

SCHWARZ



Voraus- handeln

Einblicke in das
Nachhaltigkeitsengagement der
Unternehmen der Schwarz Gruppe

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben diesen Bericht als gemeinsamen Nachhaltigkeitsbericht sämtlicher Unternehmen der Schwarz Gruppe erstellt. Die Worte „wir“, „uns“, „unsere“ o.ä. stehen jeweils für die Gesamtheit dieser Unternehmen.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei der Benennung von Personengruppen (Mitarbeiter etc.) das generische Maskulinum genutzt. Hiermit sind alle Geschlechter gleichermaßen gemeint.



Schwarzes Rezyklat-Granulat
in einem Transport-LKW der PreZero.



Photovoltaik-Anlagen
auf den Flächen der Unternehmen der Schwarz Gruppe.



Plastikabfallballen
in der Sortierhalle von PreZero.



Bezug von Grünstrom
aus dem Offshore-Windpark Kaskasi in der Nordsee.



Eine Rolle Silphiepapier
von OutNature.



Gerd Chrzanowski
Komplementär Schwarz Gruppe

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

Tatkraft statt Zögern, Agieren statt Reagieren: Als Unternehmen der Schwarz Gruppe warten wir nicht, bis Herausforderungen zu Problemen werden. Wir handeln voraus, um ein nachhaltiges, gesundes und sicheres Leben von Milliarden Menschen zu fördern.

Voraushandeln –
für die Menschen in unserem Ökosystem.

Bei uns steht der Mensch im Mittelpunkt. Unsere mehr als 575.000 Mitarbeiter sind entscheidend für den Erfolg der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Mit 168 verschiedenen Nationalitäten sind unsere Kollegen so vielfältig wie unser einzigartiges Ökosystem entlang des gesamten Wertschöpfungskreislaufs – von der Produktion über den Handel bis zum Recycling und unseren digitalen Services. Diese große Bandbreite an Erfahrungen, Ideen und Kompetenzen eröffnet uns neue Perspektiven und treibt Innovationen voran. Unsere Vielfalt macht uns stark. Sie ist unser Motor.

Voraushandeln –
für eine ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft.

Unser gemeinsam festgelegtes Ziel ist es, eingesetzte Ressourcen zu schonen und Wertstoffkreisläufe zu schließen. Auf diesem Weg haben wir im Geschäftsjahr 2023 wichtige Meilensteine erreicht: Wir haben den

Einsatz von Plastik bei unseren Eigenmarkenverpackungen und Transporthilfen um 34 Prozent gesenkt. Damit übertreffen wir schon heute unser ursprüngliches Einsparungsziel von 30 Prozent bis 2025. Außerdem haben wir den Rezyklatanteil bei Eigenmarkenverpackungen aus Plastik auf 19 Prozent erhöht. Bis 2025 werden wir diesen Anteil auf 25 Prozent steigern. Diese Fortschritte motivieren uns, den Wandel zur Kreislaufwirtschaft weiter voranzutreiben.

Voraushandeln –
für den Klimaschutz.

Wissenschaftsbasierte Klimaziele bilden das Fundament unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Bereits 2020 sind wir der Science Based Targets initiative (SBTi) beigetreten. Nun gehen wir den nächsten konsequenten Schritt: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben im September 2024 ein offizielles gemeinsames Net-Zero-Bekenntnis bei der SBTi abgegeben. Damit verpflichten wir uns, alle verursachten Emissionen bis spätestens 2050 auf Netto-Null zu reduzieren. In diesem Zuge ergänzen wir unsere bestehende gemeinsam verabschiedete Lieferantenverpflichtung durch absolute Reduktionsziele in der vor- und nachgelagerten Lieferkette und unterstützen unsere jeweiligen Lieferanten bei der gemeinsamen Umsetzung. Konkret bedeutet das: Eine Reduktion unserer indirekten Emissionen im Bereich der Land- und Forstwirtschaft um 42,4 Prozent sowie um 35 Prozent beim Thema Energie und industrielle Prozesse. Diese Maßnahmen

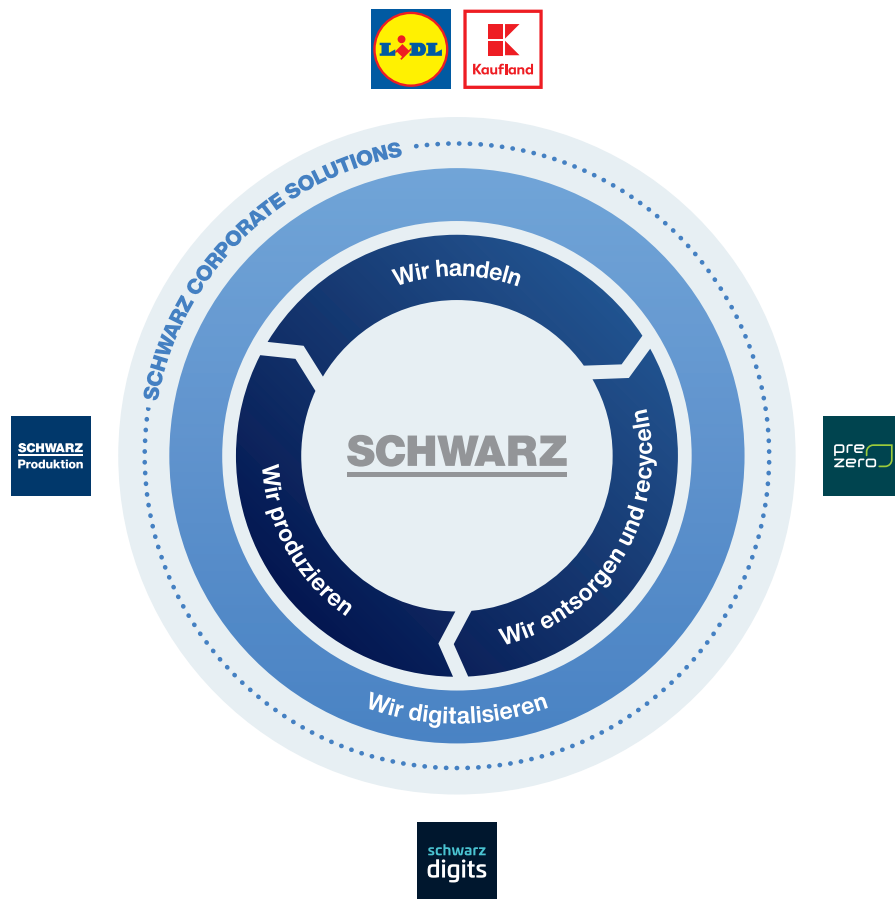
zeigen deutlich, dass wir unsere Verantwortung annehmen. Wir handeln entschieden voraus für den Klimaschutz.

Voraushandeln –
gemeinsam mit starken Partnern.

Mit unserem Nachhaltigkeitsbericht schaffen wir Transparenz und beziehen alle Stakeholder in unser gemeinsames Nachhaltigkeitsengagement ein. Im Schulterschluss mit unseren Kunden und Partnern arbeiten wir täglich an innovativen Lösungen wie dem Ausbau nachhaltig elektrifizierter Logistik, der Drohnen-gestützten Inspektion von Dachflächen an Logistik-Standorten oder digitalen Dienstleistungen wie unserem europäischen Cloud-Service. So verbessern wir das Leben heutiger und zukünftiger Generationen. Denn unsere bisher erzielten Erfolge treiben uns an. Wir handeln immer einen Schritt voraus. Mit einem Ökosystem entlang des gesamten Wertschöpfungskreislaufes.

Packen wir es zusammen an –
in einem einzigartigen Ökosystem
für ein besseres Leben!

Voraushandeln – und zwar ganzheitlich



Die Sparten unserer Unternehmensgruppe decken den gesamten Wertschöpfungskreislauf ab. So gestalten sie ein einzigartiges Ökosystem von innen heraus – bereichert durch externe Impulse. Wir schätzen Partnerschaften und Kooperationen, durch die wir uns stetig weiterentwickeln.



Handel

Unsere Handelssparten Lidl und Kaufland sind feste Säulen im Alltag ihrer Kunden. In über 30 Ländern übernehmen sie Tag für Tag eine besondere Verantwortung. Mit ihrem Engagement tragen sie das nachhaltige Bewusstsein für Mensch und Umwelt in die Mitte der Gesellschaft.



Produktion

Von der Produktion bis ins Regal: Die Schwarz Produktion bildet den Startpunkt für unseren einzigartigen Wertschöpfungskreislauf. Hier geht es um die Herstellung von Lebensmitteln und Papier genauso wie um die Fertigung von PET-Flaschen aus Recyclingmaterial in unseren eigenen Kunststoff- und Verpackungswerken.



Entsorgung & Recycling

Damit unser Wertstoffkreislauf rundläuft, setzt unsere Umweltsparte PreZero auf aktives Abfall- und Recyclingmanagement. Hier werden wichtige Wertstoffe gesammelt, sortiert und recycelt. So machen wir unsere Abfälle von heute zu den Wertstoffen von morgen.



Digitalisierung & IT

Schwarz Digits betreut, unterhält und verbessert die technologische Infrastruktur unseres Ökosystems. Täglich setzen wir auf zukunftsfähige und bedarfsgerechte IT-Services, die souveräne digitale Lösungen kreieren.



Schwarz Corporate Solutions

Jedes Ökosystem lebt durch vielfältige Elemente und Organismen, die oftmals für kaum sichtbare, aber essenzielle Synergien sorgen. Dieses administrative und operative Rückgrat ist für die Unternehmen der Schwarz Gruppe die Schwarz Corporate Solutions. Als interne Dienstleister sorgen sie in Bereichen wie beispielsweise HR, Operative Solutions und Finance and Corporate Functions dafür, dass alle Fäden zusammenlaufen.

Ganzheitlich durch unser Ökosystem

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie,
unser Commitment.

Unser Anspruch, ein wertschätzendes Miteinander und eine lebenswerte Umwelt zu gestalten, ist in unserer gemeinsam erarbeiteten Corporate-Responsibility-Strategie (CR-Strategie) festgeschrieben. Als weltweit tätige Handelsgruppe sind wir uns unserer Verantwortung bewusst. Wir warten nicht, bis Herausforderungen zu Problemen werden. Wir nutzen Chancen im Hier und Jetzt und richten unsere Geschäftsstrategien zukunftsorientiert aus – voraushandeln statt nur vorausdenken.

Im Spannungsfeld von Ressourcenschonung und Versorgungstabilität, Umweltschutz und Lebensmittelsicherheit sowie Chancen und Risiken der Digitalisierung machen wir den Unterschied. Mit unseren Dienstleistungen und Produkten verbessern wir das Leben heutiger und kommender Generationen. Mit unserem einzigartigen Ökosystem entlang des gesamten Wertschöpfungskreislaufs fördern wir ein nachhaltiges, gesundes und sicheres Leben.

Unser langfristiges Ziel ist es, Nachhaltigkeit in die Geschäftsprozesse zu integrieren und diese so zukunftssicher weiterzuentwickeln. Unsere zusammen entwickelte CR-Strategie als gemeinsamer Fokus bietet uns Klarheit und Orientierung. Gleichzeitig berücksichtigen alle Unternehmen der Schwarz Gruppe ihre individuellen Nachhaltigkeitsstrategien sowie weitere unternehmens- und länderspezifische Ziele.

Einen wesentlichen
Unterschied machen.

Gemeinsam erzeugen wir mit unserem Engagement Wirkung: sei es die konsequente Einbeziehung unserer Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden, die Suche nach klimafreundlichen Lösungen für Sortiment, Mobilität, Energie und Bauen oder das Thema Kreislaufwirtschaft. Deshalb überprüfen wir im Rahmen von Wesentlichkeitsanalysen regelmäßig, welche nachhaltigkeitsbezogenen Chancen und Risiken aus den Geschäftstätigkeiten der Unternehmen der Schwarz Gruppe hervorgehen. Jährliche ESG-Ratings, die seit 2022 gemeinsam mit Sustainalytics durchgeführt werden, helfen uns jeweils bei der Ausrichtung unseres Risikomanagements. Auf dieser Basis entwickeln wir die inhaltliche Ausgestaltung unserer gemeinsam erarbeiteten strategischen Nachhaltigkeitsagenda kontinuierlich weiter.

Von Menschen für Menschen und unsere Umwelt

Wir sind Macher. Wir machen aus Plastikmüll neue Produkte, statt wachsenden Abfallbergen zuzusehen. Wir treiben die Energiewende mit an, statt auf sie zu hoffen. Und wir arbeiten daran, pflanzliche Produkte für alle bezahlbar zu machen, statt nur darüber zu reden. Das funktioniert, weil motivierte und engagierte Menschen genau diese Überzeugungen teilen und leben. Tag für Tag, aus eigener Kraft. Unsere 575.000 Mitarbeiter sind es, die Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft in unserem Ökosystem ermöglichen.

Der Mensch steht im Fokus unseres Handelns. Sei es die Aktivierung und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter, die gesunde Ernährung unserer Kunden oder ein verantwortungsvoller Umgang mit unserem Umfeld. Gemeinsam setzen wir uns für ein besseres Leben ein: vom Sortiment unserer Handelssparten über Mobilitäts- und Energielösungen bis hin zu einem nachhaltigen Bauwesen und einem innovativen Recycling und Abfallmanagement. In jedem dieser Wirkungsbereiche handeln wir konsequent im Sinne unserer Nachhaltigkeitsvision: „Mit Vielfalt global Verantwortung leben“. Diese Broschüre gibt Einblicke in ausgewählte Themen aus all diesen Bereichen.

Soziale Verantwortung

Der Mensch steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir gestalten aktiv Bildungsprogramme, fördern soziales Engagement und schaffen faire Arbeitsbedingungen, statt Verantwortung abzuwälzen.

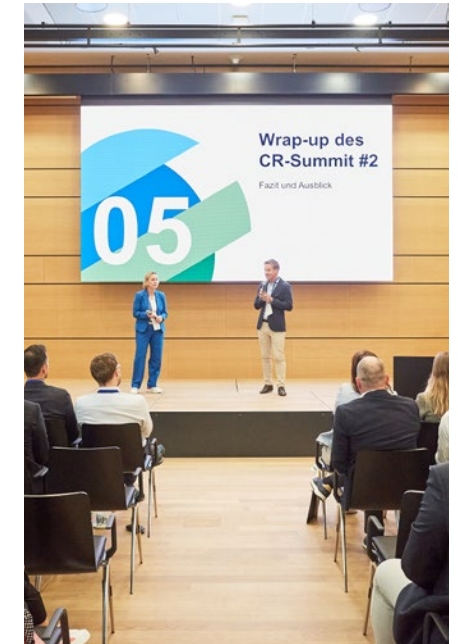
Wie wir voraushandeln: Menschen für den Wandel begeistern.

CR-Community

Eine spartenübergreifende CR-Community bringt regelmäßig 70 Führungskräfte zusammen, die es sich zum Ziel gesetzt haben, Nachhaltigkeit ganzheitlich in ihren Wirkungsbereichen zu verankern. Langfristig soll auf diesem Wege die Integration von CR in die Geschäfts- und Entscheidungsprozesse sichergestellt werden. Unter dem Motto „nachhaltig zusammenwachsen“ fand 2024 der 2. CR-Summit statt.

Nachhaltkeitsinitiative YOU

Wirksam und spürbar wird Nachhaltigkeit in den Unternehmen der Schwarz Gruppe durch die Menschen, die sie leben. Eine grundlegende Aufgabe ist es daher, unsere Mitarbeiter für Nachhaltigkeitsthemen zu sensibilisieren und zu motivieren. Das zeigt sich an der Nachhaltigkeitsinitiative YOU, die aktuell bei Lidl durchgeführt wird. Ziel ist es, alle Mitarbeiter für nachhaltiges Handeln zu befähigen und die eigene Rolle zu verdeutlichen. Dazu dienen interne Kommunikationskampagnen und Schulungsformate.





River Cleanup Collective

Durch Mitarbeiteraktionen wie die River Cleanup Collective (RCC) machen wir uns sparten- und länderübergreifend für die Umwelt stark und motivieren unsere Belegschaft, sich für Nachhaltigkeitsthemen zu engagieren. Bereits zum zweiten Mal in Folge haben 2023 über 5.000 Teilnehmer mehr als 30.000 Kilogramm Abfall gesammelt und damit die Gewässerreinigung und Mülltrennung unterstützt. Insgesamt fanden im Rahmen des RCC über 120 Aktionen in 22 Landesgesellschaften statt. Ein starkes Zeichen unserer Mitarbeiter für den Umweltschutz.

Aus- und Weiterbildungen

Für uns ist Nachhaltigkeit eine Gemeinschaftsaufgabe. Deshalb freuen wir uns, dass auch die Zusammenarbeit mit externen Bildungseinrichtungen und engagierten Nachwuchskräften die Weiterentwicklung unserer Teams bereichert. Mit über 20 dualen Studiengängen unterstützen wir praxisnahe Ausbildungswege. Angeboten werden unter anderem „Food Management“ mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit und „BWL-Technical Management: Wertstoffmanagement und Recycling“.

Über

20

duale Studiengänge
über alle Sparten



168

verschiedene Nationalitäten
arbeiten in den Unternehmen
der Schwarz Gruppe

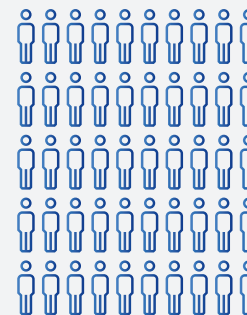
Diversity, Equity and Belonging

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe setzen sich für Diversität, Gleichberechtigung und Zugehörigkeit ein. Wir sprechen von Diversity, Equity and Belonging (DE&B). In diesem Sinne lehnen wir jede Form von Diskriminierung ausdrücklich ab. Für uns ist die respektvolle Zusammenarbeit auf Augenhöhe elementarer Grundsatz. Deshalb integrieren wir Diversität, Gleichberechtigung und Zugehörigkeit in interne Befähigungs- und Entwicklungsformate, um das Thema in der Gesamtorganisation fest zu verankern. Im Geschäftsjahr 2022/2023 waren 42,2 Prozent unserer Führungskräfte weiblich. Und 168 verschiedene Nationalitäten innerhalb unserer Belegschaft verschaffen uns eine große Bandbreite an wertvollen Erfahrungen und eröffnen uns neue Perspektiven. Diese Vielfalt macht uns stark. Sie ist der Motor unseres Ökosystems.

rund

575.000

Mitarbeiter
sind entscheidend für den Erfolg
der Unternehmen der Schwarz Gruppe



Arbeits- bedingungen

**Voraushandeln zum Wohle aller.
Wir leben Verantwortung und Sorgfalt
in unserer gesamten Lieferkette,
statt sie nur von anderen einzufordern.**

Partnerschaft- lich durch die Lieferkette: Mit Sorgfalt und Verantwortung.

Zusammenarbeit mit Partnern und Zulieferern

Zur Gemeinschaftsaufgabe einer nachhaltigen Zukunft zählt auch die Zusammenarbeit mit Partnern und Zulieferern entlang unserer weltweit verzweigten Lieferketten. Ein fairer und rücksichtsvoller Umgang mit Mensch und Umwelt ist dafür absolute Grundvoraussetzung. Alle Unternehmen der Schwarz Gruppe legen deshalb einen besonderen Fokus auf die Einhaltung menschenrechtlicher und umweltbezogener Sorgfaltspflichten. Auch unsere Partner in den Lieferketten verschreiben sich den Anordnungen an faire und sichere Arbeits- und Lebensbedingungen, die wir in der Unternehmensgruppe festgeschrieben haben.



Durchführung von

6

Human Rights Assessments
bis Ende GJ 23 bei Lidl

Unser Handeln orientiert sich am Prozess der unternehmerischen Sorgfaltspflicht:



Wir prüfen unsere Anforderungen gemeinsam anhand folgender Schritte:

Schritt 1:

Risiken ermitteln – Lidl führt seit 2020 Human Rights Impact Assessments (HRIA) durch, um Menschenrechtsrisiken in Lieferketten zu identifizieren. Bis zum Ende des Geschäftsjahres 2023 wurden insgesamt sechs Assessments durchgeführt.

Schritt 2:

Vorgaben und Prozesse definieren – Bevor die Schwarz Produktion eine neue Partnerschaft eingeht, durchlaufen potenzielle Zulieferer einen Lieferantenzulassungsprozess.

Schritt 3:

Prozesse umsetzen und kontrollieren – In regelmäßigen Abständen fordern wir eine Sozial-Auditierung durch unabhängige Prüfer bei Lieferanten von Non-Food-Eigenmarken ein. Lidl nutzt diesen Weg seit 2010, Kaufland seit 2020.

Schritt 4:

Standards setzen und verbessern – Mit dem Projekt „Living Wage“-Banane hat sich Lidl 2022 als erster deutscher Einzelhändler das Ziel gesetzt, ausschließlich Bananen von Plantagen anzubieten, die existenzsichernde Löhne für Arbeiter zahlen.

Schritt 5:

Offen kommunizieren und Austausch suchen – Wir nutzen Nachhaltigkeitsberichte, Pressemitteilungen und Positionspapiere, um zu informieren und über Nachhaltigkeitsthemen in den Austausch zu kommen.

Gesunde Ernährung



**Vom einzelnen Produkt zur großen Wirkung.
In unseren Filialen fördern wir mit transparenter
Kommunikation eine gesunde Lebensweise,
statt die Verantwortung von uns zu schieben.**

Gesunde Ernährung beginnt in unseren Regalen.



Ausgezeichnete Ersatzprodukte

Im Einklang mit der Planetary Health Diet der EAT-Lancet-Kommission hat sich Lidl das Ziel gesetzt, den Vollkornanteil in Produkten von Lidl-Eigenmarken zu erhöhen. Außerdem soll bis 2030 der Proteinanteil in Eigenmarken-Artikeln deutlich gesteigert werden. Damit einher geht der Ausbau des Angebots an Hülsenfrüchten, des Nuss-sortiments und veganer Alternativprodukte der Eigenmarke Vemondo. Und unser Engagement trägt Früchte: Beim Vegan Food Award 2023 der Tierrechtsorganisation PETA wurde Lidl in Deutschland mit Vemondo in der Kategorie „Bestes veganes Sortiment“ ausgezeichnet.



Bewusste Kaufentscheidungen

Eine gesunde Umwelt braucht gesunde Menschen. Deshalb ist die Förderung einer bewussten Ernährung und einer gesunden Lebensweise fester Teil unserer gemeinsam erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie. Um unserer Verantwortung gerecht zu werden, stehen die Unternehmen der Schwarz Gruppe im direkten Dialog mit Organisationen wie Foodwatch und der Deutschen Diabetes Gesellschaft. Unser gemeinsam festgelegtes Ziel, Menschen bei gesunden Kaufentscheidungen zu unterstützen, verfolgen Lidl und Kaufland beispielsweise mit dem Verweis auf den Nutri-Score auf ihren Produkten. 2020 waren sie die ersten Lebensmitteleinzelhändler, die diesen Verweis eingeführt haben.

Große Verantwortung für die Kleinsten

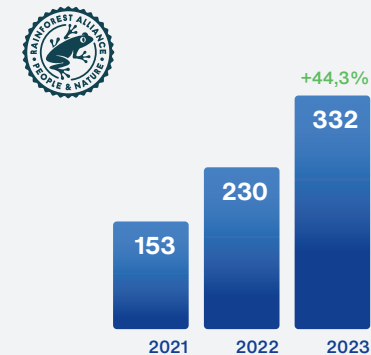
Gerade mit Blick auf unsere kleinsten Kunden nehmen wir unsere Verantwortung auch über die eigenen Marken hinaus ernst. Lebensmittel, die als ungesund eingestuft werden, bewirbt Lidl in Deutschland unterjährig nicht mehr an Kinder. Mit der Initiative „Machen macht Schule“ macht Kaufland gemeinsam mit zertifizierten Ernährungsfachkräften Nachhaltigkeit und gesunde Ernährung für Schulkinder erlebbar. In Tschechien unterstützt Lidl seit 2022 das Projekt „Essbarer Schulgarten“.

„Ja zur Gesundheit. Ja zum Planeten“

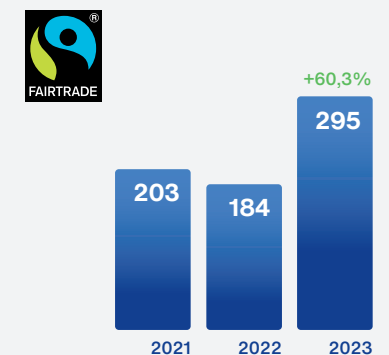
Im Fokus unseres Engagements stehen auch die eigenen Mitarbeiter. Mit Aktionswochen wie „Ja zur Gesundheit. Ja zum Planeten“ in den Schwarz Restaurantbetrieben, an den weiteren Lidl-Zentralen in Neckarsulm sowie an den Lidl- und Kaufland-Standorten haben wir über das Thema Nachhaltigkeit in den Mitarbeiterrestaurants informiert und zu einer bewussten Ernährung gemäß der Planetary Health Diet beraten.



Anzahl Rainforest-Alliance zertifizierter Artikel im Sortiment – Kaufland Slowakei¹



Anzahl Fairtrade-zertifizierter Artikel im Sortiment – Lidl Kroatien^{1,2}



1 Anzahl aller Verkaufsartikel (exkl. Aktions-/Saisonartikel und Non-Food), die für die Abgabe an den Kunden des stationären Handels bestimmt waren. Bei Kaufland sind Artikel zum Stichtag GJ-Ende gezählt, bei Lidl sind alle Eigenmarkenartikel enthalten, die im gesamten GJ zur Abgabe an den Kunden zur Verfügung standen.

2 Bei Lidl sind auch Eigenmarken-Aktionsartikel enthalten.



60,3 %

mehr Fairtrade-zertifizierte Artikel im Sortiment von Lidl Kroatien im GJ 23 im Vergleich zum Vorjahr

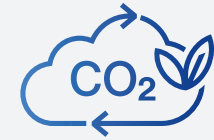
Net-Zero

Mit unserem klaren Bekenntnis zu Net-Zero machen wir es offiziell: Indem wir Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette reduzieren, handeln wir voraus, statt nur vor auszudenken.

Wissenschaftlich geprüft und transparent.

Wissenschaftsbasierte Klimaziele bilden das solide Fundament unserer gemeinsam beschlossenen Nachhaltigkeitsaktivitäten. Bereits 2020 sind wir der Science Based Targets Initiative (SBTi) beigetreten. Nun gehen wir den nächsten konsequenten Schritt: Die Unternehmen der Schwarz Gruppe haben bei der SBTi im September 2024 ein offizielles Net-Zero-Commitment abgegeben. Damit verpflichten wir uns, alle verursachten Treibhausgase entlang der Wertschöpfungskette bis spätestens 2050 auf Netto-Null zu reduzieren.

Konkret planen die Unternehmen der Schwarz Gruppe, ihre direkten und indirekten Emissionen auch kurzfristig erheblich zu senken. Bis 2030 werden alle direkten und indirekten betriebsbedingten Emissionen um 48 Prozent reduziert (Scope 1 und 2).



Netto-Null

**Wir verpflichten uns,
alle verursachten Emissionen
bis spätestens 2050
auf Netto-Null zu reduzieren**

Darüber hinaus ergänzen wir unsere bestehende, gemeinsam erarbeitete Lieferantenverpflichtung um absolute Reduktionsziele in der vor- und nachgelagerten Lieferkette bis 2034:

- Reduktion unserer indirekten land- und forstwirtschaftlichen Emissionen um 42,4 Prozent.
- Reduktion unserer indirekten Emissionen im Bereich Energie und industrielle Prozesse um 35 Prozent.

Mit einer ganzheitlichen Herangehensweise – vom klimafreundlichen Sortiment über Mobilität und nachhaltiges Bauen bis hin zur Energie – wollen wir unsere Klimaziele erreichen. So gestalten wir eine lebenswerte, nachhaltige Zukunft und tragen zu einer verantwortungsvollen Wirtschaft bei. Aufgrund dieser Neuberechnung werden unsere neuen und aktualisierten Klimaziele von der SBTi (re-)validiert.

Klima- freundliches Sortiment

Mit unseren Produkten leisten wir einen Beitrag zum Klimaschutz. Wir setzen auf pflanzenbasierte Ernährung und machen sie gleichzeitig bezahlbar.

Vielseitig und dennoch klimafreundlich.

Regionale und saisonale Produkte

Ein wesentlicher Bestandteil unserer Bemühungen ist die Förderung nachhaltiger und regionaler Landwirtschaftsbetriebe, wofür Lidl das Programm „Ein gutes Stück Bayern“ ins Leben gerufen hat. Im Mittelpunkt stehen kurze Transportwege, frische Produkte und die Unterstützung heimischer Betriebe.

Um den regionalen Schwerpunkt ihrer Produkte weiter auszubauen, engagieren sich Lidl und Kaufland in unterschiedlichen Verbänden. So unterstützen die Handelssparten die Arbeit der Zentralen Koordination Handel-Landwirtschaft (ZKHL) zur Einführung einer Herkunftskennzeichnung in Deutschland. Damit sollen in Deutschland produzierte und bis zum Endprodukt verarbeitete Agrarprodukte gekennzeichnet werden.

Dies stellt sicher, dass Kunden nicht nur regionale Produkte leicht identifizieren können, sondern auch solche, deren Transport geringere CO₂e-Emissionen verursacht.



Pflanzenbasierte Ernährung

Voraushandeln ist auch in unserem Sortiment tief verankert. Mit Blick auf eine pflanzenbasierte Ernährung hat Lidl als erster deutscher Lebensmitteleinzelhändler das Verhältnis von tierischen und pflanzlichen Proteinen im Produktsortiment erhoben und veröffentlicht. 2022 lag der Anteil pflanzlicher Proteine bei elf Prozent und bei alternativen Molkereiprodukten bei sechs Prozent mit dem klaren Ziel, diese Anteile stetig zu erhöhen: Bis 2030 erhöht Lidl in Deutschland den Anteil pflanzenbasierter Proteine auf 20 Prozent. Gleichzeitig machen wir eine klimafreundliche Ernährung bezahlbar: Beinahe das gesamte Sortiment der veganen Lidl-Eigenmarke Vemondo wurde 2023 preislich an vergleichbare Produkte tierischen Ursprungs angeglichen. Kaufland ist diesem Schritt gefolgt und hat seine „K-take it Veggie“-Eigenmarke ebenfalls preislich an das Niveau entsprechender tierischer Produkte angepasst. Das Ergebnis: wo immer möglich – kein Preisunterschied!

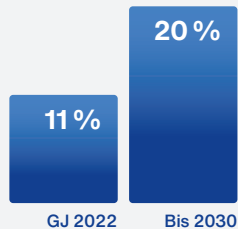
0%



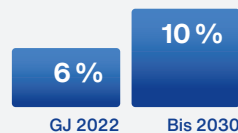
Preisunterschied zwischen pflanzenbasierten Proteinen und vergleichbaren Produkten tierischen Ursprungs seit GJ 23 (wo immer möglich)



Anteil pflanzenbasierter Proteine im Verhältnis zu tierischen Proteinen bei Lidl in Deutschland



Anteil alternativer Molkereiprodukte im Verhältnis zu tierischen Proteinen bei Lidl in Deutschland



Unsere S3-Initiative

Für ein ökologisch nachhaltiges Sortiment setzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe bereits beim Einkauf an. Wir fordern jeweils von unseren Lieferanten, sich bis 2026 selbst Klimaziele nach den Kriterien der Science Based Targets Initiative zu setzen. Im Rahmen der sogenannten S3-Initiative arbeiten wir eng mit circa 1.000 Lieferanten zusammen und unterstützen sie zum Beispiel in Form von Schulungen dabei, den Klimaschutz im eigenen Betrieb zu verbessern und fest zu implementieren. Zum Beispiel fördert Lidl GB die regionale Eier-Produktion. Kaufland trägt zusammen mit dem deutschen Agritech-Unternehmen Klim dazu bei, eine gemeinsame Bewegung mit Landwirten, Lebensmittelunternehmen und Verbrauchern zu initiieren, um regenerative Landwirtschaft zu fördern, CO₂e-Emissionen nachhaltig zu reduzieren und Bodengesundheit sowie Biodiversität zu verbessern.



Circa

1.000

Lieferanten in S3-Initiative der Unternehmen der Schwarz Gruppe



Mobilität

Auch auf der Straße sind wir nachhaltig unterwegs. Wir bringen E-Mobilität auf die Überholspur, statt abgehängt zu werden.

Vorausfahren: Wie wir unsere Mobilität transformieren.

Schwerlastverkehr im Wandel

Je schwerer die Fahrzeuge, desto mehr wiegt die Frage der Mobilität. PreZero arbeitet an Antworten und hat in sieben Landesgesellschaften bereits Tests und Pilotprojekte zu alternativen Antrieben durchgeführt. In Deutschland und Spanien werden mithilfe von öffentlichen Förderungen Diesel-Trucks zu einem E-Truck bzw. einem Fuel Cell Truck umgerüstet. Im EU-finanzierten HECTOR-Projekt zeigen mehrere mit Wasserstoffzellen betriebene Müllsammel Fahrzeuge, wie die Abfallsammlung der Zukunft aussehen kann.

Logistik mit Elektro-Antrieb

Die Unternehmen der Schwarz Gruppe nehmen beim Ausbau der Ladeinfrastruktur an ihren Standorten Fahrt auf. Gemeinsam mit starken Partnern hat Kaufland 2023 an seinem Logistikstandort in Möckmühl (Baden-Württemberg) einen Ladepark mit acht Ladestationen eröffnet. Jede Station verfügt über eine Spur für eine E-Sattelzugmaschine. Der www bietet eine Leistung von 900 kW und gehört zu den größten Projekten dieser Art in ganz Deutschland.

Durch die Initiative „Electra“, eine Zusammenarbeit mehrerer Unternehmen der Schwarz Gruppe, werden zukünftig nicht nur elektrische Lastwagen, sondern auch vollständig elektrische Kühlaufleger eingesetzt. Mit der Koordination des Projekts ist der Bereich Schwarz Logistik beauftragt. PreZero übernimmt hierbei als Spediteur die Bereitstellung der Fahrer und wird als Auftragnehmer die Belieferung der Lidl- und Kaufland-Filialen eingebunden.

Noch vor 2030 wird auch Lidl Niederlande alle Filialen mit Elektro-LKWs beliefern. Insgesamt hat Lidl bereits über 30 batterieelektrische LKW in zehn Ländern für die Filialbelieferung im Einsatz: neben den Niederlanden auch in der Schweiz, Italien, Frankreich und Tschechien. Mit batteriebetriebenen Auflegern können Emissionen im Betrieb komplett vermieden werden – zum Beispiel für gekühlte Transporte.



Energie

Mit Sonne und Wind im Rücken.
Wir treiben die Energiewende aktiv an,
statt auf sie zu hoffen.

Jeden Tag erneuerbare Energie erzeugen.

Mit Rückenwind in die Zukunft: Durch Offshore-Energie von der Nordsee

Eine wichtige Rolle spielt unsere nachhaltige Strategie zur Energiegewinnung und -nutzung. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe beziehen ihren Strom zu nahezu 100 Prozent* aus erneuerbaren Quellen.

Darüber hinaus stehen der Ausbau der Eigenerzeugung erneuerbarer Energien sowie die Verbesserung der Energieeffizienz im Fokus. Insgesamt haben wir im Geschäftsjahr 2023 auf diese Weise 598.700 Megawattstunden Grünstrom aus jeweiliger Eigenerzeugung genutzt. Zusätzlich sichern sich Lidl und Kaufland durch ein Power Purchase Agreement mit RWE Supply & Trading für zehn Jahre 250.000 Megawattstunden Grünstrom aus einem Offshore-Windpark in der Nordsee.

* Ausgenommen Bezugsverträge, die die Unternehmen der Schwarz Gruppe nicht beeinflussen können wie z. B. bei vereinzelten Mietobjekten mit Strombezugsbindung. Weitere Infos unter: www.gruppe.schwarz/verantwortung/oekosysteme



Eigennutzung von

598.700

Megawattstunden Grünstrom
aus jeweiliger Eigenerzeugung im GJ 23

Solarenergie für ein sonniges Morgen

Wir packen in der Energieerzeugung mit an – insbesondere durch die Nutzung von Sonnenenergie. Mehr als vier Millionen Quadratmeter unserer Flächen verfügen über Photovoltaik-Anlagen. Das entspricht der Größe von 568 Fußballfeldern. Die Unternehmen der Schwarz Gruppe arbeiten kontinuierlich daran, die Nutzung von Sonnenenergie auszubauen, was sich an den beeindruckenden Zahlen zeigt: Im Geschäftsjahr 2023 konnten durch eigene Photovoltaik-Anlagen rund 338.000 Megawattstunden erzeugt werden. Das entspricht dem jährlichen Strombedarf von rund 100 Durchschnitts-Haushalten und ist eine Steigerung von 27,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



Optimierte Energieeffizienz

Um die Energieeffizienz in unseren Einrichtungen zu steigern, setzen die Unternehmen der Schwarz Gruppe auf vielfältige Maßnahmen. So wird der CO₂e-Ausstoß bei Neu- und Bestandsbauten durch den Einsatz klimafreundlicher Energieträger signifikant reduziert. Dabei wird zum Beispiel geprüft, ob die Bauten an die jeweiligen regionalen Wärmenetze angebunden werden können, sofern die hieraus hervorgehende Wärmeenergie nachhaltig gewonnen wird. Grundsätzlich regeln wir wo immer möglich den Energieverbrauch in unseren Gebäuden runter, indem wir den notwendigen Bedarf durch ein einheitliches System überwachen und steuern. Auch die Verringerung von Leerlaufzeiten und die Wärmerückgewinnung aus dem Betrieb von Kühlanlagen in der Schwarz Produktion oder bei den Kaufland Fleischwerken leisten einen Beitrag zur Einsparung von Energieressourcen.

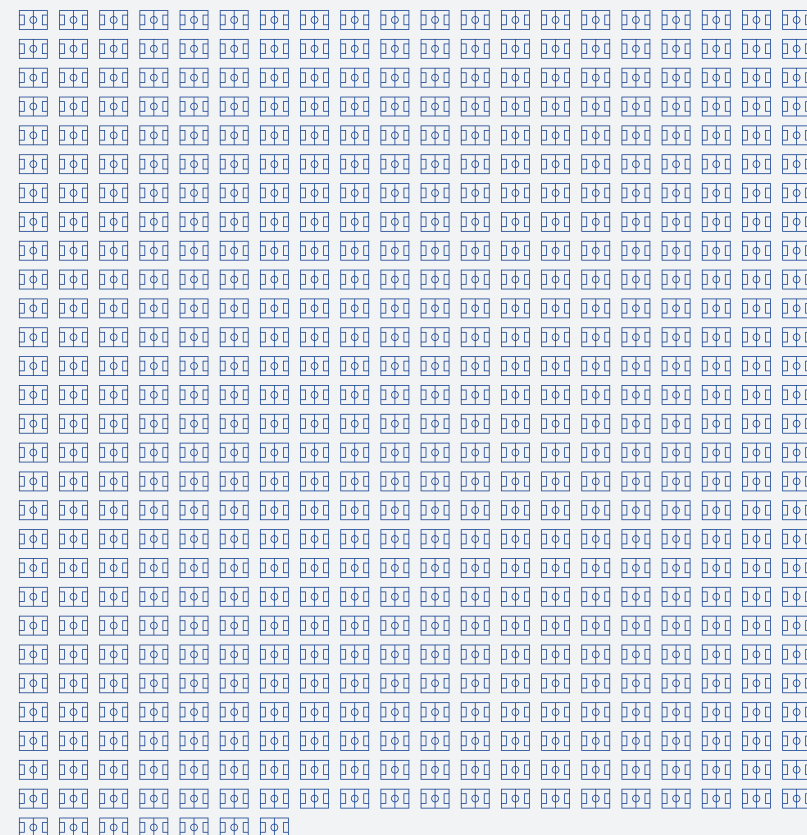
4 Mio.

Quadratmeter genutzte Fläche
für Photovoltaik-Anlagen
im GJ 23



568

Fußballfelder
entsprechen einer Größe
von 4 Mio. Quadratmetern



Nachhaltiges Bauen

Nachhaltig bauen wir die Voraussetzungen für eine lebenswerte Zukunft. Dafür liefern wir schon heute die richtigen Antworten auf drängende Fragen von morgen, statt den Herausforderungen beim Wachsen zuzusehen.

Vorausplanendes Bauen – Weniger Energieverbrauch, mehr Artenvielfalt.

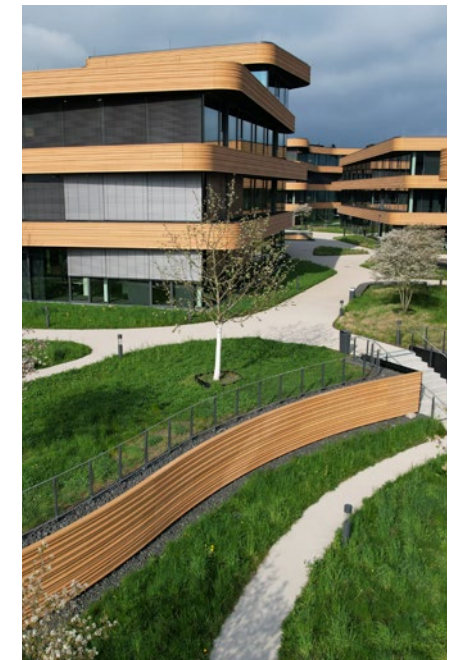
Hoher Anspruch trifft hohe Standards
Unser Nachhaltigkeitsanspruch begrenzt sich nicht auf unsere Produkte. Unsere Gebäude – egal ob langjährig genutzt oder neu gebaut – spielen für unsere Nachhaltigkeitsbemühungen eine entscheidende Rolle. Wir orientieren uns an renommierten internationalen Standards für nachhaltiges Bauen und haben hohe Ansprüche an den kontinuierlichen nachhaltigen Ausbau unserer Gebäude. Bereits über 4.000 Lidl-Filialen und Logistikzentren in über 20 Ländern erfüllen international anerkannte Nachhaltigkeitsstandards. Bis 2025 sollen über 1.000 Kaufland-Filialen und Immobilien dem Standard Excellence in Design for Greater Efficiencies (EDGE) entsprechen.



Über

4.000

Lidl-Filialen
und Logistikzentren
in über 20 Ländern
erfüllen
international anerkannte
Nachhaltigkeitsstandards



Nachhaltige Neubauten

Bei Neubauten legen die Unternehmen der Schwarz Gruppe großen Wert auf eine nachhaltige Bauweise – beispielsweise durch die Verwendung von wiederverwertbaren sowie bereits recycelten Materialien oder eine hohe Energieeffizienz. Die 2021 in Holzbauweise errichtete Lidl-Filiale in Albstadt-Ebingen (Baden-Württemberg) speichert dauerhaft etwa 650 Tonnen CO₂e ein. In Wangen im Allgäu öffnete im Dezember 2023 bereits die zweite Filiale in zukunftsweisender Holzbauweise. Auch Kaufland-Filialen in Marktredwitz (Bayern) und Bratislava (Slowakei) wurden komplett aus Holz gebaut und sind mit Solaranlagen und Dach- bzw. Fassadenbegrünung ausgestattet.



650

Tonnen CO₂e
speichert die Lidl-Filiale
in Albstadt-Ebingen
durch Holzbauweise



Engagement für Biodiversität

Ein Ziel unseres Bestrebens ist der Schutz der Artenvielfalt – sowohl lokal, an unseren Filial- und Logistikstandorten, als auch übergreifend bei der Landnutzung im Rahmen der Herstellung unserer Produkte. Mit Blick auf nachhaltiges Bauen richtet sich unser Ansatz stark an der Erhaltung der Biodiversität aus. Unter anderem durch Dach- und Fassadenbegrünung werden Lebensräume für Vögel, Insekten und Kleinstlebewesen aktiv erhalten und aufgebaut. Verschiedene Logistikzentren von Unternehmen der Schwarz Gruppe im In- und Ausland verfügen über Insektenhotels, Vogelnistkästen und neu angepflanzte Blühwiesen.



Road to Zero Waste

Von der Wertschöpfungskette in den -kreislauf.
Wir setzen neue Standards, statt uns mit dem
Status quo zufrieden zu geben.

Voraushandeln, ohne Verluste: Unsere Road to Zero Waste.

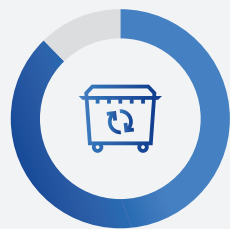
Eine Norm für weniger Müll

Um ein nachhaltiges Abfall- und Wertstoffmanagement sicherzustellen, hat PreZero gemeinsam mit weiteren Experten die neue Norm DIN SPEC 91436 „Road to Zero Waste“ erarbeitet. Mithilfe dieser DIN-Norm konnten bereits vier Pilotländer den nichtverwertbaren Abfall im eigenen Unternehmen auf maximal fünf Prozent begrenzen. Zu den zertifizierten Ländern gehören Lidl Tschechien, Lidl Niederlande sowie Kaufland Rumänien und Kaufland Slowakei – und die Ergebnisse können sich sehen lassen: In der unabhängigen Zertifizierung erreichten die Lidl-Landesgesellschaften den Gold- und die Kaufland-Landesgesellschaften den Silber-Status. Eine vorbildliche Leistung gemäß unserer Devise: Schon heute ambitioniert voraushandeln, um ein sauberes Morgen zu gestalten.



Abfallprodukte von heute als Wertstoffe von morgen

Für die Unternehmen der Schwarz Gruppe steht die verantwortungsvolle Verwertung von Abfallprodukten im Fokus. Als international tätige Umweltsparte der Schwarz Gruppe liefert PreZero umfassende Leistungen im Bereich Abfall- und Recyclingmanagement – sowohl für externe Kunden als auch innerhalb der Schwarz Gruppe. Durch die Zirkularität unseres eigenen Ökosystems minimieren wir nichtverwertbare Abfälle. Unser Ansatz ist es, aus heute entstandenen Abfallprodukten nutzbare Wertstoffe von morgen zu machen. 87,6 Prozent unserer Abfälle konnten 2023 recycelt, wiederverwendet, vergärt oder kompostiert werden. Das gemeinsam erarbeitete Ziel ist eine optimale Verwertung und Entsorgung.



87,6 %

unseres Gesamtabfalls
konnten im GJ 23 recycelt,
wiederverwendet, vergärt
oder kompostiert werden

Starke Partner für eine starke Zukunft

Es ist unser Anliegen, das Thema Zero Waste in die Mitte der Gesellschaft zu tragen. Unterstützt werden wir dabei schon seit längerem von starken Partnern aus dem Sport. Die Unternehmensgruppe kooperiert mit dem FC Bayern München, der TSG Hoffenheim und dem spanischen Verein RCD Mallorca, um einen schonenden Umgang mit Ressourcen im Sport zu erreichen. So werden Fans für Recycling und die Kreislaufwirtschaft sensibilisiert.



REset Plastic

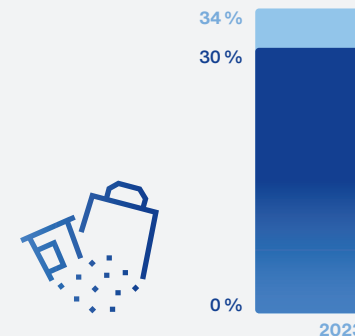
Alltägliche Verpackungsmaterialien müssen kreislauffähiger gestaltet und genutzt werden. Ob durch Wiederverwendung, nachhaltiges Design oder innovative Verwertungsverfahren: Wir machen aus Plastikmüll neue Produkte, statt wachsenden Müllbergen zuzusehen.

Eine Welt aus Plastik? Nicht mit uns!

Unsere Plastikstrategie REset Plastic

Eine Herausforderung, die uns täglich begleitet, ist der Einsatz von Plastik. Bei der Herstellung von Verpackungen überzeugt das Material durch seine gute Schutzfunktion und sichert bestmögliche Qualität für unsere Kunden. Aber: Wer Plastik in den Kreislauf bringt, trägt Verantwortung dafür, seinen Einsatz zu begrenzen und es wiederverwertbar zu gestalten. Dieser Anforderung begegnen wir als Unternehmen der Schwarz Gruppe mit unserer gemeinsam erarbeiteten Plastikstrategie REset Plastic und unserem klaren Anspruch, eingesetzte Ressourcen zu schonen und Wertstoffkreisläufe zu schließen. Mit diesem ambitionierten Ziel vor Augen haben wir im Geschäftsjahr 2023 einen wichtigen Meilenstein erreicht: Wir haben den Einsatz von Plastik bei unseren Eigenmarkenverpackungen und Transporthilfen um 34 Prozent gesenkt. Damit übertreffen wir schon heute unser ursprüngliches Ziel von 30 Prozent bis 2025. Diese Fortschritte motivieren uns, den Wandel zur Kreislaufwirtschaft weiter voranzutreiben.

Reduktion von Plastik bei unseren Eigenmarkenverpackungen und Transporthilfen

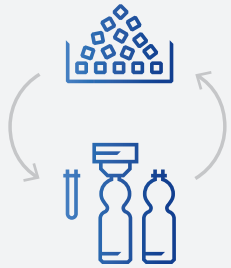


Einsparungen
durch den Einsatz von
100 % Rezyklat
bei PET-Einwegflaschen:

knapp

62.000

Tonnen Neuplastik



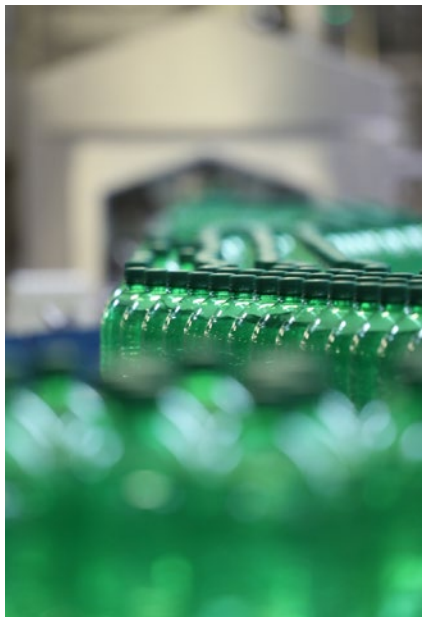
100.000

Tonnen CO₂e

PET-Wertstoffkreislauf

Wir alle kennen ihn, wir alle sind für ihn verantwortlich: den PET-Wertstoffkreislauf. Unsere Einwegflasche ist eine der umweltfreundlichsten Flaschen im Vergleich zu anderen marktüblichen Mehrwegflaschen. Indem wir schon jetzt in Deutschland 100 Prozent Rezyklat in unseren PET-Einwegflaschenkörpern nutzen, steigern wir die Recyclingfähigkeit und schonen Ressourcen. In Zahlen ausgedrückt bedeutet dies eine Einsparung von knapp 62.000 Tonnen Neuplastik und mehr als 100.000 Tonnen CO₂e alleine im Jahr 2023.

Für uns steht fest: Bis 2025 wollen wir in allen Eigenmarkenverpackungen von Lidl und Kaufland durchschnittlich 25 Prozent Rezyklat einsetzen.



Nachhaltig gedacht, nachhaltig verpackt

Unsere Kunden haben die Wahl: An allen Bedientheken von Kaufland in Deutschland können sich Kunden seit März 2023 ihre Ware in die Mehrwegbehälter des Start-ups „FairCup“ füllen lassen und so Plastikverpackungen einsparen. Mit Mehrwegbrotbeuteln sowie Mehrwegnetzen für Obst und Gemüse reduzieren die Unternehmen der Schwarz Gruppe zudem den Einsatz von Neuplastik. Bei Lidl bestehen die Mehrwegbrotbeutel und -netze jeweils zu 100 Prozent aus Rezyklat. Das Beste: In fast allen Ländern werden die Mehrwegverpackungen eingeführt, genutzt und ständig verbessert.

Materialien im Kreislauf: Von PET bis Rezyklat

Einkaufen mit Roll- und Handkörben ist jetzt nachhaltiger! Die Einkaufskörbe der Handelssparten Lidl und Kaufland bestehen aus bis zu 87 Prozent Post-Consumer-Rezyklat, das durch die Verwertungsprozesse von PreZero zur Verfügung gestellt wird. So werden knapp 390 Tonnen Neukunststoff pro Jahr eingespart. Damit aber nicht genug: Weitere einzelne Einrichtungsgegenstände und Teile der Filialausstattung, wie beispielsweise Warentrenner für die Kassenbänder oder Schnittblumeneimer, werden vollständig oder teilweise aus recyceltem Plastik gewonnen. Die Vorteile: rund 14 Tonnen eingespartes Neumaterial im Geschäftsjahr 2022 und 15 Tonnen im Geschäftsjahr 2023 sowie eine effizientere Produktion.



Food Waste

Ein Leben im Überfluss ist überflüssig.
Gemeinsam vermeiden wir
Lebensmittelverschwendung,
statt dabei zuzusehen.

**Nicht für die
Tonne:
Lebensmittel-
verschwendung
vermeiden.**

Unser Ziel:

50 Prozent weniger Food Waste

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen ist in der Unternehmensgruppe zentral für unser Handeln. Das beinhaltet neben Energie und Rohstoffen selbstverständlich auch unser Kernprodukt: Lebensmittel. Daher haben sich die Unternehmen der Schwarz Gruppe gemeinsam das Ziel gesetzt, Lebensmittelverschwendung bis 2030 um 50 Prozent zu reduzieren. Für die Handelssparten ist das Thema Food Waste eine fach-bereichsübergreifende Gemeinschaftsaufgabe.

Jeder hilft mit:

Partner, Kunden und Mitarbeiter

Alle Unternehmen der Schwarz Gruppe packen mit an und tragen so dazu bei, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Hierzu gehört auch, Maßnahmen und Richtlinien entlang der Lieferkette zu entwickeln, Mitarbeiter zu schulen, mit optimierten Bestellsystemen und „Forecast Systemen“ zu arbeiten oder Fragen bezüglich Sortiment und Lieferanten zu beantworten. Dabei ist es uns wichtig, dass alle einen Beitrag zum Thema Food Waste leisten können. Hierfür sensibilisieren wir unsere Kunden in unseren Filialen vor Ort und zeigen ihnen nachhaltige Wege auf, selbst aktiv zu werden.

Unser Ziel:



50 %

Reduktion von
Lebensmittelverschwendung
bis 2030

Obst und Gemüse retten mit der „Rettertüte“

Mit der Rettertüte gibt Lidl seit 2022 optisch unperfekten Obst- und Gemüseprodukten eine zweite Chance und bietet diese zum rabattierten Preis an. 20 Cent pro verkaufte Rettertüte spendet Lidl an die Tafeln in Deutschland. 2023 rollte Lidl die Aktion in weiteren europäischen Ländern aus. Mit den Initiativen „Rette mich“ und „Ich bin noch gut“ (IBNG) gehen Lidl und Kaufland noch einen Schritt weiter. Einwandfreie Artikel aus den Warengruppen Backwaren, Molkereiprodukte und Wurstwaren aus dem Selbstbedienungsbereich werden stark rabattiert angeboten, wenn sie kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatums stehen.



Lebensmittel wertschätzen

Die meisten Lebensmittelabfälle entstehen in privaten Haushalten – oft geleitet durch das angegebene Mindesthaltbarkeitsdatum auf den Produkten. Mit der „Oft länger gut“-Kampagne in Kooperation mit der Organisation „Too Good To Go“ wollen wir darauf aufmerksam machen, dass jeder Mensch einen Hebel hat. Ein wichtiger Schritt ist es, Haltbarkeit und Genießbarkeit von Lebensmitteln bewusster einzuschätzen und wertzuschätzen, bevor Produkte frühzeitig entsorgt werden.



Spenden von

20

Cent pro
verkaufter Lidl Rettertüte
an Tafeln in Deutschland
seit GJ 23

Zusammenarbeit mit Tafeln

Lebensmittel, die im Handel nicht mehr verkauft werden können, werfen wir nicht weg. Schon seit rund 20 Jahren kooperieren Lidl und Kaufland eng mit lokalen Tafeln in Deutschland. Im Geschäftsjahr 2022/2023 kamen so bei Lidl und Kaufland Spenden im Wert von insgesamt 1,29 Mio. Euro zusammen. Jede Spende bringt uns einen Schritt näher zu einer nachhaltigen Lebensweise.



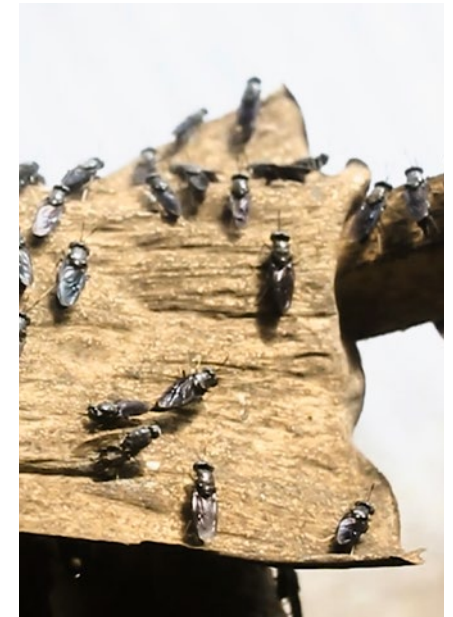
Spenden von

1,29 Mio.

Euro
an Tafel-Zukunftsfonds
im GJ 23 von Lidl und
Kaufland in Deutschland

Mit schwarzen Fliegen für den Kreislauf

Moderne Herausforderungen wie die Lebensmittelverschwendung erfordern neue und innovative Wege. Hier setzt PreZero mit einem ganz besonderen Projekt an: Das Unternehmen erforscht, ob die Larven der Schwarzen Soldatenfliege in einem industriellen Maßstab für das Upcycling von organischen Abfällen eingesetzt werden können, um so die Lebensmittelverluste zurück in den Kreislauf zu bringen. Denn die Larven sind in der Lage, Abfälle zu zersetzen und die darin enthaltenen Nährstoffe wieder nutzbar zu machen.



Gemeinsam anpacken

Unter anderem mit dieser Broschüre informieren wir alle Stakeholder umfassend und schaffen Transparenz für unser gemeinsam erarbeitetes Nachhaltigkeitsengagement. In enger Kooperation mit unseren Kunden und Partnern arbeiten wir täglich an innovativen Lösungen, die das Leben heutiger und zukünftiger Generationen verbessern. Denn auf unseren bisher erzielten Erfolgen ruhen wir uns nicht aus. Wir handeln immer einen Schritt voraus. Mit einem Ökosystem entlang des gesamten Wertschöpfungskreislaufes.

Packen wir es zusammen an –
in einem einzigartigen Ökosystem
für ein besseres Leben!

Impressum

Die Schwarz Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG wird vertreten durch die Schwarz Unternehmenskommunikation Beteiligungs GmbH mit Sitz in Neckarsulm, Registergericht Stuttgart, HRB 769866, die ihrerseits gemeinsam durch zwei gesamtvertretungsberechtigte Geschäftsführer z. B. Susanne Marell und Gerd Wolf, vertreten wird.

Schwarz Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG
Stiftsbergstraße 1 | 74172 Neckarsulm

www.gruppe.schwarz | cr@mail.schwarz

Redaktion

CR-Team der Schwarz Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG;
Klenk & Hoursch AG, Frankfurt am Main

Gestaltungskonzept und Layout

Brand Management und Marketing der Schwarz Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG; Ina Bauer Kommunikationsdesign, Stuttgart

1. Auflage, September 2024

Das Umschlagpapier besteht aus nachhaltigem Graspapier. Für die Innenseiten wurde ein Recyclingpapier aus 100% Altpapier eingesetzt.



Rasenschnitt der PreZero Arena
des TSG Hoffenheim für die Herstellung von Graspapier.



Flaschenrohlinge (Preforms)
bevor sie im nächsten Schritt zur Kreislaufflasche aufgepustet werden.



E-Ladestation im Ladepark
des Kaufland Logistikzentrums in Möckmühl.



Regionaler Anbau
als wichtiger Bestandteil unserer Produktqualität.



Aufbereitung von Kunststoffabfällen
in einer Waschanlage der PreZero Produktionsstätte.



Der nachhaltige Gebäudekomplex
der Lidl Dienstleistung in Bad Wimpfen.

Über diese Broschüre
Die vorliegende Broschüre gibt einen
Einblick in aktuelle Nachhaltigkeitsaktivi-
täten der Unternehmen der Schwarz
Gruppe. Die inhaltliche Grundlage bildet
der gemeinsam erstellte Nachhaltigkeits-
bericht zum Geschäftsjahr 2022/2023
der Unternehmen der Schwarz Gruppe.
Dieser wurde im September 2024
veröffentlicht und steht online unter
www.gruppe.schwarz zur Verfügung. Die
Erstellung der Broschüre wurde von der
Schwarz Unternehmenskommunikation
GmbH & Co. KG im Auftrag der Unter-
nehmen der Schwarz Gruppe koordiniert.

Interesse geweckt?
Hier finden Sie den Nachhaltigkeits-
bericht GJ 22/23 online



Wir existieren, um das Leben heutiger und kommender Generationen zu verbessern. Deshalb warten wir nicht, bis Herausforderungen zu Problemen werden. Wir nutzen Chancen und handeln voraus. Von der Produktion über den Handel bis hin zu Recycling und Digitalisierung schaffen wir Lösungen, die das Leben von Milliarden Menschen nachhaltiger, gesünder und sicherer machen: Das tun wir gemeinsam mit unseren 575.000 Mitarbeitern, unseren Stakeholdern und Partnern in einem führenden Ökosystem für ein besseres Leben.

**Voraushandeln statt nur vorausdenken –
die Unternehmen der Schwarz Gruppe.**



**Mit Vielfalt global
Verantwortung leben**