudiums an, teilweise ergänzt durch Programme für externe Studenten. Die Anzahl und Art der Studiengänge variieren je nach Bedarf und bei Lidl und Kaufland auch nach landes-individueller Verfügbarkeit eines entsprechenden Systems. Alle Sparten bieten insgesamt über 20 Studiengänge an. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Deutschland. Seit dem Studienjahr 2023 können unsere Studenten in Deutschland im Studiengang „BWL-Food Management“ auch den Schwerpunkt Nachhaltigkeit belegen und die Duale Hochschule Baden-Württemberg bietet seitdem den Studiengang „BWL-Technical Management: Wertstoffmanagement und Recycling“ an. Bei Lidl befanden sich zum Stichtag 30.11.2025 7.316 Menschen in der dualen Ausbildung sowie 526 im dualen Studium.

Grundsätzlich werden alle Auszubildenden und Studenten in Unternehmen der Schwarz Gruppe intensiv betreut und erhalten teilweise die Möglichkeit eines innerbetrieblichen Unterrichts, zum Beispiel in eigenen Lehrwerkstätten. Die umfangreiche Prüfungsvorbereitung und die Zuständigkeiten können dabei je nach Sparte und Land individuell ausgestaltet sein. Im Ausbildungsjahr 2023 wurden neue „Blended Learning“-Formate in den Unterricht

Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis

[GRI 2-7]

	2025	
	Unbefristet	Befristet
Gesamtanzahl Mitarbeiter ¹⁻³	548.312	55.361
Nach Geschlecht		
weiblich	338.433	28.624
männlich	209.820	26.723
divers	57	14
Nach Region ⁴		
Deutschland	198.366	15.370
International	349.946	39.991

Angestelltenfluktuation

[GRI 401-1]

	2025 Rate ⁵
Ausgetretene Mitarbeiter gesamt ⁶⁻⁸	18,0 %
Nach Geschlecht	
weiblich	15,6 %
männlich	21,8 %
divers	50,7 %

- 1 | Aufgrund von Änderungen in der Definition zur Annäherung an die Jahresabschluss-Vorgaben inkludiert unsere Mitarbeiteranzahl für das GJ 25 auch Langzeitabwesende sowie Arbeitnehmer in Mutterschutz. Bei der Aufteilung nach Beschäftigungsverhältnis, Geschlecht und Altersgruppe wurden entsprechende Hochrechnungen vorgenommen.
- 2 | Nicht alle Gesellschaften der einzelnen Sparten können eine vollumfängliche Datenmeldung im Bereich Personal abgeben, daher ergibt die Summe nach granularen Beschäftigungszahlen nicht die Gesamtanzahl der Mitarbeiter.
- 3 | Die Erhebung der Belegschaftszahlen in der gesamten Tabelle erfolgt nach Köpfen.
- 4 | Zu der Region „Deutschland“ werden Lidl in Deutschland, Lidl Stiftung, Kaufland in Deutschland, Kaufland Stiftung, PreZero in Deutschland, PreZero Stiftung, Schwarz Produktion, Schwarz Digits und Schwarz Corporate Solutions gezählt. Mitarbeiter der Lidl Stiftung, von Schwarz Produktion und Schwarz Digits, die in Auslandsgesellschaften tätig sind, werden der Region „International“ zugeordnet.

- 5 | Die Mitarbeiterfluktuation wird als Verhältnis der ausgetretenen Mitarbeiter zur durchschnittlichen Mitarbeiterzahl berechnet.
- 6 | Erfasst werden alle Mitarbeiter ohne Aushilfen, Praktikanten, Werkstudenten, Diplomanden, die im jeweiligen GJ Unternehmen der Schwarz Gruppe verlassen haben. Wechsel zwischen den Unternehmen der Schwarz Gruppe werden als Austritte erfasst. Nicht als Austritt zählen Mitarbeiter, die aufgrund eines Betriebsübergangs zwischen den Unternehmen der Schwarz Gruppe wechseln. Bei Lidl sind abweichend davon alle Mitarbeiter mit einer Befristung unter sechs Monaten nicht inbegriffen, ebenso werden Wechsel innerhalb der Sparte Lidl nicht gezählt.
- 7 | Die Erhebung der Belegschaftszahlen in der gesamten Tabelle erfolgt nach Köpfen.
- 8 | Abweichungen zum Nachhaltigkeitsbericht GJ 2024 ergeben sich durch nachträgliche Korrekturen aufgrund zusätzlicher Datenverfügbarkeiten.

integriert, die moderne und zukunftsorientierte Lernformen nutzen. In der Lehrwerkstatt der Sparte Schwarz Digits etwa können Auszubildende oder Abiturienten im Turbo-IT-Programm ihr theoretisches Wissen mit praxisnahen Beispielen verknüpfen, experimentieren und erste Verantwortung in IT-Projekten übernehmen.

Um eine hohe Ausbildungsqualität zu gewährleisten, setzen alle Sparten Formate zur Befähigung von Ausbildungsbeauftragten und fachlichen Betreuern um. Ein Beispiel hierfür ist das modulare Schulungsprogramm von Schwarz Corporate Solutions mit einer spartenübergreifenden Netzwerkveranstaltung. Inhalte des Programms sind Problemlösekompetenzen als Schlüssel zum Erfolg, Resilienzförderung sowie Tipps und Tricks zum nachhaltigen Lernerfolg.

Das Programm „Ready2GrowTogether“ umfasst einen gemeinsamen Onboarding-Tag für alle neuen Auszubildenden und dual Studierenden in und um Neckarsulm, der in der ersten Woche am Bildungscampus stattfindet. Im Mittelpunkt stehen die Vermittlung der Unternehmenswerte sowie Einblicke in die Zusammenarbeit der einzelnen Sparten. Ebenfalls zur Förderung des spartenübergreifenden Austauschs und der Wissensvermittlung findet jährlich die Veranstaltung „Schwarz Gruppe erleben“ für Studierende im letzten Studienjahr statt. Darüber hinaus organisiert Schwarz Corporate Solutions spezifische Angebote für Trainees (TraineeSConnect), betreuende Rollen (EDUnet) und externe Teilnehmer.

Wie alle anderen Mitarbeiter haben auch Auszubildende und Studenten die Möglichkeit, sich bei Fragen und Beschwerden jederzeit an die zuständigen

Personalbereiche, den Betriebsrat (wo gegeben) und die benannten Aus- und Weiterbildungsleiter sowie Vertrauenspersonen zu wenden. Bei Kaufland in Deutschland, PreZero Deutschland, der Schwarz Produktion sowie Schwarz Digits gibt es zudem zum Teil eigene Jugend- und Auszubildendenvertretungen.

2026 erhielten die Unternehmen der Schwarz Gruppe den Employer Branding Award für ihr Projekt „EDUnet: Das Netzwerk für Ausbildungserfolg“. Es verfolgt das Ziel, die Qualität der betrieblichen Ausbildung durch die gezielte Qualifizierung von Ausbildungsverantwortlichen zu stärken. Im Mittelpunkt steht die Professionalisierung der jeweiligen Bezugspersonen, die eine zentrale Rolle für die Bindung von Auszubildenden und dual Studierenden einnehmen. Das Angebot ist passgenau auf die unterschiedlichen Rollen und Anforderungen der Zielgruppe ausgerichtet. Im Jahr 2025 nahmen rund 200 Verantwortliche an den Angeboten teil.

Im Jahr 2024 haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe die sogenannte TalentSphere als digitales Format zur Berufsorientierung und Talentsprache gestartet. In einem virtuellen Raum werden Ausbildungs-, Studien- und Einstiegsmöglichkeiten der Unternehmensgruppe gebündelt und zielgruppengerecht dargestellt. Ziel ist es, insbesondere jungen Menschen einen strukturierten Einblick in Tätigkeitsfelder, Entwicklungswege und Rahmenbedingungen in den Unternehmen der Schwarz Gruppe zu ermöglichen. Die TalentSphere ergänzt bestehende Informations- und Dialogformate und unterstützt eine transparente und frühzeitige Orientierung zu beruflichen Perspektiven. Für dieses Projekt wurde die Schwarz Corporate Solutions KG mit dem TRENDENCE Award für die „Beste Schüler:innen-

Kampagne“ und dem HR Excellence Award ausgezeichnet. Zudem erhielt die Schwarz Corporate Solutions KG für ihren Ansatz der Young Talent Journey Gold beim Deutschen Personalwirtschaftspreis 2025 in der Kategorie „Ausbildung & Duales Studium“.



→ Lidl in Deutschland: Auszeichnung als Ausbildungsunternehmen

Lidl in Deutschland hat für den Zeitraum 2026/2027 die „Great Start!“-Zertifizierung des Instituts Great Place to Work erhalten. Die Auszeichnung basiert auf einer anonymen Befragung von Auszubildenden, Teilnehmenden an Abiturientenprogrammen sowie dual Studierenden und spiegelt deren Einschätzung der Ausbildungsbedingungen wider. In der repräsentativen Befragung zu Themen wie Glaubwürdigkeit, Fairness, Teamgeist, Stolz und Respekt erzielte Lidl sehr gute Bewertungen und wurde bereits zum zweiten Mal als einer der Top-Ausbilder ausgezeichnet.

Einarbeitung und Weiterbildung

Neue Mitarbeiter erhalten in den Unternehmen der Schwarz Gruppe eine ausführliche Einarbeitung. An den Verwaltungsstandorten umfasst diese teilweise einen praxisnahen Einstieg zu Beginn der Tätigkeit, beispielsweise durch Einblicke in das Filialgeschäft bei Lidl oder Kaufland beziehungsweise – im Fall von PreZero – in operative Prozesse der Sammlung, Sortierung und des Recyclings von Wertstoffen. Auch Filialmitarbeiter werden durch strukturierte Einarbeitungsmaßnahmen gezielt auf ihre Tätigkeit vorbereitet.

Die Ausgestaltung der Weiterbildungsmöglichkeiten erfolgt bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe individuell. Dementsprechend stellen alle Unternehmen umfangreiche Weiterbildungsprogramme für ihre Mitarbeiter bereit, die den individuellen Bedürfnissen gerecht werden und die gezielte Entwicklung der Belegschaft unterstützen. Dafür setzen sie neben Präsenzveranstaltungen auch auf E-Learning-Konzepte. Dabei werden auch branchenspezifische Themen durch die einzelnen Sparten berücksichtigt. So werden bei Schwarz Digits sowohl traditionelle als auch KI-gestützte Lernformate rund um wettbewerbsrelevante IT-Inhalte konzipiert und angeboten. Über die Data & AI Academy steht den Mitarbeitern ein breit gefächertes Angebot zur Verfügung.

Als Bestandteil einer umfassenden Qualifizierung bieten die Unternehmen der Schwarz Gruppe teilweise Programme zur Job-Rotation an. Mitarbeiter übernehmen dabei für einen Zeitraum von bis zu zwei Jahren in einem anderen Funktionsbereich Fach- oder Führungsverantwortung. Hierbei sammeln sie insbesondere fachbereichsübergreifende Erfahrungen. Die Lidl Stiftung & Co. KG bietet

die Job-Rotation auch auf internationaler Ebene an. Dies dient Mitarbeitern ab der Junior-Ebene dazu, sich auch im Ausland persönlich weiterzuentwickeln und den internationalen Austausch voranzutreiben. Der Auslandsaufenthalt ist auf 12 bis 24 Monate angelegt, in denen die Teilnehmer einen Sprachkurs absolvieren, in die Tätigkeiten vor Ort eingearbeitet werden und anschließend eigenverantwortlich verschiedenen Arbeiten nachgehen. Von diesem Austausch profitieren auch die Lidl Landesgesellschaften. 2025 nahmen zum Stichtag der Datenerhebung (30.11.2025) 180 Mitarbeiter an dem Job-Rotation-Programm teil.

Feedback und Entwicklung

Die Führung bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe basiert auf unseren gemeinsam festgelegten Werten: Leistung, Respekt, Vertrauen, Bodenständigkeit und Verbundenheit. Diese Werte leiten unser Handeln und sind das Fundament, auf dem wir gemeinsam jeden Tag eine Kultur gestalten, die den Menschen im Mittelpunkt sieht, Innovation fördert und nachhaltigen Erfolg schafft. Es ist die Aufgabe jeder Führungskraft, ihr eigenes Handeln konsequent an unseren Werten auszurichten und die Werte für unsere Mitarbeiter erlebbar zu machen. Wir sind Botschafter und Vorbilder in allem, was wir tun, und durch die Art und Weise, wie wir es tun.

Bei Lidl in Deutschland haben alle Führungskräfte 2024 Werteschmieden in ihren Teams durchgeführt. In diesen Workshops haben sich die Teams zu den Werten ausgetauscht, ihren Standpunkt reflektiert und Maßnahmen definiert, um die Werte im Arbeitsalltag mit noch mehr Leben zu füllen und sie für alle erlebbar zu machen. Im Anschluss daran haben

im Jahr 2025 alle Teams bei Lidl in Deutschland im Rahmen eines „Werte Recaps“ erneut über die definierten Maßnahmen aus den Werteschmieden gesprochen und deren weitere Umsetzung sowie neue Maßnahmen definiert, um die Unternehmenswerte noch stärker in der Zusammenarbeit zu verankern.

Das in allen Unternehmen der Schwarz Gruppe angebotene Führungskräfte-Feedback gibt Führungskräften die Möglichkeit, von den Mitarbeitern eine transparente Rückmeldung zu ihrem Führungsverhalten zu bekommen. Das Feedback basiert auf den Leadership Principles sowie den dahinterstehenden fünf Unternehmenswerten und umfasst 20 Fragen. Es wird zusammen mit einem externen Dienstleister erhoben.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe legen Wert auf ein strukturiertes Talent Management für alle Mitarbeiter. Es umfasst die systematische Planung, Implementierung und Steuerung von Prozessen zur Identifizierung, Entwicklung, Bindung und optimalen Nutzung der Fähigkeiten und Potenziale der Mitarbeiter im Einklang mit den Unternehmenszielen. Bei Kaufland identifiziert der jährliche Talent-Management-Prozess Talente, zeigt Entwicklungsperspektiven auf und schafft nachvollziehbare Karrierepfade. Im Zentrum steht dabei stets das Mitarbeitergespräch: Führungskraft und Mitarbeiter erarbeiten gemeinsam einen Entwicklungsplan. Lidl hat zahlreiche Programme und Maßnahmen etabliert, um ein Umfeld zu schaffen, in dem sich die Belegschaft laufend weiterentwickeln kann. Bei der Wahl von Fortbildungsmaßnahmen können die Mitarbeiter und Führungskräfte von Lidl auf ein umfangreiches Weiterbildungsangebot aus Schulungen, Seminaren, Trainings, Workshops und E-Learnings zurückgreifen.

EnvironmentSocialGovernanceGRI-IndexVermerk des WirtschaftsprüfersImpressum

Die Schwarz Produktion ermöglicht in den jährlichen Mitarbeitergesprächen einen intensiven Austausch zwischen Mitarbeiter und Führungskraft und schafft so Raum für gegenseitiges Feedback.

Bei Schwarz Corporate Solutions nutzten im Jahr 2025 mehr als 65 Prozent der Mitarbeiter und Führungskräfte mindestens eine individuelle Entwicklungsmaßnahme. Zudem wurden in über 90 Teams gezielte Teamentwicklungsmaßnahmen durch den Bereich Personalentwicklung durchgeführt.

1 | Aufgrund von Änderungen in der Definition zur Annäherung an die Jahresabschluss-Vorgaben inkludiert unsere Mitarbeiteranzahl für das GJ 25 auch Langzeitabwesende sowie Arbeitnehmer in Mutterschutz. Bei der Aufteilung nach Beschäftigungsverhältnis, Geschlecht und Altersgruppe wurden entsprechende Hochrechnungen vorgenommen.

2 | Erfasst werden alle Mitarbeiter unabhängig von einer zeitlichen Befristung, die im jeweiligen GJ von den Unternehmen der Schwarz Gruppe neu eingestellt wurden (Ersteintritt). Die Erhebung der Belegschaftszahlen in der gesamten Tabelle erfolgt nach Köpfen.

3 | Zu der Region „Deutschland“ werden Lidl in Deutschland, Lidl Stiftung, Kaufland in Deutschland, Kaufland Stiftung, PreZero in Deutschland, PreZero Stiftung, Schwarz Produktion, Schwarz Digits und Schwarz Corporate Solutions gezählt. Mitarbeiter der Lidl Stiftung, Schwarz Produktion und Schwarz Digits, die in Auslandsgesellschaften tätig sind, werden der Region „International“ zugeordnet.

Neueinstellungen^{1,2}

[GRI 401-1]

	Anzahl	2025 Anteil
Insgesamt neu eingestellte Mitarbeiter	136.890	100,0 %
Nach Alter		
Altersgruppe < 30 Jahre	86.379	63,1 %
Altersgruppe >30 bis <50 Jahre	42.644	31,2 %
Altersgruppe > 50 Jahre	7.867	5,7 %
Nach Geschlecht		
weiblich	71.047	51,9 %
männlich	65.808	48,1 %
divers	36	— %
Nach Region ³		
Deutschland	39.974	29,2 %
International	96.916	70,8 %

Führungskräfteentwicklung

Ein wichtiger Bestandteil von Talent Management ist die Entwicklung von Führungskräften. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe fördern diese Entwicklung hin zu Führungsebenen durch entsprechende Angebote. Der Weg in eine Führungsposition steht bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe grundsätzlich allen Beschäftigten offen. Das Geschäftsjahr 2025 wurde mit einem Anteil von 41,5 Prozent (Vorjahr: 41,3 Prozent) Frauen in Führungspositionen in den Unternehmen der Schwarz Gruppe abgeschlossen. Damit liegt der Wert insgesamt leicht über dem Vorjahr. Bei Kaufland verantworten weibliche Führungskräfte mehr als die Hälfte der Führungspositionen über alle Länder hinweg.

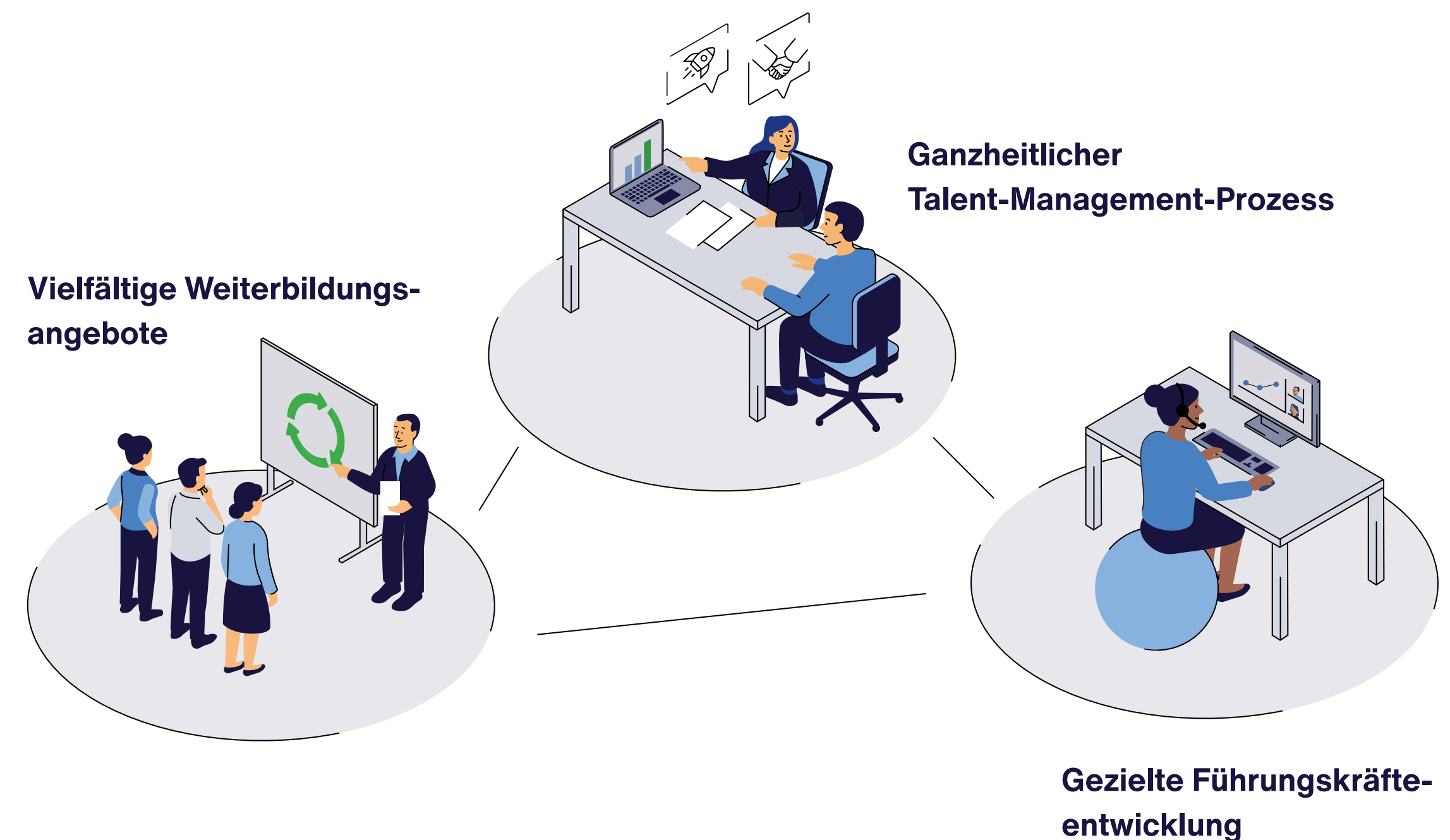
Um geeignete Mitarbeiter zu Teamleitern, Bereichsleitern oder Geschäftsführern weiterzuentwickeln, hat Lidl 2020 einen länderübergreifenden Prozess zur Führungskräfteentwicklung auf allen Ebenen implementiert. In verschiedenen Entwicklungstagen und Seminarreihen werden potenzielle Führungskräfte zu Themen wie zielgerichteter Kommunikation und Leadership geschult, um sie künftig für weiterführende Aufgaben zu qualifizieren.

Mit einer ebenfalls modular aufgebauten Qualifizierung vermittelt Kaufland Führungskräften seine Unternehmenswerte und Führungsinstrumente. Damit fördert die Sparte ein ganzheitliches Verständnis für die neue Aufgabe. Es gibt Entwicklungsprogramme für alle Ebenen – von Nachwuchsführungskräften bis zur Geschäftsführung.

Auch in der Schwarz Produktion gibt es verschiedene Angebote für Führungskräfte, um sie in ihrer Qualifizierung und der Ausübung ihrer Funktion zu unterstützen. Um geeignete Mitarbeiter zu Führungskräften weiterzuentwickeln, hat die Schwarz Produktion die Entwicklungsprogramme Basic, Advanced und Professional etabliert, die eine Standortbestimmung, Trainingsmodule und Coachings beinhalten.

PreZero nutzt für die Entwicklung von Führungskräften neben dem internationalen Development Center ein internationales modulares Führungskräfteentwicklungsprogramm, unter anderem für die Geschäftsführungsebene. Neben den internationalen Bausteinen verfügen die PreZero-Landesgesellschaften über separate Entwicklungsprogramme für Führungskräfte, wie zum Beispiel die Leadership School in Spanien und Portugal und die Leadership Academy in Polen. Ergänzend zu den standardisierten Programmen gibt es zahlreiche individuelle Maßnahmen zur gezielten Entwicklung von Führungskräften, zum Beispiel Coachings.

Bei Schwarz Corporate Solutions und Schwarz Digits durchlaufen neue Führungskräfte in ihrem ersten Tätigkeitsjahr berufsbegleitend das „Leadership Essentials Programm“, das Praxis-Workshops mit Schulungen kombiniert. Bei Schwarz Corporate Solutions werden Führungskräfte gezielt durch ein modulares Entwicklungsprogramm entlang der Dimensionen Lead yourself, Lead others und Lead the business gefördert.



Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
[GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-5, 403-7 und 404-2]

Bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe hat der Schutz der körperlichen, mentalen und sozialen Gesundheit der Mitarbeiter einen hohen Stellenwert. Lidl, Kaufland, PreZero, die Schwarz Produktion und Schwarz Corporate Solutions haben im Berichtszeitraum ihren Arbeitsschutz weiter ausgebaut und gestärkt.

Die Prozesse zum Thema Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind bei nahezu allen Unternehmen der Schwarz Gruppe im IT-basierten Geschäftsprozessmanagement und in der Software ARIS definiert. Sie orientieren sich eng an den Anforderungen der Norm ISO 45001 für Arbeitsschutzmanagementsysteme. Bei den Kaufland Fleischwerken sind zudem alle Werke in Deutschland seit 2012 mit dem Gütesiegel „Sicher mit System“ der Berufsgenossenschaft ausgezeichnet, welches ebenso an die ISO 45001 angelehnt ist. Das Arbeitsschutzmanagementsystem der Schwarz Immobilien Service GmbH & Co. KG wurde im November 2024 von der Verwaltungsberufsgenossenschaft mit dem Gütesiegel „AMS – Arbeitsschutz mit System“ versehen. Es wird regelmäßig durch interne Audits überprüft und optimiert. Bei Kaufland sind zudem die Filialen und Logistikzentren in Kroatien nach ISO 45001 zertifiziert; bei Lidl ist dies in Irland und Nordirland der Fall.

PreZero implementiert ein einheitliches Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagementsystem, um Verantwortlichkeiten und Dokumentationsprozesse länderübergreifend zu harmonisieren. Der Roll-out soll im Jahr 2026 abgeschlossen sein.

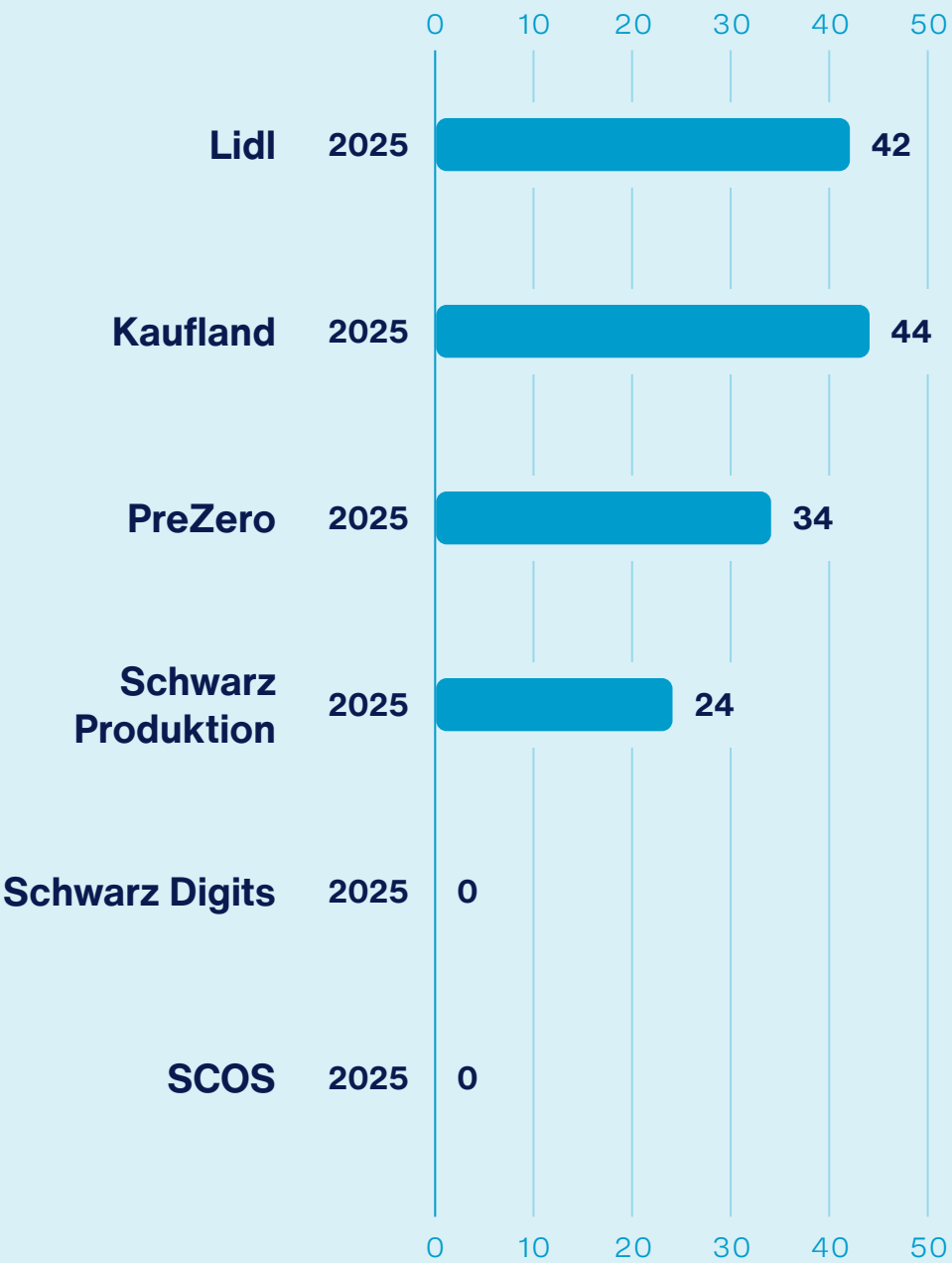
Die Schwarz Produktion setzt für die Produktionsbetriebe ein IT-basiertes Tool für Aspekte rund um Environment, Health und Safety (EHS) ein. Dieses erlaubt es, sämtliche Dokumentationen wie Gefährdungsbeurteilungen, Betriebsanweisungen und Gefahrstoffkataster zu erstellen, zu aktualisieren und allen Auftraggebern digitaler Form zur Verfügung zu stellen. Ergänzend dazu wird auch das Rechtskataster für EHS-relevante Pflichten bei der Schwarz Produktion über ein weiteres IT-basiertes Tool abgebildet.

Zur Vermeidung von Arbeitsunfällen setzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe auf unterschiedliche Maßnahmen. Prävention und der Ausbau von Sicherheitsmaßnahmen spielen eine entscheidende Rolle und wirken sich auf alle Aktivitäten des Arbeitsschutzes aus. Kommt es zu einem Arbeitsunfall oder einem Beinaheunfall, wird bei Bedarf eine detaillierte Analyse der Unfallursache durchgeführt und geeignete Präventionsmaßnahmen werden abgeleitet. Bei der Schwarz Produktion zählen zu diesen Maßnahmen beispielsweise auch die Erstellung von EHS-Monatsthemen zur Kommunikation, etwa in Form von Artikeln oder Videos, sowie Sicherheitsmeldungen. Diese werden werkübergreifend zur proaktiven Risikobewertung geteilt.

Anzahl Arbeitsunfälle

Arbeitsunfälle pro 1.000 Vollzeitkräfte

[GRI 403]



Auch PreZero hat die Unfallprävention konsequent weiterentwickelt: Nach der erfolgreichen gemeinsamen Implementierung eines internationalen Meldeprozesses wurden nun einheitliche KPIs etabliert. Diese ermöglichen es, präventive Maßnahmen noch gezielter abzuleiten und die Sicherheit der Mitarbeiter zu gewährleisten. Auf Basis langjähriger Erfahrung antizipieren die Landesgesellschaften gemeinsam potenzielle Gefahrenquellen. Das Absicherungsniveau an den Standorten wird regelmäßig auditiert und bei Bedarf angepasst. Zentraler Bestandteil der H&S-Strategie ist dabei eine proaktive Sicherheitskultur. Hierzu wurde im vergangenen Geschäftsjahr das Kulturwandelprogramm „PreVent“ international ausgerollt und durch den Austausch von Best Practices für Kommunikationskampagnen ergänzt.

In Murcia (Spanien) hat PreZero zudem das bestehende Hitzeprotokoll für die Bereiche Straßenreinigung und Abfallwirtschaft verstärkt. Im Rahmen der von März bis September laufenden Kampagne „Frente al Calor“ werden Arbeitszeiten und Pausenregelungen angepasst, um die Mitarbeiter besser vor hitzebedingten Belastungen zu schützen. Ergänzend kommen intelligente Armbänder zum Einsatz, die frühzeitig auf Anzeichen von Hitzestress hinweisen. Schulungen sowie begleitende Informationsmaterialien unterstützen die Prävention und Sensibilisierung der Beschäftigten.

Bei Kaufland wurden auf Basis von Arbeitssicherheitsanalysen, die an fünf Logistik-Verteilzentren durchgeführt wurden und Verbesserungspotentiale in der Handhabung der Arbeitssicherheit, der Kommunikation und der Maßnahmenableitung aufgezeigt haben, im Berichtszeitraum an zwei

Verteilzentren Best-Practice-Workshops durchgeführt. Ziel war es, im Auftrag und gemeinsam mit den Logistik-Verteilzentren passende Prozesse zur Verbesserung der Arbeitssicherheit zu entwickeln. Folgende Maßnahmen wurden beschlossen: Validierung der Arbeitssicherheitsorganisation je Land, Einführung einer Management-Sicherheitsbesprechung, Optimierung der Unfallsofortmeldung durch Digitalisierung, Einführung eines Regelaustausches über alle Länder zum Austausch von Best-Practice-Ansätzen und Erkenntnissen aus Unfällen.

Lidl hat damit begonnen, gemeinsam in allen Landesgesellschaften die Software Plattform for Organizational Safety and Health (POSH) zum Arbeitssicherheitsmanagement einzuführen, was bis Ende 2026 abgeschlossen sein soll. Durch die digitale Verknüpfung der Managementprozesse wie zum Beispiel Unfalluntersuchungen, Gefährdungsbeurteilungen, Sicherheitsbegehungen und Unterweisungsnachverfolgung sollen eine kontinuierliche Verbesserung der Sicherheit erreicht und die Prozesse standardisiert werden. Lidl fordert zudem die aktive Mitwirkung der Mitarbeiter ein, indem sie in den Gefährdungsbeurteilungsprozess eingebunden werden. Darüber hinaus können sie ihre Verbesserungsvorschläge direkt bei ihrer Führungskraft einreichen. Jeder Vorschlag wird sorgfältig geprüft und mit den Mitarbeitern besprochen. Anwendbare Ideen werden als Best Practice an alle anderen Landesgesellschaften kommuniziert.

Die Schwarz Produktion sowie Kaufland lassen jeweils tätigkeits- und anlagen-/maschinenbezogene Gefährdungsbeurteilungen durchführen, die bei Änderung von Tätigkeiten oder der Anschaffung neuer Anlagen angepasst und regelmäßig aktualisiert werden. Der beauftragte Spezialist für

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz der jeweiligen Sparte unterstützt und berät die Führungskräfte bei der Erstellung und regelmäßigen Aktualisierung der Beurteilungen. Aus den Ergebnissen der Gefährdungsbeurteilungen legen die Sparten jeweils erforderliche technische/bauliche, organisatorische beziehungsweise personenbezogene Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen fest und setzen diese um.

Eine wesentliche Rolle spielen auch Maßnahmen zur Verbesserung der Ergonomie am Arbeitsplatz. Teilautomatische Kommissionieranlagen leisten etwa bei Kaufland einen relevanten Beitrag zum Arbeitsschutz. Mit ihnen wird die hohe körperliche Belastung der Mitarbeiter minimiert und die Kommissionierung ergonomisch und effizient gestaltet. Auch die aus Metall gefertigten Kaufland-Klapp-Paletten, die täglich zum Einsatz kommen, bieten für die Mitarbeiter in der Logistik und den Filialen beim Packen und Entpacken ergonomische Vorteile. Die Kaufland Fleischwerke investieren regelmäßig in intelligente Arbeitsschutzsysteme bei besonders gefährdeten Einzelarbeitsplätzen, um Lärmbereiche und ergonomisch stark belastete Arbeitsplätze zu entlasten. Hier wurden große Verbesserungen durch den Einsatz von Exoskeletten an individuellen hoch belasteten Arbeitsplätzen erzielt. Ebenfalls wurden durch den Einsatz von Robotik, Förderbändern und Turmstaplern Arbeitsplätze ergonomisch entlastet und optimiert. Auch die anderen Sparten setzten entsprechende Maßnahmen um: Die Schwarz Produktion hat spezielle Tools zur Erfassung ergonomischer Belastungen installiert. Bei Lidl werden alle neu eingeführten Arbeitsmittel hinsichtlich sicherheitsrelevanter und ergonomischer Aspekte überprüft.

In regelmäßigen Abständen werden bei allen Sparten Sicherheitsbegehungen in den Betriebsstätten durchgeführt, um Gefahren und Gefährdungen rechtzeitig zu erkennen und zu vermeiden. Bei den Kaufland Landesgesellschaften beispielsweise werden wiederkehrend standortbasierte Arbeitsschutzbegehungen durchgeführt, um frühzeitig Optimierungspotenziale zu erkennen und geeignete Maßnahmen zu ergreifen. Dabei setzt Kaufland auf eine enge Zusammenarbeit zwischen Arbeitsschutzexperten und den Verantwortlichen der operativen Fachbereiche.

Geltende Richtlinien und Prozesse sowie deren Umsetzung werden regelmäßig durch Audits und Revisionen überprüft. Bei den Arbeitsschutzsystemen geschieht dies bis auf Länderebene durch die Beauftragung der Revision der Schwarz Corporate Solutions KG. Bei Kaufland wird dies beispielsweise durch Audits der Unternehmenssicherheit ergänzt. Bei Lidl prüft die interne Revision die Einhaltung der Prozessvorgaben zur Gewährleistung sicherer Arbeitsbedingungen. Auch bei der Schwarz Produktion erfolgen in regelmäßigen Abständen interne und externe Audits. Letztere werden in Zusammenarbeit mit dem Bereich EHS der Schwarz Produktion Stiftung & Co. KG durch einen externen Dienstleister durchgeführt. Zudem führt Schwarz Corporate Solutions im Rahmen des Arbeitsschutzmanagementhandbuchs regelmäßig interne Audits durch und prüft die Erreichung der selbst gesteckten Ziele.

Um eine funktionierende Arbeitsschutzorganisation sicherzustellen und die Belegschaft aktiv einzubinden, werden ausgewählte Mitarbeiter unter anderem als Brandschutzbeauftragte, Sicherheitsbeauftragte und Ersthelfer ausgebildet und eingesetzt.

Grundsätzlich werden alle Mitarbeiter durch regelmäßige Unterweisungen über mögliche Gefahren im Arbeitsumfeld aufgeklärt. Für die Mitarbeiter der Unternehmen in Deutschland sowie in zahlreichen anderen Ländern ist eine Teilnahme im jährlichen Turnus verpflichtend. Die Unterweisungen finden in erster Linie in Form von Online-Trainings statt, bei Bedarf auch in Präsenz. Für die Mitarbeiter an den zentralen Verwaltungsstandorten von Lidl, Kaufland, Schwarz Digits und Schwarz Corporate Solutions KG werden die Arbeitssicherheitsschulungen im Auftrag des jeweiligen Unternehmens zentral vom Bereich Arbeitssicherheit und Brandschutz der Schwarz Corporate Solutions koordiniert. Zur Unterstützung einer kontinuierlichen Kommunikation im Arbeitsschutz führten die Schwarz Restaurantbetriebe GmbH & Co. KG im Berichtsjahr außerdem sogenannte „Safety Spotlights“ ein. In diesen werden am Arbeitsplatz regelmäßig sicherheitsrelevante Themen und identifizierte Unfallschwerpunkte adressiert.

Darüber hinaus sichern alle Unternehmen der Schwarz Gruppe weltweit bestimmte Mitarbeitergruppen vor unvorhersehbaren unfallbedingten Ereignissen ab. Diese Versicherung gilt sowohl im beruflichen als auch im privaten Umfeld.

Gesundheitsförderung
[GRI 403-2, 403-3 und 403-6]

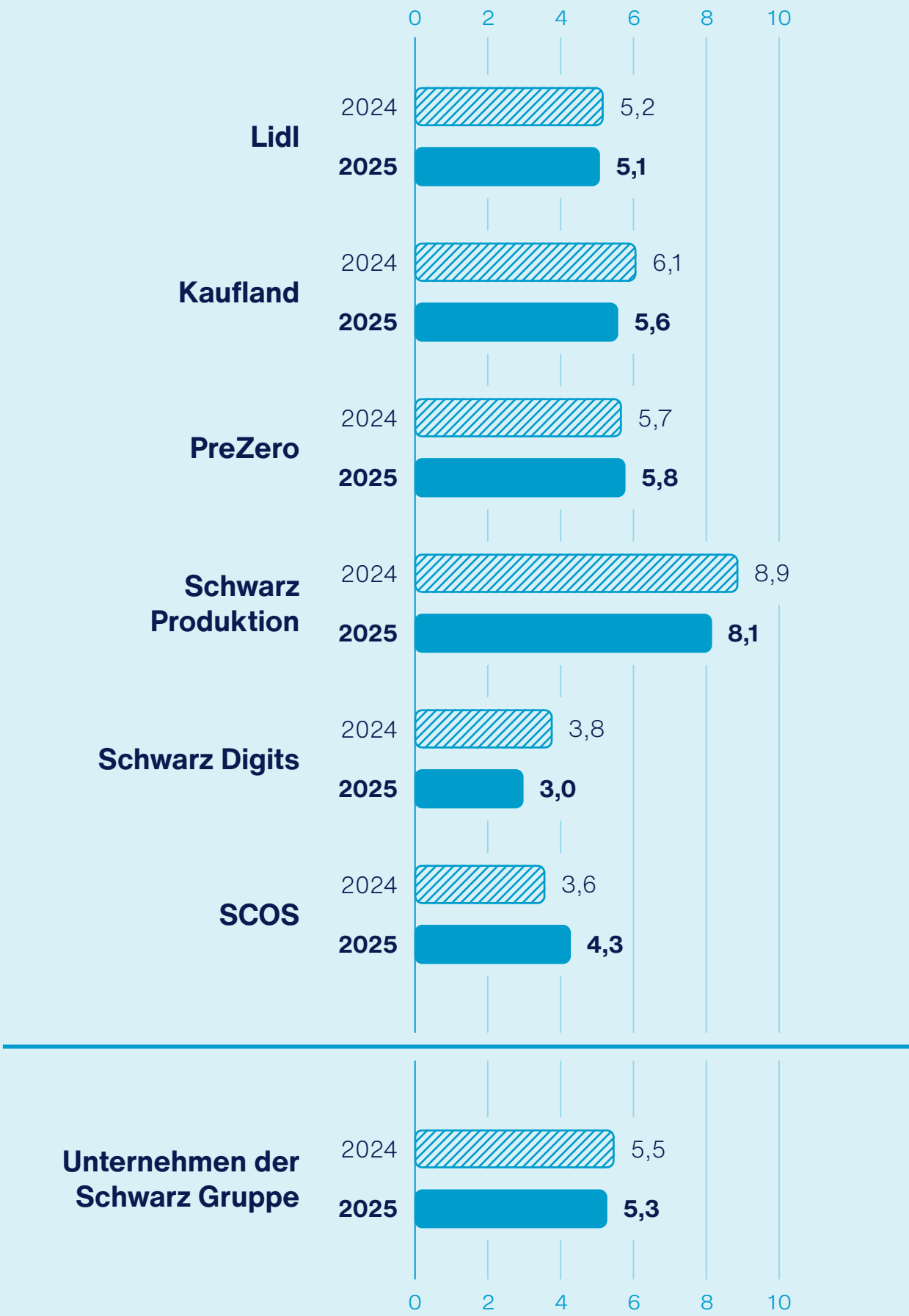
Um die Gesundheit der Mitarbeiter zu fördern und arbeitsbedingten Gesundheitsschäden vorzubeugen, bieten die Unternehmen der Schwarz Gruppe in allen Ländern und Gesellschaften entsprechend den gesetzlichen Vorgaben einen arbeitsmedizinischen Dienst an. In diesem Rahmen werden beispielsweise Gefährdungsbeurteilungen und die medizinische Angebots- und Pflichtvorsorge durchgeführt. Darüber hinaus gibt es an vielen Standorten gesundheitsfördernde Leistungen, die durch die jeweiligen Personalbereiche koordiniert werden.

Die Verwaltungsstandorte von Lidl, Kaufland, PreZero, Schwarz Digits und Schwarz Corporate Solutions im Raum Heilbronn/Neckarsulm bieten einen spartenübergreifenden arbeitsmedizinischen Dienst an. Bei der Schwarz Produktion erfolgt die Betreuung über lokale arbeitsmedizinische Dienste. In diesem Rahmen können die Mitarbeiter neben den allgemeinen betriebsärztlichen Sprechstunden auch Augenuntersuchungen oder Grippestimpfungen durchführen lassen. An den Verwaltungsstandorten gibt es zudem ein umfangreiches Angebot an gesundheitsfördernden Maßnahmen zu Bewegung, Ergonomie, gesunder Ernährung, Stressmanagement, Entspannung, Suchtprävention und sozialer Gesundheit.

Krankenstand

in Prozent

[GRI 403]



Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben den Bereich Betriebliches Gesundheitsmanagement damit beauftragt, eine zentral organisierte Jahresplanung sowie monatlich wechselnde, gesundheitsfördernde Maßnahmen zu organisieren.

Diese beinhalten beispielsweise digitale Kurse, Vorträge, Workshops und Podcasts aus den Handlungsfeldern Bewegung, gesunde Ernährung, mentale Gesundheit und Suchtprävention sowie die Bereitstellung gesunder Lebensmittel. Darüber hinaus stehen den Mitarbeitern unter anderem eine anonyme und kostenlose psychologische Beratung und vergünstigte Konditionen bei Fitness-Anbietern zur Verfügung.

Kaufland bietet zusätzlich zu den spartenübergreifenden Angeboten an vielen Standorten Gesundheits-, Vorsorge- und weitere Aktionstage an.

Anfang 2025 eröffnete das Medizinische Versorgungszentrum (MVZ) „S | Medical-Center“ in Neckarsulm. Die Schwarz Immobilien Service GmbH & Co. KG vermietet hierfür die Räumlichkeiten sowie die Medizintechnik an den Betreiber, die Sana MVZ am Stiftsberg GmbH, ein Unternehmen der Sana Kliniken AG. Das MVZ bietet eine hausärztliche Grund- und Spezialversorgung sowie Präventionsleistungen an. Damit wird die regionale medizinische Betreuung ergänzt und das arbeitsmedizinische Angebot für die Beschäftigten vor Ort gebündelt.

Auch in den Landesgesellschaften der Sparten ist es das Ziel, eine ausreichende betriebsmedizinische Versorgung zu gewährleisten: So finden beispielsweise für die Mitarbeiter von Lidl auf Zypern Arztbesuche in den Filialen statt. In allen Kaufland-

Landesgesellschaften wird die arbeitsmedizinische Vorsorge durch überbetriebliche arbeitsmedizinische Dienste, zum Beispiel in Deutschland den TÜV Rheinland, sichergestellt.

Ein weiterer Fokus liegt auf der mentalen Gesundheit: So haben Mitarbeiter teilweise, beispielsweise bei Schwarz Corporate Solutions, die Möglichkeit, eine psychologische Online-Beratung kostenlos und anonym über einen externen Dienstleister in Anspruch zu nehmen. Ein solches Employee Assistance Program (EAP) hatte Lidl in Deutschland bereits 2020 implementiert. Bis 2030 soll in allen Ländern ein EAP eingeführt werden. Seit Anfang 2024 steht Mitarbeitern von PreZero in Deutschland, Polen, Spanien und Portugal im Rahmen eines EAP ein Beratungsangebot zur Verfügung, das unter anderem Unterstützung bei persönlichen und psychischen Themen sowie bei finanziellen und rechtlichen Fragestellungen umfasst. Das Programm wird in Kooperation mit einem externen Dienstleister umgesetzt und schrittweise ausgeweitet: Seit Oktober 2024 können auch Mitarbeiter in Schweden darauf zugreifen, seit Juli 2025 ebenso in Österreich. Bereits 2023 hat PreZero in den Niederlanden ein vergleichbares Angebot eingeführt, das Gesundheits-Check-ups für Mitarbeiter sowie ein optionales, individuell abgestimmtes Gesundheitsprogramm umfasst. Ein ähnliches, individuelles Modell zur Gesundheitsförderung wurde im September 2024 in Belgien sowie im Laufe des Jahres 2025 auch in Luxemburg eingeführt. Kaufland stellt den Mitarbeitern bei Bedarf über die Vertrauenspersonen einen Kontakt zur psychologischen Online-Beratung zur Verfügung.

Bei fachlichen Fragen zu Inklusion und Schwerbehinderung stehen in den Unternehmen der Schwarz Gruppe jeweils Mitarbeiter des betrieblichen Gesundheitsmanagements und Vertrauenspersonen zur Verfügung. Standortabhängig haben sich in Deutschland bei Kaufland, Schwarz Digits und bei PreZero jeweils zusätzlich Schwerbehindertenvertretungen als Interessenvertretung der schwerbehinderten und ihnen gleichgestellten Mitarbeiter gebildet.

Die jeweiligen Unternehmen der Schwarz Gruppe haben in Deutschland gemäß den gesetzlichen Verpflichtungen ein betriebliches Eingliederungsmanagement eingerichtet, um betroffene Mitarbeiter nach einer längeren Erkrankung bei der Rückkehr an den Arbeitsplatz zu unterstützen.

Angebote wie Firmenläufe, Sportveranstaltungen oder Gesundheits- und Vorsorgetage runden das Angebot ab und fördern neben der sportlichen Aktivität auch das Bewusstsein für einen gesunden Lebensalltag. Dabei erweitern die Unternehmen der Schwarz Gruppe auch fortlaufend ihr Online-Angebot an Sportkursen und Angeboten rund um Bewegung, Ernährung und mentale Gesundheit. Mitarbeiter können zudem von attraktiven Rabatten und Sonderkonditionen bei verschiedenen Kooperationspartnern profitieren sowie je nach Standort von Mobilitätszuschüssen oder -Vergünstigungen. Darüber hinaus werden in regelmäßigen Abständen Blutspendeaktionen an verschiedenen Standorten angeboten (weitere Informationen dazu unter [Engagement unserer Mitarbeiter](#)).

Alternative Arbeitsmodelle

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe arbeiten gemeinsam an der Entwicklung alternativer Arbeitsmodelle. In Abhängigkeit vom jeweiligen Verantwortungs- und Aufgabenbereich besteht grundsätzlich die Möglichkeit, flexible Arbeitszeiten zu nutzen, um Privat- und Berufsleben miteinander zu vereinbaren. Auch bei den Unternehmen der Schwarz Produktion haben die Mitarbeiter die Möglichkeit, hybride Arbeitszeitmodelle zu nutzen. Bestehende Schichtmodelle werden geprüft und hinsichtlich der Vereinbarkeit von Familie und Beruf optimiert. Kaufland und PreZero bieten Mitarbeitern ebenfalls Möglichkeiten für hybrides Arbeiten – in Abstimmung mit der Führungskraft und wo dies aufgrund der ausgeführten Tätigkeiten möglich ist.

Für die Unternehmen der Schwarz Gruppe sind der persönliche Kontakt und der Austausch am Standort wichtige Elemente der Zusammenarbeit. Zugleich wollen wir die Vorteile flexibler Arbeitsweisen nutzen. Vor diesem Hintergrund ermöglichen wir Mitarbeitern in der Verwaltung mobiles Arbeiten. Der Umfang und die individuelle Handhabung richten sich nach den betrieblichen Erfordernissen und jeweiligen Aufgaben. Die Ausgestaltung erfolgt in regelmäßiger Abstimmung zwischen Führungskraft, Team und Mitarbeiter – immer mit Blick auf das bestmögliche Arbeitsergebnis.

Vergütung

[GRI 2-19, 202-1, 405-1 und 405-2]

Neben unterschiedlichen Arbeitsmodellen setzen alle Unternehmen der Schwarz Gruppe auf eine faire und marktgerechte Vergütung. Jedes Unternehmen hat hierfür einheitliche Gehaltsstrukturen auf Basis objektiver Kriterien wie Berufserfahrung, Fachwissen, Kompetenzen und Verantwortungsbereich festgelegt. Die Mitarbeiter profitieren zudem von verschiedenen betrieblichen Leistungen.

Bereits im Jahr 2010 wurde in Deutschland bei Lidl, Kaufland, der Schwarz Produktion und Schwarz Corporate Solutions ein interner Mindestlohn eingeführt.

Dieser wird kontinuierlich an die Arbeitsmarktsituation der jeweiligen Unternehmen angepasst. Bei Lidl wurde in fast allen Landesgesellschaften ein Lidl-Mindestlohn festgesetzt, der über dem Marktmindestlohn liegt. Dies gilt sowohl für Filial- als auch für Lagermitarbeiter. Die Gehaltsstruktur richtet sich nach objektiven Kriterien wie Berufserfahrung, Fachwissen, Kompetenzen und Verantwortungsbereich. Für den überwiegenden Teil der Mitarbeiter der Schwarz Produktion gilt eine Tarifbindung oder eine Anlehnung an tarifliche Regelungen.

Die Vergütung der Führungskräfte erfolgt nach den gleichen Grundsätzen. Hierfür haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam Rahmenbedingungen und Mindeststandards festgelegt. Die Vergütungshöhe bemisst sich insbesondere nach den übertragenen Aufgaben und der damit verbundenen Verantwortung. Der Fokus liegt auf einer planbaren und sicheren Vergütungsstruktur mit attraktiv bemessenen Fixgehältern;

auf variable oder leistungsabhängige Vergütungsbausteine und Unternehmensanteile wird im Wesentlichen verzichtet. In einzelnen Unternehmen der Schwarz Gruppe, beispielsweise bei bestimmten Gesellschaften von PreZero oder Schwarz Digits, kommen variable Vergütungsbausteine dort zum Einsatz, wo dies für entsprechende Funktionen und Fachbereiche marktüblich ist. Die Einhaltung der beschriebenen Grundsätze wird in den jeweiligen Unternehmen der Schwarz Gruppe regelmäßig durch die interne Revision überprüft. Gleichzeitig orientiert sich die Entlohnung auch an der jeweiligen Branche und den marktüblichen Gegebenheiten. Hierfür werden Datenanalysen und Benchmarks genutzt, um für Führungskräfte und Mitarbeiter eine wettbewerbsfähige Vergütungsstruktur anzubieten.

Eine faire und marktgerechte Vergütung ihrer Mitarbeiter ist für die Unternehmen der Schwarz Gruppe essenziell – natürlich unter Einhaltung des Gleichbehandlungsgrundsatzes. Auf die Mehrheit der Mitarbeiter werden Tarifverträge angewendet. Die Entgeltfestlegung durch die Tarifvertragsparteien leistet einen wertvollen Beitrag zur Entgeltgerechtigkeit. Zudem wurden bereits vor Jahren Vergütungsstrukturen etabliert, die das Entgelt nach objektiven und geschlechtsneutralen Kriterien festlegen.

Im Jahr 2025 konnte Lidl Großbritannien den durchschnittlichen Gender Pay Gap¹ auf 6,7 Prozent senken. Der Gender Pay Gap von Lidl Irland betrug im Jahr 2025 sogar nur 3,8 Prozent.

1 | Der durchschnittliche Gender Pay Gap ergibt sich aus der Differenz der durchschnittlichen Stundenverdienste von Männern und Frauen (ohne Überstunden) im Verhältnis zum durchschnittlichen Stundenverdienst der Männer.

Diversity, Equity & Belonging

[GRI 2-23 und 404-2]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe sensibilisieren insbesondere ihre Führungskräfte und Mitarbeiter der Personalbereiche kontinuierlich über wichtige Aspekte und Veränderungen in Bezug auf Vielfalt und Chancengerechtigkeit, um die internen und gesetzlichen Verpflichtungen einzuhalten. Lidl, Kaufland, Schwarz Digits und Schwarz Corporate Solutions bieten bedarfsorientiert interkulturelle Trainings zur Förderung der Internationalität und kulturellen Verständigung für spezifische Personengruppen an. Dies ist beispielsweise im Rahmen von Landesneueröffnungen, Entsendungen oder Job-Rotation der Fall. Bei Lidl und Schwarz Corporate Solutions gilt dies zusätzlich auch für Trainees.

Zudem bietet Lidl E-Learnings zu Culture, Diversity & Inclusion für Führungskräfte und Mitarbeiter im Büro sowie zum Thema HR-Compliance für Führungskräfte an. Lidl beschäftigt sich kontinuierlich mit individuell zugeschnittenen Mitarbeiterschulungen zu Kultur, Leadership und Vielfalt. Diese Themen wurden ebenso in die internationalen Entwicklungsprogramme integriert, sodass alle Geschäftsführer und Geschäftsleiter hierzu geschult werden. Eine enge Verknüpfung mit den neuen, 2024 ausgerollten Unternehmenswerten soll in diesem Rahmen stetig thematisiert und sichergestellt werden. Als Standard der Zusammenarbeit hat Lidl in Deutschland 2023 das Leitbild „Miteinander bei Lidl“ eingeführt, dazu im Jahr 2025 eine internationale Richtlinie zu Gleichbehandlung und Gewaltfreiheit im Arbeitsumfeld. Darüber wird ein respektvolles, wertschätzendes Miteinander bekräftigt und jede Form von Ungleichbehandlung untersagt.

Schwarz Corporate Solutions bietet die E-Learnings „Vielfalt am Arbeitsplatz“ und „Vielfalt am Arbeitsplatz für Führungskräfte“ an.

Kaufland arbeitet derzeit an der Weiterentwicklung bestehender Mitarbeiterschulungen sowie an der Erweiterung um thematisch anknüpfende Module. Ziel ist es, Führungskräfte und Mitarbeiter über verpflichtende E-Learnings sowie im Rahmen von spezifischen Schulungsangeboten und Entwicklungsprogrammen über alle Führungsebenen hinweg zu den Themen Vielfalt, wertorientiertes Führen und Diversity zu sensibilisieren. PreZero hat 2025 eine länderübergreifende Antidiskriminierungsrichtlinie ausgerollt.

Auch die Unternehmen der Schwarz Produktion setzen sich aktiv für eine Gleichbehandlung aller Beschäftigten ein. Sie haben sich das Ziel gesetzt, Barrieren zu überwinden, Vorurteile zu reduzieren und Brücken zu bauen, um das volle Potenzial der Mitarbeitervielfalt auszuschöpfen.

Um bereits in der Phase der Berufsorientierung gängigen Geschlechterklischees vorzubeugen, unterstützen die Unternehmen der Schwarz Gruppe seit 2024 die Praktikumsinitiative „#empowerGirl“. Damit sollen gezielt Mädchen für MINT-Berufe begeistert werden. Ebenso gab es spartenindividuelle Angebote zum Girls’Day und Boys’Day bei allen Unternehmen der Schwarz Gruppe in Deutschland.

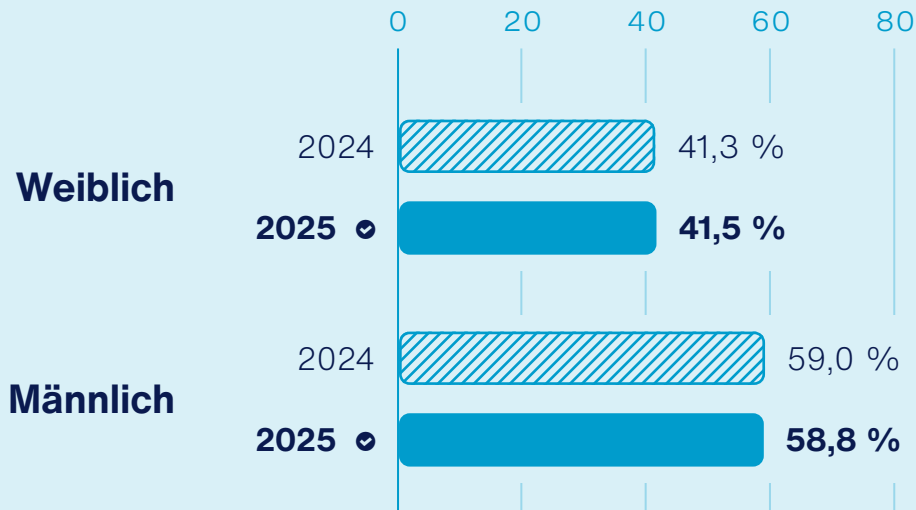
Zudem schafft Schwarz Digits mit der FemTech Initiative gezielte Formate zur Förderung von Vernetzung, Austausch und persönlicher Weiterentwicklung von Frauen in der Sparte. In diesem Rahmen findet zweimal jährlich eine Netzwerkveranstaltung statt. Im Zuge der zweiten Veranstaltung

kamen Anfang 2026 rund 140 Teilnehmerinnen zusammen, um sich über Themen wie Mentoring, Kompetenzentwicklung und Karrierewege auszutauschen. Im Mittelpunkt standen der abteilungsübergreifende Dialog sowie der direkte Austausch mit erfahrenen internen Role Models.

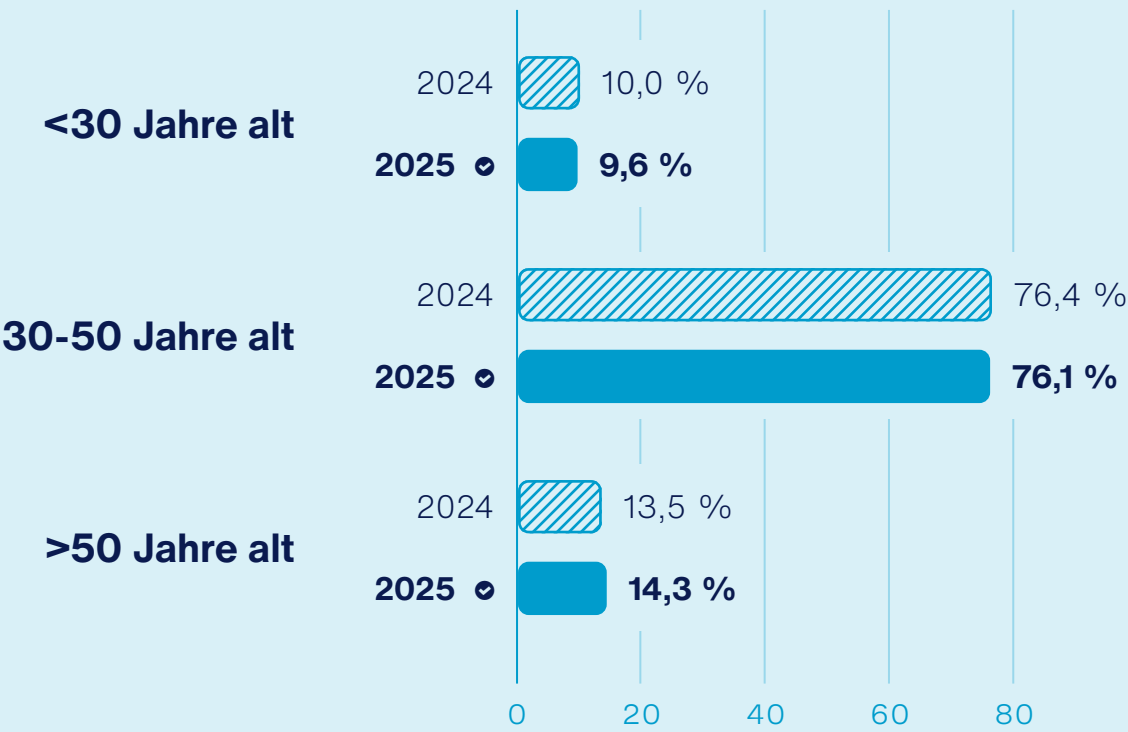
Vielfalt in Leitungsorganen

Anteil der Personen nach Geschlecht im GJ 2025

[GRI 405-1]



Anteil der Personen nach Altersgruppe



Aktivierung unserer Mitarbeiter und Führungskräfte

Organisation und Verantwortung

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen darauf, ihre jeweiligen Mitarbeiter zu Nachhaltigkeits-themen zu schulen, zu sensibilisieren und zu aktivieren.

Bei Lidl koordiniert das Thema im Berichtsjahr auf-tragsgemäß der Fachbereich „CSR Enabling“ im Ressort Corporate Affairs der Lidl Stiftung & Co. KG. Bei Kaufland liegt die Verantwortung für Schulungen im zuständigen Fachbereich und bei der Personalentwicklung. Der Bereich Corporate Affairs & Nachhaltigkeit ist für übergreifende CR-Schulungen verantwortlich. Innerhalb der Schwarz Produktion verteilt sich die Zuständigkeit je nach Schwerpunkt auf verschiedene Fach-bereiche. So verantwortet der Bereich Öffent-lichkeit & Nachhaltigkeit die CR-Schulung der Schwarz Produktion und stellt deren regel-mäßige Aktualisierung sicher.

Sparten- und bereichsübergreifend gibt es die CR-Community mit etwa 130 Führungskräften. Die Teilnehmer haben entscheidende Funktionen für die Integration von Nachhaltigkeit in die Geschäfts- und Entscheidungsprozesse inne (zum Beispiel im Controlling, R & C, Beschaffung etc.). Zudem sind Vertreter aus den CR-Bereichen der Sparten dabei. Ziel der CR-Community ist es, Personen in erfolgskritischen Funktionen dabei zu befähigen, Nachhaltigkeit ganzheitlich in ihren Wirkungs-bereich zu integrieren.

Vielfalt der Mitarbeiter

Personen nach Mitarbeiterkategorien im GJ 2025¹⁻⁵

[GRI 405-1]

	Mitarbeiter ohne Leitungsfunktion		Management		Höheres Management		Top-Management		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
Belegschaft gesamt	563.486	93,2 %	39.783	6,6 %	846	0,1 %	363	0,1 %	604.479	100,0 %
Nach Alter										
Altersgruppe <30 Jahre	172.419	30,6 %	3.947	9,9 %	2	0,2 %	0	— %	176.368	29,2 %
Altersgruppe 30–50 Jahre	281.736	50,0 %	30.311	76,2 %	625	73,8 %	254	70,1 %	312.926	51,8 %
Altersgruppe >50 Jahre	107.086	19,0 %	5.525	13,9 %	220	25,9 %	109	29,9 %	112.940	18,7 %
Nach Geschlecht										
weiblich	349.523	62,3 %	16.830	42,3 %	133	15,8 %	55	15,3 %	366.542	60,6 %
männlich	211.499	37,7 %	23.091	58,0 %	713	84,2 %	308	84,7 %	235.611	39,0 %
divers	72	— %	0	— %	0	— %	0	— %	72	— %

1 | Aufgrund von Änderungen in der Definition zur Annäherung an die Jahresabschluss-Vorgaben inkludiert unsere Mitarbeiteranzahl für das GJ 25 auch Langzeitabwesende sowie Arbeitnehmer in Mutterschutz. Bei der Aufteilung nach Beschäftigungsverhältnis, Geschlecht und Altersgruppe wurden entsprechende Hochrechnungen vorgenommen.

2 | Dazu zählen Vollzeit-/Teilzeitangestellte, geringfügig Beschäftigte, Auszubildende, dual Studierende, Entsendete aus dem Ausland, Mitarbeiter in Sabbatical und Altersteilzeit in der aktiven Phase, temporäre Mitarbeiter wie z. B. Werkstudenten, Praktikanten, Diplomanden sowie Aushilfen (sofern in der Berichtsperiode Arbeitsstunden erbracht wurden).

3 | Mitarbeiterkategorien sind nach dem gemeinsamen Verständnis wie folgt aufgeschlüsselt: Top-Management = Führungsebene I–II, Höheres Management = Führungsebene III, Management = Führungskräfte ab Führungsebene IV–VI ohne Stellvertreter/keine Fachebene, Mitarbeiter ohne Leitungsfunktion = sonstige Mitarbeiter.

4 | Nicht alle Gesellschaften der einzelnen Sparten können eine vollumfängliche Datenmeldung im Bereich Personal abgeben, daher ergibt die Summe der granularen Beschäftigungszahlen nicht die Gesamtanzahl der Mitarbeiter.

5 | Die Erhebung der Belegschaftszahlen in der gesamten Tabelle erfolgt nach Köpfen.

Stakeholdereinbindung

Neben den jeweils eigenen Mitarbeitern und Führungskräften als relevantester Stakeholdergruppe mit Blick auf Aktivierungskonzepte sind die Unternehmen der Schwarz Gruppe auch im Austausch mit externen Partnern und Institutionen.

Maßnahmen und Projekte

Sensibilisierung zu Nachhaltigkeitsthemen

Alle Unternehmen der Schwarz Gruppe informieren und schulen ihre Mitarbeiter zu Nachhaltigkeitsthemen und kommunizieren diese regelmäßig über interne Kanäle wie das Intranet. Die Form der Umsetzung und Verpflichtung zur Teilnahme sind dabei spartenspezifisch geregelt.

Um die Inhalte der weiterentwickelten CR-Strategie anschaulich darzustellen und zugänglich zu machen, hat die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG im Jahr 2025 die interne Ausstellung Corporate Responsibility Impact Space – kurz „CRIS“ – für die Mitarbeiter aller Sparten in Neckarsulm präsentiert.

Ergänzende Dialogformate ermöglichen einen vertieften Austausch zu zentralen Nachhaltigkeitsthemen und tragen dazu bei, das gemeinsame Verständnis für nachhaltiges Wirtschaften im Unternehmenskontext zu stärken. Darüber hinaus haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe im Berichtsjahr das Thema Kreislaufwirtschaft im Rahmen einer Aktionswoche am Verwaltungsstandort Neckarsulm für ihre Mitarbeiter erlebbar gemacht. Rund 1.000 Mitarbeiter informierten sich an

interaktiven Stationen über konkrete Ansätze zur Ressourcenschonung, Abfallvermeidung und Kreislaufführung von Wertstoffen. Die Veranstaltung förderte den internen Wissenstransfer, den Austausch mit Fachexperten sowie das Bewusstsein für den individuellen Beitrag zu einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft.

Schwarz Corporate Solutions und Schwarz Digits führen verpflichtende Nachhaltigkeitsschulungen für alle neuen Mitarbeiter zum Einstieg sowie für bestehende Mitarbeiter, Führungskräfte und Vorstandsmitglieder im zweijährlichen Zyklus durch. Die Schulungen vermitteln zentrale Inhalte der gemeinsam festgelegten Nachhaltigkeitsstrategien der Unternehmen der Schwarz Gruppe, darunter Abfallvermeidung, Lebensmittelverschwendung, Menschenrechte, Kreislaufwirtschaft und Klimaschutz. Ergänzend erhalten die Mitarbeiter praxisnahe Impulse, wie sie Nachhaltigkeit in ihren Arbeitsalltag integrieren können. Darüber hinaus entwickelt Schwarz Corporate Solutions ergänzende Sensibilisierungs- und Aktivierungsformate sowie eine Learning Journey für erfolgskritische Zielgruppen, um fachbereichsspezifische Nachhaltigkeitsthemen gezielt zu vertiefen. Über Formate wie den CR-Summit und den CR-Radar informiert Schwarz Corporate Affairs Führungskräfte und Mitarbeiter aller Sparten regelmäßig über gesellschaftliche und regulatorische Entwicklungen mit Nachhaltigkeitsbezug.

Die Schwarz Produktion hat das verpflichtende CR eLearning im Jahr 2026 im Rahmen der neuen Nachhaltigkeitsstrategie neu aufgesetzt. Alle Mitarbeiter und Führungskräfte einschließlich der Vorstandsmitglieder absolvieren die Schulung im zweijährlichen Turnus. Das E-Learning informiert

über die Nachhaltigkeitsstrategie der Schwarz Produktion und gibt konkrete Handlungsempfehlungen für nachhaltiges Handeln. Darüber hinaus sensibilisiert die Schulung zu Menschenrechtsthemen im Rahmen des Lieferkettensorgfaltpflichtengesetzes.

Auch Kaufland sensibilisiert seine Mitarbeiter für Nachhaltigkeitsthemen und kommuniziert dazu regelmäßig über interne Kanäle wie das Intranet. Ein international ausgerolltes Schulungskonzept wird stetig überarbeitet und erweitert – dieses ist für alle Mitarbeiter der Kaufland Gruppe verpflichtend. Das Konzept umfasst unter anderem E-Learnings und vermittelt neben Informationen zu verschiedenen Maßnahmen, Projekten und Zielen von Kaufland auch Anregungen für nachhaltigeres Handeln im Alltag. Beispielsweise werden Kaufland-Mitarbeiter gezielt geschult, um Abfallquellen frühzeitig zu erkennen und zu vermeiden. Ein wichtiger Baustein ist die Einführung digitaler Prozesse, die den Papierverbrauch reduzieren. Im Berichtsjahr wurde außerdem an einem neuen Programm gearbeitet, mit dem das Management der Unternehmen der Kaufland Gruppe gezielt zu Nachhaltigkeitsthemen befähigt werden soll. Die operative Umsetzung ist für das Geschäftsjahr 2026 vorgesehen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist auch Teil der Begrüßungsveranstaltung für neue Mitarbeiter an den Verwaltungsstandorten von Kaufland und den Schwarz Corporate Solutions.



→ Nachhaltigkeitsinitiative Lidl YOU

Auch Lidl möchte bei allen Mitarbeitern ein CSR-Grundverständnis entwickeln und schult sie durch unterschiedliche Trainingsformate gezielt zum Thema Nachhaltigkeit. Dazu richtet sich die #teamlidl-Nachhaltigkeitsinitiative „Lidl YOU“ an alle Lidl-Mitarbeiter weltweit. Mit vielfältigen Kommunikations- und Lernangeboten sowie dem Aufbau einer Lidl Community macht die Sparte damit ihr Nachhaltigkeitsengagement intern sichtbar und greifbar.

Für seine Büromitarbeiter hat Lidl im Geschäftsjahr 2024 ein länderübergreifendes Basistraining zur CSR-Strategie entwickelt, das in den Jahren 2024 und 2025 in allen Ländern eingeführt wurde. Auch für die Kollegen in den Filialen wurde im gleichen Zeitraum eine eigene CSR-Schulung konzipiert und ausgerollt. Darüber hinaus wurden ausgewählte Bestandsschulungen für Logistikmitarbeiter um Nachhaltigkeitsthemen ergänzt und Unterlagen zur Sensibilisierung am Standort erstellt. Zudem kamen im September 2025 Mitarbeiter in der Lidl Stiftung & Co. KG für die ersten CSR-Aktionstage zusammen, um sich mit der Lidl-CSR-Strategie vertraut zu machen und in den Austausch zu gehen. In diesem Sinne fand am 24. Oktober 2025 auch der vierte Co-Working Day statt. Dabei waren alle 140 CSR-Mitarbeiter eingeladen, einen Tag auf einer gemeinsamen Bürofläche zu arbeiten und sich bei Impulsvorträgen und einem gemeinsamen Mittagessen auszutauschen, zu vernetzen und Synergien zu schaffen.

Ebenso befähigt PreZero die Mitarbeiter in regelmäßigen Schulungen zu nachhaltigem Wirtschaften und den Grundlagen der Kreislaufwirtschaft. Ergänzend werden Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Unternehmenskommunikation und Vertrieb zum verantwortungsvollen Umgang mit der Darstellung eigener Nachhaltigkeitsleistungen geschult, um Risiken von Greenwashing zu erkennen und zu vermeiden. Zur Verankerung des Anspruchs eines verantwortungsvollen Umgangs mit Ressourcen ist das Verwaltungsgebäude der PreZero Stiftung & Co. KG vollständig mit „Road to Zero Waste“-Botschaften gekennzeichnet. Der Standort ist seit 2024 nach DIN SPEC 91436 mit dem Reifegrad Gold ausgezeichnet.

Um die Nachhaltigkeitsaspekte der eigenen Produkte und Services sowie deren Relevanz für die Handelssparten zu verdeutlichen, führt PreZero gezielte Informations- und Austauschformate durch. Im Rahmen dieser Veranstaltungen werden unter anderem Ansätze zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks von Verpackungen sowie Aspekte des Wertstoffmanagements vorgestellt. Im Jahr 2025 erhielten Mitarbeiter aus der Verpackungsgestaltung und der Nachhaltigkeitskommunikation von Lidl in Deutschland Einblicke in die komplexen Prozesse der Kunststoffverwertung – von der Sammlung über die Sortierung bis hin zur Herstellung von Regranulat als Ausgangsmaterial für neue, kreislauffähige Produkte.

Lieferkette

Strategischer Ansatz

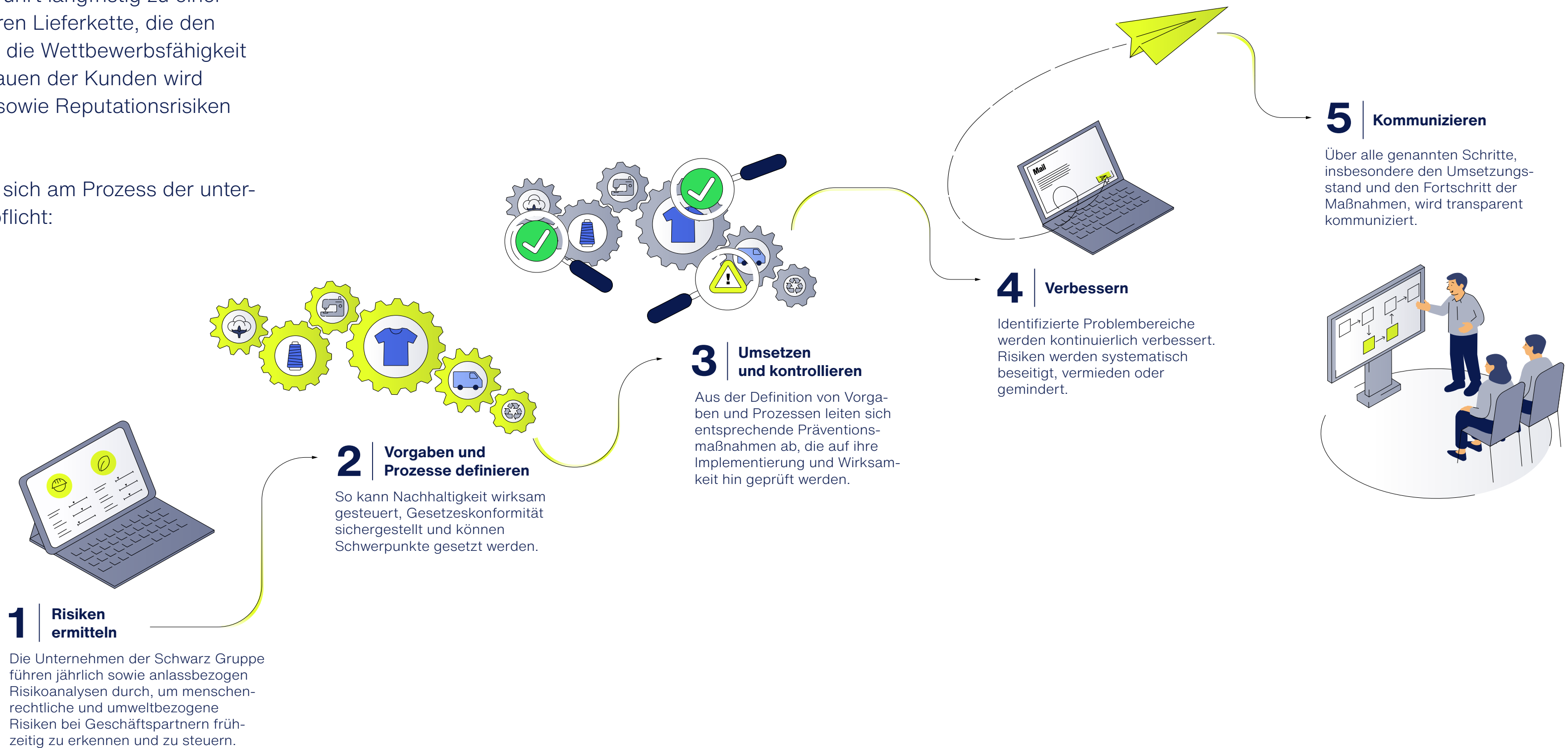
Schwerpunktthemen

Die Handelssparten Lidl und Kaufland vertreiben Food-, Non-Food- und Produkte des täglichen Bedarfs, die teils weit verzweigte Lieferketten durchlaufen – mitunter auch in Produktionsbetrieben der Unternehmen der Schwarz Gruppe hergestellt. In diesen Lieferketten sind Menschen aus aller Welt beschäftigt. Gegenüber ihnen haben wir eine besondere Verantwortung. Daher verpflichten sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam, in ihren Lieferketten menschenrechtliche und umweltbezogene Sorgfaltspflichten in angemessener Weise zu beachten. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe bringen ihren gemeinsam erarbeiteten Code of Conduct (CoC) risikobasiert in Verhandlungen ein, mit dem Ziel, Geschäftspartner zu verpflichten, Menschenrechte und Umweltschutzgesetze entlang der Lieferkette einzuhalten. Die darin enthaltenen Sorgfaltspflichten stehen im Einklang mit dem deutschen Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG).

Auswirkungen

Mit einem verantwortungsvollen Engagement in ihren Lieferketten setzen sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe dafür ein, dass ihre Produkte unter ethischen und umweltverträglichen Bedingungen hergestellt werden. Verbesserte Sozialstandards können beispielsweise zu mehr Resilienz und Qualität von Zulieferbetrieben führen und sich positiv auf die sozialen Bedingungen in den Herkunftsländern auswirken. Dies führt langfristig zu einer stabilen und nachhaltigeren Lieferkette, die den Unternehmenserfolg und die Wettbewerbsfähigkeit steigern kann. Das Vertrauen der Kunden wird verstärkt und rechtliche sowie Reputationsrisiken werden verringert.

Unser Handeln orientiert sich am Prozess der unternehmerischen Sorgfaltspflicht:



Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen

[GRI 2-23, 2-24, 407-1 und 414-2]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe legen großen Wert auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit bei der Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern sowie in ihren Lieferketten. Der gemeinsam erarbeitete und verabschiedete Code of Conduct der Unternehmen der Schwarz Gruppe regelt als Verhaltenskodex für Geschäftspartner risikoorientiert die grundlegenden Prinzipien für die gemeinsame Zusammenarbeit und die menschenrechts- und umweltbezogenen Erwartungen, welche die Unternehmen der Schwarz Gruppe an ihre Geschäftspartner richten. Der Kodex basiert auf den nachfolgend aufgeführten internationalen Leitsätzen und Prinzipien zur Reduzierung negativer ökologischer sowie sozialer Auswirkungen in der gesamten Wertschöpfungskette:

- Internationale Menschenrechtscharta
- UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte
- UN-Kinderrechtskonvention
- UN-Frauenrechtskonvention
- OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen
- Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO)
- Pariser Klimaschutzabkommen
- Minamata-Übereinkommen
- Stockholmer Übereinkommen
- Basler Übereinkommen
- Die zehn Prinzipien des UN Global Compact (UNGC)

Zu den im Code of Conduct für Geschäftspartner der Unternehmen der Schwarz Gruppe geregelten Themen gehören unter anderem:

- Diskriminierungsverbot
- Faire Behandlung
- Zwangsarbeit und moderne Sklaverei
- Kinderarbeit und Schutz Minderjähriger
- Löhne und Arbeitszeiten
- Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen
- Sicherheit und Gesundheit
- Disziplinarmaßnahmen
- Landrechte
- Umweltschutzgesetze
- Ressourcen und Umweltbelastungen

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe begrüßen darüber hinaus die politische Entscheidung der Europäischen Union, verbindliche und einheitliche Regelungen zu schaffen, um einerseits die Achtung der Menschenrechte und den Schutz der Umwelt sicherzustellen und andererseits für die Unternehmen in den Wertschöpfungsketten Rechtssicherheit und faire Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten.

Unsere Einkaufsstrukturen und übergeordneten Dienstleistungen

[GRI 2-6, 2-23 und 2-24]

Die Einkaufs- und Beschaffungsbereiche bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe erbringen teilweise spartenspezifische und teils spartenübergreifende Dienstleistungen. Bei Kaufland übernimmt der Bereich Einkauf International der Kaufland Stiftung & Co. KG im Rahmen des Lieferantenmanagements auftragsgemäß teilweise den Bezug von Handels-

ware, die in mehreren Ländern verkauft wird – immer in enger Abstimmung mit den Einkaufsbereichen der Kaufland Landesgesellschaften. Bei Lidl koordiniert der jeweilige Bereich Einkauf das Lieferantenmanagement für Handelsware auf übergeordneter Ebene und in enger Abstimmung mit den Fachbereichen in den Landesgesellschaften.

Bei Lidl ist das Thema nachhaltiger Einkauf beim Vorstand Einkauf International der Lidl Stiftung & Co. KG verortet. Der Bereich Qualität und Nachhaltigkeit im Einkauf International bearbeitet in Abstimmung mit den Landesgesellschaften die strategische und operative Umsetzung aller Nachhaltigkeits- und Qualitätsthemen im Einkauf. Beauftragt mit nicht-produktbezogenen Lieferketten (zum Beispiel Facility-Management-Dienstleister und Speditionen) ist der Bereich Operations und Immobilien bei Lidl.

Bei Kaufland agiert der Bereich Nachhaltigkeit Einkauf International der Kaufland Stiftung & Co. KG als strategischer Ansprechpartner für einkaufsbezogene Nachhaltigkeitsthemen und entwickelt gemeinsam mit den Einkaufsbereichen Strategien und Ziele für faire und ökologische Produkte oder um die Sicherheit der Lieferkette zu gewährleisten. Zu den Aufgaben gehören unter anderem die Identifikation von Risiken, die Initiierung und Begleitung von Maßnahmen zur Förderung nachhaltigerer Lieferketten und Sortimente sowie die Unterstützung bei der Umsetzung regulatorischer Anforderungen im Einkauf. Diese enge Zusammenarbeit der Bereiche Nachhaltigkeit im Einkauf International, Einkauf Organisation mit den Nachhaltigkeitsverantwortlichen im Einkauf der Landesgesellschaften sowie den jeweiligen Einkaufsbereichen ermöglicht die Planung und Umsetzung von zielgerichteten

Maßnahmen. Zur Nutzung von Synergien erfolgt der Einkauf der Non-Food-Eigenmarken von Kaufland teilweise in Zusammenarbeit mit Lidl. In diesem Rahmen wurden auch die Nachhaltigkeitsanforderungen und -ziele für Non-Food-Eigenmarkenprodukte weitgehend gemeinsam erarbeitet.

Bei der Schwarz Produktion ist der Einkauf der Schwarz Produktion Stiftung & Co. KG für die Beschaffung von Rohstoffen, Verpackungen und Dienstleistungen zuständig. Für ausgewählte strategische Warengruppen wird ein Teil des Beschaffungsprozesses im Auftrag vom Einkauf der Lidl Stiftung & Co. KG erbracht. Bei der GreenCycle GmbH als Teil der PreZero Gruppe erbringt der Bereich Entsorgernetzwerk im Auftrag den Einkauf von Entsorgungsdienstleistungen für Lidl und Kaufland und den Aufbau sowie die Weiterentwicklung eines zentralen Lieferanten- und Dienstleistungsmanagements.

Die Schwarz Beschaffung GmbH unterstützt die Unternehmen der Schwarz Gruppe bei der strategischen Beschaffung von Nicht-Handelsware (innerbetrieblich notwendige Investitionsgüter zur Umsetzung ihrer Geschäftstätigkeiten) und Dienstleistungen. Sie ist bei den Schwarz Corporate Solutions angesiedelt und arbeitet mit zahlreichen Lieferanten aus der ganzen Welt zusammen.

Bei mehreren Sparten unterstützen und fördern die internationalen CR/CSR-Bereiche den nachhaltigen Einkauf und das Engagement rund um die Verantwortung in der Lieferkette.

Lieferkette

Managementansatz

Organisation und Verantwortung

Die Umsetzung aller folgenden Schritte erfolgt in enger Zusammenarbeit zwischen den einkaufenden beziehungsweise beschaffenden Bereichen, Compliance und den CR/CSR-Bereichen. Die Verantwortung für die Umsetzung der menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflicht liegt bei der jeweiligen Leitung der involvierten Funktionsbereiche der Unternehmen der Schwarz Gruppe und ist aufgabenspezifisch implementiert. Jedes Unternehmen setzt seine Verantwortung gemäß seinem Geschäftsmodell um und hat entsprechende Ansätze verankert.

Prozessschritt 1:
Risiken ermitteln und priorisieren

[GRI 414-2]

Im Mittelpunkt ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten steht für die Unternehmen der Schwarz Gruppe ein ganzheitlich entwickelter risikobasierter Ansatz. Dieser ermöglicht es ihnen, potenzielle menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken entlang der Lieferketten zu identifizieren, diesen vorzubeugen sowie im Bedarfsfall für Abhilfe zu sorgen.

Seit 2022 führen die Unternehmen der Schwarz Gruppe jeweils eigenständige, systematische jährliche Risikoanalysen aller unmittelbaren Geschäftspartner gemäß den Anforderungen des LkSG durch. Ergänzend erfolgen unterjährige beziehungsweise anlassbezogene Risikoanalysen. Auf Grundlage der Ergebnisse werden Geschäftspartner gemäß ihrer Risikoexposition priorisiert, um potenziellen nachteiligen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Menschenrechte und Umweltstandards wirksam zu begegnen.

Die individuelle Risikoklassifizierung von unmittelbaren Geschäftspartnern erfolgt auf Basis der bezogenen Produkte beziehungsweise der erbrachten Leistung. Die Bewertung der Risiken stützt sich hierbei auf anerkannte Indizes und Studien unter Berücksichtigung von Landes- und Rohstoffinformationen. So wird anhand unterschiedlicher Informationsquellen beurteilt, in welchen unserer Lieferketten eine Verletzung der Menschenrechte oder umweltbezogener Sorgfaltspflichten am wahrscheinlichsten ist. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe sind kontinuierlich bestrebt, die Prozesse zur Ermittlung der Risiken gemeinsam zu verbessern und systematisch auszubauen.

Die jährliche systematische Risikoanalyse von Lidl wird im Bereich der Handelswaren durch weitere Analysen ergänzt. So führt Lidl Sozialverträglichkeitsstudien, sogenannte Human Rights Impact Assessments („HRIAs“), in seinen Hochrisikolieferketten durch. Diese erfolgen nach international anerkannten Verfahren. Der Schwerpunkt von HRIAs liegt auf Menschenrechtsrisiken in der tieferen Lieferkette. Durch die HRIAs versucht Lidl, ein klareres Verständnis für die Risiken und Auswirkungen innerhalb einer ausgewählten Hochrisikolieferkette

zu gewinnen und anschließend mit risikobezogenen Maßnahmen zu reduzieren. Im Rahmen dieses Prozesses arbeitet die Sparte mit verschiedenen Interessengruppen zusammen, darunter Organisationen der Zivilgesellschaft, Arbeitnehmervertretern und Gemeinden. Bei Handlungsbedarf münden diese in konkreten Aktionsplänen, bei denen in Rücksprache mit internen und externen Stakeholdern geprüft wird, welche Maßnahmen zur Verringerung der Risiken umsetzbar und angemessen sind. Bisher hat Lidl für die Lieferketten von Tee, Beeren, Bananen, Tomatenkonserven, Wein, Garnelen, Cashew, Schnittblumen und Orangensaft HRIAs durchgeführt. Alle diese Berichte sind samt der Aktionspläne auf der Website veröffentlicht.

Prozessschritt 2:
Vorgaben und Prozesse definieren

Für die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards in den Lieferketten gelten auf globaler und regionaler Ebene nachhaltigkeitsbezogene Standards und gesetzliche Verpflichtungen wie beispielsweise Umwelt- und Arbeitsschutzgesetze oder das LkSG. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe bringen ihren gemeinsam erarbeiteten Code of Conduct risikobasiert in Verhandlungen ein, mit dem Ziel, Geschäftspartner zu verpflichten, Menschenrechte und Umweltschutzgesetze entlang der Lieferkette einzuhalten (siehe auch Abschnitt Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards). Ergänzend zu diesem Verhaltenskodex verfügt etwa die Schwarz Beschaffung GmbH über eigene Beschaffungsgrundsätze. Darin sind auch für Lieferanten vorgegebene Produktionsstandards enthalten. Zu den Auswahlkriterien gehören neben dem finanziellen

Rahmen und der Qualität auch menschenrechtliche und umweltbezogene Aspekte entsprechend dem LkSG.

Bei der Schwarz Produktion müssen die Lieferanten von Rohstoffen und Verpackungen einen Lieferantenzulassungsprozess inklusive einer detaillierten Selbstauskunft durchlaufen, um die Zulassung als Geschäftspartner erfolgreich zu bestehen. Ergänzend können Auditierungen vorgenommen werden. Dies geschieht abhängig von einer durch das Qualitätsmanagement vorgenommenen Risikoeinschätzung in Bezug auf Produktsicherheitsbeziehungsweise Qualitätsrisiken. Lidl hat für den Einkauf von Handelswaren über die im CoC festgelegten Prinzipien und Standards hinausgehende Erwartungen an Eigenmarken-Zulieferer in sogenannten „Sustainable Purchasing Policies“ festgelegt. Weiterführende Informationen finden sich im Abschnitt zu der Lidl Einkaufspolitik Menschenrechte in der Lieferkette.

Die Sparten entwickeln eigene Menschenrechtsstrategien. Mit ihnen wollen sie Unternehmen sicherstellen, dass menschenrechtliche Risiken minimiert und Standards konsequent eingehalten werden. Bei der Entwicklung der Strategien gehen sie risikobasiert vor. Für Lidl etwa dient die Durchführung von regelmäßigen und anlassbezogenen Risikoanalysen als zentrales Element zur Erfüllung der menschenrechtlichen sowie umweltbezogenen Sorgfaltspflichten. Die Identifikation und Analyse von menschenrechtlichen und umweltbezogenen Risiken wird als kontinuierliche Aufgabe und als zentraler Ausgangspunkt für die strategische Ausgestaltung der Vorgehensweise verstanden. Die einzelnen Elemente der Menschenrechtsstrategie sind: Auswirkungen kontinuierlich ermitteln,

 [Lidl Human Rights Impact Assessments \(HRIA\)](#)

Standards sicherstellen, fairen Handel ausweiten und Veränderungen vorantreiben. Diesem Ansatz liegen klare Verantwortlichkeiten zugrunde: Kontrolliert wird die Umsetzung der Strategie durch die jeweilige Geschäftsleitung des betreffenden Unternehmens. Diese wird regelmäßig über die Vorkommnisse und Fortschritte beim Thema Menschenrechtsfragen in den Lieferketten unterrichtet. Auf Vorstandsebene findet außerdem regelmäßig eine Prüfung der Ausrichtung der Menschenrechtsstrategie statt. In verschiedenen Einkaufspolitiken legt Lidl Strategien, Vorgaben und Ziele für den Einkauf von Handelswaren fest. Die Einkaufspolitiken der Lidl Landesgesellschaften basieren auf den internationalen Einkaufspolitiken und können durch nationale Vorgaben und Engagements ergänzt werden. Die darin beschriebenen Strategien und Praktiken bilden die Grundlage für den Einkauf von Handelsware.

Vertragspartner von Kaufland werden im Rahmen ihrer vertraglichen Vereinbarungen – etwa durch den Code of Conduct und die Allgemeinen Nachhaltigkeitsanforderungen (ANAs) für Lieferanten – auf ihre Pflichten hingewiesen und sensibilisiert. Insbesondere für Rohstoffe mit hohen menschenrechtlichen und umweltbezogenen Risiken stellt Kaufland konkrete Anforderungen und arbeitet kontinuierlich an deren Umsetzung. Gegenüber den Geschäftspartnern formuliert Kaufland klare Vorgaben, die zum Erreichen dieser Ansprüche beitragen. Diese umfassen beispielsweise produkt- und rohstoffbezogene Zertifizierungen, die Beteiligung an der Weiterentwicklung von Standards sowie die Umsetzung von Förderprojekten.

Prozessschritt 3: Umsetzen und kontrollieren

[GRI 2-23, 2-24 und 414-2]

Auf Basis der definierten Vorgaben und Prozesse (siehe Prozessschritt 2) implementieren die Unternehmen der Schwarz Gruppe entsprechende Maßnahmen und überprüfen diese regelmäßig. Im Rahmen der Umsetzung des LkSG haben die Unternehmen gemeinsam einen Ansatz zur Bewertung von Maßnahmen erarbeitet, um angemessene Standards mit den Lieferanten zu etablieren. Zur Unterstützung der Umsetzung der LkSG-Vorgaben führen die Unternehmen der Schwarz Gruppe bereits Schulungen für Geschäftspartner durch. Eine Weiterentwicklung der Schulungsformate ist vorgesehen.

Zertifizierungen und Audits

Ein bestehender Ansatz, einen Beitrag zur Achtung der Menschenrechte entlang der Lieferketten zu leisten, ist beispielsweise die Erweiterung des Portfolios um zertifizierte Rohstoffe. Wir sind uns bewusst, dass präventive Instrumente wie Siegel oder Zertifikate Menschenrechtsverletzungen nicht vollständig ausschließen können. Dennoch sind sie ein wichtiger Schritt hin zu mehr Transparenz entlang der Lieferkette und können dabei helfen, über gesetzliche Mindeststandards hinauszugehen. Zertifizierungen stellen somit einen grundlegenden Bestandteil bei der Erfüllung bestehender Sorgfaltspflichten dar. International anerkannte standardsetzende Siegelorganisationen wie Fairtrade oder Cotton made in Africa® (CmiA), mit denen Unternehmen der Schwarz Gruppe zusammenarbeiten, wirken als verlängerter Arm bis auf die

Erzeugerebene. Über die Organisationen erfolgen regelmäßige Kontrollen zur Einhaltung definierter Standards, auch durch unabhängige Dritte.

Bei Lidl besteht bereits seit über 15 Jahren die präventive Maßnahme, dass Produzenten in Risikoländern, die für die Lidl-Eigenmarke Non-Food-Ware produzieren, im Vorfeld eine gültige Sozialauditierung durch unabhängige und lokale Prüfer vorweisen müssen. Damit soll sichergestellt werden, dass geltende Sozialstandards eingehalten werden. Diese Vorgabe wurde in der Folge auch auf Umweltauditierungen ausgeweitet. Dabei müssen entsprechende Basisanforderungen erreicht werden. Die Audits werden systematisch erfasst und in regelmäßigen Abständen wiederholt. Im Falle etwaiger Beanstandungen müssen die entsprechenden Maßnahmen zur Behebung transparent nachgewiesen werden. Gemäß LkSG prüft Lidl das Maßnahmenportfolio regelmäßig hinsichtlich seiner Wirksamkeit und entwickelt dieses weiter.

Seit 2021 wird der Einkauf von Kaufland-Non-Food-Eigenmarken bei Lidl beauftragt; die genannten Lieferantenvorgaben finden dabei auch auf die für Kaufland beschafften Produkte Anwendung. Für ausgewählte Warengruppen fordert Kaufland von Produzenten seit 2020 eine Sozialauditierung.

Faire Löhne und Einkommen in der Lieferkette

Neben dem Bekenntnis, für den Schutz von Kinderrechten und gegen Zwangsarbeit eintreten zu wollen, sind für Lidl und Kaufland angemessene Löhne sowie ein sicheres Einkommen für Beschäftigte in den Lieferketten wichtige Ziele. Ihr Engagement

in diesem Bereich sehen sie als einen festen Bestandteil der unternehmerischen Sorgfaltspflicht. Dies umfasst nicht nur die Vergütung eigener Mitarbeiter, sondern auch die in der globalen Lieferkette beteiligten Partner. Dazu gehören insbesondere Lieferanten in den internationalen Beschaffungsmärkten sowie Erzeuger in der Land- und Agrarwirtschaft, bei denen angemessene Löhne beziehungsweise Einkommen angestrebt werden.

Lidl startete im Jahr 2022 sein Projekt für existenzsichernde Löhne im Bananensektor. Als Teil der Menschenrechtsstrategie für Handelsware schließt die Handelssparte gemeinsam mit ihren Lieferanten die eigene anteilige Lohnlücke auf Plantagen. Dabei wird Lidl von der Nachhaltigkeitsinitiative IDH sowie dem Zertifizierungsunternehmen FLOCERT unterstützt. Grundlage ist ein jährlich wiederkehrender, vierstufiger Projektzyklus:

1. Befähigung: Alle relevanten Geschäftspartner, ihre Vorlieferanten sowie die Erzeuger werden im Umgang mit der IDH-Gehaltsmatrix geschult. Ziel ist es, die tatsächliche Lohnsituation auf den Plantagen möglichst präzise abzubilden.
2. Datenerhebung: Alle Informationen, die zur Ermittlung der Lohnlücke und zur Berechnung einer Ausgleichsprämie notwendig sind, werden systematisch erfasst.
3. Datenüberprüfung: Die eingereichten Daten werden zunächst plausibilisiert und im Anschluss stichprobenartig durch FLOCERT im Rahmen von Audits geprüft. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die Daten vollständig, konsistent und korrekt sind.

4. Auszahlung: Auf Basis der überprüften Daten wird die anteilige Lohnlücke berechnet. Gemeinsam mit Produzenten und Lieferanten werden daraufhin geeignete Maßnahmenpläne entwickelt, um diese Lücke durch gezielte Prämien zu schließen.

Ein weiteres Beispiel ist das von Lidl initiierte Projekt Way To Go. Mit der Eigenmarkenreihe Way To Go fördert Lidl fairen Handel und Verantwortung für die Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten. In Zusammenarbeit mit Fairtrade unterstützt Lidl bessere Einkommensbedingungen, Weiterbildung, Geschlechtergerechtigkeit und Transparenz – besonders in Regionen, in denen konventioneller Anbau kaum existenzsichernde Einkommen ermöglicht. Way To Go leistet einen Beitrag zu sicheren und höheren Einkommen kleinbäuerlicher Familien und damit langfristig zur Erreichung existenzsichernder Einkommen. Das Programm soll die wirtschaftliche Selbstbestimmung der Kleinbauern stärken und stützt sich auf drei Säulen: stabile soziale Rahmenbedingungen wie Geschlechtergerechtigkeit, Schutz von Frauen und Kindern sowie Arbeits- und Gesundheitsschutz; ökologische Stabilität durch Klimaanpassungsmaßnahmen und nachhaltigere Anbaumethoden; wirtschaftliche Sicherheit durch Einkommenssteigerung und -diversifizierung. Die Basis hierfür ist durchgängige Transparenz und Rückverfolgbarkeit der Produkte.

Zudem stellt Lidl das gesamte Eigenmarken-Tafelschokoladensortiment im Festlistungssortiment auf ein von Fairtrade entwickeltes Living-Income-Programm um. Diese Zusammenarbeit mit Fairtrade startete im März 2026 in Deutschland, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg und Österreich. Das Commitment ist auf mindestens fünf Jahre angelegt und gilt unabhängig von Schwankungen an den Weltmärkten.

Beschwerdemechanismen und Abhilfemaßnahmen

Alle Beschwerdemechanismen der Unternehmen der Schwarz Gruppe werden kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert. Zahlreiche Schulungen enthalten Informationen und Verweise auf die verfügbaren Beschwerdesysteme. Vermeintliche Verstöße können jederzeit per Mail an die jeweiligen Compliance-Beauftragten der Unternehmen der Schwarz Gruppe oder auf Wunsch anonym über die verschiedenen Online-Meldesysteme gemeldet werden. Sofern negative Auswirkungen identifiziert werden, die durch Unternehmen der Schwarz Gruppe verursacht wurden oder zu denen diese beigetragen haben, sind wir bestrebt, Wiedergutmachung zu leisten. Dazu nutzen wir unsere Einflussmöglichkeit, damit Betroffenen angemessene Abhilfe gewährt wird. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe behalten sich vor, als letztes Mittel Lieferantenbeziehungen zu beenden, wenn trotz getroffener Abhilfemaßnahmen keine Weiterentwicklung erkennbar ist und der Lieferant gegen grundsätzliche Sozial- und Umweltstandards und Gesetze verstößt.

Prozessschritt 4: Verbessern

[GRI 2-6, 2-24, 2-25, 2-26 und 414-2]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe bemühen sich, Verbesserungen innerhalb der eigenen Prozesse und der Lieferketten zu erzielen. Zur Weiterentwicklung der Sorgfaltsprozesse hat etwa die Schwarz Corporate Solutions 2025 die Geschäftspartnerschulung stärker am Code of Conduct ausgerichtet.

Über die Kontrolle und Evaluierung der Vorgaben und Prozesse können identifizierte Herausforderungen kontinuierlich adressiert werden. Lidl nutzt hierfür beispielsweise für Lieferanten die Plattform EcoVadis, mit deren Hilfe direkte Geschäftspartner hinsichtlich ihres Nachhaltigkeitsmanagements bewertet werden. Anhand einer universellen Scorecard kann die Leistung der Geschäftspartner analysiert sowie gemeinsam an Verbesserungen gearbeitet werden.

Engagement in Initiativen und Multi-Stakeholder-Partnerschaften

Ein wichtiges Mittel, um gemeinsam Verbesserungen zu erzielen und komplexe gesellschaftliche Probleme auf kooperative Weise zu lösen, stellt für uns die Zusammenarbeit mit zivilgesellschaftlichen oder standardsetzenden Organisationen, Experten und anderen Unternehmen im Rahmen von Multi-Stakeholder-Partnerschaften dar. So ist Kaufland Mitglied der Arbeitsgruppe des deutschen Einzelhandels zu existenzsichernden Einkommen und Löhnen. Ziel ist es, Produzenten in den Erzeugerländern dabei zu unterstützen, existenzsichernde Einkommen und Löhne zu erzielen. Im Jahr 2020 wurde eine freiwillige Selbstverpflichtung unterzeichnet. Die Sustainable Agricultural Supply Chains Initiative (SASI) organisiert und steuert die Arbeitsgruppe. Ein Pilotprojekt befasst sich mit der Umsetzung existenzsichernder Löhne im Bananensektor.

Auch Lidl engagiert sich gemeinsam mit anderen Handelsunternehmen in der Arbeitsgruppe des deutschen Einzelhandels zu existenzsichernden Einkommen und Löhnen unter dem Dach der SASI. Sie hat das Ziel, die Lebens- und Arbeits-

bedingungen in unseren globalen Lieferketten zu verbessern und ein existenzsicherndes Einkommen der Produzenten zu fördern. Anfang 2025 haben die Handelsunternehmen gemeinsam ein Pilotprojekt gestartet, das mit Kaffeeproduzenten in Honduras und Peru umgesetzt wird. Dabei stehen drei strategische Ziele im Mittelpunkt des Projekts:

1. Verantwortungsvolle und nachhaltige Einkaufspraktiken etablieren
2. Resiliente Produktionssysteme fördern und Produzentenorganisationen stärken
3. Kooperationen auf lokaler, regionaler und internationaler Ebene ausbauen und Synergien für nachhaltige Veränderungen im gesamten Sektor nutzen.

Auch beispielsweise durch die Mitgliedschaft im Bündnis für nachhaltige Textilien zusammen mit anderen Unternehmen, standardsetzenden Organisationen, NGOs und der Bundesregierung setzen wir uns dafür ein, die Bedingungen in der weltweiten Textilproduktion zu verbessern. Lidl ist außerdem seit 2019 Teil der Initiative Action Collaboration Transformation (ACT) und engagiert sich in Zusammenarbeit mit 19 Mitgliedern und der globalen Gewerkschaftsorganisation IndustriALL für die Förderung von Tarifverhandlungen in der Textillieferkette. So hat Lidl 2024 ein verbindliches Abkommen mit IndustriALL für das Länderprogramm von ACT in Kambodscha unterzeichnet. Damit macht Lidl ein rechtlich bindendes Commitment zur Unterstützung eines standardisierten Tarifvertrags (Collective Bargaining Agreement/CBA) für kambodschanische Produktionsstätten, der zwischen dem kambodschanischen Arbeitgeberverband TAFTAC und den

IndustriALL-Mitgliedsgewerkschaften in Kambodscha entwickelt wurde, sowie zur Transparenz von Lohnkosten in seinen Verhandlungen mit Lieferanten und der Zahlung von gestiegenen Lohnkosten, sobald der standardisierte Tarifvertrag in einer der Lidl-Produktionsstätten unterzeichnet wird.

Um die Wirksamkeit von Meldesystemen insgesamt sowie branchenübergreifend zu fördern und die Reichweite der Beschwerdemechanismen zu erweitern, engagieren sich Lidl und Kaufland in verschiedenen Brancheninitiativen. In diesem Kontext unterstützt Lidl im Einkauf für Handelsware branchenübergreifende Beschwerdemechanismen wie beispielsweise den International Accord, amfori Speak for Change und ACT. Zudem werden die Teilnahme an weiteren Pilotprojekten und die Weiterentwicklung bestehender Mechanismen kontinuierlich geprüft.

2020 hat Lidl ein Human Rights Impact Assessment veröffentlicht, das die menschenrechtlichen Auswirkungen in der Beerenlieferkette aus Huelva, Spanien, beleuchtet. Als Reaktion auf die Ergebnisse pilotierte Lidl 2021 einen effektiven Beschwerdemechanismus in der Region. Auf Basis der Erkenntnisse und in dem Bewusstsein, dass Lösungen gemeinsames Branchenengagement erfordern, hat Lidl die Entwicklung des ersten händlerübergreifenden Beschwerdemechanismus im Obst- und Gemüsesektor vorangetrieben. Das in Zusammenarbeit mit allen großen deutschen Einzelhändlern und dem EHI Retail Institute unter dem Namen appellando entwickelte System hat zum Ziel, neue effektive Mechanismen zu entwickeln und bestehende zu harmonisieren. Mitarbeiter auf Erzeugerebene sollen somit ohne Sorge vor Benachteiligung

Missstände bezüglich Sozial- und Umweltstandards melden können. Aktuell wird das System in Spanien ausgerollt, weitere Länder sollen folgen. Auch Kaufland setzt sich im Rahmen von appellando für einen branchenweiten Beschwerdemechanismus in globalen Lieferketten ein. Der erste Roll-out im Obst- und Gemüsesektor hat in Italien bereits begonnen.

Prozessschritt 5: Kommunizieren

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe berichten fortlaufend über Fortschritte und implementierte Maßnahmen und schaffen so die Basis für eine transparente Kommunikation mit internen und externen Zielgruppen. Hierfür veröffentlichen sie unter anderem Nachhaltigkeitsberichte – gemeinsam als Unternehmen der Schwarz Gruppe sowie teilweise auf Sparten- und Landesebene. Auch Pressemitteilungen und weitere Publikationen wie Dokumente zur Einkaufspolitik, Positionspapiere sowie die Webseiten der Unternehmen der Schwarz Gruppe dienen als vielfältige Kommunikationskanäle. Hier finden sich auch die spartenspezifischen Grundsatzklärungen sowie die jeweiligen Beschwerdemechanismen.

-  [Lidl: Fortschrittsbericht „Menschenrechte in unseren Lieferketten“](#)
-  [Grundsatzklärung Lidl](#)
-  [Grundsatzklärung der Schwarz Produktion](#)
-  [Grundsatzklärung Kaufland](#)
-  [Grundsatzklärung PreZero](#)
-  [Grundsatzklärung Schwarz Digits](#)
-  [Grundsatzklärung Schwarz Corporate Solutions](#)

Sicherheit für Verbraucher und Endnutzer

Strategischer Ansatz

Schwerpunktthemen

Produktsicherheit ist für die Unternehmen der Schwarz Gruppe ganzheitlich zu verstehen und umfasst sowohl die Sicherheit von Lebensmitteln und Non-Food-Produkten als auch den Datenschutz sowie sichere IT- und Digital-Dienstleistungen.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe leisten in vielen Ländern einen wesentlichen Beitrag zur Nahversorgung und stellen die Verfügbarkeit von Lebensmitteln und Non-Food-Produkten für ihre Kunden sicher. Daraus ergibt sich eine besondere Verantwortung für die Produktqualität, -sicherheit und eine zukunftsfähige Sortimentsgestaltung. Entsprechend bauen die Handelssparten gemeinsam mit ihren Partnern das Angebot an nachhaltiger produzierten Produkten kontinuierlich aus, setzen auf zertifizierte Rohstoffe und fördern gezielt regionale Lebensmittelangebote in den jeweiligen Landesgesellschaften.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Förderung eines bewussten Umgangs mit Ernährung. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe erleichtern den Zugang zu hochwertigen Lebensmitteln und sensibilisieren breite Bevölkerungsgruppen für eine ausgewogene und nachhaltigere Ernährung. Dabei orientieren sie sich an wissenschaftlichen Erkenntnissen wie der Planetary Health Diet und verfolgen entsprechende Strategien in der Sortimentsgestaltung. Transparente Produktinformationen, etwa zu ökologischen und gesundheitlichen Aspekten, unterstützen Verbraucher bei bewussten Kaufentscheidungen. Dazu zählen unter anderem Nachhaltigkeits- und Nährwertkennzeichnungen wie der freiwillige Nutri-Score sowie Hinweise zur richtigen Trennung von Mehrkomponentenverpackungen.

Über das Produktangebot hinaus gewinnen dienstleistungs- und digitalbasierte Lösungen zunehmend an Bedeutung. Hohe Sicherheits- und Qualitätsstandards bilden hierbei die Grundlage für den verantwortungsvollen Umgang mit Daten. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe verfolgen einen Ansatz der digitalen Souveränität und setzen auf sichere, in Deutschland entwickelte IT-Leistungen der IT- und Digitalsparte Schwarz Digits. Ziel ist eine leistungsfähige digitale Infrastruktur, die konsequent im Einklang mit europäischen Datenschutzstandards gestaltet wird.

Auswirkungen

Bei der Herstellung von Lebensmitteln können entlang der Wertschöpfungskette potenziell ökologische oder soziale Auswirkungen entstehen, etwa durch intensive Landnutzung oder Arbeits-

bedingungen mit erhöhten Risiken für Arbeitskräfte. Eine verantwortungsvolle und qualitätsorientierte Produktgestaltung kann dazu beitragen, diese Auswirkungen zu reduzieren und zugleich eine konstant hohe Produktqualität sicherzustellen. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen dabei auf anerkannte Zertifizierungen, die verbindliche ökologische und soziale Standards festlegen und transparente Anforderungen an Produktqualität, Produktionsbedingungen und Rohstoffgewinnung definieren. Sie bieten Verbrauchern eine verlässliche Orientierung für informierte Kaufentscheidungen.

Lebensmittel haben darüber hinaus einen Einfluss auf die Gesundheit unserer Kunden. Durch eine verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung und transparente Informationen zu Nährwerten, Zutaten und Herstellungsprozessen stärken die Unternehmen der Schwarz Gruppe das Bewusstsein für eine ausgewogene und nachhaltigere Ernährung.

Ergänzend dazu bilden hohe Sicherheitsstandards die Grundlage für alle Waren- und Dienstleistungsangebote – von Qualitäts- und Hygienestandards bei der Lebensmittelproduktion bis zu sicheren digitalen Dienstleistungen. Unzureichende Datensicherheit oder Datenleaks können zu erheblichen Risiken für Verbraucher führen, etwa durch Identitätsmissbrauch, den Verlust der Privatsphäre oder einen Vertrauensverlust in digitale Angebote. Daher ist der verantwortungsvolle Umgang mit Daten ein wesentlicher Bestandteil, um negative Auswirkungen zu vermeiden und das Vertrauen von Kunden langfristig zu sichern.

Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen

Die nachhaltige Gestaltung von Produkten bildet eine zentrale Grundlage der Verantwortung der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Für die Weiterentwicklung der Sortimente der Handelssparten ist dabei unter anderem die „Farm to Fork“-Strategie der Europäischen Union (EU) eine zentrale Bezugsgröße. Sie wurde im Rahmen des European Green Deal eingeführt und zielt darauf ab, das europäische Ernährungssystem umweltfreundlicher, gesünder und gerechter zu gestalten. Ergänzend prägen weitere regulatorische Entwicklungen – wie Abgaben auf CO₂ oder Kunststoff sowie die EU-Verordnung zu entwaldungsfreien Lieferketten (EUDR) – die Anforderungen an eine zukunftsfähige Produktgestaltung. Weitere Informationen zur EU-Entwaldungsverordnung finden sich im Kapitel [Klimaschutz](#).

Darüber hinaus orientiert sich das Handeln der Unternehmen der Schwarz Gruppe an Leitlinien und Grundsätzen. Die Ansätze und Maßnahmen zur nachhaltigeren Sortimentsgestaltung und zur Beschaffung von Rohstoffen werden über verschiedene Einkaufspolitiken, Positionspapiere und Leitlinien veröffentlicht. Die auf den Websites bereitgestellten Inhalte und Dokumente werden regelmäßig überprüft und aktualisiert:

 [Lidl – Internationale Einkaufspolitiken](#)

Ergänzend dazu finden sich auf den Websites der Lidl Landesgesellschaften themenspezifische nationale Einkaufspolitiken. Aus sprachlichen Gründen dienen im vorliegenden Bericht häufig die Einkaufspolitiken von Lidl in Deutschland als Referenz.

Die Reichweite der Richtlinien und Einkaufspolitiken der beiden Handelssparten ist jeweils klar definiert und kann auf Länderebene je nach Thema variieren.

Mit Blick auf eine bewusstere und nachhaltigere Ernährung dienen aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse als wichtige Orientierung für unser Handeln. Dazu zählen unter anderem die Ansätze der Planetary Health Diet (PHD), die eine Ernährungsweise beschreibt, die sowohl gesundheitsfördernd als auch ökologisch nachhaltig ist. Zielsetzungen und Maßnahmen der Handelssparten orientieren sich an der PHD.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Transparenz und verlässlicher Produktinformation. Die Handelssparten berücksichtigen bei der Umsetzung ihrer Maßnahmen geltende rechtliche Vorgaben, insbesondere zu Nährwert- und Gesundheitsangaben. Dazu zählt unter anderem die Health-Claims-Verordnung des Europäischen Parlaments. Sie legt für nährwert- und gesundheitsbezogene Auslobungen wie „zuckerfrei“ oder „fettarm“ verbindliche Anforderungen an die Deklaration von Inhaltsstoffen, Nährwerten, Vitaminen und Ballaststoffen fest. Ergänzend unterstützen freiwillige Kennzeichnungen wie der Nutri-Score eine transparente und verständliche Produktkommunikation.

Für digitale Lösungen gelten ebenfalls verbindliche Vorgaben. Der verantwortungsvolle Umgang mit Daten richtet sich dabei nach den Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die insbesondere Rechtmäßigkeit, Transparenz, Zweckbindung und Datensicherheit bei der Verarbeitung personenbezogener Daten vorgibt. Mit dem zunehmenden Einsatz datengetriebener Systeme gewinnen zudem regulatorische Vorgaben zur Künstlichen Intelligenz an Bedeutung. Der EU-AI-Act schafft einen europaweit einheitlichen, risikobasierten Rechtsrahmen für die Entwicklung und Nutzung von KI-Systemen. Er stellt Anforderungen an Transparenz, Sicherheit, menschliche Aufsicht und Datenqualität und zielt darauf ab, Innovation mit dem Schutz von Grundrechten und Verbrauchern in Einklang zu bringen. Ergänzend dazu stärkt die Umsetzung der NIS-2-Richtlinie durch verbindliche Anforderungen an das Risikomanagement und die Cybersicherheit die Widerstandsfähigkeit digitaler Infrastrukturen gegenüber Cyberbedrohungen.

Sicherheit für Verbraucher und Endnutzer

Managementansatz

Organisation und Verantwortung

[GRI 416-1 und 416-2]

Die lebensmittelrechtliche Konformität, die Prüfung potenzieller Verbraucherbeschwerden und firmeninterne Vorgaben zur Kennzeichnung der Eigenmarkenprodukte verantworten bei Kaufland die Einkaufsabteilungen gemeinsam mit dem Qualitätsmanagement beziehungsweise der Qualitätssicherung. Bei Lidl koordinieren dies die Bereiche Qualität und Nachhaltigkeit sowie Qualitätssicherung Deklaration. Die Landesgesellschaften der beiden Handelssparten setzen eigene Maßnahmen und Projekte um. Bei der Schwarz Produktion organisiert der Bereich Qualität im Auftrag die lebensmittelrechtliche Konformität, die Prüfung potenzieller Verbraucherbeschwerden und firmeninterne Vorgaben zur Herstellung der Eigenmarkenprodukte. Die Qualitätsmanager in den Produktionswerken organisieren und überwachen die operative Sicherstellung und Umsetzung sämtlicher qualitätsrelevanter Regelungen und Prozesse.

Auch für eingesetzte Materialien gelten hohe Qualitätsstandards. Post-Consumer-Rezyklate (PCR) von PreZero Polymers werden kundenspezifisch entwickelt und auf die jeweiligen Anwendungsanforderungen abgestimmt. Die Prüfung der Spezifikationen erfolgt je nach Anforderungen durch akkreditierte Labore oder hausintern zur Qualitätssicherung. So können PCR-Materialien hergestellt werden, die unter anderem für Kinderspielzeug gemäß DIN EN 71-3 und für Kosmetikanwendungen

nach CosPaTox-Standards geeignet sind. Ergänzend erfolgen In-house-Überprüfungen an kalibrierten Laborgeräten, deren Einsatz im Rahmen der ISO 9001- und EMAS-Zertifizierung bestätigt wird. Auf dieser Basis wird die Produktsicherheit der Rezyklate sichergestellt und ihr Einsatz in unterschiedlichen Kundenanwendungen ermöglicht.

Die Grundlagen für eine bewusstere Ernährung werden bei Lidl maßgeblich durch den Bereich Qualität und Nachhaltigkeit bearbeitet. Dieser ist zudem mit der Entwicklung von Reduktionsstrategien und -konzepten beauftragt. Die Umsetzung erfolgt über die jeweiligen Einkaufsbereiche in enger Zusammenarbeit mit den Eigenmarken-Lieferanten sowie den Produktionsbetrieben der Schwarz Produktion.

Bei Kaufland werden die Grundlagen für eine bewusstere Ernährung maßgeblich vom Bereich Nachhaltigkeit im Einkauf bearbeitet. Darauf aufbauend setzen der jeweilige Einkauf der Kaufland Landesgesellschaften und die internationalen Einkaufsbereiche im Rahmen ihrer Sortimentsverantwortung entsprechende Ambitionen für mehr Produkte, die den vier Säulen entsprechen – unter Berücksichtigung eigener Erkenntnisse sowie wissenschaftlicher Informationen, Trendanalysen und Wettbewerbsbeobachtungen.

Bei Lidl gestalten auftragsgemäß im Ressort Kunde der Lidl Stiftung & Co. KG die Bereiche Brand und Marketing die Kundenkommunikation. Corporate Affairs ist mit der CSR-Strategie, die Unternehmenskommunikation und das Stakeholderengagement beauftragt. Das Thema Verpackungsgestaltung erbringen die Bereiche Branding & Packaging sowie Qualität & Nachhaltigkeit im Einkauf.

Kommunikationsmaßnahmen und Initiativen, um seine Kunden zu bewussteren Kauf- und Konsumentscheidungen zu befähigen, setzt der Bereich CR von Kaufland auftragsgemäß und in gemeinsamer Zusammenarbeit mit dem Marketing und der Unternehmenskommunikation um. Anregungen oder Kritik können mithilfe von Beschwerdemechanismen wie Hotlines direkt über das Kundenmanagement eingebracht werden.

Ergänzend gelten hohe Sicherheitsanforderungen auch für digitale Dienstleistungen. Datensicherheit und digitale Souveränität sind zentrale Voraussetzungen für die Cloud-Lösung STACKIT. Diese werden durch die Anwendung anerkannter Architektur-Paradigmen, darunter Zero Trust und das Least-Privilege-Prinzip, sowie durch den Einsatz moderner Authentifizierungsverfahren wie Multi-Faktor-Authentifizierung umgesetzt. Das zugrundeliegende Sicherheitsmanagement ist nach ISO 27001 zertifiziert. Die Wirksamkeit der implementierten Sicherheitsmaßnahmen und Kontrollen wird jährlich durch ein externes Prüfverfahren nach dem BSI C5-Standard überprüft und in einem entsprechenden Testat bestätigt.

Stakeholdereinbindung

[GRI 2-25 und 2-29]

Die Bedürfnisse der Kunden stehen für uns im Mittelpunkt. Ein zentraler Aspekt im Bereich der Qualitätssicherung ist ein umfassendes Beschwerdemanagement. Ein solches ist sowohl bei Lidl als auch bei Kaufland im Kundenservice beziehungsweise Kundenmanagement verankert. Anliegen und Beschwerden von Kunden können telefonisch oder über ein Online-Formular auf den Webseiten von Lidl und Kaufland eingereicht werden.

Qualitätsbeanstandungen für Produkte sowie produktbezogene Krisen werden ebenfalls von der für die Qualitätssicherung beziehungsweise das Qualitätsmanagement im jeweiligen Einkauf zuständigen Stelle bewertet, bearbeitet und gesteuert.

Über die eigenen umfangreichen Aktivitäten hinaus engagieren sich Lidl und Kaufland bei verschiedenen für Lebensmittelsicherheit zuständigen Organisationen. Mit unseren Stakeholdern sind wir auch mit Blick auf das Thema bewusste Ernährung im kontinuierlichen Dialog. 2025 fand erneut das Format „Lidl im Dialog“ statt – diesmal unter dem Motto „Zukunft auf dem Teller: Wie lässt sich eine wissenschaftlich fundierte, gesunde und nachhaltigere Ernährung konkret umsetzen?“.

Bereits im dritten Jahr in Folge präsentierte Kaufland in Deutschland sein Nachhaltigkeitsengagement auf der „Grünen Woche“ in Berlin – sowohl mit einem eigenen Stand im Erlebnisbauernhof als auch auf dem Messestand von Bioland in der Bio Halle. Das vielfältige Veranstaltungsprogramm bot dabei Raum für intensiven Austausch: Die Themen reichten von Fachdialogen über Bio-Rindfleisch und klimafreundlichere Tierhaltung über einen Bühnentalk zur frühkindlichen Ernährungsbildung bis hin zu einem Lieferantentag mit Fokus auf Gemüse, Brot und Regionalität.

Seit 2024 arbeitet Lidl im Rahmen einer langfristigen internationalen Partnerschaft mit dem World Wide Fund for Nature (WWF) zusammen. Der Fokus liegt dabei auf der Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette, um dort die zentralen globalen ökologischen Herausforderungen anzupacken. Weitere Informationen zu Dialogformaten mit unseren Stakeholdern finden sich im Kapitel Stakeholdermanagement.

Mit Blick auf unsere Hinweisgebersysteme halten wir uns an die gesetzlichen Vorgaben und interne Richtlinien. PreZero bietet seinen Kunden ein Online-Kontaktformular sowie eine telefonische Kundenhotline. Bei der Schwarz Produktion ist seit Jahren ein Reklamations- und Anfragenmanagement inklusive Reporting an Werks- und Geschäftsleitungen etabliert. Der Bereich Qualität bearbeitet und analysiert auftragsgemäß sämtliche Verbraucheranfragen und -reklamationen, ob telefonisch, per Post, E-Mail oder via Homepage. Zudem definieren die Werke der Schwarz Produktion wirksame Korrekturmaßnahmen, sofern erforderlich.

Maßnahmen und Projekte

Qualitätsmanagementsysteme

[GRI 416-1, 416-2 und 417-1]

Um Produktsicherheit, Legalität und hohe Qualität systematisch zu steuern, arbeitet Lidl nach einem anerkannten und nach ISO 9001:2015 zertifizierten Qualitätsmanagementsystem. Produktsicherheit hat darin die höchste Priorität. Alle entsprechenden Prozesse werden bei Lidl nach diesem Managementsystem durchgeführt, das Qualitätsziele und -grundsätze sowie klare Prozessvorgaben und Verantwortlichkeiten regelt.

Für Eigenmarken im Lebensmittel- und Drogeriebereich hat auch Kaufland Qualitätsstandards für Zutaten, nachhaltige Rohstoffe und den Umgang mit Schadstoffen, die teilweise über gesetzliche Anforderungen hinausgehen. Beide Handelssparten haben zentrale Schritte für die Einhaltung der Lebensmittelsicherheit definiert und verankert:

- Zertifizierung nach dem International Featured Standard (IFS) oder dem British Retail Consortium (BRC) der Produktionsstätten, die Unternehmen der Schwarz Gruppe mit Lebensmittel- und Drogerieprodukten sowie mit Tierfutter im Eigenmarkensortiment beliefern. Die Zertifizierungen sind in den Lieferantenanforderungen von Lidl und Kaufland enthalten. Wenn ein entsprechender Nachweis nicht erbracht werden kann, finden eine Risikobeurteilung und Auditierung statt, anhand derer über den Beginn einer Lieferantenbeziehung entschieden wird.
- Regelmäßige, risikoorientierte und im Bedarfsfall unangekündigte Durchführung von Produktionsstätten-Audits durch ausgewählte externe Zertifizierungsstellen
- Risikoorientierte Überprüfung aller Eigenmarkenartikel in den Bereichen Lebensmittel, Near-Food sowie Non-Food durch akkreditierte Institute zur Überprüfung ihrer Verkehrsfähigkeit
- Überprüfung der Einhaltung von Spezifikationswerten, die über gesetzliche Anforderungen hinausgehen

Alle potenziell kritischen Ergebnisse, die unter anderem durch die oben genannten Prozesse ermittelt werden, erhalten eine Bewertung durch die jeweilige Abteilung Produktsicherheit. Bei Abweichungen von den Vorgaben werden in Zusammenarbeit mit den Lieferanten umgehend Maßnahmen eingeleitet.

Als Hersteller für die Handelssparten Lidl und Kaufland wirken die Produktionsbetriebe der Schwarz Produktion und der Kaufland Fleischwerke an der Sicherstellung der Produktqualität der

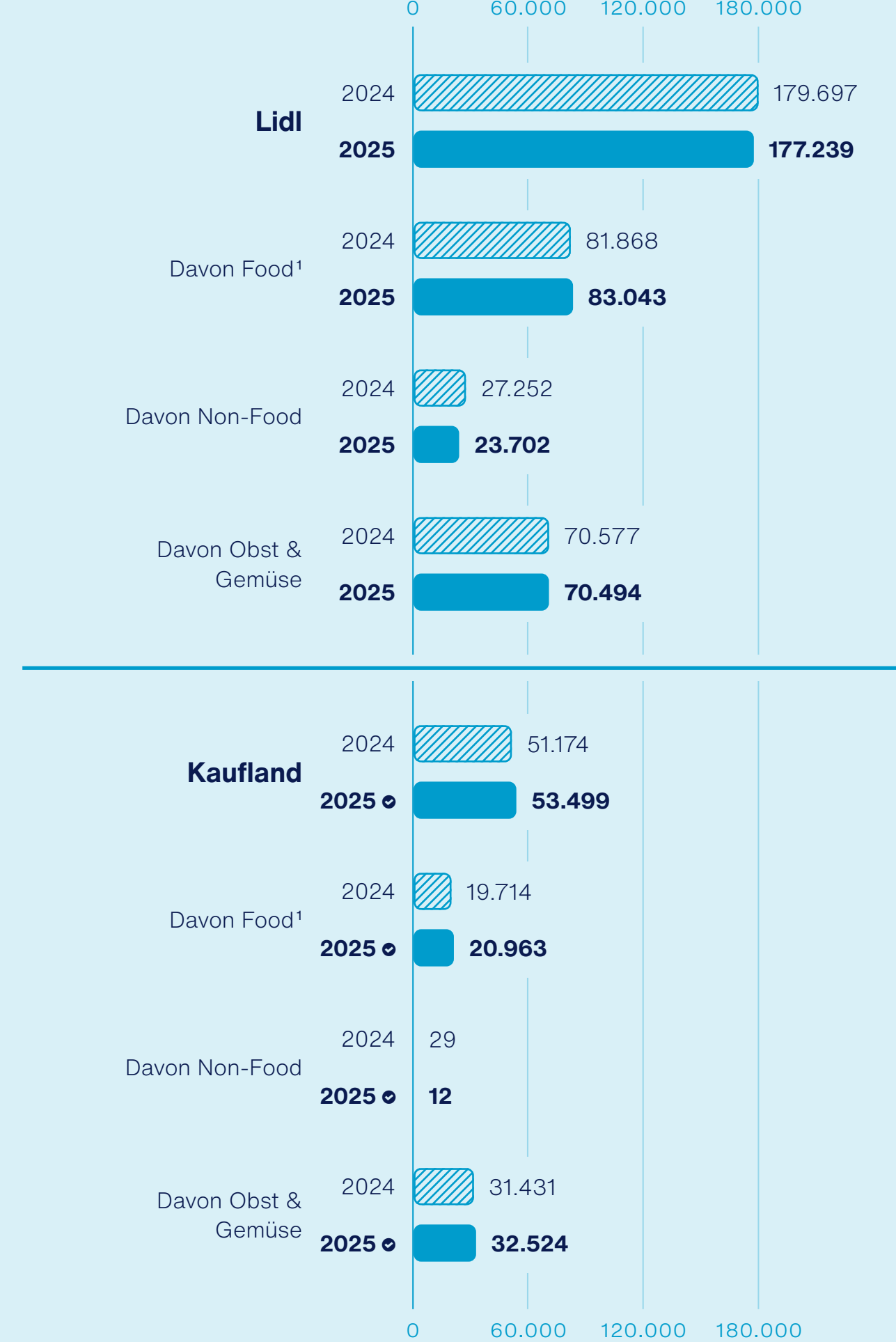
Eigenmarken mit. Die verwendeten Rohstoffe und die Produktionsbedingungen unterliegen höchsten Anforderungen, wie denen des IFS, und durchlaufen zahlreiche Qualitätskontrollen. Die gemeinsam festgelegte Maxime ist es, nur sichere Lebensmittel in den Verkehr zu bringen, eine gleichbleibend hohe Qualität zu sichern und potenzielle Gesundheitsgefahren zu vermeiden. Im Berichtszeitraum ist es zu keinen Produktrückrufen in den Betrieben der Kaufland Fleischwerke gekommen.

Für Eigenmarken und Eigenimporte im Non-Food-Bereich bestehen ebenfalls umfassende Qualitätsvorgaben. Im Textilbereich setzen die Handelssparten beispielsweise auf Zertifizierungen wie OEKO-TEX® STANDARD 100 oder den Global Organic Textile Standard (GOTS). Diese tragen dazu bei, Anforderungen an den Umgang mit potenziell schadstoffrelevanten Substanzen umzusetzen – etwa durch die Prüfung von Produkten auf Schadstoffe sowie durch Vorgaben zum Einsatz von Chemikalien entlang der Produktionskette.

1 | Zur Kategorie Food zählen alle Lebensmittel sowie Artikel aus dem Near-Food-Bereich, z. B. Kosmetika, Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel, Blumen und Pflanzen.

Anzahl der durchgeführten Produktanalysen im Eigenmarken-Sortiment

[GRI 416-1]



Fokus auf Inhaltsstoffe

Bei den Eigenmarkenprodukten von Unternehmen der Schwarz Gruppe bestehen zusätzliche Ansatzpunkte, um gemeinsam mit den relevanten Partnern Fortschritte in der Produktqualität zu erzielen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Zusammensetzung der Inhaltsstoffe: Ziel ist zum einen die Reduktion unerwünschter Stoffe wie möglicher Rückstände oder Kontaminanten. Zum anderen soll der Anteil ausgewählter Rohstoffe aus zertifiziertem und nachhaltigem Anbau erhöht werden.

Um in der Kritik stehende Inhaltsstoffe zu reduzieren oder zu ersetzen, setzen Lidl und Kaufland bei ihren Eigenmarkenprodukten vielfältige Maßnahmen um. Eine Voraussetzung ist, dass die Sicherheit der Lebensmittel dadurch nicht beeinträchtigt wird. Lidl und Kaufland schließen über eine entsprechende Blacklist zum Beispiel bestimmte Farbstoffe für die Eigenmarken im Lebensmittelbereich aus.

Nachhaltige Textilien
[GRI 306-2, 414-2 und 417-1]

Auch im Textilbereich binden Unternehmen der Schwarz Gruppe verschiedene sozial- und/oder umweltrelevante Zertifizierungen bei ihren Produkten ein: Die Zertifizierung ihrer aus Bio-Baumwolle hergestellten Textilware – sofern es die Warenverfügbarkeiten, Qualitäten und ökonomischen Faktoren ermöglichen – erfolgt nach den Kriterien der Standards GOTS und OCS. Zudem sind Lidl und Kaufland Partner der Initiative Cotton made in Africa® (CmiA). Durch die Zusammenarbeit setzen sie sich bereits am Anfang der textilen Lieferkette aktiv für eine sozial und ökologisch nachhaltigere

Baumwollproduktion ein. So stellen sie sicher, dass die Baumwolle, die sie für ihre Eigenmarken beziehen, unter verantwortungsvolleren Bedingungen angebaut und abgenommen werden kann.

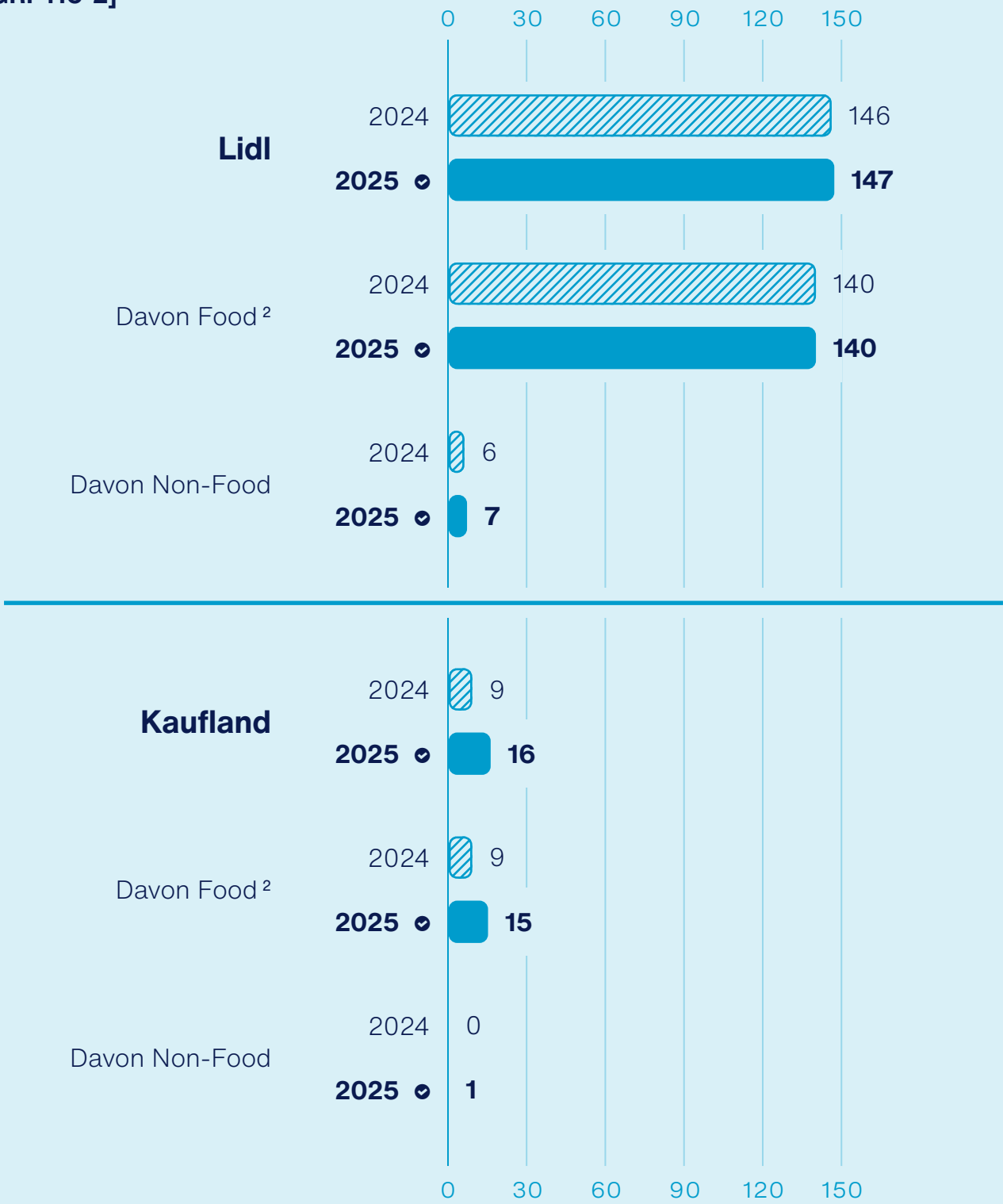
In der Lieferkette von Lidl und Kaufland werden die Unternehmen, die mit der Produktion von Textilien für das Aktionsware- und Dauersortiment der Handelssparten beauftragt sind, einer detaillierten Prüfung unterzogen. Die Textilien werden auf Basis diverser rechtlicher Vorgaben und freiwilliger Selbstverpflichtungen auf gesundheitsschädliche Substanzen geprüft.

Bei der Designfindung und Artikelauswahl für die Berufsbekleidung legen die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihren Fokus auf nachhaltige Materialien und eine hohe Recyclingfähigkeit. Wo möglich, wird reine Baumwolle auf GOTS-Basis verwendet, Zutaten und Drucke werden auf ein Minimum reduziert, und alle Artikel erfüllen mindestens den OEKO-TEX® STANDARD 100. Bei der Beschaffung von Mitarbeiterkleidung für die Filialmitarbeiter von Lidl und Kaufland berücksichtigen die Sparten einschlägige Zertifizierungen, darunter GOTS für Bio-Baumwolle sowie GRS und RCS für Polyester.

Auch nach der Nutzung wollen wir die Mitarbeiterkleidung im Sinne einer effektiven Kreislaufwirtschaft einer sinnvollen Verwertung zuführen: Seit Mitte 2024 wird ein Teil der nicht mehr genutzten Kleidungsstücke weiterverarbeitet zu Eintrittsarmbändern für die experimenta, Deutschlands größtes Science Center, am Standort Heilbronn.

Anzahl zurückgerufener Eigenmarkenartikel¹

[GRI 416-2]



Siegelübersicht
Lidl in Deutschland:

Verantwortung – Gut für Dich – Lidl Deutschland

Siegelübersicht
Kaufland in Deutschland:

Produktsiegel: Was steckt dahinter? Kaufland

1 | Ausgewiesen wird die Anzahl der unterschiedlichen zurückgerufenen Verkaufsartikel der öffentlichen Produkt-/Warenrückrufe für Eigenmarken. Warenrücknahmen sind nicht berücksichtigt. Bei Lidl handelt es sich um alle Verkaufsartikel (inkl. Obst & Gemüse und Blumen & Pflanzen), die im Geschäftsjahr für die Abgabe an den Kunden bestimmt waren. Betrifft stationären Handel (Filiale) ohne Aktionsartikel. Gezählt wird jeder Einzelartikel/jede Sortierung. Bei Kaufland sind alle aktiv gelisteten Artikel (mit Listung in mindestens einem Markt) zum Stichtag GJ-Ende enthalten. Ausgeschlossen werden: Differenzmärkte, Dummy-Einkäufergruppen, Nebengeschäft (und irrelevante Warengruppen), Sonderposten-/Posten-/Saisonartikel, Displays, VK-Sets.

2 | Zur Kategorie Food zählen alle Lebensmittel sowie Artikel aus dem Near-Food-Bereich, z. B. Kosmetika, Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel, Blumen und Pflanzen.

Qualitätssicherung bei Obst und Gemüse

Jeden Tag werden hunderte Tonnen frisches Obst und Gemüse in die rund 14.500 (2024: 14.200) Lidl- und Kaufland-Filialen auf der ganzen Welt geliefert. Produkt- und Lebensmittelsicherheit haben bei dieser Produktgruppe eine hohe Bedeutung. Das Lidl-Pestizidreduktionsprogramm besteht aus konkreten Lidl-Spezifikationswerten für Wirkstoffrückstände in Verbindung mit sogenannten strategischen Wirkstofflisten, welche kritische Wirkstoffe enthalten, auf die sukzessive verzichtet werden soll. Die Kaufland-Standards gehen über gesetzliche Vorgaben hinaus, indem sie auch zugelassene Wirkstoffe stark einschränken, um den Pestizideinsatz im Anbau so niedrig wie möglich zu halten (mehr Informationen dazu finden sich im Kapitel [Biodiversität](#)).

Für eine hohe Warenqualität haben wir den Anspruch, Anlieferungen nach standardisierten Prozessen systematisch zu analysieren. Viele Untersuchungen werden bereits vor der Ernte oder der Verladung der Ware durchgeführt. Die von neutralen Probenehmern gezogenen Proben werden von externen akkreditierten Laboren analysiert. Neben diesen Ergebnissen fließen auch Bewertungen der Rahmenbedingungen in den Anbaubieten in das Qualitätssicherungssystem ein.

Weitere Beispiele für die Qualitätssicherung der Handelssparten Lidl und Kaufland sind:

- Definition eigener Spezifikationswerte für Pflanzenschutzmittel in den Einkaufspolitiken, die über die gesetzlichen Anforderungen im Rahmen der EG-Verordnung 396/2005 hinausgehen.

- Zusammenarbeit mit landwirtschaftlichen Erzeugern, die über eine Zertifizierung nach dem Standard für gute landwirtschaftliche Praxis GLOBALG.A.P. oder dem Qualitätsstandard QS verfügen.
- Zusammenarbeit mit und Unterstützung von allen Erzeugern von Obst und Gemüse bei der Durchführung des Zusatzmoduls GLOBALG.A.P. GRASP für soziale Belange der Arbeiter.
- Um die Standards von GLOBALG.A.P. systematisch weiterzuentwickeln, ist Lidl im neuen Technical Advisory Committee (TAC) sowie in verschiedenen Technical Working Groups aktiv.
- Lidl hat gemeinsam mit wichtigen Partnern in der Obst- und Gemüse-Lieferkette, mit GLOBALG.A.P. und weiteren Partnern wie der Bodensee-Stiftung das „BioDiversity Add-on“ entwickelt (weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel [Biodiversität](#)).
- Zertifizierung nach anerkannten internationalen Wasserstandards für Kaufland-Obst- und -Gemüselieferanten aus elf Risikoländern: Die Zertifizierungen sind als Liefervoraussetzung seit Januar 2026 gefordert.
- Zusammenarbeit und aktive Unterstützung von Erzeugern von Obst und Gemüse bei der Umsetzung des Zusatzmoduls GLOBALG.A.P. SPRING.

Bewusste Ernährung und pflanzliche Proteinquellen

Lidl treibt sein Engagement für „Bewusste Ernährung“ weiter voran. So orientiert sich das Sortiment von Lidl zukünftig noch konsequenter an der wissenschaftlich fundierten Planetary Health Diet, die eine überwiegend pflanzenbasierte Ernährung empfiehlt.

Im Berichtszeitraum hat Lidl seine Strategie „Bewusste Ernährung“ überarbeitet und verbindliche Ziele mit Maßnahmenpaketen definiert, die in der Lidl-Einkaufspolitik „Bewusste Ernährung“ detailliert beschrieben sind. Das oberste Ziel ist es dabei, Lidl zur ersten Wahl für bewusste Ernährung zu machen. Im Rahmen dieser strategischen Ausrichtung dienen folgende Ziele als wichtige Meilensteine auf dem Weg nach morgen:

- Bis 2030 wird Lidl über alle Lidl Landesgesellschaften hinweg den Anteil der verkauften pflanzlichen Lebensmittel¹ im Vergleich zum Basisjahr 2023 um 20 Prozent erhöhen. Im Geschäftsjahr 2024 konnte die Handelssparte den Anteil an pflanzlichen Lebensmitteln (Obst und Gemüse, pflanzliche Proteinquellen und Vollkorn) bereits um 2,6 Prozent steigern.
- Die Lidl Landesgesellschaften verfolgen das Ziel, den Anteil an Vollkorn im Verhältnis zum Gesamtgetreideanteil zu steigern. Zudem bieten sie in jeder relevanten Produktgruppe eine Vollkornalternative an und veröffentlichen jährlich ihren Fortschritt.

- Jede Lidl Landesgesellschaft verfolgt zudem das Ziel, in ihrem Sortiment bis 2030 den Anteil pflanzlicher Proteinquellen² im Verhältnis zu tierischen Proteinquellen zu erhöhen, und macht ihre jährlichen Fortschritte im Protein-Split transparent.

Um ein zunehmend pflanzenbasiertes Lebensmittel-sortiment im Sinne der PHD anzubieten, hat Lidl im Geschäftsjahr 2023 begonnen, den Protein-Split – also den Anteil tierischer und pflanzlicher Proteinquellen im Sortiment – transparent darzustellen. Die Lidl Landesgesellschaften haben sich entsprechende Ziele gesetzt und veröffentlichen jährlich ihren aktuellen Zielerreichungsgrad. Für diese Analyse und zur transparenten Abbildung der Sortimentsstruktur entlang der Planetary Health Diet verwendet Lidl die WWF-Methodik. Sie orientiert sich an der PHD, die für das Jahr 2050 ein Verhältnis von 60 Prozent pflanzlichen zu 40 Prozent tierischen Proteinquellen anstrebt. Auf dieser Grundlage entwickelt Lidl seine Strategie für bewusste Ernährung gemeinsam mit Partnern weiter. Die Methodik steht zudem mit der Ernährungspyramide in Deutschland sowie weiteren nationalen Empfehlungen in EU-Mitgliedsländern im Einklang.

Unter anderem Lidl in Deutschland hat sich darüber hinaus das Ziel gesetzt, den Anteil alternativer Molkereiprodukte bis 2030 auf zehn Prozent zu erhöhen. Zudem hat sich Lidl in Deutschland ein Vollkornziel gesetzt: Bis 2030 will Lidl in Deutschland den Anteil an Vollkorn im Verhältnis zum Gesamtgetreide in seinem Sortiment auf 20 Prozent erhöhen (Basisjahr 2023). Außerdem vergrößert Lidl in Deutschland die Auswahl an Vollkornprodukten: Bereits heute gibt es in fast allen Produktkategorien eine Vollkornalternative. Bis 2030 soll in allen

1 | Im Sinne der PHD: Hülsenfrüchte, Nüsse, Samen, Vollkorn und Obst und Gemüse; ausgenommen sind Kartoffeln (stärkehaltiges Gemüse).

2 | Dies umfasst u. a. Hülsenfrüchte, Nüsse, Samen und Algen sowie vegane Alternativprodukte für Fleisch-, Eier- und Fischprodukte.

relevanten Produktkategorien des Sortiments mindestens eine Vollkornalternative angeboten werden.

Lidl in Deutschland hat seit Oktober 2023 nahezu das gesamte vegane Vemondo-Sortiment preislich an vergleichbare tierische Produkte angepasst. Denn Umfragen zeigen, dass der Preis ein Haupt-hemmnis für den Kauf pflanzlicher Produkte ist. Laut der ProVeg-Preisstudie 2025 bietet Lidl in Deutschland einen pflanzlichen Warenkorb günsti-ger an als einen tierischen. In sieben Kategorien sind pflanzliche Produkte zum niedrigeren Preis als das tierische Pendant in allen Lidl-Filialen erhältlich. Für eine bessere Orientierung und leichteren Zu-gang sind die jeweiligen Vemondo-Produkte in allen Filialen im direkten Umfeld der tierischen Ver-gleichsprodukte platziert. Dazu wurde das Angebot an veganen Convenience-Produkten im Tiefkühlre-gal erweitert. Mit der Kampagne „Du hast die Wahl“ wirbt Lidl in Deutschland zudem aktiv für pflanzliche Alternativen. Ende 2023 hat auch Kaufland die Preise der K-Plant Based-Produkte¹ an die der tierischen Vergleichsprodukte angepasst.

Auch die Verbesserung der ernährungsphysiologi-schen Eigenschaften von Lebensmitteln steht im Fokus der Unternehmen der Schwarz Gruppe – bei-spielsweise durch die Reduktion von Zucker, Salz und den Einsatz nachhaltiger und gesunder Fette mit einem möglichst hohen Anteil von ungesättigten Fettsäuren in den Eigenmarkenprodukten. Die Artikel, bei denen bereits eine Reduktion umgesetzt wurde, werden fortlaufend auf weitere Reduktionsmöglichkeiten geprüft.

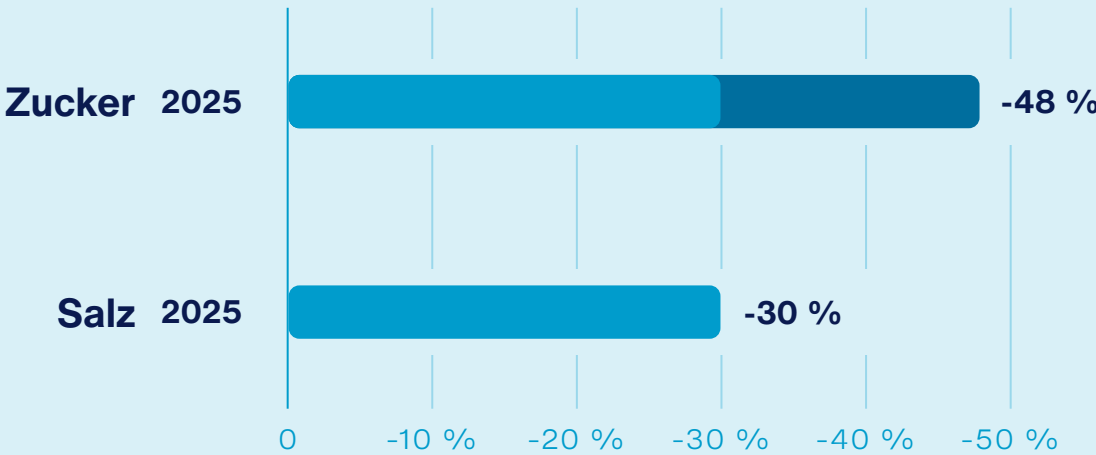
Lidl prüft beispielsweise bei der Reformulierung der Eigenmarkenprodukte auch die Verbesserung der Fettsäureprofile durch den Einsatz von mehr

pflanzlichen Ölen, um im Sinne der Strategie das Nährwertprofil der Eigenmarken zu verbessern – und damit auch den Nutri-Score.

Kaufland fokussiert sich bei der Reduktion von Zu-cker, Salz und Fett auf spezifische Produktgruppen, die häufig von Kindern verzehrt werden, darunter Erfrischungsgetränke oder Cerealien. Inzwischen wurde bei 580 Eigenmarkenartikeln der Zucker-, Salz- und/oder Fettgehalt erfolgreich reduziert. Anspruch von Kaufland ist es, dass die Produkte weiterhin die gleiche Qualität und ein sehr gutes Geschmackserlebnis bieten – dabei werden keine Ersatzstoffe eingesetzt. Bei neuen Rezepturen achtet die Handelssparte bereits von Anfang an auf einen möglichst niedrigen Anteil von Zucker, Salz und Fett. Die Artikel, bei denen bereits eine Reduktion umgesetzt wurde, werden fortlaufend auf weitere Reduktionsmöglichkeiten geprüft. Zudem arbeitet Kaufland daran, Zusatzstoffe wo immer möglich zu vermeiden und für einen unver-fälschten Geschmack zu sorgen.

Ziele erfüllt: Reduktion absatzgewichteter, durchschnittlicher Gehalt an zugesetztem Zucker oder Salz

Bis 2025 werden die Unternehmen der Schwarz Produktion den durchschnittlichen Zuckergehalt pro Liter der abgesetz-ten Getränke um ca. 30 % und den durchschnittlichen Salzgehalt pro Kilogramm der abgesetzten Backwaren um ca. 30 % reduzieren (Basisjahr 2015).



1 | Die frühere Eigenmarke K-Take It Veggie wurde im Zuge eines Rebran-dings der Eigenmarken zum Geschäftsjahres-ende 2025 in K-Plant Based umbenannt.

Sensibilisierung für bewusste Ernährung
[GRI 413-1]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen gemeinsam auf verschiedene Maßnahmen und Initiativen, um Kinder und Erwachsene für eine bewusste Ernährung und einen verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln zu sensibilisieren. Ein Fokus liegt auf dem Thema Kindermarketing. Lidl hat sich das Ziel gesetzt, ab 2026 nur noch Lebensmittel mit Kinderoptik auf der Verpackung seiner Eigenmarken zu verkaufen, wenn sie die WHO-Kriterien für gesunde Lebensmittel und die Lidl-Zusatzkriterien erfüllen. Die Verpackungen wurden im Berichtszeitraum umgestellt. Ausgenommen sind Aktionsartikel zu Weihnachten, Ostern und Halloween, da dies besondere Anlässe im Leben eines Kindes sind und nicht alltägliches Ernährungsverhalten widerspiegeln. Daher hat Lidl sich bei diesen Anlässen für eine Ausnahme entschieden. Beispielsweise sind der Schokoladen-Nikolaus oder -Osterhase kulturelle Symbole, die die Handelssparte den Kindern nicht vorenthalten möchte.

Auch Kaufland ist es wichtig, dass Kinder nicht bewusst durch die Verpackung auf beispielsweise zuckerhaltige Produkte gelenkt werden. Kaufland hat sich daher verpflichtet: Bei allen Produkten, die laut den Kriterien der WHO als ungesund eingestuft sind, verzichtet die Handelssparte bei ihren Eigenmarken auf ein an Kinder gerichtetes Verpackungsdesign. Die Verpackungsumstellung wurde bereits für alle betreffenden Eigenmarken-Produktverpackungen umgesetzt.

Im Rahmen der Bildungsinitiative „Machen macht Schule“ engagiert sich Kaufland dafür, Kindern nachhaltigkeitsbezogene Zukunftsthemen alters-

gerecht näherzubringen. Zu der Initiative gehört die Organisation von Ernährungsaktionstagen in Schulen, Kitas oder Fußballvereinen, die das Bewusstsein für gesunde Ernährung bei Kindern steigern sollen. Zertifizierte Ernährungsfachkräfte machen dabei grundlegendes Wissen rund um eine gesunde Ernährung und den bewussten Umgang mit Lebensmitteln spielerisch erlebbar. Die Kaufland-Filialen stellen hierfür frisches Obst und Gemüse sowie weitere Lebensmittel für die Aktionstage bereit. Im Berichtszeitraum hat Kaufland erneut über 150 solcher Aktionstage umgesetzt. Auf Länderebene bestehen in Kroatien und der Slowakei langjährige Engagements zu diesem Thema.

Auch Lidl engagiert sich für eine bewusste und gesunde Ernährung von Kindern: So startete Lidl Bulgarien gemeinsam mit zwei Fachorganisationen und einer medizinischen Universität die Informationskampagne #MindfulEating, um bewusste Ernährung zu fördern. Grundlage bilden zwei nationale Studien zu Ernährungsgewohnheiten von Erwachsenen und Kindern, die mit Experten, Medien und Meinungsführern geteilt wurden. Die Informations- und Aufklärungskampagne umfasste zahlreiche Veranstaltungen. 18 Pressemitteilungen und rund 270 Medienveröffentlichungen erreichten über eine Million Leser. Lidl und seine Partner waren in fünf TV-Sendungen (2,5 Millionen Zuschauer) und zwei Radiosendungen vertreten. Zwei interaktive Live-Shopping-Events erzielten über 200.000 Aufrufe. Zur Kampagne gehören auch kindgerechte Lernangebote wie der Bildungsgarten „Lidl Farm“- und neue Schulungsmaterialien.

Im Fokus unseres Engagements stehen auch die eigenen Mitarbeiter: Sie werden beispielsweise an den Verwaltungsstandorten über Aktionen in

den Restaurants der Schwarz Restaurantbetriebe im Zuge der Nachhaltigkeitswochen oder über einen ausgewogenen Speiseplan für eine bewusste Ernährung sensibilisiert. Alle Gerichte sind mit Kalorienangaben versehen und ermöglichen es so unseren Mitarbeitern, auf Basis dieser Transparenz zu entscheiden, wie viele Kalorien sie zu sich nehmen wollen. Die Schwarz Restaurantbetriebe haben bei neun von zehn Restaurants eine Biozertifizierung durchführen lassen. Geprüft wurden neben den Lebensmitteln auch die Reinigungskemie in Bezug auf Schadstoffe, die Umweltverträglichkeit sowie die Lieferanten und Lieferketten. Im Zuge des betrieblichen Gesundheitsmanagements bei Kaufland werden zudem regelmäßig Vorträge und Kurse – so auch zum Thema gesunde Ernährung – für die Mitarbeiter angeboten.

Nutri-Score
[GRI 417-1]

Lidl hat als eine der ersten Unternehmensgruppen die freiwillige Nährwertkennzeichnung Nutri-Score eingeführt. Seitdem hat Lidl sukzessive die Abbildung der Kennzeichnung auf sein Eigenmarkenportfolio ausgeweitet. Damit ermöglicht Lidl es den Kunden, den Nährwert der Lebensmittel bei ihrer Kaufentscheidung zu berücksichtigen.

Bei Lidl wird der Nutri-Score in allen Ländern angewendet, die noch kein derartiges Kennzeichnungssystem nutzen und in denen es die Gesetzgebung ermöglicht. In diesen Ländern werden bis spätestens 2030 die dauerhaft verfügbaren Eigenmarken mit dem Nutri-Score gekennzeichnet, um Transparenz herzustellen und eine gesündere Wahl zu erleichtern.

Sonstige Kennzeichnungen und Labels
[GRI 417-1]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe möchten die Transparenz ihrer Produkte weiter erhöhen. Dafür sind bereits „Traceability“-Lösungen im Einsatz. Sie ermöglichen die Rückverfolgbarkeit bei einzelnen Rohstoffen und machen diese Information über Barcodes auf den Verpackungen zugänglich. Durch das Scannen eines QR-Codes und die Eingabe der Chargennummer auf der Produktverpackung erhalten Kunden bei allen Fisch- und zahlreichen Fleischprodukten sowie einigen Tiefkühl- und Wurstprodukten der Kaufland-Eigenmarken in Deutschland ausführliche Informationen zur Herkunft, unter anderem zum herstellenden beziehungsweise verarbeitenden Betrieb. Bei Lidl werden ebenfalls Informationen für Fisch- und Fleischprodukte bereitgestellt.

Auf einem Großteil der Verpackungen für mariniertes und gewürztes Fleisch hat Lidl in Deutschland eine freiwillige Herkunftskennzeichnung eingeführt. Dies gilt auch für den Großteil der Fisch-Artikel, womit Lidl in Deutschland über die gesetzliche Regelung auf EU-Ebene hinausgeht. In der Regel wird für die Herkunftsverfolgung ein QR-Code genutzt. Im nächsten Schritt sollen die komplexen Lieferketten im Lebensmitteleinzelhandel hinsichtlich möglicher CSR-Risiken transparenter dargestellt werden. Ziel ist es, Lieferketten digital abzubilden sowie Sozial- und Umweltrisiken zu erkennen. In diesem Zusammenhang prüft Lidl momentan die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern, die entsprechende Lösungen in diesem Bereich anbieten.

Nach ökologischen und sozialen Standards hergestellte Handelsware wird bei Lidl und Kaufland durch unabhängige Zertifizierungen und die

entsprechenden Produktsiegel eindeutig gekennzeichnet; weitere Informationen finden sich im Kapitel [Zertifizierte Produkte im Lebensmittelbereich](#).

Transparenz und Sensibilisierung am Lebensende der Produkte bilden einen grundlegenden Baustein für wirksames Handeln in den Unternehmen der Schwarz Gruppe. Im Rahmen der gemeinsam erarbeiteten Kreislaufwirtschaftsstrategie REset Resources wurden beispielsweise sukzessive Trenn- und Entsorgungshinweise auf Mehrkomponentenverpackungen der Handelssparten Lidl und Kaufland eingeführt. Ziel ist es hierbei, die Kunden für die richtige Entsorgung ihrer Verpackungen zu motivieren. Dadurch wollen wir einen Beitrag zu einem besseren Recycling leisten. Diese Bemühungen unterstützt auch PreZero. Die Sparte ist Teil von Verbänden und Initiativen, die explizit das Ziel verfolgen, durch Wissensvermittlung über Abfalltrennung mehr Wertstoffe für das Recycling zu gewinnen. Weitere Informationen zur Kreislaufwirtschaftsstrategie REset Resources finden sich auch im Kapitel [Kreislaufwirtschaft](#).

Digitalisierung und Datensouveränität

Datensicherheit steht bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe im Mittelpunkt. Die Daten unserer Kunden sind durch höchste Sicherheitsstandards geschützt – Grundlage hierfür ist das konsequente Ausrichten auf digitale Souveränität. Wir verpflichten uns zu einer sicheren digitalen Infrastruktur aus Deutschland und Europa und gestalten unsere Lösungen strikt im Einklang mit europäischen Datenschutzstandards.

Mit diesem Anspruch stellt Schwarz Digits die IT-Infrastruktur und Lösungen für das Ökosystem der Unternehmen der Schwarz Gruppe bereit und entwickelt dieses kontinuierlich weiter. Darüber hinaus schafft Schwarz Digits geeignete Bedingungen für die Entwicklung digitaler Lösungen für Endkunden, Unternehmen und öffentliche Einrichtungen.

Digitale Souveränität und Datensicherheit sind entscheidend, um die Kontrolle über digitale Systeme und Daten zu behalten, die Privatsphäre zu schützen und Unabhängigkeit zu gewährleisten. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe sind überzeugt, dass es im gesamtgesellschaftlichen Interesse liegt, Schlüsseltechnologien in Deutschland und Europa aufzubauen und entsprechendes Software-, Hardware- und Kompetenzwissen weiterzuentwickeln.

Ergänzend dazu investiert Schwarz Digits mit dem Datacenter Lübbenau in eine leistungsfähige digitale Infrastruktur in Deutschland. Bis Ende 2027 soll ein hochmodernes Rechenzentrum entstehen. Das Projekt verbindet digitale Transformation, technologische Souveränität und regionale Verantwortung. Mit einer Anschlussleistung von rund 200 Megawatt wird es zu einem leistungsstarken Standort für digitale Infrastruktur in Europa. Zudem wird das Rechenzentrum im Regelbetrieb vollständig mit Strom aus erneuerbaren Energien betrieben und perspektivisch Serverabwärme in das kommunale Fernwärmenetz einspeisen.

→ Partnerschaft für digitale Souveränität

Im Januar 2025 vereinbarten die Unternehmen der Schwarz Gruppe und Google eine langfristige strategische Partnerschaft. Ziel der Zusammenarbeit ist die Unterstützung einer sicheren und souveränen digitalen Transformation. STACKIT, die Cloud-Lösung von Schwarz Digits, stellt lokalen Datenspeicher für Google Workspace bereit und bietet eine clientseitige Verschlüsselung. Auf dieser Grundlage wird im Rahmen dieser Partnerschaft seit Ende 2025 die cloudbasierte Lösung „Workspace by STACKIT“ angeboten, insbesondere für regulierte Branchen in Deutschland und Europa. Erste Kunden aus dem öffentlichen Sektor sowie aus weiteren Branchen setzen die Lösung bereits ein.

Gesellschaft Strategischer Ansatz

Schwerpunktt Themen

Als eine der weltweit führenden Handelsgruppen verstehen wir uns als aktiver Teil der Gesellschaft und übernehmen Verantwortung über unser Kerngeschäft hinaus. Ziel unseres Engagements ist es, gesellschaftliche Herausforderungen aktiv zu adressieren und zur langfristigen Lebensqualität heutiger und künftiger Generationen beizutragen.

Unser strategischer Ansatz zielt darauf ab, durch gezieltes Engagement und starke Partnerschaften einen messbaren Mehrwert für das gesellschaftliche Umfeld an unseren Standorten und darüber hinaus zu schaffen. Dabei stärken wir regionale Strukturen und fördern faire Rahmenbedingungen für die Gemeinschaft. Wir setzen auf Verlässlichkeit und Transparenz, um das Vertrauen unserer Stakeholder langfristig zu stärken.

Unser Engagement konzentriert sich auf folgende Schwerpunktt Themen, in denen wir mit unserer Größe und Expertise einen gesellschaftlichen Beitrag leisten können:

- **Engagement unserer Mitarbeiter:** Unsere Mitarbeiter engagieren sich aktiv in sozialen und ökologischen Projekten. So leisten sie einen unmittelbaren Beitrag zur Stärkung des gesellschaftlichen Umfelds an unseren Standorten und bauen zugleich fachliche sowie persönliche Kompetenzen durch ihr Engagement weiter aus.

- **Sponsoring und Partnerschaften:** Durch ausgewählte Sponsoringmaßnahmen sowie strategische und langfristige Partnerschaften leisten wir einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung.

- **Spenden:** Wir fördern gemeinnützige Organisationen durch finanzielle und sachliche Spenden, einschließlich der Unterstützung von Katastrophen- und humanitärer Hilfe. Der Fokus liegt auf Projekten, die den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Lebensqualität in den Regionen, in denen wir tätig sind, stärken.

Derzeit entwickelt die Schwarz Gruppe eine gruppenübergreifende strategische Ausrichtung für ihr gesellschaftliches Engagement. Maßnahmen sollen auf diese Weise noch stärker gebündelt, systematisiert und aufeinander abgestimmt werden. Die strategische Ausrichtung umfasst vier Handlungsfelder und entsprechende strategische Zielsetzungen:

- **Corporate Volunteering:** Durch gezielte Perspektivwechsel werden Kompetenzen aufgebaut und wird die Resilienz der Organisation gestärkt. Gleichzeitig positionieren wir uns als werteorientierter Arbeitgeber.
- **Sponsoring:** Das Vertrauen der Stakeholder wird durch die Bündelung und Fokussierung gesellschaftlicher Engagements gesichert. Dabei orientieren sich die Aktivitäten konsequent an unseren Kernthemen und Zielgruppen.

- **Spenden:** Über Employer Branding und Standortmarketing stärken wir unsere regionale Verankerung. Im Bereich des gesellschaftlichen Impacts leisten wir etwa Unterstützung bei Umweltkatastrophen – in Abhängigkeit von den jeweiligen Geschäftsmodellen und der CR-Strategie.

- **Ehrenamtsförderung:** Durch den gezielten Aufbau systemrelevanter Kompetenzen positionieren wir uns als strategischer Partner für gesellschaftliche Herausforderungen.

Auswirkungen

Lebensmittel haben einen direkten Einfluss auf die Gesundheit unserer Kunden. Ein bewusstes Konsumverhalten im Bereich nachhaltige Lebensmittel unterstützt eine umweltverträgliche Ernährungsweise, die wir durch transparente Produktkommunikation und gezielte Aufklärungsinitiativen fördern. Unser gesellschaftliches Engagement und die Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen, wie den lokalen Tafeln, stärken die sozialen Strukturen vor Ort und wirken der Verschwendung wertvoller Ressourcen entgegen. Durch strategische Partnerschaften und Sport-Sponsoring fördern wir zudem einen aktiven Lebensstil und erzielen positive Effekte für das Wohlbefinden breiter Bevölkerungsgruppen. Durch diese Bündelung aus Ernährungsbildung, aktivem Einsatz vor Ort und verlässlicher Unterstützung erzielen wir eine ganzheitliche, spürbare Wirkung für eine gesunde und solidarische Gesellschaft.

Grundsätze, Richtlinien und Verpflichtungen

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe orientieren sich bei ihrer gesellschaftlichen Verantwortung an aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen wie der Planetary Health Diet, um eine gesunde und nachhaltige Ernährung aktiv zu fördern. Durch klare Einkaufspolitiken und die Anwendung der WHO-Kriterien für Kindermarketing verpflichten wir uns zu einer transparenten Produktkommunikation und einer verantwortungsvollen Sortimentsgestaltung. Unser gesellschaftliches Engagement basiert auf langfristigen Kooperationen mit Partnern wie dem WWF sowie lokalen Organisationen, um ökologische und soziale Herausforderungen systematisch über die eigene Wertschöpfungskette hinaus zu adressieren. Im Bereich Spenden und Sponsoring setzen wir auf einen ganzheitlichen Ansatz, der von Sportpartnerschaften für einen gesunden Lebensstil bis hin zur kontinuierlichen Unterstützung der lokalen Tafeln reicht.

Gesellschaft

Managementansatz

Organisation und Verantwortung

Die spartenübergreifende Zusammenarbeit im Bereich Corporate Affairs bündelt zentrale gesellschaftliche Handlungsfelder wie Sponsoring, Spenden und Ehrenamtsförderung zu einer gemeinsamen ganzheitlichen Corporate-Citizenship-Strategie. Dadurch wird insbesondere eine koordinierte und effiziente Koordination regionaler Anfragen sichergestellt.

Kooperationen und Projekte mit gesellschaftlichem Bezug werden auf nationaler und internationaler Ebene in den jeweiligen CR/CSR-Bereichen unserer Sparten bearbeitet. Die operativen Fachbereiche initiieren und realisieren diese Projekte in Abstimmung mit dem jeweiligen CR-Bereich. Bei spartenübergreifenden Initiativen, Großspenden und Sponsorings übernimmt die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG als Dienstleister die fachliche Prüfung und übergreifende Koordination.

Stakeholdereinbindung

Ein kontinuierlicher und vertrauensvoller Austausch mit ihren Stakeholdern ist die Basis des gesellschaftlichen Engagements der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Wir beziehen relevante Anspruchsgruppen – darunter Mitarbeiter, Kunden, Nichtregierungsorganisationen, Politik und Wissenschaft – gezielt ein, um Erwartungen frühzeitig zu erfassen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln.

Dafür nutzen wir unterschiedliche Formate, wie Mitarbeiterbefragungen, die regelmäßige Berichterstattung sowie dialogorientierte Veranstaltungen wie „Lidl im Dialog“ oder „Schwarz Impulse“. Die Ergebnisse fließen in die Weiterentwicklung unserer Aktivitäten im Bereich des gesellschaftlichen Engagements ein.

Darüber hinaus arbeiten wir mit strategisch ausgewählten Partnern zusammen, die unsere Werte teilen und unsere Initiativen fachlich und inhaltlich ergänzen. Die enge Zusammenarbeit ermöglicht es, Initiativen zielgerichtet umzusetzen und ihre Wirkung langfristig – unter anderem auch regional – zu stärken.

Initiativen und Projekte

Engagement unserer Mitarbeiter

Um eine konsistente und glaubwürdige Außenwirkung zu erzielen, werden gesellschaftliche Initiativen der Unternehmen der Schwarz Gruppe zunächst intern kommuniziert und eingeführt oder umgesetzt und bei den Mitarbeitern verankert. Ein zentraler Erfolgsfaktor ist dabei eine enge abteilungs- und spartenübergreifende Zusammenarbeit, durch die gruppeninterne Synergien gezielt genutzt werden können. Durch Skill-based Volunteering fördern wir den gezielten Wissens- und Erfahrungstransfer zwischen Wirtschaft und Gesellschaft und verbinden gesellschaftliches Engagement mit Kompetenzentwicklung.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben im Berichtsjahr zum sechsten Mal eine unternehmensweite Aufräumaktion im Raum Heilbronn, Neckarsulm und Bad Wimpfen durchgeführt. Rund 550 Mitarbeitende aus verschiedenen Bereichen beteiligten sich und sammelten insgesamt 2,3 Tonnen achtlos weggeworfenen Müll. Mithilfe von Mitarbeitern von PreZero wurde der Abfall direkt an einer eingerichteten Recyclingstelle fachgerecht sortiert, verwertet und entsorgt. Im Rahmen der Aktion wurde zudem eine Spende in Höhe von 5.500 Euro an die Stiftung „Große Hilfe für kleine Helden“ ermöglicht, die Kinder und Familien in schwierigen Lebenslagen unterstützt.

Auch Kaufland in Deutschland bietet seinen Mitarbeitern in den Filialen, Logistikzentren und Fleischwerken sowie den Mitarbeitern von Kaufland e-commerce mithilfe eines Baukastensystems die Möglichkeit, regionale Aufräumaktionen umzusetzen. So gab es auch 2025 zahlreiche Aufräumaktionen in ganz Deutschland. Seit mehr als zehn Jahren unterstützen zudem Kaufland-Mitarbeiter auch bei der externen Aufräumaktion „Saarland picobello“ und stellen Arbeitsschutzhandschuhe und Schwerlast-Abfallsäcke für alle Teilnehmer zur Verfügung.

Die Mitarbeiteraktivierung bei der Schwarz Produktion wird unterstützt durch eine umfassende Begleitkommunikation, unter anderem mit Videobeiträgen zum Umsetzungsstand der Nachhaltigkeitsstrategie. Ein kurzer Film bietet eine anschauliche Einführung in die Nachhaltigkeitsaktivitäten und zeigt, welche entscheidende Rolle der Schutz der Umwelt für die Schwarz Produktion spielt. Ein zweiter Film gewährt interessante Einblicke in das Thema Wertstoffkreislauf.



→ Schwarz Produktion: „Aktiv für die Umwelt“

Im Rahmen der Initiative „Aktiv für die Umwelt“ engagieren sich Mitarbeiter der Schwarz Produktion in zwei regelmäßigen Aktionen: Plogging und einer Baumpflanzaktion. Beide Formate wurden 2024 erstmals durchgeführt, 2025 fortgesetzt und sind auch für die kommenden Jahre fest eingeplant. Die Plogging-Aktion kombiniert Bewegung an der frischen Luft mit einem Umwelt-Engagement: Beim Laufen oder Walken wurden Abfälle gesammelt und anschließend nach einem Wertstoffkonzept sortiert. Ein weiteres Beteiligungsformat ist eine jährliche Bewegungschallenge, bei welcher die Teilnehmer sportliche Aktivitäten – etwa Joggen, Radfahren oder Yoga – über eine App tracken und in Bäume umwandeln. Diese werden gemeinsam im Rahmen von Baumpflanzaktionen gepflanzt. Im Jahr 2024 setzten die Mitarbeiter rund 2.200 Baumsetzlinge bei Weißenfels und 2025 rund 3.050 in Langerwehe – insgesamt über 5.250 Setzlinge in zwei Jahren.

Auch das soziale Engagement der Mitarbeiter unterstützen die Unternehmen der Schwarz Gruppe: So können sich beispielsweise Mitarbeiter der Schwarz Corporate Solutions und Kaufland-Mitarbeiter im Rahmen von Blutspendeaktionen in Deutschland, Polen, Rumänien, der Slowakei, Tschechien und Kroatien engagieren. Die Umsetzung in weiteren Ländern ist in Planung. Dieses Angebot steht auch Mitarbeitern der Lidl Stiftung & Co. KG und von Lidl in Deutschland zur Verfügung. Mitarbeitern von Schwarz Corporate Solutions, der Lidl Stiftung & Co. KG und Kaufland in Deutschland werden zudem Typisierungsaktionen zur Stammzellen-spende angeboten.

Die Mitarbeiter von Unternehmen der Schwarz Gruppe haben des Weiteren zu Weihnachten die Möglichkeit, sich im Rahmen einer koordinierten Wunschbaumaktion sozial zu engagieren. Bei PreZero Spanien und Portugal ist das Programm Súmate etabliert. Hier können Mitarbeiter einen Teil ihres Gehaltes, über eine monatliche Rundung der Gehaltsberechnung, für soziale Organisationen spenden. Dabei schlagen sie auch selbst Organisationen zur Abstimmung vor. In Spanien wurden bei der vierten Ausgabe des Programms im Jahr 2025 mehr als 220 Vorschläge eingereicht; die zehn meistgewählten Organisationen aus dem Mitarbeiterkreis erhielten den gesammelten Spendenbetrag, den PreZero Spanien verdoppelte. In Portugal wurden 2025 insgesamt acht Projekte eingereicht. Die zwei von den Mitarbeitenden als favorisiert ausgewählten Organisationen bzw. Projekte erhielten die gesamte Spendensumme, die von PreZero Portugal mehr als verdoppelt wurde.

Sponsoring und Partnerschaften

Durch gezieltes Sponsoring und ausgewählte Partnerschaften schlagen wir eine Brücke zwischen den Unternehmen und der Gesellschaft.

Unternehmen der Schwarz Gruppe haben 2025 sowie bereits in den Vorjahren mehrere strategische Partnerschaften geschlossen, bei denen die Themen Ressourcenschonung, Cybersicherheit und bewusste Ernährung im Mittelpunkt stehen. Dabei geht es um einen ganzheitlichen Ansatz – weg vom reinen Sponsoring, hin zu langfristig angelegten Sportpartnerschaften.

Gemeinsam mit der Stadtverwaltung von Murcia hat PreZero die Pilotkampagne „Un Solo Día“ (ein einziger Tag) ins Leben gerufen, mit dem Ziel, die Entsorgung von Sperrmüll effizienter und umweltgerechter zu gestalten. Die Initiative begann in sieben Ortsteilen (pedanías) der Gemeinde und wurde nach dem großen Erfolg auf insgesamt elf Ortsteile ausgeweitet, wodurch mehr als 70.000 Einwohner erreicht werden. Bereits am ersten Tag der Umsetzung wurden mehr als 16.000 Kilogramm Hausrat und Möbel gesammelt und zur Wiederverwertung sowie Verwertung in den Umweltkomplex Cañada Hermosa gebracht.



→ Kaufland: 150 Ernährungsaktionstage

Im Geschäftsjahr 2025 wurden bei Kaufland in Deutschland 150 Ernährungsaktionstage bundesweit an Schulen und bei „Spielfreunde“-Kooperationsvereinen durchgeführt. Die Ernährungsbildungsinitiative von Kaufland wird ab 2026 durch eine Kooperation mit der Philipp Lahm Stiftung auf ein neues Niveau gehoben. Der Kommunikationslaunch der Kooperation erfolgte im Rahmen der Grünen Woche im Januar 2026. Erste gemeinsame Schritte wurden im Rahmen des Sommercamps der Philipp Lahm Stiftung bereits im August 2025 umgesetzt: Kaufland war dabei erstmals als Ernährungspartner eingebunden, beteiligte sich an der gemeinsamen Erarbeitung der Inhalte für die Ernährungsworkshops und stellte die Lebensmittel für die Kochkurse bereit.

Die im Jahr 2025 eingegangene strategische Partnerschaft zwischen PreZero und der Deutschen Fußball Liga zielt darauf ab, die Weiterentwicklung der Bundesliga und 2. Bundesliga im Bereich der Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft zu stärken. PreZero bringt als Kreislaufwirtschaftsunternehmen seine Expertise in die Umsetzung konkreter Maßnahmen für die Clubs ein, unter anderem zur Reduktion vermeidbarer Abfälle, zur Schonung natürlicher Ressourcen wie Wasser und zur Steigerung der Recyclingquoten.

Anfang 2026 hat PreZero außerdem eine strategische Partnerschaft mit dem FC Porto geschlossen. Ziel ist es, den Verein als ersten in Portugal zur Zertifizierung nach DIN SPEC 91436 („Road to Zero Waste“) zu führen. Im Fokus der Zusammenarbeit stehen die Umsetzung von Prinzipien der Kreislaufwirtschaft sowie der Aufbau eines wirksamen Abfallmanagements gemäß dem internationalen Standard DIN SPEC 91436. PreZero unterstützt den FC Porto dabei mit Beratungs- und technischer Expertise, um eine vollständige Verwertung der anfallenden Abfälle sicherzustellen und Deponieabfälle zu vermeiden.

Zudem wurde die seit 2024 bestehende Partnerschaft zwischen PreZero sowie Schwarz Digits und dem VfB Stuttgart ausgebaut – Schwarz Digits ist seit 2025 Premium-Partner des Vereins und PreZero unterstützt als offizieller Partner der Kreislaufwirtschaft des Vereins das Waste Management am Vereinsstandort auf der „Road to Zero Waste“.

Die seit 2016 bestehende Partnerschaft zwischen Lidl in Deutschland und dem Deutschen Handballbund wurde vorzeitig bis 2030 verlängert. Als offizieller Premium- und Frische-Partner unterstützt

Lidl die Frauen- und Männernationalmannschaften weiterhin mit frischen Lebensmitteln und engagiert sich gemeinsam mit dem Handballbund für die Förderung von Bewegung und ausgewogener Ernährung im Leistungs- und Breitensport. PreZero bringt seine Expertise im Bereich der Kreislaufwirtschaft ein und Schwarz Digits fördert die Cybersicherheit der Liga.

Mit der Medienkompetenz-Initiative „KOPF AN!?“ engagiert sich Schwarz Digits zudem für einen bewussten, sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien bei Kindern und Jugendlichen. In Zusammenarbeit mit der Bildungsakademie des VfB Stuttgart werden diese Inhalte auch in speziellen Bildungsformaten in der MHP Arena vermittelt. Ziel ist es, insbesondere junge Mädchen und ambitionierte junge Frauen auf ihrem Weg zu digitaler Stärke und einem selbstbewussten Auftreten zu befähigen und zu ermutigen.

Auch die seit 2023 bestehende Partnerschaft der Unternehmen der Schwarz Gruppe mit dem FC Bayern München haben PreZero und Schwarz Digits im Berichtsjahr ausgeweitet. Als neue Platin-Partner begleiten die beiden Sparten nun auch den FC Bayern Basketball. Damit sorgt Schwarz Digits dafür, dass der Verein weiter mit der souveränen Cloud von STACKIT und der Cybersicherheit von XM Cyber digital souverän aufgestellt ist. PreZero begleitet den Verein dabei, die Vision der „Road to Zero Waste“ umzusetzen. In enger Zusammenarbeit soll die Recyclingquote verbessert, sollen Wertstoffkreisläufe Schritt für Schritt geschlossen und nicht wiederverwertbare Abfälle auf ein Minimum reduziert werden. Zudem unterstützten PreZero und XM Cyber im Berichtsjahr den Erstligisten RCD Mallorca dabei, als erster spanischer Verein die „Road to

Zero Waste“ umzusetzen und eine entsprechende Zertifizierung zu erhalten. Darüber hinaus verfolgen beide Unternehmen das Ziel, die IT-Sicherheit des Vereins zu stärken.

Seit 2019 besteht außerdem die Partnerschaft mit dem Fußball-Bundesligisten TSG 1899 Hoffenheim. Die Kooperation geht weit über das Sponsoring des Fußballstadions sowie dessen Umbenennung in „PreZero Arena“ hinaus: Als offizieller Nachhaltigkeitspartner hat PreZero den Verein etwa auf dem Weg zur ersten nach DIN SPEC 91436 / „Road to Zero Waste“-zertifizierten Fußball-Arena der Bundesliga unterstützt. 2024 konnte die Zertifizierungsstufe von Bronze auf Silber verbessert werden. Dazu wurde innerhalb eines Jahres die Restabfallmenge um mehr als zwei Tonnen reduziert und die Wiederverwertungsquote im Umlauf von 87 Prozent auf 91 Prozent erhöht. Darüber hinaus erreichte auch die Geschäftsstelle der TSG Hoffenheim den Zertifizierungsgrad Silber. Die PreZero Arena Gliwice ist die erste Einrichtung in Polen, deren Betreiber mit dem Silver Zero Waste-Zertifikat gemäß DIN-Standard 91436 ausgezeichnet wurde. PreZero Polen hat den Prozess in allen Projektphasen beratend begleitet. Das erste Überwachungsaudit bestätigte das Ergebnis des Vorjahres: einen Silver-Reifegrad mit einer Recyclingquote von 92,5 Prozent für die vom Arenabetreiber erzeugten Abfälle. Es werden sowohl Industrie- als auch Siedlungsabfälle – insbesondere Verpackungen, Papier/Karton und Glas – getrennt erfasst und dem Recycling zugeführt.

Darüber hinaus haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe 2025 eine langfristige strategische Partnerschaft mit dem Deutschen Skiverband vereinbart. Die Kooperation ist bis zunächst 2029

angelegt und umfasst alle alpinen und nordischen Disziplinen sowie Biathlon. Ziel der Zusammenarbeit ist es, den Spitzensport in Deutschland ganzheitlich zu unterstützen und über klassisches Sponsoring hinaus nachhaltige Impulse zu setzen. Während Kaufland als Premiumpartner den Fokus auf nachhaltige Ernährung und die Unterstützung der Athleten legt, bringt Schwarz Digits als Partner der alpinen Nationalmannschaften seine Expertise zur Stärkung der digitalen Souveränität ein. Ergänzend dazu haben Schwarz Digits und der Fußballtrainer Julian Nagelsmann eine Partnerschaft geschlossen – mit dem Ziel, das Bewusstsein für digitale Souveränität in der breiten Öffentlichkeit zu stärken.

Sein Engagement im Fußball hat Lidl weiter ausgebaut und setzt sich als „Official Partner of UEFA Take Care Nutrition“ und „Official UEFA Grassroots Partner“ gemeinsam mit der UEFA dafür ein, bewusste Ernährung und einen aktiven Lebensstil in Schulen und Vereinen zu fördern. Über Programme wie „Football in Schools“ werden Kinder und Jugendliche in ihrem unmittelbaren Lebensumfeld erreicht. Ergänzend werden praxisnahe Materialien entwickelt, um entsprechende Inhalte langfristig im Breitensport zu verankern. Als offizieller Partner der UEFA Women’s EURO 2025™ setzte Lidl ein starkes Zeichen für gesellschaftliche Verantwortung und gelebte Werte und stellte ein eigenes Awareness Team in den Stadien. 57 engagierte Mitarbeiter von Lidl in Deutschland, Lidl Schweiz und der Lidl Stiftung & Co. KG bildeten ein Netzwerk, das Besucher in den Stadien unterstützte – auch bei Themen wie Belästigung und Diskriminierung. Mithilfe standortbasierter QR-Codes, direkter Präsenz und eingerichteter „Safer Spaces“ wurde schnelle, professionelle Hilfe ermöglicht. Intensive Schulungen bereiteten das Team auf diese Aufgabe

vor und machten die Initiative zu einem Meilenstein für ein respektvolles, inklusives Stadionerlebnis. Das Projekt förderte Fairness, Vielfalt und Respekt – mit spürbaren Auswirkungen über das Event hinaus. Das Engagement wird von unseren Mitarbeitern klar befürwortet: Eine umfassende Befragung aller Teilnehmenden des Awareness Teams ergab eine sehr positive Bewertung.

Lidl setzt auch sein Engagement im Profiradsport fort: Mit dem im Oktober 2025 erfolgten Erwerb der Mehrheitsbeteiligung am UCI WorldTeam Lidl-Trek, das Lidl bereits seit 2023 unterstützt, unterstreicht die Handelssparte ihr langfristiges Engagement für den Spitzensport und fördert aktiv einen gesunden sowie nachhaltigen Lebensstil. Durch die gezielte Förderung von Nachwuchstalenten und Investitionen in einen eigenen Performance-Bereich leistet Lidl einen wesentlichen Beitrag zur sportlichen Leistungsentwicklung, untermauert durch eine gemeinsame Kultur und feste Werte.

Spenden

Auf Basis der neuen gemeinsam vereinbarten strategischen Ausrichtung für das gesellschaftliche Engagement sollen Spendenaktivitäten künftig stärker gebündelt und ausgerichtet werden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf humanitärer Hilfe, der Förderung regionaler Verbundenheit sowie der Unterstützung bei Umwelt- und Naturkatastrophen. Darüber hinaus ist vorgesehen, gezielt systemrelevante Partner und Organisationen zu unterstützen.

Im Rahmen des Filialspendenkonzepts von Kaufland in Deutschland „Jeder Cent zählt! Für deine Region.“ können Kunden in jeder der mehr als 790 Filialen in Deutschland beim Bezahlen auf den nächsthöheren 10-Cent-Betrag aufrunden sowie ihren Pfandbon spenden, um eine soziale Organisation aus ihrer Region zu unterstützen. Die Filialen suchen den Spendenempfänger selbst aus. Zusätzlich unterstützt Kaufland in Deutschland die Organisationen über zusätzliche Aktionen regelmäßig mit eigenen Spenden. Mehr als sieben Millionen Euro haben die Kunden von Kaufland in Deutschland seit 2020 bereits gespendet. Mehr als 642 regionale Organisationen wurden mit diesen Spenden bereits unterstützt.

Lidl in Deutschland spendet jährlich aus dem Verkauf der Rettertüte eine Million Euro an die Tafeln in Deutschland. Seit der Einführung der Rettertüte wurden über 110.000 Tonnen Obst und Gemüse gerettet sowie über drei Millionen Euro an die Tafeln gespendet. Die Spendengelder werden für wichtige Projekte der Tafel wie die Digitalisierung, den Ausbau der Lager- und Transportkapazitäten sowie die Förderung des Ehrenamts, unter anderem zur Nachwuchsgewinnung, verwendet. Weitere Informationen zur Rettertüte und zur Zusammenarbeit mit den Tafeln siehe [Vermeidung von Lebensmittelverschwendung](#) und [Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen](#).

Spendenvolumen			
[GRI 201-1]			
	Einheit	GJ	Summe
Unternehmen der Schwarz Gruppe	EUR	2025	21.438.560

Governance

Wir schaffen Mehrwert
mit Haltung und System



Werte

Die gemeinsam festgelegten Werte der Unternehmen der Schwarz Gruppe bilden das Fundament unseres täglichen Handelns. Sie leiten uns bei Entscheidungen und prägen unsere Unternehmenskultur. Mit Leistung, Respekt, Vertrauen, Bodenständigkeit und Verbundenheit schaffen wir eine Arbeitsumgebung, die Offenheit fördert und die Stärken jedes Einzelnen anerkennt und unterstützt.



Leistung

Wir wachsen gemeinsam und über uns hinaus.

Leistung ist der Kern unseres Handelns. Sie macht uns stolz und ebnet den Weg für unser Wachstum – persönlich, als Team und als Unternehmen. Wir setzen uns anspruchsvolle, jedoch realistische Ziele und verfolgen diese mit Leidenschaft. Denn wir haben Großes vor und wollen viel bewegen. Überall, wo uns Herausforderungen begegnen, verwandeln wir sie in Chancen. Wir suchen nach effizienten Lösungen und wählen den pragmatischen Weg. So festigen wir unsere führende Position und schaffen Mehrwert für unsere Kunden.



Respekt

Wir stellen die Menschen in den Mittelpunkt.

Unter Respekt verstehen wir ein offenes, anerkennendes und faires Verhalten. Wir sprechen miteinander, nicht übereinander. So gestalten wir eine Kultur, in der jeder wertgeschätzt wird. Wir setzen uns für gleiche Chancen ein, indem wir Vielfalt mit Neugier begegnen und als Stärke anerkennen. Respektvolles Verhalten bildet die Grundlage unseres Erfolges.



Vertrauen

Wir glauben einander und aneinander.

Vertrauen ist die Basis für alles, vor allem für gute Zusammenarbeit. Deshalb glauben wir einander und aneinander. Unsere Kommunikation ist offen und ehrlich. Jeder kann sich auf uns und unser Wort verlassen, denn wir halten uns an Versprechen und Vereinbarungen. Aus Fehlern lernen wir, um uns zu entwickeln und zu wachsen.



Bodenständigkeit

Wir denken groß, ohne dabei abzuheben.

Bodenständigkeit ist ein Grundpfeiler unseres Erfolges und unserer Stabilität. So sind wir groß geworden und so werden wir auch in Zukunft weiter wachsen, ohne dabei die Bodenhaftung zu verlieren. Wir handeln ergebnisorientiert. Wir kennen unsere Stärken und Schwächen und gehen konstruktiv mit ihnen um. Vor allem aber begegnen wir einander auf Augenhöhe und schätzen den Beitrag jedes Einzelnen.



Verbundenheit

Ein Wir ist stärker als viele Ichs.

Verbundenheit bedeutet Zusammenhalt und Loyalität. Wir wollen, dass sich jeder als Teil unserer Gemeinschaft fühlt. Denn ein „Wir“ ist stärker als viele „Ichs“. Wir setzen auf starke, langfristige Beziehungen, sowohl intern als auch extern. Denn wir wissen: Erfolgreich sind wir nur gemeinsam.

Corporate Responsibility
Management
Wesentlichkeitsanalyse

[GRI 3-1]

In unserer Wesentlichkeitsbetrachtung werfen wir regelmäßig einen ganzheitlichen Blick auf nachhaltigkeitsbezogene Chancen und Risiken sowie Auswirkungen, die sich aus den Geschäftstätigkeiten der Unternehmen der Schwarz Gruppe ergeben. Auf dieser Basis bestimmen wir unter anderem die relevanten Berichtsinhalte und entwickeln die inhaltliche Ausgestaltung unserer gemeinsam erarbeiteten strategischen Nachhaltigkeitsagenda kontinuierlich weiter.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben 2023 und 2024 eine umfassende und fundierte doppelte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Anhand der Dimensionen „Auswirkungswesentlichkeit“ sowie „Finanzielle Wesentlichkeit“ wurden insgesamt 31 Nachhaltigkeitsthemen bewertet. Basis für die untersuchten Themen war eine Themenliste aus den European Sustainability Reporting Standards (ESRS), die geclustert und um unternehmensspezifische Themen ergänzt wurde. Im nächsten Schritt wurden den einzelnen Themen Auswirkungen sowie finanzielle Chancen und Risiken zugeordnet, die mit ihnen im Zusammenhang stehen. Daneben wurden

den 31 Themen interne und externe Stakeholder zugeordnet, die von den Auswirkungen, Chancen und Risiken betroffen sein können. Für die Bewertung der Wesentlichkeit wurden anschließend verschiedene Fachexperten in den Unternehmen identifiziert und beauftragt. Gemeinsam mit ihren Teams bewerteten sie die Wesentlichkeit der einzelnen Auswirkungen, Chancen und Risiken, die mit jedem Thema in Verbindung stehen. Die Fachexperten berücksichtigten bei der Bewertung die Interessen der betroffenen Stakeholder. Im Ergebnis liegt eine Liste mit wesentlichen Themen vor, denen im letzten Schritt die entsprechenden GRI-Angaben zugeordnet wurden, um die finalen Berichtsinhalte für die freiwillige Berichterstattung festzulegen.

Die Methodik haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam erarbeitet und abgestimmt. Bei der Bewertung der Auswirkungen, Chancen und Risiken betrachteten sie in Vorbereitung auf die kommende Regulierung der CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) die gesamte Wertschöpfungskette und ordneten zu, an welcher Position diese auftreten – etwa in der vorgelagerten Wertschöpfung, im eigenen Betrieb, in der nachgelagerten Wertschöpfung oder über die gesamte Kette. Betrachtet wurden auch Auswirkungen, Chancen und Risiken im Zusammenhang mit Menschenrechten sowohl im eigenen Betrieb als auch in der Wertschöpfungskette. Die Auswirkungen, die neben den Chancen und Risiken eine maßgebliche Rolle bei der Bestimmung wesentlicher Themen spielen, wurden anhand verschiedener Kriterien priorisiert.

Zunächst wurden die Auswirkungen in tatsächliche und potenzielle unterteilt. Auswirkungen können dabei positiv wie negativ sein; als tatsächlich eingestufte Auswirkungen wiegen schwerer als als

potenziell eingestufte. Jede negative Auswirkung wurde danach anhand der drei Dimensionen Ausmaß, Umfang und Umkehrbarkeit bewertet. Bei den positiven Auswirkungen entfiel bei der Bewertung die Dimension Umkehrbarkeit. Handelt es sich um potenzielle Auswirkungen, wurde zudem noch die Eintrittswahrscheinlichkeit bewertet. Im Ergebnis werden alle Themen auf einer gruppenweit einheitlichen Skala priorisiert dargestellt. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben gemeinsam festgelegt, ab welchem Schwellenwert ein Thema als wesentlich eingestuft wird. Dadurch wird eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zwischen den Unternehmen sichergestellt.

Bei dem beschriebenen Vorgehen wurden besonders folgende Stakeholder berücksichtigt:

- Verbraucher, Kunden und (End-)Nutzer
- Verbraucherschutz
- Mitarbeiter
- Führungskräfte
- Lieferanten, Produzenten
- Dienstleister, Geschäftspartner
- Investoren, Banken, Versicherungen
- Wettbewerber
- Verbände
- Gewerkschaften
- Politik, Behörden, Ämter
- Anwohner, Gemeinden, Nachbarschaft
- NGOs, Zivilgesellschaft und Initiativen
- Presse, Medien
- Arbeitnehmer in der Wertschöpfungskette
- Wissenschaft
- Natur

Corporate Responsibility Management

Wesentliche Themen

[GRI 3-2]

Die Analyse ergab elf wesentliche Themen in den drei ESG-Bereichen Environment, Social und Governance. Diese wurden der Struktur dieses Nachhaltigkeitsberichts zugeordnet. Zusätzlich berichten die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam freiwillig über drei weitere Themen:

Environment

Wesentliche Themen:

- Anpassung an den Klimawandel
- Klimaschutz
- Energie
- Biodiversität und Ökosysteme
- Kreislaufwirtschaft: Ressourcenflüsse und -nutzung
- Kreislaufwirtschaft: Wertstoffe und Abfälle

Freiwillig berichtete Themen:

- Nutzung und Schutz von Wasserressourcen

Social

Wesentliche Themen:

- Belegschaft: Arbeitsbedingungen
- Belegschaft: Gleichbehandlung und Chancengleichheit
- Wertschöpfungskette: Gleichbehandlung und Chancengleichheit
- Wertschöpfungskette: Sonstige arbeitsbezogene Rechte
- Verbraucher und Endnutzer: Sicherheit

Freiwillig berichtete Themen:

- Wertschöpfungskette: Arbeitsbedingungen

Governance

Freiwillig berichtete Themen:

- Compliance

Corporate Responsibility Management

Organisatorische Verankerung und Zuständigkeiten

[GRI 2-12, 2-13, 2-16 und 2-17]

So vielfältig wie die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder der Unternehmen der Schwarz Gruppe sind auch die Anforderungen an ein wirksames CR-Management. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe steuern ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten in enger Abstimmung miteinander. Sie richten ihr Handeln aber auch am jeweiligen Geschäftsmodell und Umfeld aus.

Die Verantwortung für Nachhaltigkeit liegt bei der Unternehmensführung des jeweiligen Unternehmens der Schwarz Gruppe. Der Bereich Corporate Responsibility (CR) der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG, der in Person von Susanne Marell von einem eigenen Bereichsvorstandsmitglied verantwortet wird, organisiert als Impuls- und Leitplankengeber die Nachhaltigkeitsausrichtung der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Er unterstützt die Unternehmen der Schwarz Gruppe im Auftrag bei ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten und ermöglicht die übergreifende Zusammenarbeit bei globalen Themenstellungen.

Der Organisationsstruktur folgend ist das Thema Nachhaltigkeit in jedem Unternehmen der Schwarz Gruppe verankert, mit verantwortlichen CR/CSR-Leitern in den Fachbereichen je Unternehmen und Landesgesellschaft. Sie fungieren als Koordinatoren für CR-Themen innerhalb ihrer Unternehmenseinheit und steuern deren Umsetzung.

[GRI 2-15]

Der Bereich CR der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG liefert Impulse für die Nachhaltigkeitsagenda der Unternehmen der Schwarz Gruppe. In diesem Kontext dient die fortgeschriebene Nachhaltigkeitsstrategie als gemeinsamer Orientierungsrahmen, der mit den CR-Verantwortlichen der jeweiligen Unternehmen abgestimmt wurde.

Ein wesentliches Element der Zusammenarbeit ist der kontinuierliche Austausch zu Fachthemen innerhalb der Unternehmensgruppe. Die inhaltliche Bearbeitung erfolgt in definierten Projektstrukturen, in denen Experten gemeinsam Rahmenbedingungen erarbeiten. Ergänzend findet ein regelmäßiger Dialog zwischen dem Bereich CR der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG und den anderen Unternehmen statt. Dieser enge Austausch stellt sicher, dass Synergiepotenziale optimal genutzt und globale Themenstellungen effizient in die operativen Prozesse integriert werden.

Corporate Responsibility Management

Einbindung
Top-Management

[GRI 2-14]

Die CR/CSR-Leiter sind über die Leiter Corporate Affairs eng an die Geschäftsführung bzw. den Vorstandsvorsitzenden ihres jeweiligen Unternehmens angebunden. Diese direkte Struktur garantiert kurze Informationswege und eine zügige Wissensvermittlung. Strategische Meilensteine, wie die Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse, werden durch das jeweilige Top-Management validiert und freigegeben. Um eine durchgängige Transparenz zu gewährleisten, werden sowohl die CA-Leiter als auch die CR/CSR-Leiter (und darüber auch die Geschäftsleitungsebenen der Unternehmen der Schwarz Gruppe) regelmäßig über aktuelle CR-Entwicklungen informiert.

Zur Definition und Erreichung der gemeinsam erarbeiteten gruppenweiten Ziele bestehen übergreifende Projektstrukturen. Je Themenfeld werden die relevanten Fachbereiche in den Unternehmen der Schwarz Gruppe ermittelt und Vertreter für die unterschiedlichen Gremien mit klaren Rollen und Aufgaben entsandt.



IT-gestütztes Nachhaltigkeitsmanagement

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben zu den Themenfeldern Environment, Social und Governance der gemeinsam erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie konkrete Meilensteine und messbare Ziele definiert. Die Fortschrittsmessung ist Teil unseres jährlichen Planungs- und Strategiezyklus. Die Grundlage dafür bildet ein solides Datenmanagement. In den Unternehmen der Schwarz Gruppe sind die jeweiligen Prozesse im IT-basierten Geschäftsprozessmanagement definiert. Die Modellierung erfolgt dabei über ausgewählte Softwarelösungen, die eine durchgängige Dokumentation, das Design und die Publikation der Prozesse sicherstellen.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen auf ein gemeinsam gewähltes Softwaremodul, um die Transparenz und Steuerungsfähigkeit ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter zu erhöhen. Die Lösung wird im Rahmen einer strategischen Partnerschaft auf einer gemeinsamen Plattform betrieben.

Über die reine Dokumentation von CR-Maßnahmen hinaus ermöglicht die Lösung eine integrierte Abbildung von Zielen und Kennzahlen. Hierfür werden Daten aus sämtlichen Unternehmen, Ländern und Fachbereichen erfasst und zusammengeführt. Diese umfassende Datenbasis dient der Steuerung der gemeinsamen Zielerreichung sowie der internen und externen Berichterstattung. Zudem fördert sie den Transfer von Best Practices.

Nachdem im Berichtszeitraum die technische Implementierung erfolgreich abgeschlossen wurde und erste Pilotanwendungen erfolgt sind, startet im

darauffolgenden Geschäftsjahr der sukzessive Business-Roll-out. Das gemeinsam beschlossene datengestützte Nachhaltigkeitsmanagement wird dadurch grundlegend gestärkt.

Zudem entwickeln wir als Unternehmen der Schwarz Gruppe unsere Nachhaltigkeitskennzahlen zusammen kontinuierlich weiter. Die Erhebung der Zahlen erfolgt koordiniert auf Basis eines gemeinsam beschlossenen CR-Kennzahlensets mit einheitlichen Definitionen und Bezugsgrößen über alle Länder und Unternehmen hinweg. Wir überarbeiten und aktualisieren das Kennzahlenset jährlich. Umfassende Kontrollhandlungen auf mehreren Ebenen und die Einbindung etablierter Controlling-Strukturen gewährleisten eine hohe Qualitätssicherung der über 1.500 Nachhaltigkeitskennzahlen.

CR-Risikomanagement und ESG-Rating

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe sind mit einer Vielzahl von internen und externen Entwicklungen sowie Ereignissen konfrontiert, die das Erreichen von finanziellen und nichtfinanziellen Zielen wesentlich beeinflussen können. Die Identifikation CR-spezifischer Aspekte schafft hierbei die notwendige Grundlage für eine ganzheitliche Betrachtung.

Seit 2022 führen die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam und in Partnerschaft mit Sustainalytics ein jährliches ESG-Rating durch. Hierüber wird eine unabhängige Bewertung aller potenziellen Nachhaltigkeitsrisiken und des entsprechenden Risikomanagements vorgenommen. Im Mai 2025 erhielten die Unternehmen der Schwarz Gruppe

eine Wertung von 21,5 in der Kategorie Lebensmitteleinzelhandel. Mit diesem Ergebnis bestätigen wir unsere Positionierung in einem soliden Bewertungsbereich und unterstreichen unser kontinuierliches Engagement in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance. Aufgrund von Änderungen im Geschäftsmodell von Sustainalytics haben wir das vergangene Geschäftsjahr genutzt, um den Markt zu sondieren. In diesem Zuge haben wir verschiedene Anbieter intensiv geprüft und einen Pilotprozess durchgeführt. So stellen wir sicher, dass wir auch ab dem Geschäftsjahr 2026 weiterhin durch ein fundiertes externes Rating bewertet werden und unsere ESG-Fortschritte transparent messbar bleiben.

Stakeholdermanagement Dialogformate im Überblick

Stakeholder der Unternehmen der Schwarz Gruppe

[GRI 2-29]

Der kontinuierliche Dialog mit unseren Stakeholdern ist essenziell für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und ein wichtiger Teil unserer wertorientierten Unternehmensführungen. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe stehen durch ihre globalen Tätigkeiten auf vielfältige Art und Weise im Austausch mit zahlreichen Stakeholdern. Dazu zählen in erster Linie die Kunden, die täglich in die Filialen von Lidl und Kaufland kommen – aber genauso Banken, direkte und indirekte Geschäftspartner, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), die Politik sowie Verbände und Initiativen. Zu den wesentlichen Stakeholdern zählen auch Vertreter aus Wissenschaft, Medien und Fachöffentlichkeit.

Einbindung relevanter Stakeholder

[GRI 2-29]

Der kontinuierliche Austausch mit unseren Stakeholdern über verschiedene Dialogformate ist ein wesentlicher Bestandteil der täglichen Arbeit der Nachhaltigkeits- und Kommunikationsabteilungen der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Sie analysieren regelmäßig die relevanten Stakeholder, deren Interessen und Themenschwerpunkte – beispielsweise durch Befragungen und Themenmonitorings.

Auch andere Fachbereiche sind teilweise direkt mit Stakeholdern in Kontakt, wo dies aufgrund themenspezifischer Bezugspunkte sinnvoll ist. Auf dieser Basis gewinnen wir Impulse für unsere wirtschaftliche und nachhaltige Weiterentwicklung – und sorgen für Austausch sowie Transparenz in unserem Handeln.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe informieren ihre Interessengruppen aktiv durch verschiedene Formate. Dazu gehören Nachhaltigkeitsberichte, Stakeholder-Anschreiben, Pressemitteilungen oder Unternehmenswebseiten. Kunden und Mitarbeiter erreichen wir auch durch Kundenprospekte, soziale Medien oder unternehmenseigene Intranet-Portale. Auch Online-Befragungen – beispielsweise nach Seminaren und Schulungen – nutzen wir aktiv als Feedback- und Austauschformat für Mitarbeiter. Durch Veranstaltungsreihen und persönliche Gespräche ermöglichen und fördern die Unternehmen der Schwarz Gruppe den übergreifenden Dialog mit externen Stakeholdern. Hierzu zählen auch die Nachbarschafts- und Anwohnerdialoge, die begleitend zu größeren Bauprojekten durchgeführt werden. Damit stellen wir sicher, dass unsere Stakeholdergruppen über Entscheidungsprozesse transparent informiert und aktiv mit eingebunden werden.

Auch in Kooperationen und Netzwerken bringen sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe auf vielfältige Weise ein und beteiligen sich an von Dritten initiierten Dialog- und Austauschformaten. Beispielsweise führen wir regelmäßig einen konstruktiven Dialog mit NGOs, nehmen dabei Impulse für die nachhaltige Weiterentwicklung des Produktsortiments auf und positionieren uns zu gesellschaftlich relevanten Themen. So sind Vertreter

der Unternehmen der Schwarz Gruppe bei unterschiedlichen Veranstaltungen zu Gast, etwa bei Podiumsdiskussionen oder für Vorträge bei Kongressen.



Stakeholderveranstaltungen

[GRI 2-16, 2-26 und 2-29]

Mit unseren Stakeholdern stehen wir sowohl über eigene Formate als auch durch die Teilnahme an externen Veranstaltungen im Dialog. Die folgende Übersicht stellt eine Auswahl der im Berichtszeitraum genutzten Dialogformate dar:

- Im September 2025 luden die Unternehmen der Schwarz Gruppe Vertreter aus Wirtschaft, Forschung, öffentlicher Hand und Politik zum ersten Schwarz Ecosystem Summit nach Berlin ein. Im Fokus der Veranstaltung standen die drei Megatrends gesundes Leben, nachhaltiges Wirtschaften und digitale Souveränität.
- Wie lässt sich eine wissenschaftlich fundierte, gesunde und nachhaltige Ernährung konkret umsetzen? Diese Frage stand im Mittelpunkt einer Veranstaltung von Lidl in Deutschland, die im November 2025 in Berlin stattfand. Unter dem Motto „Zukunft auf dem Teller – Die Planetary Health Diet in der Praxis: vom Leitbild zur Lebensrealität“ wurden Impulse aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft geteilt.
- Auch im Januar 2026 war Lidl in Deutschland gemeinsam mit Bioland e. V. auf der „Grünen Woche“ vertreten und präsentierte sein Engagement für eine zukunftsfähige Landwirtschaft.

- Bereits im dritten Jahr in Folge präsentierte Kaufland in Deutschland sein Nachhaltigkeitsengagement auf der „Grünen Woche“ in Berlin – sowohl mit einem eigenen Stand im Erlebnisbauernhof als auch auf dem Messestand von Bioland in der Bio Halle. Mehr Informationen finden sich unter [Verbraucher – Stakeholdereinbindung](#).
- Im Berichtszeitraum hat Kaufland einen Klima-Roundtable veranstaltet, bei dem Geschäftspartner über die Initiative „Gemeinsam für mehr Klimaschutz“ informiert und mit Unterstützungsmaterialien sowie Best-Practice-Beispielen versorgt wurden.
- PreZero hat 2025 im Rahmen zahlreicher Stakeholderdialoge die Bedeutung der Kreislaufwirtschaft für Ressourcen- und Energiesouveränität hervorgehoben. Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Entwicklung einer Methodik zur Erfassung vermiedener Emissionen durch Kreislaufwirtschaft. Dazu wurden Vertreter aus Verbänden, Wissenschaft und Zivilgesellschaft eingebunden. Erste Ergebnisse stellte PreZero auf der PRECOP in Kattowitz, Polen, vor und diskutierte sie auf der Konferenz zum Deutschen Nachhaltigkeitspreis in Düsseldorf.
- Beim One Circularity Forum in Leipzig zeigte PreZero gemeinsam mit der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH, wie Kreislaufwirtschaft als strategischer Hebel für zukunftsfähigen Profifußball wirkt – ergänzt durch Fachimpulse, Praxisbeispiele aus dem Stadionbetrieb und branchenübergreifenden Austausch.

- PreZero und Lidl präsentierten am UEFA-Sitz in Nyon ihr gemeinsames Verständnis als „Partner for Impact“ und die Zusammenarbeit der Unternehmen der Schwarz Gruppe.
- Als Partner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises mit der angeschlossenen Konferenz, dem Deutschen Nachhaltigkeitstag, hat PreZero das Dialogformat „Circular Transformation Talk“ entwickelt. Im Dezember 2025 analysierte Prof. Kathrin Greiff (RWTH Aachen) die von PreZero gemeinsam mit dem ifeu-Institut entwickelte Kurzstudie zur methodischen Erfassung vermiedener Emissionen. Gemeinsam mit Vertretern von PreZero und Cradle to Cradle wurden anschließend die notwendigen Regelungsrahmen sowie konkrete Steuerungsinstrumente diskutiert, um die Kennzahl „Avoided Emissions“ erfolgreich in der Kreislaufwirtschaft zu implementieren.
- Im Rahmen der Dialogreihe SCHWARZBrotzeit, organisiert von der Hauptstadtrepräsentanz der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG, wurde die politische Fachebene in Berlin zum Austausch eingeladen. Im September 2025 fand ein Dialog zum zweiten Halbjahr statt. Neben einer Zusammenfassung des vergangenen politischen Halbjahres gab es einen gemeinsamen Ausblick auf die verbleibenden politischen Themen für 2025 sowie auf die entsprechenden Aktivitäten und gemeinsam festgelegte Ziele der Unternehmen der Schwarz Gruppe.

- Im Oktober 2025 veranstaltete der Bereich Public Affairs der Schwarz Corporate Affairs International GmbH & Co. KG in Brüssel das Event „Schwarz Impulse“ zum Thema digitale Souveränität. Vor rund 400 Vertretern aus Politik und Wirtschaft gaben Keynotes hochrangiger Redner einen Einblick in aktuelle Themen, Chancen und Herausforderungen im Digitalbereich. Im Anschluss gab es einen offenen Ideenaustausch. Eine Veranstaltung wurde zusätzlich für die Assistenten der deutschsprachigen EU-Abgeordneten organisiert.

Mitarbeiterbefragungen

[GRI 2-16, 2-26 und 2-29]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe führen regelmäßig gemeinsam entwickelte Mitarbeiterbefragungen durch, um systematisch die Meinung der Mitarbeiter zu erfassen. Dabei stehen Themen im Fokus, die Mitarbeiter entlang ihres Employee Lifecycles besonders beschäftigen. Zudem verfügen die Unternehmen der Schwarz Gruppe über Vertrauenspersonen, die als Sprachrohr für Stimmungen und Meinungen der Belegschaft dienen. Weitere Informationen finden sich im Kapitel [Social](#).

Stakeholdermanagement

Politische
Interessenvertretung

[GRI 415-1 und 2-29]

Als führende Handelsgruppe in Europa verstehen sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe als transparenter Partner von Staat und Politik. Sie stellen ihr Expertenwissen staatlichen und politischen Entscheidungsträgern zur Verfügung und sind auf diesem Weg an Entscheidungsprozessen beteiligt. Bei der politischen Interessenvertretung auf nationaler und internationaler Ebene haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe die Förderung einer zukunftsfähigen Entwicklung stets im Blick. Dies zeigt sich beispielsweise bei den Themen gesunde Ernährung und Verpackungen. Im Dialog mit der Politik werden kontinuierlich und konstruktiv Verbesserungsvorschläge und Herausforderungen diskutiert. Verschiedene Unternehmen der Schwarz Gruppe, darunter auch die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG, sind im Lobbyregister für die Interessenvertretung gegenüber dem Deutschen Bundestag und der Bundesregierung registriert. Sie unterliegen damit dem Verhaltenskodex für Interessenvertreter im Rahmen des Lobbyregistergesetzes. Mit ihrer Repräsentanz in Brüssel ist die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG ebenfalls im Transparenzregister der Europäischen Union registriert und unterliegt auch hier einem entsprechenden Verhaltenskodex.

Die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG vertritt auftragsgemäß die Interessen der Unternehmen der Schwarz Gruppe im politischen Bereich und bringt sich dort ein. Sie entwickelt zudem Positionen

zu politisch oder gesellschaftlich relevanten Themen, die gemeinsam mit den Sparten jeweils um deren individuelle Schwerpunkte ergänzt werden. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe bringen sich ausschließlich inhaltlich in politische Debatten ein. Parteispenden werden grundsätzlich nicht getätigt.

Themenschwerpunkte der politischen Interessenvertretung sind:

- Arbeit und Soziales
- Cybersicherheit und Datenschutz
- Datenökonomie und Schlüsseltechnologien (KI & Cloud)
- Digitale Souveränität (Infrastruktur und Verwaltungsdigitalisierung)
- E-Commerce
- E-Mobilität/Ladeinfrastruktur
- Einweg/Mehrweg-Pfandsysteme (Kreislauflasche)
- Energieeffizienz
- Ernährungsstrategie
- Erneuerbare Energien
- Herkunftskennzeichnung
- Kreislaufwirtschaft
- Lebensmittelkennzeichnung
- Textilien und Elektrogeräte/Batterien (Produktverantwortung und Sammlung)
- Tierhaltungskennzeichnung
- Umbau Tierhaltung
- Unternehmerische Sorgfaltspflichten in Lieferketten
- Verpackungen und Recycling (Verpackungsdesigns)
- Zukunftsfähiges Bauen

Auf Basis etablierter Prozessstrukturen hat der Bereich Public Affairs der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG das unternehmensstrategisch relevante Projekt der EU-Verpackungsverordnung (PPWR) koordiniert. Dies erfolgte im Auftrag der betroffenen Unternehmen der Schwarz Gruppe über die jeweiligen Zielmärkte. Schwerpunkte waren dabei die Mitwirkung der Unternehmen der Schwarz Gruppe an der Vorbereitung der nationalen Umsetzung der PPWR sowie die Beteiligung an der Entwicklung der PPWR-Sekundärrechtsakte.

Die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG vertritt ihre Schwerpunktthemen bei unterschiedlichen politischen Veranstaltungsformaten. Eine Auswahl der Veranstaltungen aus dem Berichtszeitraum findet sich im Abschnitt [Dialogformate im Überblick](#).

Stakeholdermanagement

Mitgliedschaften und Engagements

[GRI 2-28]

Einige Unternehmen der Schwarz Gruppe bringen sich in verschiedenen Branchenverbänden, Initiativen und Vereinen mit fachlicher Kompetenz aktiv ein oder fördern diese durch einen Mitgliedsbeitrag. Im Jahr 2020 sind die Unternehmen der Schwarz Gruppe dem Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC) beigetreten und haben sich damit zur Einhaltung und Förderung der Zehn Prinzipien des UNGC bekannt. Wir betrachten es als unsere jeweilige unternehmerische Verantwortung, in allen Bereichen unserer Geschäftstätigkeiten weltweit für die Stärkung der Menschenrechte, eine faire Entlohnung und sichere Arbeitsbedingungen einzutreten. Wir stellen uns gegen jegliche Form von Korruption und engagieren uns für den Umwelt- und Klimaschutz. Im Rahmen des jährlichen „Communication on Progress“-Prozesses dokumentieren die Unternehmen der Schwarz Gruppe ihre entsprechenden Maßnahmen und Fortschritte.

Eine Auswahl weiterer Engagements und Mitgliedschaften von Unternehmen der Schwarz Gruppe ist nachfolgend alphabetisch dargestellt. Die einzelnen Nachhaltigkeitsberichte geben darüber hinaus Einblick in sonstige Mitgliedschaften auf internationaler und nationaler Ebene.

- Allianz der Pioniere
- Bitkom e. V.
- Bundesverband der deutschen Entsorgungs-, Wasser- und Kreislaufwirtschaft e. V. (BDE)
- Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH)
- Deutsches Institut für Compliance e. V. (DICO)
- Ellen MacArthur Foundation (siehe auch Kapitel [Environment](#))
- Forum Moderne Landwirtschaft e. V.
- GS1 Germany GmbH (Global Standards)
- Handelsverband Deutschland e. V. (HDE)
- Initiative Circular Economy des Bundesverbands der Deutschen Industrie e. V. (BDI)
- Lebensmittelverband Deutschland e. V.
- Science Based Targets initiative (SBTi) (siehe auch Kapitel [Environment](#))
- We Mean Business Coalition
- Wirtschaftsforum der SPD e. V.
- Wirtschaftsrat der CDU e. V.
- Wirtschaftsvereinigung der Grünen e. V.

Stakeholdermanagement

Kooperationen

[GRI 2-28 und 2-29]

Seit 2024 arbeitet Lidl im Rahmen einer langfristigen internationalen Partnerschaft mit dem WWF zusammen. Der Fokus liegt dabei auf der Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette, um dort die zentralen globalen ökologischen Herausforderungen anzupacken. Schwerpunkte sind Klimaschutz sowie der Schutz der Biodiversität und natürlicher Ressourcen wie Süßwasser. Das Motto der Partnerschaft lautet daher: Gemeinsam für eine nachhaltigere Auswahl. Ziel ist es, Kräfte zu bündeln für eine verantwortungsvolle Beschaffung von Rohstoffen, Lebensmittelverschwendung zu bekämpfen und sich für die globalen ökologischen Herausforderungen unserer Zeit, wie den Klimawandel und den Verlust von Biodiversität, auch über die eigene Wertschöpfungskette hinaus einzusetzen. Mit der Expertise des WWF als Partner an der Seite entwickelt Lidl seine Nachhaltigkeitsstrategie weiter. Das Sortiment von Lidl orientiert sich zukünftig noch konsequenter an der wissenschaftlich fundierten Planetary Health Diet, die eine überwiegend pflanzenbasierte Ernährung empfiehlt.

Lidl in Deutschland ist seit 2023 Mitglied im Forum Moderne Landwirtschaft, Kaufland seit 2024 ebenfalls. Mit der Mitgliedschaft wird ein Zeichen dafür gesetzt, den Einsatz für die deutsche Landwirtschaft auch langfristig zu intensivieren und strategisch zu verankern.

PreZero ist als Teil der Unternehmen der Schwarz Gruppe Mitglied der Initiative „Holy Grail 2.0 – Digitale Wasserzeichen für genaue Sortierung und hochwertiges Recycling“. PreZero ist auch Mitglied der ersten Stunde bei Circular Republic, einem Netzwerk, das Start-ups mit Unternehmen verbindet. In diesem Rahmen entwickelt PreZero gemeinsam mit Partnern innovative Kreislauf-Lösungen und setzt diese in konkreten Initiativen um.

Zudem tauschen sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe durch Kooperationen und Projekte mit verschiedenen Partnern aus, um zukunftsfähige Innovationen voranzutreiben. Dabei stehen Themen wie Kreislaufösungen oder Dekarbonisierung im Fokus. Über verschiedene Formate arbeiten Unternehmen der Schwarz Gruppe auch mit Start-ups zusammen.

Im Berichtszeitraum erfolgte im Themengebiet Sustainable Logistics eine Bestandsaufnahme zu „grünen Korridoren“ bei Kaufland sowie P&G und es wurde ein Modell zur Optimierung des Logistik-Netzwerks erarbeitet. Kaufland hat Kooperationen mit mehreren großen Lieferanten geschlossen, damit die E-LKW die Filialrücktouren mit Warenabholungen verbinden können.

Darüber hinaus wurde eine wichtige Zusammenarbeit im Bereich Digitalisierung und Datensouveränität bekannt gegeben: Im Januar 2025 haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe und Google eine strategische Partnerschaft vereinbart (weitere Informationen dazu finden sich im Abschnitt [Digitalisierung und Datensouveränität](#)).

 [Company portal and CoP report](#)



Compliance Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Zentraler Unternehmensgrundsatz [GRI 2-23 und 2-24]

Wirtschaftlicher Erfolg und verantwortungsvolle Unternehmensführung sind für alle Unternehmen der Schwarz Gruppe untrennbar miteinander verbunden. Ein zentrales Element dabei bilden die in den Unternehmen etablierten Compliance-Management-Systeme, die dafür sorgen, integres Verhalten zu verankern. Breit ausgerollte Schulungskonzepte sensibilisieren die Mitarbeiter systematisch für Verhaltensregeln und geltende Richtlinien.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben den Anspruch, Integrität vorbildlich zu leben. Ihr Handeln und das ihrer Mitarbeiter steht unter dem gemeinsam verabschiedeten Grundsatz: „Wir halten uns an geltendes Recht und interne Richtlinien“. Dieser zentrale Unternehmensgrundsatz ist für sämtliche Mitarbeiter verbindlich. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe legen größten Wert darauf, dass Gesetze und Vorschriften eingehalten werden, und sehen es als ihre grundlegende Verantwortung, integer zu handeln. Verstöße gegen geltendes Recht können zudem finanzielle Schäden und Reputationsverluste nach sich ziehen. Ferner können sie zu persönlichen Schadensersatzforderungen und strafrechtlichen Konsequenzen für einzelne

Mitarbeiter oder Organmitglieder führen. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe und ihre Geschäftsleitungen bekennen sich daher ausdrücklich dazu, diesen Unternehmensgrundsatz einzuhalten und seine Umsetzung sicherzustellen.

Achtung der Menschenrechte und Umweltstandards

Der Mensch steht bei den Unternehmen der Schwarz Gruppe im Mittelpunkt, ob als Kunde, Beschäftigter oder Geschäftspartner. Daher wird in allen Bereichen der Geschäftstätigkeit weltweit auf die Einhaltung und Stärkung der Menschenrechte und Umweltstandards geachtet. Aufgrund der komplexen Wertschöpfungsstruktur im Einzelhandel und in der Nahrungsmittelproduktion liegen die größten menschenrechtlichen und ökologischen Herausforderungen in zunehmend globalisierten Lieferketten.

Gesetzliche Anforderungen wie das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) verpflichten Unternehmen zur Einhaltung menschenrechtlicher und umweltbezogener Sorgfaltspflichten entlang ihrer Lieferketten. Dieser Verantwortung wollen die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam mit ihren Zulieferern in den Lieferketten nachkommen. Weitere Informationen finden sich im Kapitel [Social](#).

Seit mehreren Jahren haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe zudem einen gemeinsam erarbeiteten Code of Conduct für Geschäftspartner. Mit diesem machen wir risikobasiert unsere Erwartungen an die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards deutlich und räumen uns auch das Recht ein, die Einhaltung zu überprüfen

(siehe auch Kapitel [Social](#)). Ebenso haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe in ihren Unternehmensgrundsätzen, -richtlinien und Verfahrensanweisungen die erforderlichen Prozesse für einen adäquaten Schutz der Menschenrechte unter ihren Mitarbeitern und die Einhaltung von Umweltstandards etabliert.

Compliance-Management-Systeme als Basis

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben Compliance-Management-Systeme (CMS) implementiert, die verbindliche Vorgaben beinhalten. Diese geben bestimmte Anforderungen und Elemente vor, um ein angemessenes Niveau für Compliance sicherzustellen. Wesentliches Ziel der CMS ist es, dass Verstöße gegen geltendes Recht und interne Richtlinien vermieden und identifizierte Verstöße konsequent verfolgt und geahndet werden („Null-Toleranz-Prinzip“). Inhaltlicher Fokus der CMS sind unter anderem die Bereiche Anti-Korruption, Anti-Fraud, Datenschutz, Kartellrecht, Lieferkette und Human Resources (HR).

Um auch unserer finanziellen Verantwortung nachzukommen, wurden zudem die Schwerpunkte Steuern- und Finanz und Rechnungswesen-Compliance gesetzt. Dies trägt dazu bei, dass die Unternehmen der Schwarz Gruppe in den Ländern, in denen sie tätig sind, ihren steuerlichen, handelsrechtlichen sowie sonstigen finanzrechtlichen und -regulatorischen Verpflichtungen nachkommen.

Zu den Compliance-Maßnahmen zählen insbesondere der Erlass und die Kommunikation von Regelungen (zum Beispiel über den Umgang mit Zuwen-

dungen), die Durchführung von Schulungen sowie die Aufklärung und Verfolgung sämtlicher substanzieller interner und externer Hinweise auf mögliche Compliance-relevante Rechtsverstöße oder menschenrechts- und umweltbezogene Verletzungen sowie erhöhte und priorisierte Risiken. Die Umsetzung jedes CMS erfordert neben der Unterstützung durch alle Mitarbeiter und Führungskräfte eine auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittene Compliance-Organisation. Die jeweils für Compliance verantwortlichen Stellen prüfen regelmäßig die Systeme auf Angemessenheit, Wirksamkeit und mögliches Verbesserungspotenzial.

Der Arbeitskreis Compliance der Unternehmen der Schwarz Gruppe bietet eine Plattform für den regelmäßigen Austausch über für alle relevante Compliance-Themen und entwickelt die CMS weiter. Teilnehmer des Arbeitskreises sind die Compliance-Beauftragten beziehungsweise deren Vertreter. Die Compliance-Management-Systeme werden durch die Revision regelmäßig geprüft.

Schulungen und Hinweisgebersysteme zur Prävention

[GRI 205-2]

Um Compliance-Verstöße zu vermeiden, liegt neben der kontinuierlichen Identifizierung von Compliance-Risiken ein Schwerpunkt auf der Sensibilisierung von Mitarbeitern und Führungskräften. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe schulen Mitarbeiter und Führungskräfte deshalb zeitnah nach dem Betriebseinstieg und danach regelmäßig. Hierbei werden mögliche Compliance-Risiken im Rahmen der dienstlichen Tätigkeit aufgezeigt und es wird ein angemessenes und richtiges Verhalten bei deren

Auftreten vermittelt. Die Mitarbeiter werden entsprechend ihren Aufgaben risikoorientiert zu den für sie relevanten Compliance-Themen geschult. Dafür führen die Sparten verpflichtende Präsenz- und Onlineschulungen durch. In der Regel werden auch Geschäftspartner und Lieferanten über eine entsprechende Vertragsklausel zur Einhaltung rechtlicher Vorschriften verpflichtet.

Sollte sich trotz der getroffenen Maßnahmen ein Compliance-Verstoß ereignen oder ein Risiko diesbezüglich bestehen, bieten die Unternehmen der Schwarz Gruppe über ihre jeweiligen Hinweisgebersysteme sowohl Mitarbeitern als auch außenstehenden Dritten die Möglichkeit, Hinweise auf mögliche Compliance-Verstöße oder Risiken diesbezüglich zu übermitteln. Hinweise auf mögliche Compliance-Verstöße können gemeldet werden, wenn diese entweder durch die Sparten bzw. Sparten-Mitarbeiter im Rahmen ihrer betrieblichen Tätigkeit oder durch Dritte im Zusammenhang mit der Geschäftstätigkeit der Unternehmen der Schwarz Gruppe begangen wurden oder unmittelbar bevorstehen.

Die Meldung solcher Hinweise erfolgt an die jeweiligen Compliance-Beauftragten bzw. die Compliance-Bereiche über verschiedene Meldekanäle. Dazu zählen beispielsweise die Compliance-E-Mail-Adressen, Compliance-Hotlines für interne Anfragen, Online-Meldesysteme sowie externe Vertrauensanwälte.

Wesentliche Erkenntnisse aus Beschwerden werden zur Identifikation von Risiken und zur Weiterentwicklung der Compliance-Maßnahmen genutzt. Sofern tatsächlich negative Auswirkungen identifiziert werden, die direkt oder indirekt mit den Geschäftstätigkeiten der Unternehmen der

Schwarz Gruppe in Zusammenhang stehen, bemüht sich das jeweilige Unternehmen mit geeigneten Maßnahmen um Abstellung und nutzt seine Einflussmöglichkeit, damit Betroffenen angemessene Abhilfe gewährt wird.

Datenschutz

Der Schutz und die Sicherheit von Daten der Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter haben höchste Priorität. Digitalisierung und Vernetzung ermöglichen effizientere Prozesse und ressourcenschonende Planung. Zugleich erfordern datenbasierte Lösungen aber auch eine besondere Sorgfalt.

Neben der Erfüllung der regulatorischen Anforderungen wollen die Unternehmen der Schwarz Gruppe, dass ihnen ihre Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter auch in Bezug auf den Schutz ihrer personenbezogenen Daten vertrauen können. Dabei ist es das Ziel, personenbezogene Daten stets bestmöglich und dem Stand der Technik entsprechend bei konsequenter Einhaltung der Datenschutzvorgaben zu schützen. Dies ist ein kontinuierlicher Prozess.

Das Thema Datenschutz ist Teil der CMS innerhalb der Unternehmen der Schwarz Gruppe und wird von den dort jeweils definierten Maßnahmen abgedeckt. Hierzu zählen neben verbindlichen Vorgaben in Form von Richtlinien und Prozessen auch Schulungsmaßnahmen und das Vorhalten eines Beratungsangebots durch die Fachbereiche Datenschutz. Insoweit ist sichergestellt, dass die Relevanz des Themas vermittelt und eine gesetzeskonforme Verarbeitung von personenbezogenen Daten ermöglicht wird.

Im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen werden datenschutzrechtliche Informationspflichten erfüllt und wird die Wahrung von Betroffenenrechten gewährleistet. Im Falle von Verletzungen des Schutzes personenbezogener Daten werden diese analysiert und Maßnahmen zur Behebung umgesetzt. Möglichen Meldepflichten gegenüber Aufsichtsbehörden und/oder Benachrichtigungspflichten gegenüber Betroffenen wird nachgekommen.

 [Business Partner Code of Conduct](#)

Steuern

[GRI 207-1, 207-2 und 207-3]

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe beachten sämtliche geltenden steuerlichen Gesetze, Vorschriften und Regelungen weltweit. Dazu verpflichten sich alle Unternehmen der Schwarz Gruppe in den gemeinsam verabschiedeten Steuergrundsätzen.

In diesem Sinne betreiben wir eine legale und wirtschaftlich begründete Steuerplanung. Wir lehnen eine aggressive Steuergestaltung auf Grundlage künstlicher Strukturen zum ausschließlichen Zweck der Steuerersparnis ab. Gleiches gilt für Transaktionen, denen es an wirtschaftlicher Substanz fehlt und die ausschließlich der Erlangung unzulässiger Steuervorteile dienen.

Uns ist bewusst, dass abgeführte Steuern eine wesentliche staatliche Einnahmequelle darstellen und damit eine wichtige Voraussetzung für jede funktionierende Gesellschaft sind.

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe streben eine kooperative, offene und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit allen Steuerbehörden an und versuchen, das Risiko von Unsicherheiten oder gar Streitigkeiten zu vermeiden. Im Austausch mit den Finanzbehörden werden die Interessen der Unternehmen der Schwarz Gruppe gewahrt und ihre Rechtspositionen werden, falls sie es für sachgerecht halten, in Übereinstimmung mit der herrschenden Meinung in Rechtsprechung und Schrifttum vertreten.

Zur Sicherstellung der Erfüllung steuerlicher Pflichten verfügen im Regelfall alle operativen Landeseinheiten über eine Steuerabteilung. Ist dies in Ausnahmefällen nicht der Fall, werden externe Steuerberatungsgesellschaften mit der Erfüllung steuerlicher Pflichten beauftragt. Die Steuerabteilung der Schwarz Corporate Solutions KG ist der von den deutschen Einheiten beauftragte Dienstleister und Ansprechpartner für steuerliche Belange aller deutschen Gesellschaften sowie darüber hinaus beauftragter Richtliniengeber für die Steuerbereiche der Auslandsgesellschaften. Die Steuerabteilungen erarbeiten bei Bedarf Richtlinien und Soll-Prozesse, in denen Zuständigkeiten abgegrenzt werden und die frühzeitige Einbindung der Steuerabteilungen in operative Prozesse definiert wird, und führen bei Bedarf Schulungen durch.

Um rechtlich korrekte Steuerprozesse sicherzustellen, haben die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam einen Schwerpunkt Tax-Compliance im Rahmen ihrer CMS etabliert.

GRI-Index

GRI Services hat für den „Content Index – Essentials Service“ überprüft, ob der GRI-Index in einer Art und Weise präsentiert wurde, die mit den Anforderungen für die Berichterstattung gemäß den GRI-Standards übereinstimmt, und ob die Informationen im Index klar dargestellt und für die Stakeholder zugänglich sind. Der Service wurde für die deutsche Version des Berichts durchgeführt.



Verwendungserklärung	Die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG hat in Übereinstimmung mit den GRI Standards für den Zeitraum 1. März 2025 bis 28. Februar 2026 berichtet.
Verwendeter GRI 1	GRI 1: Grundlagen 2021
Anwendbare(r) GRI Sektor Standard(s)	Keine

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Allgemeine Angaben		
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021		
1. Die Organisation und ihre Berichterstattung		
2-1: Organisationsprofil	3, 5, 6, 7, 8	
2-2: Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	3	
2-3: Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	3	
2-4: Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	3	Nachträgliche Korrekturen einzelner Kennzahlen sind durch Fußnoten auf den entsprechenden Seiten kenntlich gemacht.
2-5: Externe Prüfung	3	
2. Aktivitäten und Mitarbeiter		
2-6: Aktivitäten und Mitarbeiter	5, 6, 7, 8, 10, 85, 88	
2-7: Angestellte	5, 70, 71, 103	Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Wir berichten die Belegschaftszahlen ohne Angaben zu nicht-garantierten Arbeitsstunden.
2-8: Mitarbeiter:innen, die keine Angestellten sind		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung wird geprüft.

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Allgemeine Angaben		
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021		
3. Unternehmensführung		
2-9: Führungsstruktur und Zusammensetzung	9	
2-10: Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	9	
2-11: Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	9	
2-12: Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Aufsicht über das Management von Auswirkungen	108	
2-13: Delegation der Verantwortlichkeiten über das Management von Auswirkungen	108	
2-14: Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	3, 9, 109	
2-15: Interessenkonflikte	108	
2-16: Übermittlung kritischer Anliegen	108, 112	
2-17: Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	108	
2-18: Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	9	
2-19: Vergütungspolitik	79	
2-20: Verfahren zur Festlegung der Vergütung		Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht: Individuelle Gehälter der Mitarbeiter sind als vertrauliche Information geschützt und ihre Weitergabe, auch zum Zweck statistischer Auswertungen, bleibt entsprechend eingeschränkt.
2-21: Verhältnis der Jahresgesamtvergütung		Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht: Individuelle Gehälter der Mitarbeiter sind als vertrauliche Information geschützt und ihre Weitergabe, auch zum Zweck statistischer Auswertungen, bleibt entsprechend eingeschränkt.

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Allgemeine Angaben		
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021		
4. Strategie, Richtlinien und Vorgehensweisen		
2-22: Erklärung zur Bedeutung und Strategie einer nachhaltigen Entwicklung	4	
2-23: Grundsätze der Unternehmensverantwortung	16, 56, 80, 85, 87, 115	
2-24: Umsetzung von Grundsätzen der Unternehmensverantwortung	85, 87, 88, 115	
2-25: Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	62, 88, 92	
2-26: Verfahren zu Beratung und Äußerung von Bedenken	88, 112	
2-27: Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung wird geprüft.
2-28: Mitgliedschaft in Verbänden	114	
5. Einbindung von Stakeholdern		
2-29: Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	62, 92, 111, 112, 113, 114	
2-30: Tarifverträge	66	

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Wesentliche Themen		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-1: Verfahren zur Bestimmung der wesentlichen Themen	106	
3-2: Liste der wesentlichen Themen	107	
Anpassung an den Klimawandel		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	33, 34	
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016		
201-2: Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	34	
Klimaschutz		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	33, 34	
GRI 305: Emissionen 2016		
305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	40, 41, 42	
305-2: Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	40, 41, 42	
305-3: Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	40, 41, 42	
305-4: Intensität der THG-Emissionen		Nicht anwendbar: Aufgrund der geplanten Umstellung der Berechnungsmethodik wird diese Angabe derzeit nicht berichtet.
305-5: Senkung der THG-Emissionen	40	

GRI Standards	Seite(n)	Aussassung / Hinweise
Wesentliche Themen		
Energie		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	43	
GRI 302: Energie 2016		
302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation	45, 46, 47, 48	
302-3: Energieintensität		Nicht anwendbar: Aufgrund der geplanten Umstellung der Berechnungsmethodik wird diese Angabe derzeit nicht berichtet.
302-4: Verringerung des Energieverbrauchs	46	
302-5: Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	46	
Biodiversität und Ökosysteme		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	54, 55	
GRI: 101 Biodiversität 2024		
101-1: Richtlinien zum Stoppen und Umkehren des Verlusts der Biodiversität	54, 56	
Kreislaufwirtschaft: Ressourcenflüsse und -nutzung		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	15, 16	
GRI 301: Materialien 2016		
301-1:Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	31	
301-2: Eingesetzte rezyklierte Ausgangsstoffe	31	
301-3: Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	29	

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Wesentliche Themen		
Kreislaufwirtschaft: Wertstoffe und Abfälle		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	15, 16	
GRI 306: Abfall 2020		
306-1: Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	16, 25	
306-2: Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	15, 29, 94	
306-3: Angefallener Abfall	26, 27	
306-4: Von Entsorgung umgeleiteter Abfall	26, 27	
306-5: Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall	26, 27	
Belegschaft: Arbeitsbedingungen		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	66, 67	
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018		
403-1: Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	75	
403-2: Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	66, 75, 77	
403-3: Arbeitsmedizinische Dienste	66, 75, 77	
403-4: Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	69	
403-5: Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	75	
403-6: Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	77	
403-7: Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	75	
403-8: Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung wird geprüft.
403-9: Arbeitsbedingte Verletzungen		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung wird geprüft.
403-10: Arbeitsbedingte Erkrankungen		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung wird geprüft.

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Wesentliche Themen		
Belegschaft: Gleichbehandlung und Chancengleichheit		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	66, 67, 81	
GRI 202: Marktpräsenz 2016		
202-1: Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standardeintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn	79	
GRI 401: Beschäftigung 2016		
401-1: Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	71, 73	
401-3: Elternzeit		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung wird geprüft.
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016		
404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	69, 71, 75, 80	
404-3: Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	69	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016		
405-1: Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	79, 80, 81	
405-2: Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	79	
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016		
406-1: Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	69	
Wertschöpfungskette: Gleichbehandlung und Chancengleichheit		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	84, 85	
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016		
407-1: Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	65, 85	

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Wertschöpfungskette: Sonstige arbeitsbezogene Rechte		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	84, 85	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		
414-1: Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien bewertet wurden		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung der Kennzahl besonders für die Eigenmarkenlieferanten wird geprüft.
414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	56, 85, 86, 87, 88, 94	
Verbraucher und Endnutzer: Sicherheit		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	92, 93	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016		
204-1: Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	60	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016		
416-1: Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	92, 93	
416-2: Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	92, 93, 94	Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Wir berichten aus Gründen der Relevanz die Anzahl der zurückgerufenen Verkaufsartikel der öffentlichen Produkt-/Warenrückrufe für Eigenmarken und nicht Verstöße gegen Vorschriften und/oder freiwillige Verhaltensregeln im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit.
GRI 417: Marketing und Kennzeichnung 2016		
417-1: Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	57, 93, 94, 97	

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Zusätzlich berichtete Themen		
Wirtschaftliche Leistung und Auswirkungen		
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016		
201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	10, 103	
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016		
203-1: Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	10	
Nutzung und Schutz von Wasserressourcen		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	54, 55	
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018		
303-1: Wasser als gemeinsam genutzte Ressource (Managementansatz)	61	
303-2: Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung (Managementansatz)	61	
303-3: Wasserentnahme	61	Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Wir berichten unseren Wasserverbrauch ohne Aufschlüsselung nach weiteren Quellen und nach Regionen mit Wasserrisiken. An der Verbesserung der Datengrundlage für die künftige Berichterstattung wird gearbeitet.
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016		
308-1: Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden		Informationen nicht verfügbar/unvollständig: Die Datengrundlage für die Angabe liegt den Unternehmen der Schwarz Gruppe nur teilweise vor. Eine konsolidierte Erhebung und Qualitätssicherung für die zukünftige Berichterstattung der Kennzahl besonders für die Eigenmarkenlieferanten wird geprüft.
308-2: Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	56	
Wertschöpfungskette: Arbeitsbedingungen		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	86, 87	
GRI 413: Lokale Gemeinschaften 2016		
413-1: Betriebsstätten mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogrammen	23, 97	

GRI Standards	Seite(n)	Auslassung / Hinweise
Zusätzlich berichtete Themen		
Compliance		
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		
3-3: Management von wesentlichen Themen	115, 116	
GRI 205: Antikorruption 2016		
205-1: Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht: Compliance-Management-Systeme werden durch die Revision regelmäßig geprüft. Aus Vertraulichkeits- und Wettbewerbsgründen werden keine weiteren Informationen veröffentlicht.
205-2: Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	115	
GRI 207: Steuern 2019		
207-1: Steuerkonzept	116	
207-2: Tax Governance, Kontrolle und Risikomanagement	116	
207-3: Einbeziehung von Stakeholdern und Management von steuerlichen Bedenken	116	
207-4: Länderbezogene Berichterstattung		Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht: Das Country-by-Country-Reporting (CbCR) stellen Unternehmen der Schwarz Gruppe auf Grundlage von internationalen Abkommen weltweit den teilnehmenden Steuerverwaltungen zur Verfügung. In Übereinstimmung mit den aktuell geltenden Vorschriften sehen wir von einer darüber hinausgehenden allgemeinen Veröffentlichung des CbCR ab, da die erforderliche Transparenz bei den teilnehmenden Steuerverwaltungen bereits sichergestellt ist.
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016		
415-1: Parteispenden	113	

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit

An die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG

Prüfungsurteil

Wir haben ausgewählte Nachhaltigkeitsinformationen, deren Angaben durch ein „👍“ im beigefügten Nachhaltigkeitsbericht kenntlich gemacht wurden, der Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG Neckarsulm, (im Folgenden die „Gesellschaft“), für den Zeitraum vom 01. März 2025 bis 28. Februar 2026 (im Folgenden die „Nachhaltigkeitsinformationen“) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die ausgewählten Nachhaltigkeitsinformationen, deren Angaben durch ein „👍“ im Nachhaltigkeitsbericht kenntlich gemacht wurden. Sonstige Angaben außerhalb dieser Nachhaltigkeitsinformationen waren nicht Gegenstand unserer Prüfung.

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Nachhaltigkeitsinformationen der Gesellschaft nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichterstattungsprinzipien der Global Reporting Initiative (GRI Standards) aufgestellt worden sind.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information durchgeführt.

Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit unterscheiden sich die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit in Art und zeitlicher Einteilung und sind weniger umfangreich. Folglich ist der erlangte Grad an Prüfungssicherheit erheblich niedriger als die Prüfungssicherheit, die bei Durchführung einer Prüfung mit hinreichender Prüfungssicherheit erlangt worden wäre.

Unsere Verantwortung nach ISAE 3000 (Revised) ist im Abschnitt „Verantwortung des Wirtschaftsprüfers für die Prüfung der Nachhaltigkeitsinformationen“ weitergehend beschrieben.

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) herausgegebenen IDW Qualitätsmanagementstandards: Anforderungen an das Qualitätsmanagement in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QMS 1 (09.2022) angewendet. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter für die Nachhaltigkeitsinformationen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung der Nachhaltigkeitsinformationen in Übereinstimmung mit den Berichterstattungsprinzipien der Global Reporting Initiative (GRI Standards) und für die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung der internen Kontrollen, die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung der Nachhaltigkeitsinformationen in Übereinstimmung mit diesen Vorschriften zu ermöglichen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen (d. h. Manipulationen der Nachhaltigkeitsinformationen) oder Irrtümern ist.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung der Nachhaltigkeits-

informationen sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen und die Ermittlung von zukunftsorientierten Informationen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers für die Prüfung der Nachhaltigkeitsinformationen

Unsere Zielsetzung ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung veranlassen, dass die ausgewählten Nachhaltigkeitsinformationen, deren Angaben durch ein „👍“ kenntlich gemacht wurden nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Berichterstattungsprinzipien der Global Reporting Initiative (GRI Standards) aufgestellt worden sind.

Im Rahmen einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit gemäß ISAE 3000 (Revised) üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- erlangen wir ein Verständnis über den für die Aufstellung der Nachhaltigkeitsinformationen angewandten Prozess.
- identifizieren wir Angaben, bei denen die Entstehung einer wesentlichen falschen Darstellung aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern wahrscheinlich ist, planen und führen Prüfungshandlungen durch, um diese Angaben zu adressieren und eine das Prüfungsurteil unterstützende begrenzte Prüfungssicherheit zu erlangen. Das Risiko, dass eine aus dolosen Handlungen

resultierende wesentliche falsche Darstellung nicht aufgedeckt wird, ist höher als das Risiko, dass eine aus Irrtümern resultierende wesentliche falsche Darstellung nicht aufgedeckt wird, da dolose Handlungen kollusives Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.

- würdigen wir die zukunftsorientierten Angaben, einschließlich der Angemessenheit der zugrunde liegenden Annahmen. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Zusammenfassung der vom Wirtschaftsprüfer durchgeführten Tätigkeiten

Eine Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Nachweisen über die Nachhaltigkeitsinformationen. Art, zeitliche Einteilung und Umfang der ausgewählten Prüfungshandlungen liegen in unserem pflichtgemäßen Ermessen.

Bei der Durchführung unserer Prüfung mit begrenzter Sicherheit haben wir:

- ein Verständnis über die Ermittlung der Nachhaltigkeitsinformationen und Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation, sowie über die Einbindung von Stakeholdern erlangt,

- die gesetzlichen Vertreter und relevanter Mitarbeitenden, die in die Aufstellung der Nachhaltigkeitsinformationen einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über die auf diesen Prozess bezogenen internen Kontrollen sowie über Angaben in den Nachhaltigkeitsinformationen befragt, soweit sie für die Prüfung der ausgewählten Nachhaltigkeitskennzahlen relevant sind
- relevante Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Aggregation und Validierung relevanter Daten im Berichtszeitraum eingesehen,
- das Risiko wesentlicher falscher Angaben in den Nachhaltigkeitsinformationen identifiziert und beurteilt,
- analytische Prüfungshandlungen und Befragungen zu ausgewählten Angaben in den Nachhaltigkeitsinformationen durchgeführt,
- selektive Stichproben hinsichtlich der Erhebung und Berichterstattung von ausgewählten Angaben in den Nachhaltigkeitsinformationen durchgeführt und Nachweise eingeholt,
- die CO₂-Kompensationszertifikate bezüglich ihrer Existenz gewürdigt, nicht jedoch hinsichtlich ihrer Wirksamkeit,
- die Darstellung der Angaben in den Nachhaltigkeitsinformationen beurteilt.

Verwendungsbeschränkung für den Vermerk

Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet. Somit ist der Vermerk nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Gesellschaft gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung. Unser Prüfungsurteil ist in dieser Hinsicht nicht modifiziert.

Auftragsbedingungen und Haftung

Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, die beigefügten „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüferinnen, Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften“ in der vom Institut der Wirtschaftsprüfer herausgegebenen Fassung vom 1. Januar 2024 ([ey-idw-aab-de-2024.pdf](#)).

Dritten gegenüber übernehmen wir keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Vermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht. Wer auch immer das in vorstehendem Vermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

Stuttgart, 13. Juli 2026

EY GmbH & Co. KG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hinderer Wirtschaftsprüfer	Rodriguez Wirtschaftsprüferin
-------------------------------	----------------------------------

Impressum

Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG
Sitz: Neckarsulm
Registergericht Stuttgart, HRA 735837
Stiftsbergstraße 1 | 74172 Neckarsulm

Die Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG wird vertreten durch die Schwarz Corporate Affairs Management GmbH mit Sitz in Neckarsulm, Registergericht Stuttgart, HRB 769866, die ihrerseits gemeinsam durch zwei gesamt vertretungsberechtigte Geschäftsführer, u. a. Susanne Marell und Florian Schütze, vertreten wird.

www.voraushandeln.schwarz | cr@mail.schwarz

Redaktion

Corporate Responsibility-Team der
Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG;
Accenture GmbH, Kronberg im Taunus

Gestaltungskonzept und Layout

Corporate Brand Marketing der
Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG;
infotectures GmbH, Heidelberg