

Lidl Danmark

Bæredygtigheds- rapport

2023 og 2024



Det betaler sig.

Om denne rapport



Rapporteringsperiode

2-3 *Rapporteringsperiode, hyppighed for rapportering og kontaklinformationer*

2-4 *Ændringer i forhold til sidste rapport*

2-5 *Ekstern revision*

Denne udgave af Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport dækker alle Lidl Danmarks aktiviteter, herunder logistikcentre, butikker og kontorer i regnskabsårene 2023 og 2024. Lidl Danmarks regnskabsår løber fra 1. marts til 28. februar.

Dette er den femte bæredygtighedsrapport, som Lidl Danmark har udgivet, og den har til formål at informere om den strategiske forankring og styring af Corporate Social Responsibility (CSR) i Lidl. Rapporten beskriver strategiske mål, målsætninger og aktiviteter, der er identificeret som relevante for Lidl Danmarks stakeholders, og som har en væsentlig økonomisk, social og miljømæssig betydning for Lidl Danmark.

Dato for publicering: 4. december 2025.

Retningslinjer for rapportering

Lidl Danmarks rapport for regnskabsårene 2023 og 2024 er udarbejdet i overensstemmelse med GRI

– et sæt globale standarder for bæredygtighedsrapportering. GRI-indekset på side 104-114 viser, hvor i rapporten du kan finde oplysninger om standardens forskellige moduler.

Ekstern revision

KPMG har bekræftet, at der er overensstemmelse mellem de udvalgte datapunkter i denne rapport og GRI-standard. KPMG's uafhængige erklæring findes på side 102.

Revision af Schwarz Group KPI'er

De udvalgte CSR-KPI'er, der præsenteres i denne rapport, er allerede blevet revideret med begrænset sikkerhed som en fælles del af revisionen for virksomhederne i Schwarz Group. Yderligere oplysninger om de reviderede KPI'er og yderligere forklaringer findes i bæredygtighedsrapporten for virksomhederne i Schwarz Group.¹

Hyppighed for rapportering

Lidl Danmark udgiver en bæredygtighedsrapport hvert andet år. Vores rapporteringscyklus ændrer sig fremadrettet. Fra regnskabsåret 2025 vil vi rapportere hvert år i en kortere rapport. Anden offentlig tilgængelig information om fremskridt inden for

rapportens emner opdateres løbende på vores hjemmeside www.lidl.dk/ansvarlighed. Den seneste reviderede rapport blev offentliggjort den 14. februar 2024 og dækkede regnskabsårene 2021 og 2022. Siden da har Lidl Danmarks bæredygtighedsstrategi været uforandret.

Lidl Danmarks bæredygtighedsstrategi fokuserer på fem strategiske indsatsområder:

- Vi beskytter klimaet
- Vi respekterer biodiversiteten
- Vi bevarer ressourcerne
- Vi handler fair
- Vi fremmer sundhed

Disse indsatsområder udgør strukturen for denne bæredygtighedsrapport.

Feedback og kontaktperson for spørgsmål vedrørende rapportens indhold

Vi værdsætter feedback og input til vores arbejde med ansvarlighed.

Du er velkommen til at kontakte:
Claus Krogh, Corporate Affairs Director
Mail CSR: csr@lidl.dk

¹https://gruppe.schwarz/en/asset/download/30775/file/SchwarzGroup_SustainabilityReport_FY24.pdf?version=9

Velkommen til Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport



I Lidl går vækst og arbejdet med fokus på ansvarlighed hånd i hånd

2-22 Erklæring vedr. bæredygtig strategi

I Lidl Danmark lever vi af det, som naturen giver os mulighed for at dyrke, producere og processere. Enten gror det op af jorden, eller også benytter vi råstoffer fra naturen og bearbejder dem til produkter, vi kan sælge.

Derfor er vores udgangspunkt, at vi skal arbejde For Planeten, For Mennesker og For Dig. Vi arbejder på at udvikle vores forretning på en måde, der tager hensyn til naturens bæreevne, og som understøtter langsigtede og mere ansvarlige værdiskabelsesmodeller.

Det er på ingen måder en nem opgave, og det er heller ikke en opgave, vi kan løfte alene. Men det er ikke desto mindre en opgave, som er os magtpåliggende.

Lidl kan ikke alene løse verdens udfordringer – men vi kan med en fokuseret og arbejdsom indsats gøre en forskel på de dagsordener, som vi anser for forretningsrelevante, og hvor vi mener, vi kan gøre en mærkbar forskel.

Vores dagsordner rammes ind i fem strategiske indsatsområder:

- Vi beskytter klimaet
- Vi respekterer biodiversiteten
- Vi bevarer ressourcerne
- Vi handler fair
- Vi fremmer sundheden



Georgios Tokatlis,
CEO i Lidl Danmark



... Vækst og arbejdet med fokus på ansvarlighed går hånd i hånd hos Lidl

I Lidl er vi ambitiøse. Vi vil tage markedsandele, og vi vil vokse yderligere i Danmark. Denne rapport dækker forretningsårene 2023 og 2024. I den periode åbnede vi 24 nye butikker i Danmark, og derfor så vi i 2023 og 2024 en stigning i Lidl Danmarks samlede Greenhouse Gas (GHG) emissioner.

Vi ønsker fremadrettet at vokse, men vi ønsker også at reducere vores GHG-emissioner. Ikke kun i Danmark – men i hele Lidl-koncernen. Derfor er vores vækstambitioner også indtænkt i vores klimamålsætninger

I september 2024 indgav virksomhederne i Schwarz Group, inklusiv Lidl, en officiel Net Zero-commitment til Science Based Targets Initiative. Det betyder, at Lidl Danmark vil reducere vores absolutte GHG-emissioner i Scope 1, 2 og 3 til så tæt på nul som muligt inden 2050. For at nå det mål, vil vi fortsætte vores miljømæssige fokus på dels at implementere nye reduktions tiltag og dels øge salget af produkter inden for Planetary Health Diet.

Sundhed, klima og biodiversitet

I 2023 og 2024 har vi haft særlig fokus på at give vores kunder muligheder for at handle sundere. Vi var med til at etablere Bælgfrugtpartnerskabet, som har til formål at få danskerne til at spise de 100 gram bælgfrugter om dagen, som De officielle Kostråd anbefaler. Et Bælgfrugtpartnerskab, der knytter tråde fra producenterne af bælgfrugter på de danske markeder, over til de største kantineoperatører, kommuner og til os i detailhandlen, der sælger bælgfrugterne til forbrugerne.

Momsfri frugt og grønt var essensen af en kampagne, vi kørte i 2024, hvor vi reducerede prisen svarende til momsen på alt frugt og grønt i alle vores butikker. Ifølge vores salgstal, steg mængden af frugt og grønt i vores kunders indkøbskurve. Indsigterne fra kampagnen delte vi med Skatteministeriet, således at politikerne kan bruge dem i deres arbejde til at se på muligheden for at indføre en differentieret moms på blandt andet frugt og grønt.

Vi har også indledt et tættere samarbejde med vores leverandør Arla. Udover at blive en del af deres FarmAhead™ Customer Partnership, har vi indledt et 2-årigt klima- og biodiversitetsprojekt, hvis formål er

at hjælpe Arla-landmænd med at udtage kulstofrige lavbundsjord. Projektet skal belyse, hvordan udtagning af lavbundsjord kan reducere emissioner på gårdniveau og på sigt gavne natur og biodiversitet.

I 2024 kom 37,41 % af vores sortiment fra danske leverandører. Hos Lidl Danmark ønsker vi, at vores kunder skal have et bredt udvalg af produkter fra danske leverandører. Vi arbejder løbende på at udvide vores sortiment fra lokale leverandører, f.eks. inden for vores private label-mærker En Bid af Danmark og Madværket. Et stort udbud af varer fra lokale leverandører kan, alt afhængigt af vareprodukt og sæson, både give en lavere klimabelastning grundet kortere transportruter, sikre en lokal forsyningssikkerhed, og bidrage til at fastholde og skabe danske arbejdspladser.

Fremadrettet vil vi fortsat have fokus på sundhed. Vi vil samtidig igangsætte flere initiativer, der bidrager til vores klimaindsats, og videreudvikle vores sortiment med produkter, som også tager hensyn til klima, forbedrede dyrkningsmetoder og menneskerettigheder.

... Vækst og arbejdet med fokus på ansvarlighed går hånd i hånd hos Lidl

Vi øger også vores fokus og arbejdet med biodiversitet både indenfor og udenfor vores værdikæde. Forskellige parametre såsom pesticidforbrug, vandforbrug og dyrkningsmetoder, der har indflydelse på biodiversiteten, er indarbejdet i vores indkøbspolitikker. Desuden blev vores Code of Conduct, opdateret i 2024 med et udvidet ansvar for vores leverandører inden for menneskerettigheder og miljø.

Medarbejderne er essentielle

Vores medarbejdere spiller en afgørende rolle i vores arbejde med bæredygtighed, og de er nøglen til, at nye tiltag og processer bliver implementeret med succes og med den ønskede effekt. Det er medarbejderne, der sikrer, at vi i hele organisationen arbejder med vores fem strategiske indsatsområder og udvikler vores forretning med hensyntagen til de målsætninger og forventninger, vi har, for hvert strategisk indsatsområde. Det er også sammen med medarbejderne, at vi kan gøre en synlig forskel i de små ting i hverdagen.

Vores kollegaer i butikkerne møder kunderne i hverdagen og omsætter vores ambitioner til konkrete handlinger i at mindske madspild ved blandt andet at sikre optimal behandling af

eksempelvis vores frugt og grønt, ved at prisned-sætte de varer, der er tæt på at gå på dato og ved dagligt at pakke Madspildsposer, som sælges i butikkerne. Når der er mad, der er gået på dato, sikrer medarbejderne, at det bliver affaldssorteret korrekt, så maden for eksempel kan omdannes til biogas.

På vores logistikcentre sikrer vores kollegaer blandt andet en effektiv og omhyggelig logistik. Det er i samspillet mellem alle dele af organisationen, fra butik, lager og hovedkontor, at vi kan omsætte vores strategiske mål til reel forandring i både de store initiativer og i de små handlinger, som gør en forskel i hverdagen. Dét betaler sig.

På vegne af hele teamet her hos Lidl Danmark er jeg glad for at kunne præsentere vores seneste rapport om vores arbejde med bæredygtighed. Jeg ønsker dig god fornøjelse med læsningen.

Med venlig hilsen,



Georgios Tokatlis,
CEO i Lidl Danmark



Indholdsfortegnelse

Virksomhedspræsentation

Virksomhedsprofil	Side	8
Organisering af Lidl Danmarks samfundsansvar	Side	14
Vores politikker og principper	Side	16
Væsentlighedsanalyse	Side	20

● Dialog og samarbejde med stakeholders	Side	24
---	------	----

For Planeten

● 1,5 grader	Side	32
● Økosystemer	Side	46
● Råstoffer	Side	52
● Cirkulær økonomi	Side	58
● Madspild	Side	66

For Mennesker

● Medarbejdere og menneskerettigheder	Side	72
● Bevidst ernæring	Side	82

For Dig

● Ansvarlige produkter	Side	96
------------------------------	------	----

Den uafhængige revisors erklæring	Side	102
---	------	-----

GRI Indeks	Side	104
------------------	------	-----





163
butikker

fordelt over hele Danmark ved udgangen af
regnskabsåret 2024

4.153
medarbejdere

ved udgangen af regnskabsåret 2024

35,41 %

af sortimentet består af produkter
fra danske leverandører ved udgangen
af regnskabsåret 2024



Lidl Danmark

Lidl Danmarks virksomhedsprofil



2-1 Organisatoriske detaljer

2-2 Enheder inkluderet i organisationens
bæredygtighedsrapportering

2-6 Aktiviteter, værdikæde og andre
forretningsrelatyioner

Lidl Danmark K/S med hovedkontor i Aarhus centrum er et datterselskab af Lidl Stiftung & Co. KG. Lidl Danmark driver ved slutningen af regnskabsåret 2024 163 butikker og 2 regionale distributionscentre i Kolding og Køge samt beskæftigere 4.153 medarbejdere.

I Lidl Danmark kan kunderne nyde godt af et bredt, fast sortiment på 3366 produkter af høj kvalitet til deres daglige behov. Dette suppleres af gennemsnitligt 1846 ekstra produkter som en del af vores kampagnevarer. Ud over fødevarer tilbyder vi også near-food og non food-produkter som kosmetik, tøj og små elektriske apparater. Det brede udvalg produkter under eget mærke udgør 65,61 % af vores samlede sortimentet. Mærkevarer udgør 34,39 %. Vores sortimentet består af 35,41 % produkter fra danske leverandører. Vi har 5,25 % økologiske produkter, 2,67 % Fairtrade-certificerede produkter og 5,34 % Rainforest Alliance-certificerede

produkter under eget mærke i vores samlede fødevarsortiment.

Som discountkæde lægger Lidl vægt på enkelhed og en procesbaseret tilgang i butikkerne, de regionale distributionscentre og på hovedkontoret i Aarhus. Det betyder, at Lidl kan tilbyde sine kunder den bedste kvalitet til den bedste pris hver eneste dag.



Lidl Stiftung & Co. KG

Lidl er en del af Schwarz Group og er en af de førende dagligvarekæder i Tyskland og Europa. Lidl har i dag omkring 12.600 butikker og omkring 230 varedistributions- og logistikcentre i 31 lande. Samlet set beskæftiger Lidl omkring 382.400 medarbejdere i Europa, USA og Asien.

Lidl Stiftung & Co. KG, som har hovedkontor i Neckarsulm, Tyskland, fastlægger rammerne for den operationelle forretning i samarbejde med de nationale datterselskaber. Lidl Stiftung & Co. KG er ansvarlig for udformningen og designet af standardiserede processer på verdensplan, herunder i Danmark.

Virksomhederne i Schwarz Group



2-6 Aktiviteter, værdikæde og andre forretningsrelationer

Virksomhederne i Schwarz Group, som har forretningsaktiviteter i 32 lande, udgør tilsammen en af verdens førende detailkoncerner. Med omkring 14.200 butikker og 595.000 medarbejdere genererer virksomhederne i Schwarz Group et samlet salg på 175,4 milliarder euro ved udgangen af regnskabsåret 2024.

Selskaberne i Schwarz Group dækker således hele værdikæden fra produktion og detailhandel til genanvendelse og digitalisering. Detailkæderne Lidl og Kaufland er koncernens virksomheder inden for fødevarehandel. Mange produkter under vores eget mærke produceres af virksomhederne under Schwarz Produktion. Der lægges særligt vægt på brugen af råstoffer samt fremstilling, brug og genanvendelse af emballager. Serviceudbyderen PreZero forfølger visionen om et lukket kredsløb i affalds- og genbrugshåndtering og bidrager dermed til cirkularitet. Schwarz Digits som IT- og digital virksomhed tilbyder attraktive produkter og tjenester, der overholder Tysklands standarder for databeskyttelse. Schwarz Corporate Solutions, koncernens corporate

services division, leverer administrative og operationelle tjenester – for eksempel inden for controlling, økonomi eller personale – til alle andre virksomheder i Schwarz Group.

Virksomhederne i Schwarz Group deler en fælles bæredygtighedsstrategi og bæredygtighedsvisionen "At udleve global ansvarlighed i mangfoldighed". Alle virksomhederne i Schwarz Group arbejder for og gennemfører sammen forskellige aktiviteter inden for følgende fire indsatsområder:

- **Mennesker**
- **Produktkvalitet**
- **Cirkulære systemer**
- **Økosystemer**

14.200
butikker over
hele verden

595.000
medarbejdere
verden over

Schwarz Corporate Solutions

Hos Schwarz Corporate Solutions støtter eksperter virksomhederne i Schwarz Group med administrative og operationelle tjenester inden for områder som controlling, økonomi eller personale.



Detailhandel

Detailvirksomhederne Lidl og Kaufland tilbyder dagligt vores kunder i 32 lande et bredt udvalg af produkter. Begge virksomheder er forpligtet til skabe i en bred vifte af tiltag på tværs af hele værdikæden, såsom klimabeskyttelse, bevarelse af biodiversitet og ressourcer.



Produktion

Virksomhederne i Schwarz Produktion producerer drikkevarer, chokolade, is, bagværk, nødder, tørret frugt, kaffe, pasta og papir til Lidl og Kaufland. 3 plast- og genbrugsanlæg er også en del af en unik PET*-materialekredsløb.

*Polyetylentereftalat, et plastmateriale



Affaldshåndtering og genanvendelse

PreZero er Schwarz Groups affalds- og miljøservice-virksomhed. PreZeros aktiviteter omfatter indsamling, sortering, forarbejdning og genbrug af genanvendelige materialer. Med innovative løsninger spares der ressourcer, og mængden af ikke-genanvendeligt affald reduceres mest muligt. PreZero arbejder for at fremme flere lukkede ressourcekredsløb



IT og digitalisering

Schwarz Digits er IT- og digital virksomhed i Schwarz Group. Schwarz Digits leverer IT- og digitale løsninger over hele verden og videreudvikler dem f.eks. til digitale produktionsfaciliteter, butikker og e-handelsformater samt loyalitetsprogrammer. Derudover tilbyder de cloud-tjenester, cybersikkerhed, AI og detailmedieløsninger til eksterne kunder.

Lidl Danmarks værdikæde



2-6 Aktiviteter, værdikæde og andre forretningsrelationer

Som detailvirksomhed opererer Lidl Danmark i grænsefeltet mellem producenter og forbrugere. I denne rolle har vi direkte og indirekte relationer til vores kunder og en lang række leverandører og producenter i adskillige forsyningskæder. Upstream spænder vores aktiviteter fra både dyrkning og høst af primære landbrugsprodukter, udvinding af råstoffer og landbrugsdyr- og fiskerivirksomheder, over til skovbrug til produktion af emballage samt til near-food og non food-produkter. Værdikæden strækker sig fra forarbejdning af råstoffer til transport af varer til logistikcentre og butikker. Det er her, vi tilbyder de færdige produkter til forbrugerne som er i centrum for vores downstream værdiskabende aktiviteter.

Råvareproduktion, forarbejdning af primære landbrugsprodukter og de deraf følgende produktions- og transportprocesser har alle miljømæssige og sociale konsekvenser. Vi ønsker at bidrage til en gradvis forbedring af miljømæssige og sociale standarder. Derfor arbejder vi sammen med vores leverandører, reducerer vores brug af råstoffer, hvor

det er muligt, og indarbejder koncepter med lukkede kredsløb allerede fra produktionsfasen. Lidl Danmark arbejder også for at forbedre leve- og arbejdsforholdene for mennesker i produktionslandene.

Lidl Danmark ønsker at gøre brug af sin indflydelse på downstreams aktiviteter. Konkret har vi mulighed for at påvirke en bred vifte af menneskers forbrugeradfærd og give dem mulighed for at træffe informerede og sunde købsbeslutninger. Vi vurderer derfor løbende, hvordan vi kan gøre vores sortiment bedre – og informerer vores kunder om dette på en gennemsigtig måde.

Bæredygtighed hos Lidl Danmark

Vores adfærd og handlinger som virksomhed har indflydelse på miljøet, mennesker og samfundet. Hos Lidl Danmark mener vi, at det er sund fornuft at engagere sig i det samfund, vi er en del af. Som virksomhed er vi i konstant bevægelse og stræber altid efter at udvikle os. Vi vil gerne vise vejen og støtte initiativer, der bidrager til at fremme og muliggøre et forbrug, hvor kunden kan træffe informerede valg. Det er det, vi har baseret og udviklet vores CSR-strategi på. Den definerer vores forpligtelse til at arbejde med ansvarlighed,

og afspejler vores ønske om aktivt at bidrage til en mere ansvarlig verden gennem vores primære forretningsaktiviteter. Vores fælles og tværgående forståelse af, hvad det vil sige at handle mere bevidst, sundt og ansvarligt, omfatter følgende strategiske indsatsområder:

- **Vi beskytter klimaet**
- **Vi respekter biodiversiten**
- **Vi bevarer ressourcerne**
- **Vi handler fair**
- **Vi fremmer sundheden**

Disse indsatsområder beskriver, hvordan vi hos Lidl Danmark forstår og varetager vores ansvar for miljøet, mennesker, samfundet og vores kunder.

Inden for hvert strategisk indsatsområde har vi defineret 17 CSR-emner, og som vi arbejder aktivt med. Dette er også de CSR-emner, som der foretages en væsentlighedsanalyse af, som danner grundlag for denne bæredygtighedsrapport.

For Planeten

Vi ved, at vores varer sætter aftryk – fra udvinding af råstoffer, den videre forarbejdning til produkter til

... Værdikæden hos Lidl Danmark

transport, forbrug og bortskaffelse. Vi arbejder på at mindske vores negative påvirkning af miljøet og klimaet herunder tiltag for at forbedre biodiversiteten og forvalte de ressourcer, vi bruger nu og for fremtiden.

For Mennesker

Som arbejdsgiver, forretningspartner og social aktør har vi et stakeholder ansvar. Vi tilbyder vores medarbejdere et godt og sikkert arbejdsmiljø samtidig med, at vi i vores forsyningskæder sikrer, at menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder og dyrevelfærdsstandarder overholdes.

For Dig

Vi skaber rammerne for at vores kunder kan træffe informerede valg i vores sortiment af produkter. Vi arbejder hver dag for at opfylde vores egne og kundernes kvalitetsstandarder. Vores sortiment bliver løbende udviklet i takt med vores kunders efterspørgsel, nye muligheder på markedet og ny indsigt i vores varer og værdikæde. Vi har nøje udvalgt vores sortiment af frisk frugt og grønt, økologi, plantebaserede produkter, kød, internationale delikatesser og lækre måltider, som er nemme at tilberede i en travl hverdag.



Organiseringen af Lidl Danmarks samfundsansvar



2-12 *Det øverste ledelsesorgans rolle i at føre tilsyn med virksomhedens påvirkninger*

2-13 *Uddelegering af ansvar for håndtering af virksomhedens påvirkninger*

2-14 *Bestyrelsens rolle i bæredygtighedsrapporteringen*

2-17 *Samlet viden i det højeste ledelsesorgan*

Samfundsansvar/CSR er en strategisk og operationel kerneopgave og er forankret i direktionen for Lidl Danmark. Det overordnede ansvar for ledelsen af CSR-området i Danmark ligger hos direktionen og Lidl Danmarks CEO Georgios Tokatlis. Direktionen varetager også koordineringen af de tværgående CSR-aktiviteter. Lidl Danmarks overordnede CSR-strategi fastlægges af Lidl Stiftung & Co. KG. Den danske strategi er tilrettelagt og udviklet i overensstemmelse hermed. Lidl Danmarks ledelse godkender CSR-strategien på overordnet niveau, inden den implementeres i Lidl Danmark. Sammen med Lidl Danmarks direktion udvikler og fastlægger CSR-afdelingen den strategiske retning af samfundsansvaret for Lidl Danmark og sørger for koordineringen af de tværfaglige aktiviteter og initiativer. Som en del af Corporate Affairs rapporterer Lidl Danmarks CSR-afdeling direkte til Lidl Danmarks CEO.

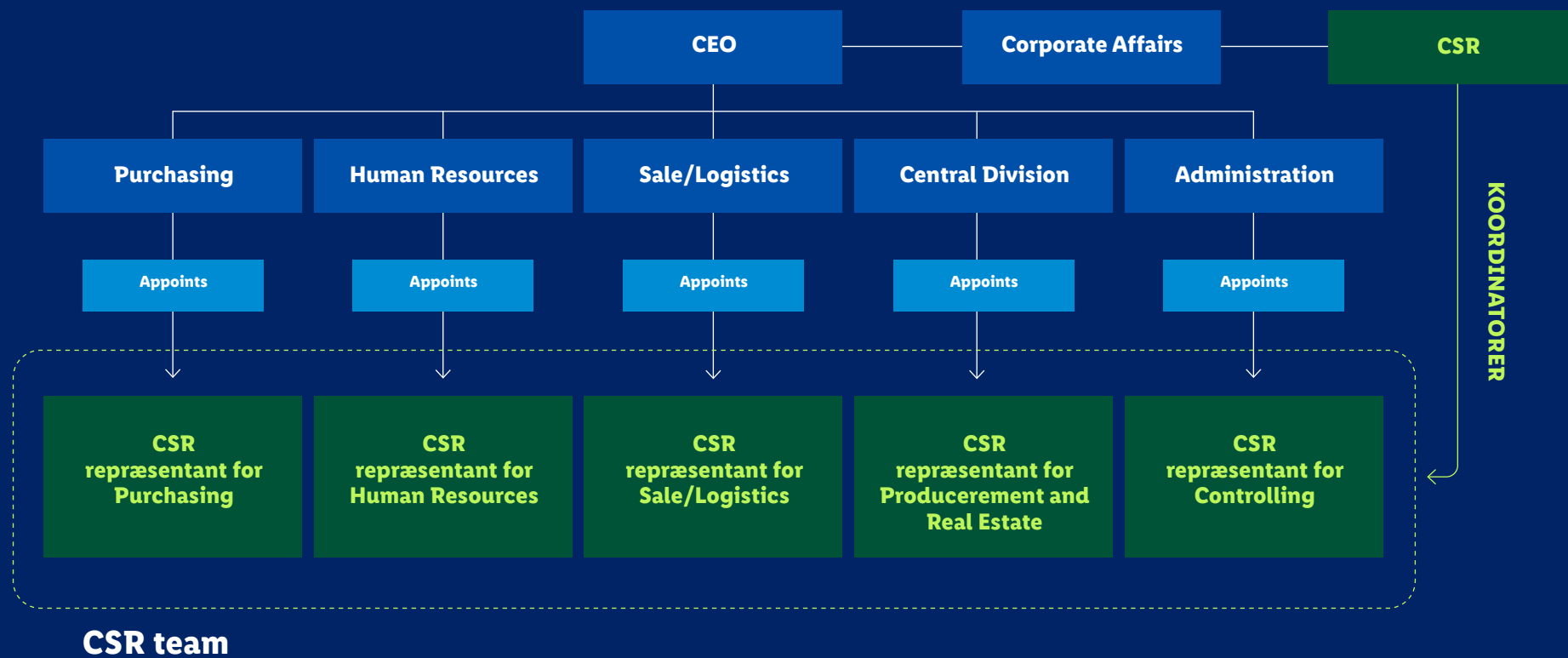
Direktionen er involveret i revisionen af CSR-strategien og i processen for bæredygtighedsrapporten. Ansvar for den endelige godkendelse af bæredygtighedsrapporten ligger hos CEO.

Lidl har besluttet at arbejde med CSR operationelt på tværs af organisationen for at understøtte forretningsmodellen. CSR-afdelingen bistår og samarbejder med et CSR-team, som består af repræsentanter fra alle fagafdelinger i Lidl Danmark. Inden for dette CSR-team diskuteres tendenser, udfordringer og muligheder for at udvikle arbejdet med strategiske indsatsområder i de enkelte afdelinger. Mål, delmål og kommende tiltag præsenteres løbende for direktionen, som derefter leder den strategiske retning og med deres beslutninger sikrer opbakning til implementering af Lidl Danmarks engagement i at tage et samfundsansvar.

Som en del af vores ledelse er det vigtigt at finde løsninger sammen som virksomhed. Vores medarbejderes engagement er nøglen til at fremme vores strategi. Gennem "YOU"-projektet giver vi vores medarbejdere mulighed for aktivt at deltage i at forme retningen for Lidl. "YOU"-projektet øger bevidstheden blandt Lidl-medarbejdere om vigtigheden af mere ansvarlig handling. Gennem dialogformater og læringsmuligheder udvider og uddyber medarbejderne deres forståelse for bæredygtighed og Lidls CSR-strategi. Dette hjælper dem med at træffe mere velinformerede beslutninger og tilpasse deres handlinger til Lidls CSR målsætninger. Internt fungerer CSR teamet med bl.a. repræsentanterne fra de enkelte fagafdelinger som rollemødder og inspirerer deres kolleger til at handle mere ansvarligt. Siden 2024 har alle medarbejdere på Lidl Danmarks hovedkontor skulle deltage i et obligatorisk CSR e-læringskursus. I 2025 vil vi udvide denne e-læring til medarbejdere på butiksniveau.

**Tænk på
i morgen
allerede i dag.
Det betaler sig.**

Organisationsdiagram



Vores politikker og principper



2-23 *Principper og forpligtelser*

2-24 *Implementering af politikker*

Som virksomhed arbejder vi på at reducere den negativ påvirkning af vores forretningsaktiviteter på miljøet og samfundet. Dette forsigtighedsprincip stammer fra Rio de Janeiro-erklæringen fra De Forenede Nationers konference om miljø og udvikling (UNCED), og det er i Lidl Danmark indarbejdet i vores forretningsprincipper såvel som i den fælles udarbejdede Code of Conduct for virksomhederne i Schwarz Group og er en integreret del af vores virksomhedsledelse.

Code of Conduct beskriver vores grundlæggende principper for samarbejde med leverandører. Vores Code of Conduct har i mange år været en del af forhandlingerne med vores leverandører med det formål at sikre, at de overholder principper og standarder. Code of Conduct indeholder klare regler om områder som børne- og tvangsarbejde, løn og arbejdstid, fair behandling og antidiskrimination. Disse regler er baseret på følgende internationale standarder:

- International Bill of Human Rights
- UN Guiding Principles on Business and Human Rights
- UN Convention on the Rights of the Child
- UN Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women
- OECD Guidelines for Multinational Enterprises
- International Labour Organization (ILO) Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work
- Paris Climate Agreement
- Minamata Convention
- Stockholm Convention
- Basel Convention
- The ten principles of the UN Global Compact (UNGC)

Lidl Danmark afviser enhver form for krænkelse af menneske- og arbejdstagerrettigheder, som de er formuleret i vores CoC. Rettighederne skal sikre medarbejderne mod negative indvirkninger under ansættelsen. Arbejdspladsrelaterede menneskerettigheder omfatter forbud mod børne- og tvangsarbejde samt diskrimination, passende aflønning, beskyttelse af foreningsfriheden samt arbejdssikkerhed.

Manglende overholdelse af medarbejderrettigheder eller grundlæggende menneskerettigheder i enhver form er ulovligt og vil ikke blive tolereret hos Lidl.

Lidl Danmark arbejder løbende på at integrere virksomhedens due diligence-principper i de interne processer for med rettidig omhu at håndtere risici i relation til menneskerettigheder og miljø. Fokus har i de seneste år været på vores forsyningskæde, da det er her, vores forretningsaktiviteter har størst indflydelse.

Vi arbejder også hen imod at forpligte vores direkte leverandører til at implementere reglerne i vores Code of Conduct i hele deres egen værdikæde, og håndhæve dem over for deres egne kontraktpartnere gennem passende kontraktregler. Derudover har vi udviklet en menneskerettighedsstrategi i Indkøb, der definerer klare principper, mål, standarder og ansvar for at sikre menneskerettigheder.





... Vores politikker og principper



Du kan finde vores indkøbspolitik "Menneskerettigheder i forsyningskæden" på vores hjemmeside.¹ Vi er i gang med at udvide implementeringen af virksomhedens due diligence til hele koncernen.

Vi bruger forskellige tiltag til at informere og gøre vores medarbejdere bevidste om de principper, der gælder i Lidl. Det omfatter f.eks. en intern manual for indkøb, som omsætter principperne om at respektere menneskerettighederne til konkrete tiltag og mål.

Hos Lidl stræber vi efter at udleve integritet på en eksemplarisk måde. Lids og medarbejdernes handlinger er derfor styret af princippet: "Vi overholder gældende lovgivning og interne retningslinjer". Dette centrale virksomhedsprincip er bindende for alle medarbejdere i Lidl. Lidl lægger stor vægt på at overholde love og regler og ser det som sit sociale ansvar at handle med integritet. Overtrædelser af gældende lovgivning kan også resultere i økonomisk skade og tab af omdømme for Lidl. Desuden kan sådanne overtrædelser føre til personlige erstatningskrav og strafferetlig forfølgelse af individuelle medarbejdere eller direktionsmedlemmer. Lidl og dets ledelse er derfor udtrykkeligt forpligtet til at overholde og sikre dette virksomhedsprincip.

¹<https://om.lidl.dk/ansvarlighed/holdninger-og-handlinger>

Compliance Management System som fundament



2-25 *Processer til af afhjælper af negative påvirkninger*

2-26 *Mekanismer til at søge rådgivning og give udtryk for bekymringer*

2-27 *Overholdelse af love og regler*

2-16 *Kommunikation af kritiske bekymringer*

På baggrund af det centrale virksomhedsprincip – "Vi overholder gældende lovgivning og interne retningslinjer" har Lidl Danmark implementeret et Compliance Management System (CMS), der indholder bindende krav. Disse specificerer visse krav og elementer, som vi ønsker at sikre et passende niveau af overensstemmelse med. Et væsentligt element i CMS er, at overtrædelser af gældende lovgivning og interne retningslinjer bør undgås, og at identificerede overtrædelser konsekvent bør retsforfølges/straffes ("nul-toleranceprincippet"). CMS fokuserer på områderne anti-korruption/anti-svindel, databeskyttelse, konkurrencelovgivning, forretningspartnere, HR-overholdelse og produkt-overholdelse.

For at leve op til vores økonomiske ansvar fokuserer vi også på skatte- og regnskabsoverholdelse. Det er med til at sikre, at Lidl Danmark lever op til sine skattemæssige og andre økonomiske forpligtelser.

Undervisning og whistleblower-ordning

Compliance omfatter regler og formidling af regler (f.eks. om håndtering af gaver og databeskyttelsesregler), gennemførelse af kurser samt undersøgelse og opfølgning på alle væsentlige interne og eksterne indikationer på mulige compliance lovovertrædelser. Implementeringen af CMS kræver støtte fra alle medarbejdere og ledere. De afdelinger, der er ansvarlige for compliance, gennemgår regelmæssigt CMS for aktualitet, effektivitet og potentiale for forbedring. Alle medarbejdere modtager undervisning i compliance-relevante emner kort efter tiltrædelse og gentages derefter regelmæssigt. Undervisningen tilpasses medarbejdernes roller. Centrale punkter for compliance er anti-korruption/anti fraud, databeskyttelse, konkurrenceret, produktsikkerhed og forretningspartnere, HR, regnskab og skat. Ligeledes er vores forretningspartnere og leverandører omfattet af informeret om compliance gennem compliance klausul i kontrakter. Datagrundlaget for disse oplysninger er kun delvist tilgængeligt for Lidl Danmark. En konsolideret indsamling og kvalitetssikring af fremtidig rapportering vil blive gennemgået.

Det er vigtigt så hurtigt som muligt at identificere potentielle lovovertrædelser og brud på gældende love og/eller interne retningslinjer begået af eller mod

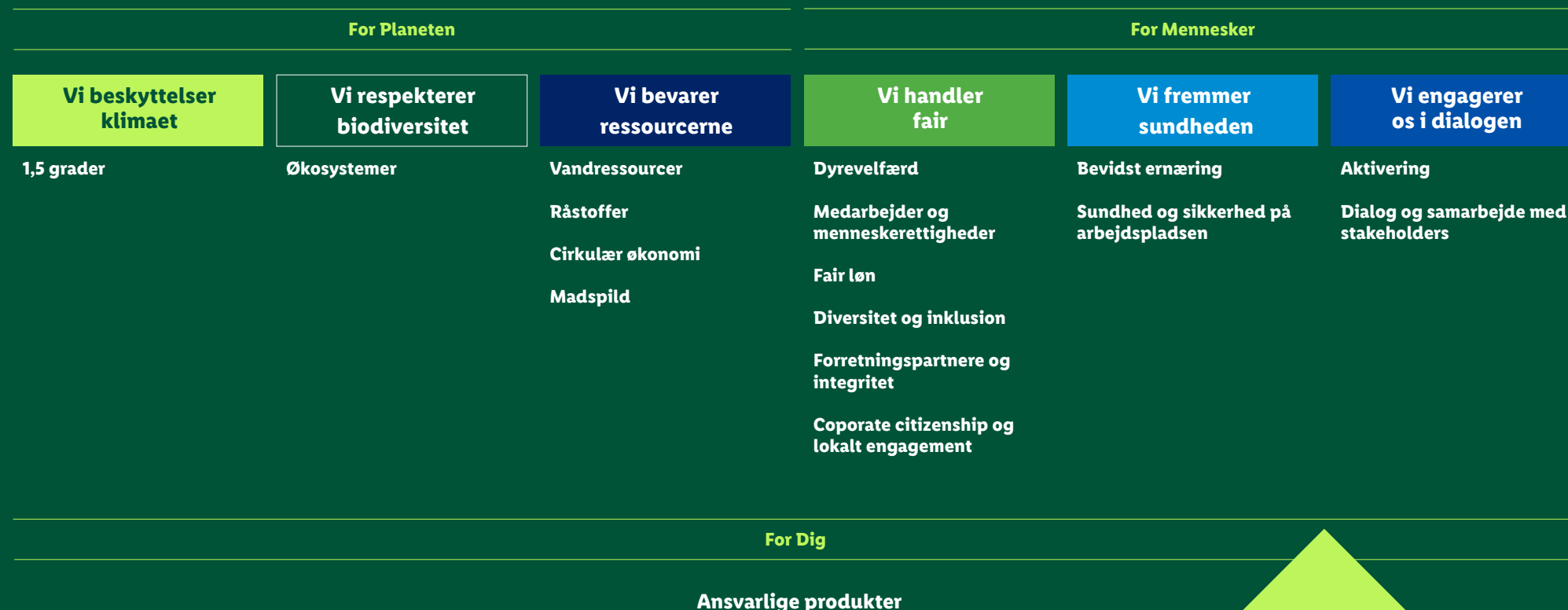
en medarbejder som led i dennes arbejde. Hos Lidl Danmark kan oplysninger om potentielle overtrædelser rapporteres til Compliance-afdelingen via e-mail: compliance@lidl.dk eller telefon, vores eksterne advokat eller vores online rapporteringssystem. Lidl Danmarks whistleblower-ordning har til formål at øge mulighederne for, at medarbejdere, kunder og forretningspartnere kan fortælle om overtrædelser af reglerne uden frygt for negative konsekvenser, og at beskytte personer, der indsender oplysninger til whistleblower-ordningen. Resultater fra whistleblower-rapporter evalueres for at identificere risici, forbedre CMS og om nødvendigt fortage ædringer. Læs mere på vores hjemmeside.¹ Whistleblowerkanalen er også tilgængelig for eksterne interessenter og partnere i forsyningskæden.

Ved indberetning til whistleblower-ordningen er whistlebloweren beskyttet mod de negative konsekvenser, der er forbundet med en indberetning foretaget i god tro, medmindre indberetteren selv er involveret i overtrædelsen. På grund af forsyningskædernes globale karakter kan der forekomme overtrædelser af sociale forhold, menneskerettigheder og miljø i forsyningskæderne. I overensstemmelse med virksomhedens due diligence-forpligtelser opretholder Lidl de whistleblower-kanaler, der er beskrevet ovenfor.

¹<https://www.lidl.dk/c/compliance/s10014534>

Lidls ansvarlighedsmodel

Vores 17 CSR-emner



Klik her
for en detaljeret
version af Lidls
ansvarlighedsmodel

Væsentlighedsanalyse



3-1 Proces til at bestemme rapportens indhold og identificering af væsentlige emner

I 2022 reviderede Lidl Danmark processen for fastlæggelse af sine væsentlige CSR-emner. Dette giver os mulighed for tidligt at tage højde for nye og ændrede (regulatoriske) krav, herunder den opdaterede definition af væsentlighed i GRI-standarderne 2021. Vores tilgang tilgodeser også dobbelt væsentlighed som defineret i det europæiske direktiv om rapportering om bæredygtighed i virksomheder ("CSRD"). Grundlaget for denne proces er den opdaterede Lidl Responsibility Model 2.0, som dækker i alt 17 CSR-emner.

De 17 CSR-emner blev vurderet på følgende to måder:

- Lidls positive og negative påvirkninger på mennesker, miljø og samfund blev inddraget ("indefra-ud-perspektiv").
- CSR-emnernes påvirkning på Lidls forretningssucces blev inddraget ("udefra-ind-perspektiv").

Lidls væsentlighedsanalyse opdateres hvert andet år som led i bæredygtighedsrapporteringen. Dette er standardiseret på tværs af alle Lidl-virksomheder i de enkelte lande og gør det samtidig muligt at inddrage det nationale perspektiv.

1. Vurdering af Lidl Danmarks indvirkning

Lidls samlede indvirkning på mennesker, miljø og samfund for alle nationale Lidl virksomheder i en to-trins proces, der omfatter eksponeringsanalyse og ekspertinterviews udført af Lidl International.

1.1. Eksponeringsanalyse

Eksponeringsanalysen bruges som en databaseret vurdering af Lidls potentielle direkte og indirekte indvirkning på mennesker, miljøet og samfundet. Den tager højde for risici, der potentielt kan opstå som følge af Lidls forretningsaktiviteter for mennesker, miljø og samfund.

Analysen og registreringen af Lidls miljømæssige og sociale indvirkning blev foretaget kvantitativt på baggrund af økonomiske, virksomheds- og branchespecifikke data på tværs af den internationale værdikæde. For at tage højde for Lidls karakter af en internationalvirksomhed, blev de nationale potentielle behov fastlagt i forhold til hinanden på landeniveau. Dette gjorde det muligt at foretage en sammenligning af CSR-emnerne.

For at identificere de lande, hvor Lidl potentielt kan yde betydelig indflydelse, var næste trin at

modellere Lidls værdikæde baseret på salgsdata, brancheoplysninger og økonomiske data. På denne måde kunne landespecifikke direkte og indirekte økonomiske aktiviteter fastlægges, og der kunne foretages en økonomisk vægtning i analysen. Den databaserede vægtning tager derved hensyn til de lande, hvor der udvises et højt aktivitetsniveau og derfor har en potentielt større indflydelse på de respektive CSR-emner. I det sidste trin blev behovet for handling kombineret med den økonomiske vægtning for de enkelte CSR-emner. Dermed var første del af undersøgelsen, eksponeringsanalysen, gennemført og anden del af undersøgelsen, som bestod af interviews af fagfolk, blev sat i gang.

1.2. Gennemførelse af kvalitative ekspertinterviews

Efter eksponeringsanalysen blev de statistiske resultater valideret ved hjælp af en kvalitativ undersøgelse. Denne blanding af forskellige metoder gør analysen mere robust, muliggør mere dybtgående konklusioner og reducerer de potentielle svagheder ved enkeltstående metoder. Med dette formål for øje blev ni internationale eksperter fra de relevante Lidl-interessentgrupper interviewet for at få en endnu dybere forståelse af Lidls indvirkning i



... Væsentlighedsanalyse

forhold til de 17 CSR-emner.

Ved udvælgelsen af eksperterne blev der taget hensyn til de forskellige markeder i landene samt de mange forskellige spørgsmål, der er forbundet med bæredygtighed. Interviewene blev forberedt, gennemført og vurderet af en ekstern partner. Kombinationen af eksponeringsanalyse og ekspertinterviews resulterede i værdier for relevans for de 17 CSR-emner. Ved sammenlægningen af resultatet blev eksponeringsanalysen og ekspertundersøgelsen vægtet efter rang, som nu repræsenterer værdierne på x-aksen i væsentlighedsmatrixen.

2. Vurdering af den forretningsmæssige relevans for Lidl Danmark

Lidl Danmark gennemførte sammen med CSR-teamet en workshop. CSR-teamet vurderede hver af de 17 CSR-emner fra Lidl Responsibility Model 2.0 i forhold til forretningsmæssige muligheder og risici. Resultaterne blev derefter diskuteret og overført til væsentlighedsmatrixens y-akse. Resultaterne fra trin to, vurderingen af de enkelte CSR-emners forretningsmæssige relevans, blev til sidst vurderet og valideret af direktionen.

3. Sammenlægning af dimensionerne af analysen

De to analyser fra de foregående trin blev lagt sammen i en matrix og resulterede i den endelige væsentlighedsmatrix. Resultaterne viser, at CSR-emnerne "Ansvarlig produkter", "Madspild" og "Råstoffer" er de mest relevante for Lidl Danmark. I alt 9 CSR-emner er af væsentlig betydning for Lidl Danmark. Det betyder, at Lidl Danmarks forretningsaktiviteter har en væsentlig indvirkning på mennesker, miljø og samfund i relation til det pågældende emne, eller at det er her, de største forretningsmæssige muligheder og risici ligger for Lidl Danmark. De danner grundlag for denne rapport.

Resultaterne af væsentlighedsanalysen viste, at CSR-emnerne

Ansvarlige produkter, madspild, råstoffer

er de mest relevante for Lidl Danmark



Farvekode i matrix

- **Vi beskytter klimaet**
- **Vi respekterer biodiversiteten**
- **Vi bevarer ressourcerne**
- **Vi handler fair**
- **Vi fremmer sundheden**
- **Vi engagerer os i dialogen**

CSR-emnerne "1,5 grader", "Økosystemer", "Råstoffer", "Cirkulær økonomi" og "Madspild", som i analysen er identificeret som væsentlige, gennemgås mere detaljeret i afsnittet "For Planeten" fra side 32 og frem. CSR-emnerne "Medarbejdere og menneskerettigheder" og "Bevidst ernæring" findes i afsnittet "For Mennesker" fra side 72 og frem. Emnet "Ansvarlige produkter" i afsnittet "For Dig" findes fra side 96 og frem, og "Dialog og samarbejde med stakeholders" findes fra side 24 og frem.

CSR-emner

	Relevans for indvirkning	Relevans for forretningen
● 1,5 grader	9,0	5,1
○ Økosystemer	5,6	7,0
○ Vandressourcer	4,8	5,1
○ Råstoffer	10,0	8,8
○ Cirkulær økonomi	9,0	7,1
○ Madspild	7,9	9,5
○ Dyrevelfærd	3,7	6,0
○ Medarbejdere og menneskerettigheder	9,2	6,6
○ Fair løn	6,7	3,9
○ Diversitet og inklusion	5,5	4,9
○ Forretningspartnere og integritet	1,1	5,6
○ Corporate citizenship og lokalt engagement	1,0	1,0
○ Bevidst ernæring	6,2	5,4
○ Arbejdsmiljø og sikkerhed	5,4	3,9
● Aktivisering	5,1	5,1
○ Dialog og samarbejde med stakeholders	3,5	7,0
○ Ansvarlige produkter	8,4	10,0

Materiality matrix



3-2 Liste over væsentlige emner



Dialog og samarbejde med stakeholders

Vision

I Lidl Danmark engagerer vi os i det samfund, der omgiver os. Vi tror på, at mod, konkrete handlinger og vedholdenhed er forudsætninger for at flytte holdninger og skabe større indflydelse.

Vi tror på, at i dialog og partnerskaber med andre gode kræfter kan vi skabe værdi, der gavner miljøet, mennesker og samfund.

Vores CSR-strategi



Vi beskytter klimaet



Vi bevarer ressourcerne



Vi handler fair



Vi fremmer sundheden



Vi respekterer biodiversiteten

Vi engagerer os i dialogen

Dialog og samarbejde med stakeholders



3-3 Ledelsestilgang

2-28 Medlemskaber og netværk

Lidl Danmark er en aktiv partner i debatten om samfundspolitiske spørgsmål. Derfor er monitorering af lovgivning, udvikling af holdninger, udveksling af ideer med politiske stakeholders og foreningsarbejde med hensyn til meningsdannelsesprocesser i branchen en væsentlig del af vores arbejde. Vi ønsker at stille vores ekspertviden til rådighed for regeringen og politiske beslutningstagere, og være involveret i diskussioner og beslutningsprocesser for sammen at være med til at løse fremtidens udfordringer. Vi har altid øje på ansvarlige og pragmatiske løsninger, når vi repræsenterer politiske interesser på både nationalt og internationalt plan. Disse aktiviteter udføres i samarbejde med Schwarz Corporate Affairs GmbH & Co. KG, hvis kontor i Bruxelles er registreret i Den Europæiske Unions åbenhedsregister og er underlagt en tilsvarende Code of Conduct. Det overordnede mål med disse aktiviteter er hurtigt og smidigt at omsætte lovkrav til praksis og arbejde med ændringer på et tidligt stadie.

I 2023 og 2024 fokuserede vores indsatser inden for dialog og samarbejde med stakeholders i Lidl

Danmark på en bred vifte af forskellige emner. Vores hovedfokus har været centreret omkring at fremme sundhed og bevidst ernæring. Vi har taget initiativ til samt været aktive i den offentlige debat om behovet for strengere nationale lovgivning for køb af alkohol og energidrikke, reducere af tilgængeligheden for tobak og nikotin i butikkerne og indførelse af differentieret moms på frugt og grønt.

I de kommende år vil vi fortsætte vores arbejde med sundhed og bevidst ernæring, samtidig med at vi intensiverer vores arbejde med klima og biodiversitet.

De danske nationale kostråd fremhæver bælgrugter som nøglen til en sundere og mere bæredygtig kost.¹ Et vigtigt initiativ for os er samarbejdet om at promovere fordelene ved bælgrugter for forbrugerne og de politiske beslutningstagere. Vi har derfor sammen med Tænk tanken Frej taget initiativ til Bælgrugtpartnerskabet, som vi også finansierer. Læs mere om Bælgrugtpartnerskabet i afsnittet "Bevidst ernæring".

Med jævne mellemrum vurderer vi, hvilke stakeholders der er relevante for Lidl Danmark. Dette er baseret på bred monitorering af relevante og aktuelle samfundsdebatte emner.



¹De officielle Kostråd. 2025. De officielle kostråd 2025: Anbefalinger til sund kost for børn og voksne – Fødevarestyrelsen

Medlemskaber og partnerskaber



2-28 Medlemskaber og netværk

2-29 Stakeholder engagement

Den løbende dialog og kontakt med eksisterende og potentielle partnere en væsentlig del af Lidl's arbejde med samfundsansvar og engagement.

Når vi samarbejder med partnere og indgår nye partnerskaber, anvender vi et 360-graders perspektiv for at sikre relevante og værdifulde partnere inden for vores fem strategiske indsatsområder i vores CSR-strategi. I Lidl Danmark arbejder vi målrettet med strategiske partnerskaber for at understøtte vores CSR-målsætninger. Under indsatsområdet "Biodiversitet" samarbejder vi eksempelvis med organisationen Plant et Træ, hvor vi forpligter os til at plante 1.000 træer for hver ny butiksåbning i regnskabsåret. Vores sociale engagement udmøntes desuden gennem samarbejder med Red Barnet og DGI, som understøtter søjlerne "Vi handler fair" og "Vi fremmer sundheden". Vi har her etableret en donationsordning via vores pantautomater. Den giver kunderne mulighed for at donere deres returløb for pantflasker direkte til de respektive organisationer.



Partnere er afgørende for at skabe den største langsigtede effekt, fordi ingen enkelt aktør kan løse systemiske udfordringer alene

Partnerskab med WWF



I 2024 indgik Lidl et langsigtet internationalt partnerskab med World Wide Fund for Nature (WWF). Dette strategiske partnerskab omfatter alle 31 lande, hvor Lidl har butikker. Partnerskabet har sit afsæt i aktuelle globale miljøudfordringer såsom tab af biodiversitet, klimaforandringer og udtømmning af naturressourcer. WWF støtter Lidl i at optimere indkøbet af råstoffer, reducere madspild og fremme høje forretningsstandarder inden for og uden for vores værdikæde. Med støtte fra WWF ønsker vi at tilbyde vores kunder over hele verden mere ansvarlige valgmuligheder. Derfor er partnerskabets motto:

Sammen arbejder vi for flere ansvarlige valgmuligheder

Med WWF's erfaring og ekspertise som partner udvikler vi vores indsatsområder i vores internationale CSR-strategi yderligere. Som led i samarbejdet med WWF offentliggjorde Lidl nye mål i 2024 inden for vores indsatsområde bevidst ernæring. Læs mere i afsnittet "Bevidst ernæring" på side 82.

WWF og Lidl partnerskabet

WWF støtter Lidl i at reducere fodaftrykket, øge håndaftrykket og ved at holde os inden for vores planetære grænser.



CO₂

Reducere vores fodaftryk

Madspild og -tab

Cirkularitet og plastisk



Øge vores håndaftryk

Råstoffer

Soja, palmeolie, kakao, kaffe, te, papirmasse og papir, fisk og skaldyr

Plantebaserede kostvaner



Planetære grænser

Klima

Vand

Biodiversitet

Kommunikation



... Dialog og samarbejde med stakeholders

I rapporteringsperioden var Lidl Danmark medlem af følgende initiativer, organisationer og alliancer:

- Bælgfrugtpartnerskabet
- Klimaalliancen Aarhus
- Dansk Erhverv
- Etisk Handel Danmark
- Dansk Alliance for Ansvarlig Soja
- Dansk Alliance for Ansvarlig Palmeolie
- Dansk Alliance for Bæredygtigt Fiskeri og Akvakultur
- Dansk Alliance for Ansvarlig Kaffe
- Dansk-Tysk Handelskammer
- Røgfri Fremtid
- Økologisk Landsforening
- Fuldkornspartnerskabet
- FN's Women's Empowerment Principles

Gennem virksomhederne i Schwarz Group er Lidl Danmark repræsenteret i følgende internationale organisationer og initiativer:

- ACT – Action, Collaboration, Transformation
- Alliance for Water Stewardship
- amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI)
- Partnership for Sustainable Textiles

- Donau Soya
- Diversity Charter
- Econsense
- Ethical Tea Partnership
- Etisk Trade Initiative
- Food for Biodiversity
- Forest Stewardship Council (FSC)
- German Initiative on Sustainable Cocoa
- Fur Free Retailer
- GlobalG.A.P., GlobalG.A.P. GRASP Technical Committee
- Den Internationale Arbejdsorganisation
- (ILO) Better Work
- Initiative for Sustainable Agricultural Supply Chains (INA)
- International ACCORD
- International Network of Leading Executives Advancing Diversity (LEAD)
- Leather Working Group
- Round Table on Responsible Soy (RTRS)
- Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
- RMG Sustainability Council (RSC) Bangladesh
- Sustainable Nut Initiative
- Sustainable Rice Platform (SRP)
- Women Empowerment Principles (WEP)
- World Banana Forum

Gennem virksomhederne i Schwarz Group er Lidl Danmark medlem af følgende institutioner:

- Ellen MacArthur Foundation
- FN Global Compact
- Science Based Target-initiativet

Gennem Lidl Stiftung & Co KG samarbejder Lidl Danmark med følgende organisationer:

- World Wide Fund for Nature (WWF)
- Aquaculture Stewardship Council
- Compassion in World Farming
- Cotton made in Africa (CmiA)
- Downpass
- Rainforest Alliance
- Marine Stewardship council
- Oxfam
- Red Barnet

Inddragelse af stakeholders



2-29 Stakeholder engagement

Den løbende udveksling af information med vores interne og eksterne grupper af stakeholders – såsom kunder, ikke-statslige organisationer (NGO'er), politiske myndigheder, leverandører, finansielle stakeholders og andre forretningspartnere samt medarbejdere og medier – er en væsentlig del af Lidl Danmarks arbejde med samfundsansvar. Vi er overbeviste om, at udvekslingen med forskellige stakeholders fra politik og samfund bidrager til en mangfoldighed af meninger og kan muliggøre udviklingen af pragmatiske løsninger på vores tids mest presserende udfordringer.

Denne dialog foregår begge veje:

Vi informerer regelmæssigt vores stakeholders om vores aktiviteter. Vi bruger forskellige formater til dette, såsom:

- Intranet til vores medarbejdere
- "We Are Lidl" medarbejder app
- Bæredygtighedsrapporter
- Pressemeddelelser
- Præsentationer for eksterne stakeholders
- "Lidl i dialog" arrangementer og deltagelse i rundbordssamtaler

Vi faciliterer og opfordrer også til direkte og gensidig dialog. Det gør vi ved at arrangere en række events og personlige møder. I konstruktive såvel som kritiske dialoger med vores stakeholders, og med deres ekspertise og synspunkter får vi værdifuld feedback, som vi implementere i vores arbejde. Derudover er Lidl Danmark involveret i en række partnerskaber, netværk og deltager aktivt i dialog- og informationsudvekslinger organiseret af tredjeparter.

Lidl Danmarks ambition er at føre en løbende dialog med vores stakeholders og styrke samarbejder, der skaber værdi for alle parter. Vi ønsker at være involveret og aktive i den offentlige debat på tværs af sektorer, især med hensyn til vores ambitioner og initiativer rettet mod den grønne omstilling, sundhed og andre samfundsansvarlige dagsordener. Fordi vi har værdifulde perspektiver at dele og en ægte ambition om at skabe positive forandringer. Vi kalder det "Lidl i dialog".

I 2024 inviterede vi stakeholders til at deltage i vores første Lidl i dialog-konference på vores hovedkontor. Overskriften var "Skal dagligvarehandlen blande sig i danskernes sundhed?".

Fra introvert til ekstrovert retailer

Lidl Danmark ønsker at bidrage til at fremme sundheden gennem vores kunders indkøbskurv, f.eks. ved at reducere tilgængeligheden af tobak og nikotinprodukter, prisnedsættelseskampagner for frugt og grønt og fremme plantebaserede alternativer til kød. Disse indsatser er gode for vores kunders sundhed. Men bør Lidl engagere sig mere i at fremme sundhed? Det klare svar på dette spørgsmål fra vores deltagende stakeholders var: ja.

I 2024 deltog vi i forskellige dialoger på bl.a. Folkemødet Bornholm, Madens Folkemøde og Folkemøde Møn. Vi fortsætter dialogen med vores stakeholders i 2025.

1,5 grader

Vision 2050

Lidl vil reducere vores GHG (Greenhouse Gas) emissioner til Net Zero i Scope 1, 2 og 3, og vil drive vores virksomhed i overensstemmelse med 1,5-graders målet i Parisaftalen.

Mål

Inden 2030 ønsker Lidl at reducere vores absolutte driftsrelaterede GHG-emissioner i Scope 1 og 2 med 80 %.

Reduktion i forhold til baseline 2019.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ○ ○

Inden 2034 ønsker Lidl at reducere vores absolutte GHG-emissioner fra skov-, jord-, og landbrugssektoren (FLAG) med 42,4 %.

Reduktion i forhold til baseline 2022.

Grad af målopfyldelse: ○ ○ ○ ○ ○

Inden 2034 ønsker Lidl at reducere vores absolutte GHG-emissioner i energi- og industrisektoren (E&I) med 35 %.

Reduktion i forhold til baseline 2022.

Grad af målopfyldelse: ● ○ ○ ○ ○

Lidl Danmark vil opretholde EDGE-certificeringsstandarden på tværs af 100% af vores ejendomme og sikre, at alle nye bygninger og større renoveringer opfylder dette krav.

Grad af målopfyldelse: ○○

100 % af Lidl Danmarks åbne butikker, logistikcentre og nationale hovedkontorer er certificeret i henhold til energistyringssystemet ISO 50001.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Vores CSR-strategi



Vi beskytter klimaet



Vi bevarer ressourcerne



Vi handler fair



Vi fremmer sundheden



Vi respekterer biodiversiteten

Vi engagerer os i dialogen

1,5 grader



3-3 Ledelsestilgang

Ifølge World Economic Forums Global Risk Report 2024 er klimaforandringer en af de største globale risici. Som en af Europas største fødevarerforhandlere tager Lidl ansvar for klimabeskyttelse og er bevidst om vores indflydelse for den fremtidige succes af vores forretningsmodel. Ekstreme vejrforhold kan have direkte indflydelse på vores produktion, lagre og butikker, som f.eks. de ødelæggende regnskyl og oversvømmelser i Slovenien i 2023, i det sydvestlige Tyskland og det sydlige Spanien i 2024. Klimaforandringerne fremskynder tabet af biodiversitet, ændrer økosystemerne og fører til ekstreme vejrforhold. Dette har vidtrækkende sociale og miljømæssige konsekvenser, herunder for Lidls forretningsmodel som fødevarerforhandler. Det fører bl.a. til manglende tilgængelighed af råstoffer, og til højere råvarepriser på f.eks. kakao, kaffe, appelsiner og olivenolie. Stigende vandstand i havene og kysten påvirker også os, da begge dele medfører, at levesteder for mennesker, planter og dyr forsvinder. Samtidig truer havenes opvarmning livet i havene. Alt dette har indflydelse på vores fødevarer systemer, Lidls forsyningskæder – og i sidste ende på vores globale fødevarer sikkerhed.¹

Miljøødelæggelse og klimaforandringer truer også menneskerettighederne på verdensplan. Dette er tydeligt, for eksempel i retten til sundhed: Ifølge Verdenssundhedsorganisationen (WHO) kan omkring 12,6 millioner dødsfald om året tilskrives undgåelige miljømæssige påvirkninger. De sociale uligheder øges. Udviklingslandene er hårdere ramt af konsekvenserne af klimaændringerne og har færre ressourcer til at tilpasse sig. Klimaforandringerne tvinger millioner af mennesker til at flygte fra deres hjem, hvilket fører til sociale spændinger og humanitære kriser.² Nutidens børn og unge må leve med konsekvenserne af klimaforandringerne, selv om de kun har bidraget i meget begrænset omfang til dem i deres levetid.



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

I september 2024 indsendte virksomhederne i Schwarz Group sammen en officiel Net Zero forpligtelse til Science Based Targets Initiative (SBTi). Med deres Net Zero forpligtelse hos SBTi forpligter virksomhederne i Schwarz Group sig til at reducere alle GHG-emissioner til Net Zero senest i 2050. I februar 2025 blev de kortsigtede klimamål for Scope 1, 2 og 3 valideret af SBTi. Net Zero er en langsigtet vision for Lidl og kræver en klar strategisk retning.

Som en del af Schwarz Groups nye og opdaterede klimamål har Lidl på tværs af alle lande, sat som mål at reducere vores absolutte driftsmæssige GHG-emissioner i Scope 1 og 2 med 70 % inden 2030. Reduktion i forhold til baseline 2019. I Lidl Danmark har vi sat os som mål at reducere vores absolutte driftsmæssige GHG-emissioner i Scope 1 og 2 med 80 % inden 2030. Reduktion i forhold til baseline 2019.

Siden baseline i 2019 har vi reduceret vores operationelle GHG-emissioner i Scope 1 og 2 med

-63,21 %

¹WEF. 2024. Global Risks Report 2024. Global Risks Report 2024 | World Economic Forum | World Economic Forum

²WHO. 2016. An estimated 12.6 million deaths each year are attributable to unhealthy environments. An estimated 12.6 million deaths each year are attributable to unhealthy environments

Lidl har defineret nye mål for værdikæden upstream og downstream (Scope 3)

– Inden 2034 ønsker Lidl at reducere de absolutte GHG-emissioner fra skov-, jord-, og landbrugssektoren (FLAG) med

42,4 %

reduktion i forhold til baseline 2022. I regnskabsåret 2024 steg Lidl Danmarks FLAG-relaterede GHG-emissioner med 11,64 %. Denne stigning skyldes hovedsageligt åbningen af 24 nye Lidl-butikker i Danmark siden 2022 og dermed en stigning i mængden af indkøbte produkter fra FLAG sektoren. Lidl vil fortsætte vores indsats med at reducere vores emissioner for at nå vores FLAG-mål.

– Inden 2034 ønsker Lidl at reducere de absolutte GHG-emissioner i energi- og industrisektoren (E&I) med

35 %

reduktion i forhold til baseline 2022. I regnskabsåret 2024 faldt Lidl Danmarks E&I-relaterede GHG-emissioner med 7,85 %. Faldet skyldes reduktioner i GHG-emissioner fra non food-produkter og emballagematerialer.

Lidl arbejder også tæt sammen med partnere og leverandører.

75 %

Lidl har forpligtet de største leverandører, som er ansvarlige for 75 % af vores produktrelaterede Scope 3-emissioner, til at opfylde reduktionsmål i overensstemmelse med kriterierne i SBTi inden udgangen af 2026.

Lidl støtter og hjælper også sine leverandører med at nå målene gennem passende indsatser, såsom uddannelse og træning.

Organisation

Omfattende klimabeskyttelse er en kompleks opgave. Indsatsen kræver samarbejde mellem forskellige områder af virksomheden. Hos Lidl arbejder Corporate Affairs, Purchasing, Operations and Real Estate sammen om implementeringen. Hver med individuelle opgaver, men et fælles mål: at reducere GHG-emissionerne.

Infrastrukturinvesteringer og promoverede tjenester



203-1 Infrastrukturinvesteringer og understøttede tjenester

Vi leverer ladeinfrastruktur til e-mobilitet og udvider løbende eksisterende lademuligheder gennem vores butiksnetværk og på vores butikkers parkeringspladser. 76 af butikkerne i Lidl Danmark er udstyret med ladestationer til elbiler. Elektriciteten til dette kommer udelukkende fra vedvarende energikilder.



... 1,5 grader



Energiforbrug

302-1 Energiforbrug i organisationen

302-3 Energiintensitet

Ud over den øgede anvendelse af vedvarende energikilder, er en mere effektiv udnyttelse af energi også afgørende for at reducere vores GHG-emissioner. Alle Lidl's åbne butikker, logistikcentre samt hovedkontor i Danmark er certificeret i henhold til energistyringssystemet ISO 50001. Ud over at registrere forbruget og evaluere energiforbruget ydes der også uddannelse til medarbejderne med det formål at øge bevidstheden om energi. Et Energy Management System hjælper med at identificere ineffektet og potentielle optimeringer på et tidligt tidspunkt.

Det samlede energiforbrug for Lidl Danmark steg i rapporteringsperioden fra 83.145.085,7 kWh i regnskabsåret 2023 til 96.328.136,3 kWh i 2024. Stigning skyldes primært åbningen af 24 nye Lidl-butikker i Danmark. Der forekommer også en stigning i energiintensiteten på grund af en stigning i salgsfremmende aktiviteter i butikkerne. Dette medfører en svag stigning i energiintensiteten fra 570,08 tCO₂e pr. kvadratmeter salgsareal til 598,30 tCO₂e.

Direkte energiforbrug efter primær energikilde i kWh	2023	2024
Direkte energiforbrug		
Selvproduceret elektricitet fra vedvarende energikilder (solcelleanlæg)	157.609	177.123
Naturgas	3.244,666	3.337,042
Energiforbrug for den samlede bilflåde ¹	7.344,691	6.562,987
Heraf energiforbrug for den samlede elektrificeret bilflåde	0	712.948
Indirekte energiforbrug		
Fjernvarme	7.956,491	9.399,545
Elektricitet	0	0
Energiforbrug nødstrøm-/sprinkler-system	22.791	22.791
Andel af elektricitet fra vedvarende energikilder ²	100 %	100 %
Heraf elektricitet fra blandede vedvarende energikilder	64.418,838	76.828,648
Samlet energiforbrug	83.145.085,7	96.328.136,3

¹Inkluderer egen logistik- og ikke-logistikbilflådeog forbrug af både diesel, benzin og elektricitet.

²Ekskluderer købsaftaler, som Lidl ikke kan påvirke, såsom aftaler om individuelt lejede ejendomme med en bindende klausul om elkøb.
For mere information, besøg venligst www.gruenstrom.schwarz.

... 1,5 grader



Reduktion af energi

302-4 Reduktion af energiforbruget

For at beskytte klimaet fokuserer vi på at effektiviserer vores energiforbrug. For nye bygninger fokuserer vi fra starten på en energieffektiv standard, hvad angår konstruktion og udstyr. Energieffektiviteten i vores eksisterende ejendomsportefølje forbedres løbende gennem modernisering og udskiftning af teknisk udstyr. På denne måde øger vi gradvist andelen af energieffektive bygninger i vores ejendomsportefølje. Som en del af vores ISO 50001-certificerede energistyringssystem har vi udarbejdet en handlingsplan, der indeholder en række energieffektiviserings tiltag.

Modernisering af fast ejendom

Lidl Danmark har øget energieffektiviteten på mange af sine lokationer ved at modernisere det tekniske udstyr i ejendommene. Eksisterende teknologier, der var ineffektive, er blevet erstattet med nye, mere energieffektive teknologier. Ved at gøre dette følger vi vores interne standard for byggeri. Eksempler i rapporteringsperioden omfatter installation af LED-lys, overgang til mere energieffektivt køleudstyr og modernisering af gas

kedler ved at erstatte dem med kondenserende kedler eller varmepumper.

Vi har sat os som mål at opnå EDGE-certificering for 100 % af vores ejendomme. Ved udgangen af regnskabsåret 2024 havde 134 af vores i alt 163 butikker opnået en EDGE-certificering. I rapporteringsperioden overtog vi ældre butikslokaler i Danmark, og vi arbejder i øjeblikket på at få certificeret disse for at nå vores mål.

76 af butikkerne i Lidl Danmark tilbyder ladestationer til elbiler





... 1,5 grader



Edge-certificering

Edge-certificering består af tre overordnede parametre: vand, energi og materialer. Der foretages en række forskellige konkrete målinger på fx butikkens energi- samt vandforbrug, butikkens areal fordelt på punkter som køle- og frostareal.

DGNB

DGNB er en certificeringsordning målrettet bygninger og byområder. Systemet bygger på en helhedsorienteret tilgang til bæredygtighed med de tre hovedsøjler: miljømæssig, social og økonomisk bæredygtighed.



Nyt hovedkontor i Aarhus centrum

I 2023 åbnede vi et nyt hovedkontor i Aarhus centrum. Hovedkontoret har fået DGNB Platin-certificering – den højeste certificering blandt certificeringsstandards for bæredygtigt byggeri. Vores hovedkontor er også blevet hædret med DGNB Diamond – en pris for fremragende design og arkitektonisk kvalitet. Det nye hovedkontor er indrettet med et stort atrium i midten af bygningen, tagterrasse med udsigt over Aarhus' midtby, rummelige åbne kontorlokaler, veludstyret fitnessrum, børnekontor og spillerum.

... 1,5 grader

Varmepumper

Højeffektive varmepumper bidrager i stigende grad til forbedringen af energieffektiviteten i vores ejendomme. De henter en stor del af deres energi fra omgivelserne, f.eks. i form af varme fra luften eller jorden, og er derfor en energibesparende måde at opvarme bygninger på. 94 af vores i alt 163 butikker har installeret varmepumper.

Bygningsautomation

Brugen af bygningsautomation reducerer energibehovet. Energiforbruget bliver reduceret ved at blive automatisk styret, reguleret og konstant overvåget. Lidl Danmark bruger timekontakter til belysnings- og ventilationssystemer samt et belysningsstyringssystem, der er afhængigt af mængden af dagslys og tilstedeværelsen af mennesker. Tilsvarende forhindrer et sammenkoblet kredsløb opvarmning og afkøling på samme tid. Butikkerne og det nye hovedkontor i Aarhus bygges med glasfacader for at maksimere det naturlige dagslys. Butikkerne har sensorstyrede solskærme for at reducere uønsket varme fra solen og er udstyret med lyssensorer i alle velfærdsområder såsom personalerum, toiletter og omklædningsrum. I vores energiovervågningssystem analyserer vi

løbende energiforbruget for alle butikker og lagre, hvilket gør det muligt for os at reagere hurtigt på eventuelle afvigelser, f.eks. lys, der er tændt om natten, åbne køleskabe eller vand der løber.

Reduktion af energibehovet for produkter og services

 302-5 Reduktion af energibehovet for produkter og services

For at få en bedre forståelse af vores sortiments klimapåvirkning har vi siden 2019 regelmæssigt fastlagt vores produkters GHG-emissioner som led i en risikoanalyse. Animalske produkter, herunder kød og mejeriprodukter, og non food-produkter, såsom elektroniske apparater i deres brugsfase, blev identificeret som særligt GHG-emissionsintensive produktgrupper. I fødevaregrupperne påvirkes GHG-emissionerne i høj grad af landbrugsprocesser og landbrugsdyr. For elektroniske apparater er brugsfasen den vigtigste årsag til GHG-emissioner, afhængigt af elnettet og produkternes energieffektivitet.

Baseret på resultaterne af GHG-emissioner, arbejder vi sammen med vores forretningspartnere og

99,49 %

af Lidl Danmarks GHG-emissioner genereres i vores Scope 3

leverandører om at udvikle reduktionsindsatser. 99,49 % af GHG-emissionerne i Lidl Danmark genereres i vores Scope 3. Kategori "3.1. Købte varer og tjenester" i Greenhouse Gas (GHG)-protokollen udgør 89 % af vores samlede GHG-emissioner i Scope 3. Dette er et område, hvor vi med konkrete indsatser, samarbejder med vores forretningspartnere og leverandører om gradvist at reducere Scope 3 GHG-emissionerne.

Som en del af vores indsats kræver vi, at vores leverandører, der er ansvarlige for 75 % af produktrelaterede Scope 3-emissioner, som er defineret af GHG-protokollen inden 2026 fastsætter klimamål baseret på kriterierne i Science Based Targets-initiativet (SBTi). Vi tilbyder disse leverandører digitale supportmuligheder på vores klimaplatform for leverandører, såsom undervisning i reduktion af GHG-emissioner og udvikling af reduktionsindsatser. Klimaplatformen for leverandører giver os også indsigt i vores leverandørers udviklingsniveau og fremskridt med hensyn til reduktion af deres emissioner.

I Lidl Danmark har vi intensiveret dialogen med vores leverandører, og vil fortsætte med at gøre det for at reducere vores Scope 3-emissioner.

... 1,5 grader

I løbet af 2025 vil vi tilbyde vores nationale fødevarerleverandører et omfattende leverandørprogram inden for klimaregnskab og fastsættelse af klimamål i henhold til SBTi.

Lidl Danmark samarbejder også med Arla om FarmAhead™ Customer Partnership Program. Formålet med programmet er at give landmændene incitament til at reducere emissionerne på gårdniveau for at reducere Arlas' produktemissioner, hvilket vil bidrage til en reduktion af Lidl Danmarks Scope 3-emissioner. Som en del af Arlas FarmAhead™ Customer Partnership Program har vi også iværksat et fælles lavbundsprojekts. Projektet skal belyse, hvordan udtagning af lavbundslande kan reducere emissioner og på sigt gavne natur og biodiversitet. Læs mere i afsnittet "Økosystemer" på side 46.

I Lidl Danmark stoppede vi al fragt af frugt og grønt med fly i 2023. Vi bruger sæsonens råvarer i vores frugt- og grøntsorsortiment for at undgå lange transportveje, og dermed højere emissioner. Vores mål for råstoffer og emballage bidrager også til at reducere vores produkters energiforbrug. Læs mere om disse mål i afsnittet "Råstoffer" på side 52

og "Cirkular Økonomi" på side 58.

Vi tilbyder et voksende udvalg af alternative produkter med lavere emissioner. Vi har fortsat med at udvide vores sortiment af veganske og vegetariske alternativer, som i øjeblikket omfatter 50 veganske og vegetariske produkter under vores eget mærke "Vemondo". Vi har udvidet udvalget af bælgfrugter i vores produktsortiment, og tester deres placering i vores butikker for at øge vores kunders indtag af bælgfrugter.



Vi arbejder konstant på at identificere og implementere yderligere muligheder for at reducere emissioner.

Lidl Danmarks GHG-emissioner

GHG-emissioner beregnes i overensstemmelse med den markedsbaserede tilgang i GHG-protokollen. Vi har anvendt forskellige kilder til at fastlægge emissionsfaktorerne for Lidl Danmarks emissioner, herunder offentligt tilgængelige databaser (f.eks. ecoinvent, Ecotransit), internationale og mellemstatslige organisationer (f.eks. IPCC, IEA, DEFRA) samt modeller fra ifeu-institute for Energy and Environmental Research.

De samlede emissioner siden 2019 er steget. Dette skyldes både åbningen af 37 nye butikker i Lidl Danmark siden 2019, men også et forbedret datagrundlag, der har påvirket emissionsfaktorerne.

Siden 2023 har vi ikke fragtet frugt og grøntsager med fly

Kategorier i henhold til GHG-protokollen	GHG-emissioner tCO ₂ e Baseline 2019	GHG-emissioner tCO ₂ e 2023	GHG-emissioner tCO ₂ e 2024
Scope 1	3.095	2.598	2.584
Fugitive emissioner	643	213	546
Mobil forbrænding	1.695	1.787	1.424
Stationær forbrænding	756	597	614
Scope 2 (summen ifølge markedsbaseret tilgang)	10.207	1.956	2.310
Fjernvarme	2.059	1.956	2.310
Elektricitet: Markedsbaseret tilgang	8.148	0	0
Elektricitet: Lokationsbaseret tilgang	7.860	7.024	7.639
Scope 3	823.308¹	862.674	960.614
3.1. Købte varer og tjenester	764.443	712.060	812.518
3.2. Kapitalgoder ²	N/A	44.932	13.490
3.3. Brændstof- og energirelaterede aktiviteter	3.703	3.858	4.155
3.4. Upsteam transport ³	6.109	50.263	58.031
3.5. Affald	2.539	1.020	2.071
3.6. Forretningsrejser	1.100	738	819
3.7. Medarbejderpendling	3.602	4.835	5.198
3.11. Brug af solgte produkter ⁴	40.791	16.108	31.619
3.12. Slutbehandling af solgte produkter	1.021	28.859	32.712
Samlede emissioner	836.277	867.227	965.509

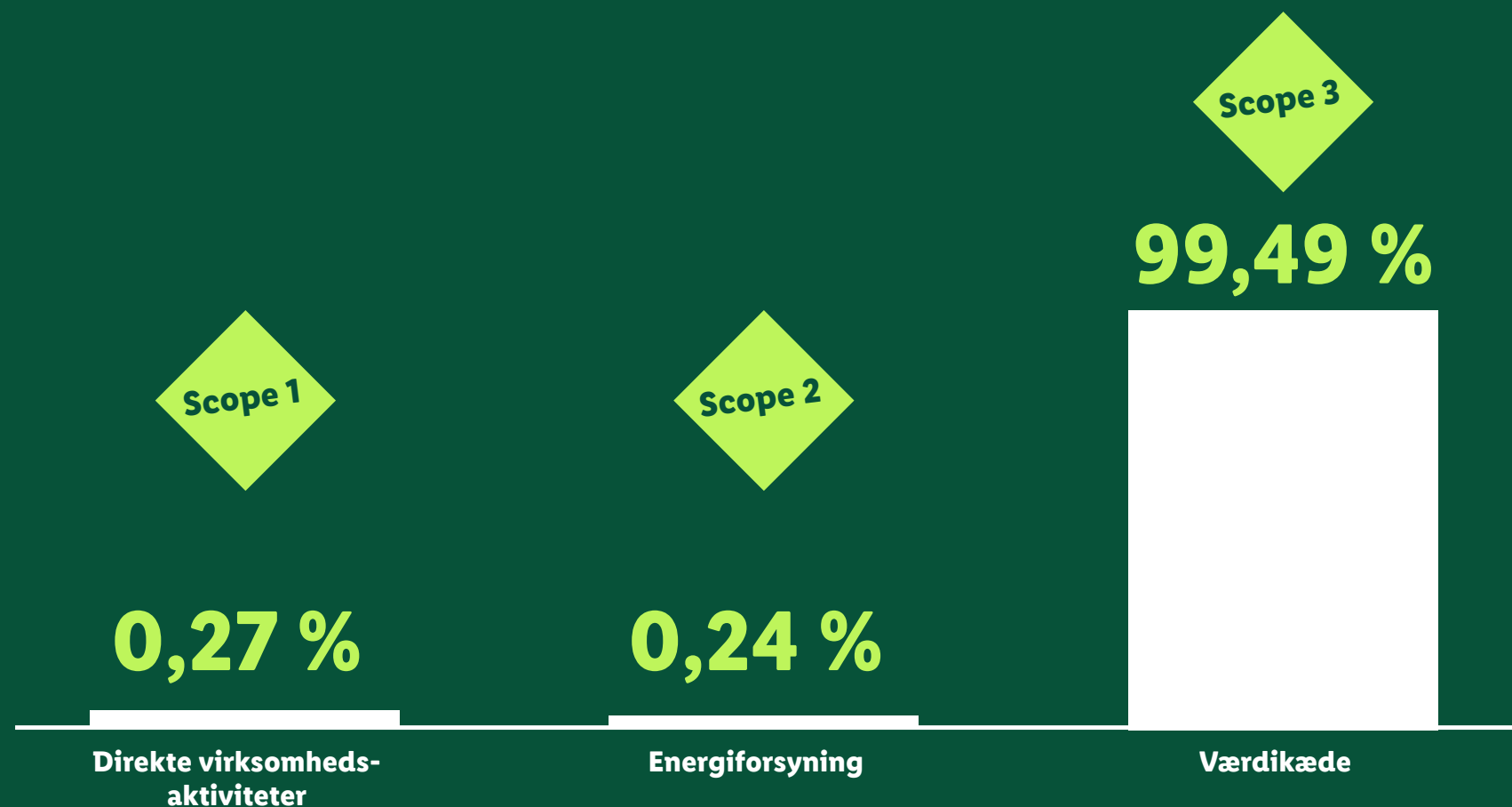
¹Reduktionsmål for Scope 3 er udregnet med baseline 2022. De samlede Scope 3 emissioner i 2022 udgør 939.634 tCO₂e.

²Siden regnskabsåret 2024 er kategori 3.2 "Kapitalgoder" blevet medtaget med tilbagevirkende kraft til baseline 2022.

³Fra regnskabsåret 2023 er gratis leveringer inkluderet i kategori 3.4 "Transport".

⁴I regnskabsåret 2022 blev emissionsfaktorerne for kategori 3.11 "Brug af solgte produkter" justeret med tilbagevirkende kraft. Emissionsfaktorerne for regnskabsåret 2022 blev dog ikke ændret med tilbagevirkende kraft.

Lidl Danmarks GHG-emissioner i Scope 1, 2 og 3



Scope 1**Scope 1**

GRI 305-1 Direkte GHG-emissioner (Scope 1)

GHG-emissionerne i GHG-protokollen på side 41 viser Lidl Danmarks emissioner i ton CO₂-ækvivalenter (tCO₂e) og vedrører vores butikker, logistikcentre og det hovedkontor. Vores operationelle emissioner omfatter direkte emissioner (Scope 1) og indirekte emissioner fra køb af energi som inkluderer elektricitet, opvarmning, damp og køling (Scope 2), men også de indirekte upstream og downstream emissioner i vores værdikæde (Scope 3).

Vi indsamler selv alle nødvendige aktivitetsdata for vores emissioner (f.eks. mængden af el til opladning af firmabiler), og de nødvendige emissionsfaktorer leveres af en ekstern tjenesteudbyder, der også beregner vores emissioner.

Lidl Danmark har siden 2019 været i stand til at reducere med 520 tCO₂e i vores Scope 1, hvilket svarer til en reduktion på 16,51 %. Fra regnskabsåret 2023 til 2024 er der sket en reduktion på 0,53 % grundet åbningen af 12 nye butikker.

Scope 2**Scope 2**

305-2 Indirekte energiforbrug GHG-emissioner (Scope 2)

Vi bruger en lokationsbaseret og markedsbaseret tilgang til rapportering af vores Scope 2-emissioner. Vi bruger markedsbaseret tilgang til omregningen af de emissionsfaktorer, som vi får direkte fra vores leverandør af el. Den lokationsbaserede tilgang bruger emissionsfaktorerne for et geografisk område til omregningen, i vores tilfælde for Danmark. Vi anvender den markedsbaserede tilgang til at beregne de samlede emissioner for Scope 1, 2 og 3. Lidl Danmark har siden 2019 været i stand til at spare 7.897 tCO₂e i vores Scope 2, hvilket svarer til en reduktion på 77,37 %.

Fra regnskabsåret 2023 til 2024 er Scope 2-emissionerne steget med 18,14 %. Stigningen skyldes åbningen af 12 nye butikker i eksisterende, ældre bygninger, som vi endnu ikke har energieffektiviseret.

Scope 3**Scope 3**

305-3 Andre indirekte GHG-emissioner (Scope 3)

For Scope 3 er dataindsamlingen mere komplekst. Vi anmoder om de nødvendige aktivitetsdata fra eksterne tjenesteudbydere (f.eks. kilometer kørt med lastbil til butikker), indsamler dem selv for individuelle kategorier (f.eks. købte produkter) eller foretager antagelser i samarbejde med vores eksterne konsulenter (f.eks. medarbejderpendling). Vi bruger emissionsfaktorerne til beregning af aktivitetsdata fra almindelige LCA-databaser (f.eks. ecoinvent). Vi arbejder på at forbedre vores data år for år og øge vores andel af primære data, så vi kan træffe de korrekte reduktionstiltag på baggrund heraf. Lidl Danmarks Scope 3 er steget med 20.981 tCO₂e siden 2022, hvilket svarer til en stigning på 2,23 %. Der er stigninger fra 2022 til 2024 i en stor del af kategorierne i Scope 3. Denne stigning skyldes blandet andet åbningen af 24 nye Lidl Danmark-butikker i 2023 og 2024. I kategorier "3.5. Affald", "3.6. Forretningsrejser" og i "3.11. brug af solgte produkter" er der et fald i emissionerne. Vi har ikke direkte indflydelse på vores Scope 3-emissioner, men samarbejdet med leverandører og forretningspartnere

-77,37 %

reduktion af Lidl Danmarks GHG-emissioner i
Scope 2 siden 2019



... 1,5 grader

er en central del af vores klimastrategi, der sigter mod effektivt at reducere vores emissioner inden 2050 i henhold til vores Net Zero mål. Fra regnskabsåret 2023 til 2024 er Scope 3-emissionerne steget med 11,35 %. Stigningen skyldes både åbningen af 12 nye butikker og et forbedret datagrundlag, som har påvirket emissionsfaktorerne.

Intensitet af GHG-emissioner

305-4 Intensitet af GHG-emissioner

Intensiteten af vores Scope 1- og Scope 2-emissioner er også relateret til emissioner pr. kvadratmeter salgsareal (markedsbaseret tilgang): 598,30 tCO_{2e}/m² i 2024. Denne beregning omfatter alle kvadratmetre, der ejes af Lidl Danmark, herunder lejede ejendomme samt Lidls eget salgsareal for butikker.

Reduktion af GHG-emissioner

305-5 Reduktion af GHG-emissioner

Lidl Danmark har købt 100 % strøm fra vedvarende energikilder siden 2020. Dette ekskluderer købsaftaler, som Lidl ikke kan påvirke, såsom aftaler om individuelt lejede ejendomme med en bindende klausul om elkøb. For mere information,

se www.gruenstrom.schwarz. Overgangen fra elektricitet fra fossile brændstoffer til elektricitet fra vedvarende energikilder spiller en central rolle i undgåelsen af emissioner i Scope 1 og Scope 2. Lidl Danmark køber vedvarende energi fra elnettet og producerer sin egen elektricitet fra vedvarende energikilder.

Lidl Danmark har siden 2013 brugt solcelleanlæg til at producere elektricitet. Det betyder, at vi køber mindre elektricitet fra det offentlige elnet. I 2024 var 40 af Lidl Danmarks ejendomme udstyret med solcelleanlæg.

”

I 2024 udvidede vi vores lager- og logistikcenter i Køge med et nyt 4.542 m² solcelleanlæg på taget.

Med udvidelsen af solcelleanlægget på vores logistikcenter i Køge øgede vi vores produktion af selvproduceret elektricitet. 20 % af vores lager- og logistikcentrets elforbrug dækkes nu af

selvproduceret vedvarende energi. Systemets kapacitet svarer til det årlige forbrug i over 200 danske husstande. Vi vil fortsætte med at øge antallet af solcelleanlæg.

Lidl Danmark opnår en installeret effekt på 177.123 kWh fra vores solcelleanlæg. I alt 0,23 % af den elektricitet, som Lidl Danmark brugte, var selvproduceret i regnskabsåret 2024. Den faktiske procentdel af selvproduceret elektricitet gennem solcelleanlæg er dog højere. Det lavere tal skyldes en udskiftning af dataloggere, og vi er derfor ikke i stand til at dokumentere den større produktion af selvproduceret elektricitet. I rapporteringsperioden 2025 vil vi rapportere om denne forventede stigning.

Til brugen af vedvarende energi anvender vi oprindelsesgarantier. Oprindelsesgarantier er certifikater, der attesterer, at elektriciteten er produceret fra vedvarende energikilder. De angiver, hvordan, hvornår og hvor energien blev produceret. Oprindelsesgarantier kan handles uafhængigt af den producerede og købte elektricitet.



59 %

af alle vores butikker bruger naturlige kølemidler til produktkøling

Naturlige kølemidler

Lidl Danmark følger sin interne bygningsstandard og bruger naturlige kølemidler, såsom propan (C3H8), kuldioxid (CO₂) eller ammoniak (NH₃). De bruges som driftsmaterialer til produktion af varme/køling til klimaanlæg i bygninger og til produktkøling.

Lidl har sat sig som mål inden udgangen af regnskabsåret 2028 at bruge naturlige kølemidler til produktkøling i 100 % af vores (egne) logistikcentre og 100 % af butikkerne. I 2024 anvendte 59 % af alle butikker og ingen af vores logistikcentre naturlige kølemidler til produktkøling. Vi er i øjeblikket i gang med at udskifte alle kølesystemer med syntetiske kølemidler (GWP-værdi på over 2500) med naturlige kølemidler og forventer at nå 100 % naturlige kølemidler til produktkøling inden udgangen af regnskabsåret 2025, fem år før kravene for EU-lovgivningen træder i kraft.

I forhold til genopfyldningsmængden udgjorde naturlige kølemidler 88 % af de kølemidler, der blev anvendt af Lidl Danmark i 2024.

Økosystemer

Vision

I regnskabsåret 2025 vil vi introducere en ny langsigtet vision for 2050 og nye strategiske mål for 2030 inden for indsatsområdet "Vi respekterer biodiversiteten". Visionen for 2050 og de strategiske mål vil blive fulgt op af mellem- og langsigtede operationelle mål og indsatser.

Mål

Vi planter 1.000 træer for hver ny butik vi åbner i Danmark, og mindst 10.000 træer om året.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●



Økosystemer



3-3 Ledelsestilgang

Udfordring

Klimakrisen og tabet af biodiversitet er de største globale risici i vores tid.¹ Som fødevarerforhandler har Lidl et særligt ansvar, da en stor del af vores sortiment stammer fra landbrugssektoren, og vores forretning er meget afhængig af velfungerende økosystemer. Ikke desto mindre bidrager vores forretningsaktiviteter til omdannelsen af naturlige levesteder til landbrugsjord og dermed til klimaforandringer og tab af biodiversitet. Lidl har ikke kun en betydelig påvirkning på disse udviklinger, men er også truet af de dermed forbundne forretningsmæssige risici.

Løsning

Lidls centrale mål er at drive værdikæderne for råstoffer med hensyntagen til sociale og miljømæssige forhold. Vi fokuserer derfor på at reducere den negative påvirkning på økosystemer og sociale forhold – det gælder fra dyrkning til høst og den efterfølgende forarbejdning og helt frem til transporten til vores butikker. Vi arbejder på at gøre indkøb af de råstoffer, som vi har defineret som "kritiske råstoffer", mere ansvarligt inden udgangen af 2025. Respekt

for biodiversiteten er også inkluderet i vores Code of Conduct for vores leverandører, i vores råstofmål og i vores indkøbspolitikker. Derudover fokuserer Lidl på naturbevarelse uden for vores værdikæder i udvalgte projekter med partnere som eksempelvis WWF og Plant et Træ.

Gennem vores råvarestrategi, der hviler på fire centrale søjler, arbejder vi målrettet for at sikre ansvarlige værdikæder med fokus på både sociale og miljømæssige standarder:

1. Forståelse af virkningerne
2. Fastlæggelse af standarder
3. Fremme af alternativer
4. Fremme forandring

Organisation

Central Constuction and Procurement, som støttes af CSR Logistics and Real Estate, er ansvarlig for at respektere biodiversiteten i forbindelse med opførelsen af logistikcentre eller butikker. Lidl Stiftung & Co. KG i afdelingerne for Quality and Sustainability samt Lidl Danmark i afdelingerne for Quality Assurance and Purchasing arbejder for at respektere biodiversiteten ved indkøb af produkter.

Påvirkning på biodiversiteten



GRI 304-2 Væsentlige påvirkninger af biodiversitet ifm. virksomhedens aktiviteter, produkter og tjenester

Råstoffer udgør grundlaget for vores produkter. Især tabet af skove som følge af arealanvendelse til landbrugsprodukter som soja, palmeolie, kaffe og kakao har en negativ påvirkning på de naturlige økosystemer og dermed på biodiversiteten.

”

Som en del af løsningen, har vi indført certificerings- og sporbarhedsmål for de vigtigste højriskoråstoffer i relation til skovrydning.

Dette er en del af vores due diligence-aktiviteter i henhold til EU's skovrydningsforordning (EUDR) og vores mål går på mange områder ud over de lovmæssige krav til skovrydningsfri værdikæder.

¹WEF, Global risikorapport 2022. Global risikorapport 2022/ Verdens Økonomiske Forum / Verdens Økonomiske Forum



Arla og Lidl's Lavbundsajordsprojekt

I 2024 iværksatte Lidl Danmark et toårigt klima- og biodiversitetsprojekt sammen med vores leverandør Arla som en del af Arlas FarmAhead™ Customer Partnership Program. Projektet har til formål at identificere muligheder og nedbryde barrierer for, hvordan man kan udtage og genoprette lavbundsajord på 10 danske Arla gårde. Lavbundsajord er kulstofrigt og udgør derfor både en mulighed for at reducere emissionerne på gårdniveau og produktniveau, og for at bruge genoprettet lavbundsajord til at beskytte og forbedre biodiversiteten. Som en del af projektet får hver landmand en skræddersyet handlingsplan med fokus på hvordan de kan skabe de bedste forudsætninger for øget biodiversitet på deres jord. Efter projektperioden vil de erfaringer fra hver landmand blive samlet og delt med et bredere udvalg af Arla-landmænd, rådgivere og myndigheder. Det overordnede mål for det intensiverede samarbejde med Arla er at reducere Arlas produktmissioner og dermed Lidl's emissioner i Scope 3. Samarbejdet med Arla er et eksempel på hvordan vi arbejder med at beskytte biodiversiteten i vores værdikæde.

”

"I Arla har vi nogle meget ambitiøse klimamål, og dem tror vi på, at vi når bedst i samarbejde med vores kunder. Derfor glæder jeg mig til at se resultatet af projektet og bruge den viden til at reducere CO₂-udledningen på alle gårde. I første omgang i Danmark, men på længere sigt også hos Arla-landmænd i andre lande,"

siger Mette Ulsø Kristensen, bæredygtighedschef for Arla Danmark.



”



"Jeg ønsker at fortsætte som mælkeproducent i mange år fremover, og det kræver, at vi her på gården kan reducere vores CO₂-udledning. Derfor synes jeg, at det er spændende at få lov til at være med, og jeg ser frem til at blive klogere på, hvad vi kan lære,"
siger Knud Erling Birch, medlem af Arla og gårdejer.



... Økosystemer



Beskyttede eller genoprettede levesteder

304-3 Beskyttede eller genoprettede levesteder

Som en del af vores råstofstrategi og råstofmål har vi etableret certificeringssystemer i vores værdikæder med høj risici, som blandt andet bidrager til beskyttelse og genopretning af økosystemer og levesteder. Disse omfatter for eksempel FSC med hensyn til træ og papir, Rainforest Alliance med hensyn til skovrydning og MSC-standarden med hensyn til fiskeri. Sammen med GLOBAL G.A.P. og andre partnere har Lidl udviklet en branchestandard for beskyttelse og fremme af biodiversitet i konventionel frugt- og grøntsagsdyrkning i Europa – GLOBAL G.A.P. BioDiversitet Add-On. Lidl var den første europæiske fødevarerforhandler, der arbejdede med standarden, og anvender den allerede på over 900 producenter fra forskellige europæiske lande.

Plant et Træ

Lidl Danmark samarbejder med non-profit-organisationen Plant et Træ. Deres mission er at plante træer, særligt til gavn for børn og fremtidige generationer. Som en del af samarbejdet planter vi 1.000 træer for hver ny butik, vi åbner i Danmark, og mindst 10.000 træer om året. I 2023 plantede vi 10.000 træer, og i

2024 plantede vi 20.000 træer i Danmark. Plant et Træ er et eksempel på, hvordan vi arbejder med at beskytte biodiversiteten uden for vores værdikæde.



”Plant et Træ og Lidl har haft et samarbejde siden 2019. Træer kræver tålmodighed og tid, hvilket Lidl og Plant et Træ’s samarbejde afspejler.

Vi har siden starten på samarbejdet plantet mere end 60.000 træer rundt i Danmark, til gavn for både børn, voksne, de næste generationer og biodiversiteten. I 2024 har vi plantet rekord mange træer i samarbejde med Lidl, hvilket jeg er meget stolt over,”

siger Hans Skou, formand for Plant et Træ.





... Økosystemer



Beskyttede arter i områder berørt af vores forretningsaktiviteter

304-4 Arter på IUCN's rødliste og arter på nationale bevaringslister med levesteder i områder, der er berørt af drift

Vi anvender anerkendte certificeringssystemer til at beskytte truede og beskyttede arter på vores leverandørers arealer, der er relateret til risikobetonede råstoffer i vores værdikæder. I denne sammenhæng tager vi ansvar for arter, der er registreret på International Union for the Conservation of Nature's (IUCN) rødliste og på nationale lister, og som lever i områder, der er berørt af vores forretningsaktiviteter. Disse forpligtelser og partnerskaber omfatter FSC, Rainforest Alliance, MSC Standard og GLOBALG.A.P.

Vi har indført forskellige indsatser, der sikrer beskyttelsen af truede og beskyttede arter. Blandt andet samarbejder vi med vores leverandører om at fjerne produkter fremstillet af truede dyr, der er opført på IUCN's liste, fra vores sortiment. Desuden sælger vi ikke fiskearter, der stammer fra truede eller overfiskede bestande, fisk, der er i fare for udryddelse, bestande og fiskerimetoder, der ikke kan overvåges, eller som er opført på nationale og internationale

**100 % vildtfanget
fisk og skaldyr i vores
faste sortiment er
MSC-certificeret**
(undtagen tun)

lister over beskyttede arter. Vi bruger certificeringsordningen MSC for at sikre, at vores indkøbte vildtfangede fisk og skaldyr opfylder en række kvalitetskrav, herunder beskyttelse af fiskebestandene og bevarelse af havets økosystemer. 100 % af de vildtfangede fisk og skaldyr (undtagen tun) i vores faste sortiment er MSC-certificerede.



Råstoffer

Vi har mål for kritiske råstoffer for at sikre mere ansvarlig indkøb af råstoffer. Året for hvornår målene skal opnåes strækker sig fra 2016 til 2025, men målene er ikke forældede eller irrelevante, da alle mål forbliver relevante når vi indkøber nye produkter eller foretager ændringer i vores produktsortiment. Derfor rapporterer vi løbende om målene.

Mål

Siden 2021 har 100 % af vores frugt- og grøntsagsleverandører været certificeret i henhold til GlobalG.A.P. med GRASP-tilføjelse eller tilsvarende.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ● ● ●

Siden 2022 har frisk vildtfanget fisk og skaldyr været 100 % MSC-certificeret.

Gælder eget mærke i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ● ● ●

Siden 2022 har frisk fisk og skaldyr fra akvakultur været 100 % certificeret med ASC, økologisk, GLOBALG.A.P. eller BAP-certificeret. Forudsat at varer og certificering er tilgængelig.

Gælder eget mærke i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ● ● ●

Siden 2022 har 100 % af vildtfangede fisk og skaldyr samt fisk og skaldyr fra akvakultur i frosne og convenience været MSC- eller ASC- (foretrukket), økologisk (foretrukket), GLOBALG.A.P.- eller BAP-certificeret.

Gælder eget mærke i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ● ● ●

Siden 2022 har mindst 50 % af de vildtfangede fisk og skaldyr samt fisk og skaldyr fra akvakultur i vores sortiment, både fersk og frosset, været MSC- eller ASC-, økologisk-, GLOBALG.A.P.- eller BAP-certificeret. Tun undtaget.

Gælder for produkter i vores eget mærke på kampagne.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ● ● ●

Vores CSR-strategi



Vi beskytter klimaet



Vi bevarer ressourcerne



Vi handler fair



Vi fremmer sundheden



Vi respekterer biodiversiteten

Vi engagerer os i dialogen

Råstoffer

Siden 2022 har tunfisk på dåse været 100 % certificeret med MSC, Fishery Improvement Project (FIP), FAD-free eller Pole&Line.

Gælder eget mærke i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Inden udgangen af 2022, skal 100 % af vores kattefoder i kategorien fisk være ASC eller MSC certificeret.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ○ ○

Siden udgangen af 2022 har 100 % af kakaoen i vores chokoladebarer været certificeret med Fairtrade eller i henhold til Fairtrade-kakaostandarden.

Gælder eget mærke i fast sortiment.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Inden udgangen af 2025 vil vi tilbyde et udvalg af nødder og nødde-mix certificeret i henhold til Fairtrade-, Rainforest Alliance- eller økologisk.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2020 har 100 % af kaffe kapsler, instantkaffe og cappuccino været Fairtrade-, Rainforest Alliance- eller økologisk certificeret.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Inden udgangen af 2020 skal 100 % af den ristede kaffe være Fairtrade-, Rainforest Alliance- eller økologisk certificeret.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2016 har 100 % af produkterne med kakaoingredienser været Fairtrade-mærket, Rainforest Alliance-mærket eller økologisk certificeret.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2017 har 100 % af produkter, der indeholder palme(kerne)olie været RSPO-certificeret, mindst i henhold til RSPO's "Segerated"-standard.

Fra 2022 gælder dette også for vores near-food.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2017 har 100 % af palme(kerne)olie-fraktionerne og derivaterne i fødevarer og near-food været certificeret til mindst RSPO-standardens "Mass Balance"-niveau.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Inden udgangen af 2025 vil vi tilbyde certificeret ris i henhold til Sustainable Rice Platform, Fairtrade eller økologisk certificeret.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2016 har vi som minimum tilbudt æg fra fritgående høns. Dette omfatter ægprodukter og produkter, der indeholder æg.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2022 har vegetariske/veganske kødsustitutter indeholdt soja fra Europa. Soja heri har også været certificeret i henhold til RTRS, Donau Soja, Europe Soya, ProTerra, ISCC+ eller økologisk). Tilsætningsstoffer/ingredienser (f.eks. emulgatorer) er undtaget.

Gælder egne mærker i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2018 har 100 % af grøn te, sort te og rooibos-te været Fairtrade-, Rainforest Alliance- eller økologisk certificeret.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2020 har 75 % af urte- og frugtte været Fairtrade-, Rainforest Alliance- eller økologisk certificeret.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2022 har 100 % af vores bomuld (i tekstiler og hardware) været certificeret i henhold til GOTS, OCS, Fairtrade, CmiA eller BCI.

Gælder for produkter i vores eget mærke på kampagne.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Råstoffer

Inden 2025 skal 20 % af vores bomuld (i tekstiler og hardware) være certificeret økologisk i henhold til GOTS eller OCS.

Gælder for produkter i vores eget mærke på kampagne.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2021 har 100 % af vores læder (til tekstiler, sko og elektronik) været certificeret, guld- eller sølvniveau, i henhold til Leather Working Group (LWG).

Gælder for produkter i vores eget mærke på kampagne.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Inden udgangen af 2025 skal vi bruge 20 % certificeret polyester (til tekstiler og elektronik) i henhold til rPET, GRS og RCS.

Gælder for produkter i vores eget mærke på kampagne.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2021 har 100 % af vores blomster- og planteproducenter været certificeret i henhold til GlobalG.A.P. med GRASP-tilføjelse eller tilsvarende.

Gælder for produkter i vores eget mærke i fast- og kampagnesortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Siden 2022 har mængden af tørv i vores plantekompost været reduceret, så den efter komprimering indeholder maksimalt 50 % tørv.

Hvor end det er muligt, undgår vi tørv.

Gælder for produkter i vores eget mærke på kampagne.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●



Råstoffer



3-3 Ledelsestilgang

Udfordring

Lidl tilbyder et bredt udvalg af produkter baseret på en lang række råstoffer. Disse udgør grundlaget for vores produkter og kan opdeles i landbrugsressourcer, animalske produkter, metaller og energikilder. Afhængigt af deres oprindelse samt typen af produktion og videreforarbejdning er disse råstoffer forbundet med negative miljøpåvirkninger, der varierer både med hensyn til oprindelse og alvor. Vi anser det derfor for vores ansvar at bidrage til at bevare naturressourcerne og reducere de negative påvirkninger af dyrkning, produktion og udvinding af råmaterialer på mennesker, miljø og samfund. Vores hovedfokus er at bevare økosystemer og overholde menneskerettighederne. Årsagen hertil er, at især produktionen af råstoffer er forbundet med ressourceforbrug og er ofte også forbundet med kritiske arbejdsforhold og andre menneskerettighedsaspekter.¹

Løsning

Vi fokuserer på de såkaldte kritiske råstoffer. De er resultatet af en systematisk risikoanalyse, som vi har foretaget sammen med eksperter.

Ifølge denne analyse har kritiske råstoffer ikke kun den største påvirkning på mennesker og miljø, men er også meget relevante, da kundernes efterspørgsel efter produkter, der indeholder disse råstoffer, er stor. Vi arbejder på vores indkøb af råstoffer mere gennemsnitligt inden 2025. En central del af dette arbejde er at anvende certificeringer, der sikrer standarder i vores indkøbsprocesser. Det fleste certificeringerne fremgår af emballagen og har til formål at hjælpe vores kunder med at træffe mere informerede købsbeslutninger. Læs mere om vores arbejde med certificeringer i afsnittet "Ansvarlig produkter" på side 96.

Vi bruger forskellige analyser til systematisk at fastlægge potentielle risici og heraf planlægge specifikke indsatser på baggrund af resultaterne. For fortsat at forbedre håndteringen af kritiske råstoffer strategisk har vi sat os selv specifikke mål for kritiske råstoffer, se alle disse mål i anledningen for dette afsnit.

Vi bruger internationalt anerkendte certificeringer på produkter i vores sortiment, såsom det danske økologiske mærke "Ø-mærket", EU's økologiske mærke, Bio, Fairtrade, Donau Soja,

Forest Stewardship Council (FSC), Marine Stewardship Council (MSC) og Rainforest Alliance.

For at overholde EU's skovrydningsforordning (EUDR) etablerer vi forsyningskæder, der er fri for skovrydning og konvertering, og vi er derfor særligt engagerede i pålidelige certificeringsordninger og gennemsnitlighed i vores forsyningskæder for palmeolie, kakao, kaffe og cellulose. Vi har etableret målrettede programmer og deltaget i partnerskaber samt arbejdsgrupper med forskellige interessenter. Læs mere i vores indkøbspolitik om "Råstoffer" på vores hjemmeside.² Vi har implementeret en række indkøbspolitikker, der definerer vores standarder for f.eks. indkøb af produkter af animalsk oprindelse eller frugt og grønt. I disse politikker lægger vi vægt på dyrkning og avls påvirkning på miljø. Alle vores indkøbspolitikker finder du på vores hjemmeside.²

¹IIISD. 2021. The Sustainable Use of Natural Resources: The Governance Challenge. The Sustainable Use of Natural Resources: The Governance Challenge | International Institute for Sustainable Development
²<https://om.lidl.dk/ansvarlighed/holdninger-og-handlinger>





... Råstoffer

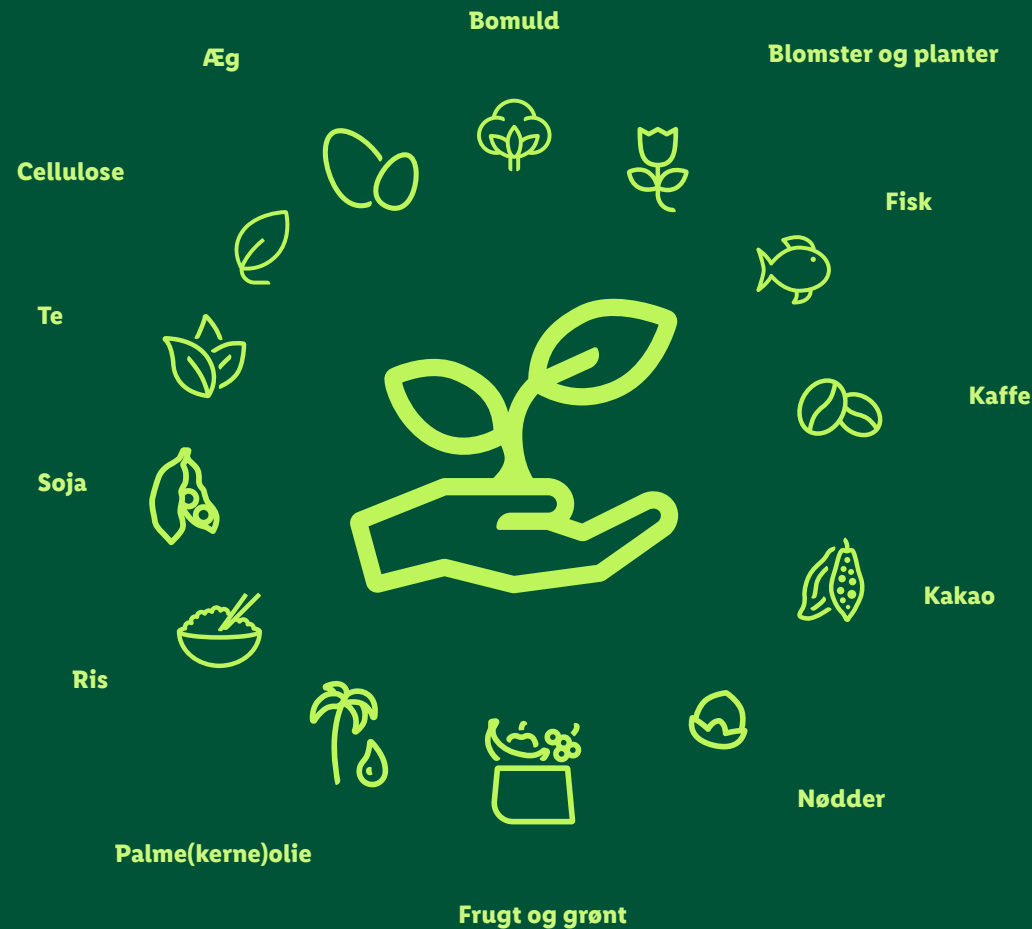
Vi har i mange år indarbejdet vores Code of Conduct i kontraktforhandlinger med det formål at forpligte vores forretningspartnere til at overholde principper og standarder. Hvis forretningspartnere og leverandører ikke samarbejder, tager vi passende foranstaltninger, som også som en sidste udvej omfatter afslutningen af forretningsforholdet. Regelmæssig udveksling med certificeringsordninger giver os mulighed for at vurdere effektiviteten af vores tiltag. Bæredygtigheds Steering Committee overvåger fremskridtene med at nå målene i hele virksomheden og foretager en årlig vurdering heraf.

Organisation

Lidl Stiftung & Co. KG er ansvarlig for emnet råstoffer inden for områderne kvalitet og ansvarlighed. Programms and Standard teamet er ansvarlige for råstoffer, biodiversitet og dyrevelfærd.



Oversigt over vores kritiske råstoffer





... Råstoffer

Status for målopfyldelse

Vi har nået næsten alle vores råstofmål bortset fra to. Vores mål om at 100 % af vores kattefoder i kategorien fisk vil være ASC eller MSC certificeret inden 2022 er i 2024 på 57,14%. Årsagen skyldes, at MCS- eller ASC-certificeret fisk i kattefoder ikke har været tilgængelig. Vi har heller ikke nået vores mål om, at 100 % af vores bomuld (i tekstiler og elektronik) skal være certificeret i henhold til GOTS, OCS, Fairtrade, CmiA eller BCI* inden udgangen af 2022. Årsagen skyldes markedsmæssige årsager. Vi arbejder fortsat på at implementere begge mål.

Modsat er vi nået længere med nogle af vores målsætninger. For eksempel nåede vi 80,68 % i 2024 for følgende mål: Inden udgangen af 2022 skal mindst 50 % af de vildtfangede fisk og skaldyr samt fisk og skaldyr fra akvakultur i vores sortiment, både fersk og frosset, være MSC- eller ASC-, økologisk-, GLOBALG.A.P.- eller BAP-certificeret. Forudsat at varer og certificering er tilgængelig.



... Råstoffer

Dialog

Vi bestræber os på løbende at øge vores medarbejderes, og især vores indkøberes, forståelse for socialt ansvar, miljø, certificeringsordninger og vores Code of Conduct. I 2024 inviterede vi derfor Fairtrade Danmark til Lidl Danmarks hovedkontor for at give vores medarbejdere en introduktion til Fairtrade-certificeringen og et dialog møde med alle vores indkøbere.

Den globale fødevarerhandel har også brug for at dele viden, indgå i partnerskaber og handling på tværs af hele forsyningskæden. Derfor samarbejder Lidl Danmark med flere aktører fra Etisk Handels Danske Alliancer for ansvarlig, skovrydningsfri import med fokus på produkter, der indeholder kritiske råstoffer, såsom palmeolie, soja, kaffe, fisk osv. I de enkelte alliancer føres der drøftelser om udviklingen og løsninger. Formålet med allianceerne er at skabe fælles handling for ansvarlige, modstandsdygtige og retfærdige forsyningskæder. Hos Lidl Danmark sikrer vi, at de mål, vi arbejder med i allianceerne, også er forenelige med vores CSR-strategi. Læs mere om dette i afsnittet "Ansvarlige produkter" på side 96.



Cirkulær økonomi

Vision 2050

Vi vil introducere en ny langsigtet vision for 2050 og nye strategiske mål for 2030 inden for det overordnede indsatsområde "Vi bevarer ressourcerne". Visionen for 2050 og de strategiske mål vil blive fulgt op af mellem- og langsigtede operationelle mål og indsatser.

Mål

Inden udgangen af 2030 vil vi genbruge, genanvende, fermentere eller kompostere 95 %* af vores affald. Certificeringen** vil blive udført af en uafhængig organisation.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ○

* Forudsat nødvendige infrastrukturelle forhold til stede i landet.

** I overensstemmelse med DINSpec 91436.

Inden udgangen af 2022 udfaser vi sort plast fra vores emballage.

Gælder egne mærker i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ●

Inden udgangen af 2025 skal 100 % af vores plastemballage være genbrugeligt. Forudsat genbrugelig emballage er tilgængelig på markedet.

Gælder egne mærker i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ○ ○

Inden udgangen af 2025 vil vi reducere forbruget af plastemballage med 30 % for produkter i vores egne mærker. Baseline 2018.

Gælder egne mærker i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ●

Inden udgangen 2025 vil vores plastemballage i gennemsnit indeholde mindst 25 % genanvendt materiale.

Gælder egne mærker i fast sortimentet.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ● ○



Cirkulær økonomi



3-3 Ledelsestilgang

Udfordring

I årtier har menneskeheden brugt flere ressourcer, end planeten er i stand til at forny naturligt. Samtidig produceres der stadig større mængder affald som følge af stigende forbrug og brug af emballagematerialer. Konsekvenserne af denne udvikling har en særlig indvirkning på miljøet. Mens produktion og forarbejdning af råstoffer forværrer klimaforandringerne, udgør den stigende mængde affald også en trussel mod biodiversiteten og vandkvaliteten. Virksomheder står derfor over for udfordringen med at bevare ressourcerne. Lidl Danmarks forretningsaktiviteter er direkte forbundet med brugen af ressourcer. Disse omfatter forskellige materialer som plast eller papir.¹

Løsning

PreZero, en del af Schwarz Group, arbejder for lukkede kredsløb gennem omfattende affalds- og genanvendelseshåndtering. Vi samarbejder med PreZero inden for forskellige områder og gennem projekter for at øge vores cirkulære økonomi og sikre lukkede kredsløb i vores brug og bortskaffelse af ressourcer, f.eks. gennem genanvendelse.

Vi bruger et effektivt ressource- og affaldshåndteringssystem for at sikre, at vi bruger ressourcerne mere ansvarligt. Vi registrerer ressourceforbruget i vores driftsprocesser for at følge målet om mere cirkulære økonomi. Effektiv adskillelse og korrekt bortskaffelse af brugte materialer muliggør genbrug eller genanvendelse af de vores ressourcer og reducere andelen af ikke-genanvendeligt affald.

I 2026 igangsættes vores projekt "Road to Zero Waste". Med hjælp fra vores affaldshåndteringssystem, på logistikcentre, butikker og administrationsbygninger, vil vi øge andelen af genbrug, genanvendelse, fermentering eller kompostering af vores affald fra nuværende 88,29 % til 95 %. Dette kombineret med implementeringen af nye optimeringsløsninger for eksisterende bortskaffelseskoncepter, bidrager med at fremme affaldsforebyggelse og affaldssortering. Vi får vores affaldshåndtering, herunder de tilhørende indsatser, revideret og certificeret af et uafhængigt revisionsfirma i overensstemmelse med DIN SPEC 91436. Med Road to Zero Waste projektet kan vi minimere vores forbrug af ikke-genanvendte ressourcer. Vi forfølger følgende mål inden 2030:

Inden udgangen af 2030 vil vi genbruge, genanvende, fermentere eller kompostere 95 %* af vores affald.

95 %

Certificeringen vil blive udført af en uafhængig organisation.**

* Forudsat nødvendige infrastrukturelle forhold til stede i landet.

** I overensstemmelse med DINSpec 91436.

¹EEA. 2021. Improving the climate impact of raw material report. Improving the climate impact of raw material sourcing | European Environment Agency's home page



... Cirkulær økonomi

Lidl Danmark deler løbende viden og samarbejder med leverandører, så vi sammen kan finde bedre måder at optimere emballagen på for at reducere både plast og affald.

Dette skaber værdi for både os og vores leverandører. Ved at optimere emballagedesignet kan vi reducere mængden af plast og affald, til det har vi udsendt en plastguide til vores leverandører. Ligesom i den forrige version af vejledningen er der også vejledninger til emballage af papir, pap, glas og metal, samt instruktioner om, hvordan man kan forbedre designet, behovet for genanvendelighed og behovet for genanvendte materialer i plastemballage.

Lidl Danmark forsøger at forhindre, at plastaffald ender i naturen. Vi gør dette ved at have tilgængelige skraldespande inde i og ude foran alle vores butikker. Siden 2015 har vi accepteret dåser og flasker uden pant i vores pantautomater. I 2023 og 2024 modtog Lidl Danmark i alt 10.549.139 dåser og flasker uden pant.

Siden 2018 har vi samarbejdet med den danske miljøorganisation Plastic Change om vores fælles mål om at reducere plastikaffald og forhindre, at plast ender i naturen. Gennem vores samarbejde med Plastic

Change har vi i 2023 og 2024 støttet World Cleanup Day, verdens største dag for affaldsindsamling i naturen. World Cleanup Day finder sted i 191 lande med 60 millioner frivillige deltagere.

I 2024 afholdt vi to affaldsarrangementer med det formål at indsamle nikotin- og tobaksprodukter, der allerede var endt som affald i naturen. Begivenhederne fandt sted i to af vores butikker i København og Aarhus under sloganet "No Judging, just a Lidl nudging".

REset Resources: Vores strategi for cirkulære økonomi for alle virksomhederne i Schwarz Group

Sammen har virksomhederne i Schwarz Group sat ambitiøse mål og videreudviklet vores REset Plastic-strategi til en holistisk cirkulær økonomistrategi kaldet REset Resources, som indtænker materialerne plast, papir, pap, karton, glas, metaller (aluminium, blik) og madaffald. REset Resources former ressourceforvaltningen inden for Schwarz Group på tværs af de fem indsatsområder REdesign, REduce, REuse, REcollect og REcycle. Yderligere oplysninger om REset Resources findes i bæredygtighedsrapporten for virksomhederne i Schwarz Group.¹

Organisation

Logistics hos Lidl Danmark er ansvarlig for flowet af genanvendelige materialer. Vandforbruget er et ansvar, der påhviler Facility Management.



¹SchwarzGroup_SustainabilityReport_FY24.pdf



... Cirkulær økonomi



Forbrug af plast og papir

301-1 Materialer brugt i vægt eller volume

301-2 Brugte materialer, der er genanvendte

Plast anvendes i bred udstrækning hos Lidl Danmark. Plast bruges hovedsageligt til vores emballage, affaldssække og strækfolie. Ud over de materialer, som Lidl Danmark selv bruger, genererer butikkerne også materialer, der stammer fra leverancer, såsom ydre fragt emballage til produkter.

”

Vi fokuserer løbende på at spare på ressourcerne, f.eks. ved at tilbyde vores kunder papirposer i stedet for plastikposer og genanvendelige "Green Bags" til frugt og grønt. I 2023 og 2024 solgte vi i alt 49.842 Green Bags.

Vi har indført elektroniske prisskilte og giver kunden mulighed for at afvise papirkvitteringer for at reducere vores papirforbrug.

Hos Lidl Danmark bruger vi også i stigende grad genanvendte materialer. Brochurer og flyers i butikkerne er allerede delvist fremstillet af genavendt papir, ligesom brødposer og printerpapir. Vi arbejder hele tiden på at hæve mængden af de genavendte materialer, vi bruger.

Brugen af plast og papir steg fra 2023 til 2024. Årsagen til dette er, at vi i Danmark i regnskabsåret 2023 åbnede 12 nye butikker og i 2024 åbnede 12 nye butikker.



Forbrug af plast og papir i tons	2023	2024
Papir	2.166	2.484
Heraf genanvendt materiale, papir	2.166	2.484
Plast	3.969	4.345
Samlet	6.302	6.997

... Cirkulær økonomi



Genanvendte produkter og materialer

301-3 Genanvendte produkter og deres emballagematerialer

I 2023 og 2024 solgte Lidl Danmark Too Good To Go Lykkeposer i alle butikker for at forhindre, at spiselige fødevarer endte som affald. Vores kunder har reddet mere end 1 million Too Good To Go-posere siden starten af vores samarbejde med Too Good To Go. Læs mere om vores samarbejde med Too Good To Go i afsnittet "Madspild" på side 70.



Lidl Danmark donerer varer, der stadig er spiselige, men ikke længere egnet til salg, til Blå Kors som er en sociale nonprofitorganisation. Siden 2017 har donationen af overskydende mad fundet sted i samarbejde med Blå Kors til påske, pinse og jul. Overskydende mad bliver doneret til mennesker som står i sårbare livssituationer. Blå Kors henter mad fra vores butikker afhængigt af deres behov.

For at øge cirkulariteten sælger vi hos Lidl Danmark pap, folie, jern, tekstiler og non food-produkter til forskellige serviceudbydere. Non food- og tekstil-produkter, som vi ikke har kunnet sælge i vores butikker i Danmark, sendes til vores GreenCycle-facilitet i Tjekket og sælges herfra til en serviceudbyder, der videresælger produkterne. I Lidl Danmark sælger vi også vores ødelagte elektroniske lagerbeholdning til en serviceudbyder, der genanvender komponenterne.





... Cirkulær økonomi



Affaldsproduktion og affaldsrelaterede påvirkninger

306-1 Affaldsgenerering og væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger

306-2 Håndtering af væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger

306-3 Genereret affald

306-4 Affald, der ikke bortskaffes

Stigningen i forbruget og den dermed forbundne anvendelse af emballagemateriale medfører, at der produceres stadig større mængder affald i miljøet. Dette gælder især for engangsemballage. Dette omfatter ikke kun synligt affald, men også mikroplast, som findes i mange produkter eller dannes ved granulering af plastmateriale. I lyset af de dermed forbundne miljøpåvirkninger står virksomhederne derfor over for udfordringen med at reducere virkningernes affald.

Det affald, som Lidl Danmark genererer, bortskaffes i overensstemmelse med nationale regler i Danmark. Vi samarbejder med vores leverandører om at reducere mængden af engangsemballage og emballageaffald. Vi gør vores kunder opmærksomme på ansvarlig håndtering af affald, f.eks. ved at tilføje

oplysninger om, hvordan emballagematerialer skal sorteres, på en lang række af vores produkter.

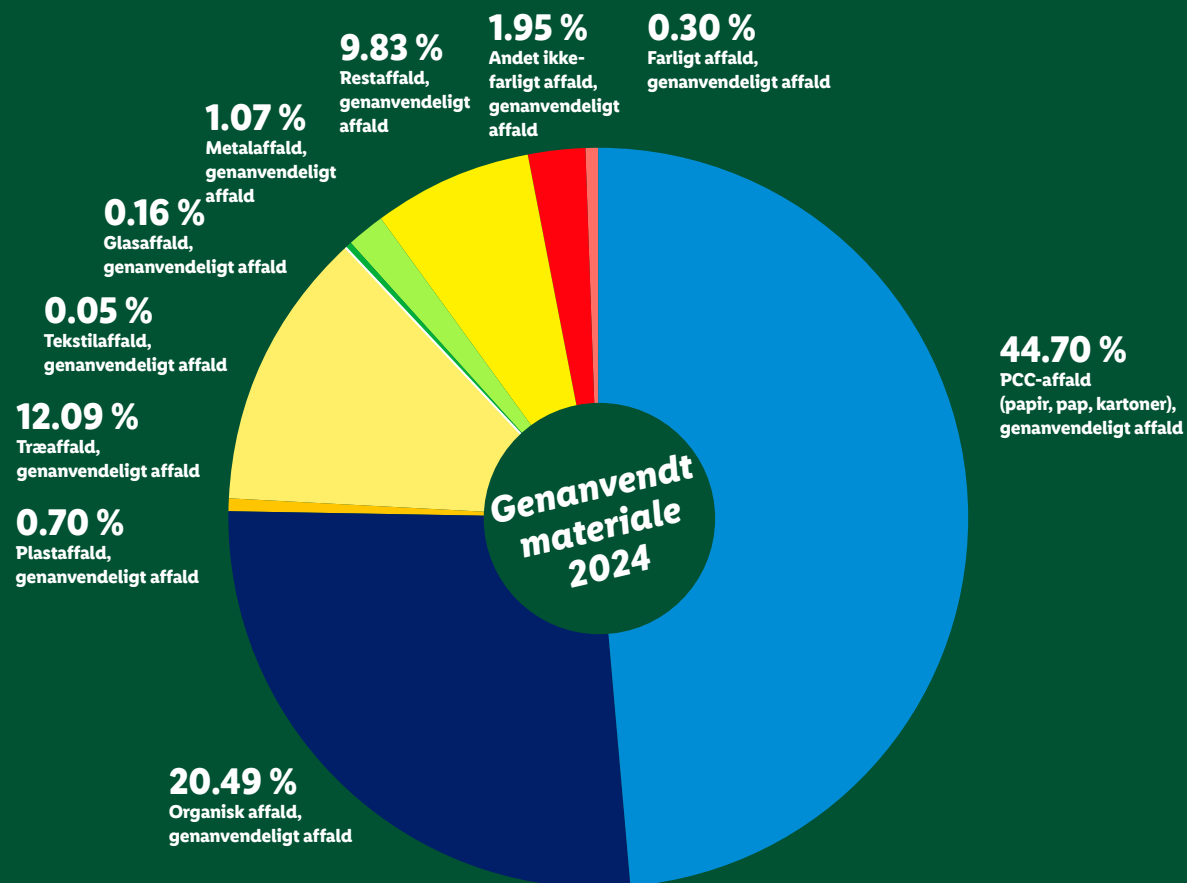
Anvendelsen af ressourcer er direkte relateret til Lidl Danmarks forretningsaktiviteter. Vi bruger et ressource- og affaldshåndteringssystem til at sikre, at vi bruger ressourcerne på en bedre måde. Vi sporer ressourcestrømmene i vores driftsprocesser for at øge cirkulariteten i vores ressource- og affaldshåndtering. Vi sorterer og bortskaffer materialerne korrekt, hvilket muliggør genbrug eller genanvendelse af de anvendte ressourcer og reducerer andelen af ikke-genanvendeligt affald.



Mængden af materiale genereret	2023	2024
Mængde i tons (andel af det pågældende materiale i den samlede materialemængde)		
PCC-affald (papir, pap, kartoner)	9.677	10.511
Genanvendt %	48,63 %	44,70 %
Organisk affald	5.306	4.819
Genanvendt %	26,67 %	20,49 %
Plastaffald	144	166
Genanvendt %	0,73 %	0,70 %
Træaffald	2.417	2.845
Genanvendt %	12,14 %	12,10 %
Tekstilaffald	21	11
Genanvendt %	0,10 %	0,05 %
Glasaffald	48	37
Genanvendt %	0,24 %	0,16 %
Metalaffald	315	252
Genanvendt %	1,58 %	1,07 %
Andet ikke-farligt affald	498	459
Genanvendt %	2,50 %	1,95 %
Farligt affald	57	70
Genanvendt %	0,29 %	0,30 %
Restaffald	1.414	2.312
Genanvendt %	7,10 %	9,83 %
Samlet	19.896	23.515

Uanset, hvor meget vi arbejder med vores processer er det ikke muligt helt at undgå, at der genereres affald (f.eks. papkasser, strækfilm, træ osv.) som overføres til forskellige genbrugs-kanaler. Den samlede mængde affald steg fra 2023 til 2024 fra 19.896 ton til 23.515 ton. Årsagen hertil var åbningen af i alt 24 nye butikker i Danmark i de rapporterede år. Der er et fald i den genanvendelige procentdel på tværs af forskellige kategorier af materiale. Det største fald ses i organisk affald på grund af udfordringer med kvaliteten af vores affalds-sortering i begyndelsen af regnskabsåret 2024, hvorfor en del af vores organiske affald blev omkategoriseret som restaffald.

Af de i alt 23.515 tons materialer, var vi i stand til at genbruge, genanvende, fermentere eller kompostere 88,29 % af vores samlede affald. I 2026 igangsætter vi projektet "Road to Zero Waste", der har til formål at genbruge, genanvende, fermentere eller kompostere 95 % af vores affald.



Mængder i tons

● PCC-affald (papir, pap, kartoner) 10.511	● Tekstilaffald 11	● Andet ikke-farligt affald, genanvendeligt affald 459
● Organisk affald 4.819	● Glasaffald 37	● Farligt affald, genanvendeligt affald 70
● Plastaffald 166	● Metalaffald 252	
● Træaffald 2.845	● Restaffald 2.312	

Madspild

Vision 2050

Vi vil introducere en ny langsigtet vision for 2050 og nye strategiske mål for 2030 inden for det overordnede indsatsområde "Vi bevarer ressourcerne". Visionen for 2050 og de strategiske mål vil blive fulgt op af mellem- og langsigtede operationelle mål og indsatser.

Mål

Inden udgangen af 2030 vil vi reducere vores madspild med 50 %. Sammenlignet med baseline 2018.

Grad af målopfyldelse: ● ● ○ ○ ○



Madspild



3-3 Ledelsestilgang

Udfordring

Milliarder af tons spiselige fødevarer kasseres hvert år. Disse store mængder spildt mad betyder, at værdifulde ressourcer som vand og jord bruges unødigt, og at produktion og transport forårsager unødvendige GHG-emissioner, der skader klimaet. Madspild medfører også unødvendige omkostninger for virksomheder og forbrugere.

Miljøstyrelsen har kortlagt mængden af madspild på tværs af sektorer. Undersøgelserne viser, at det samlede madspild i Danmark udgør ca. 873.014 tons om året. Det anslås, at fødevarerindustrien står for 457.172 tons. Husholdningerne står sig for den næststørste andel af madspild med omkring 235.000 ton mad, der ender som affald i private hjem. Det anslås, at 103.906 tons af det årlige madaffald stammer fra detailhandlen, mens primærproduktionen står sig for anslået 42.984 tons og hotel- og restaurationsbranchen for 42.000 tons af det samlede madaffald.¹

Løsning

Madaffald opstår i hele forsyningskæden: i produktionen, under forarbejdning og transport, i

detailhandlen og hos forbrugerne. I detailhandlen sker det, fordi letfordærlige fødevarer sorteres og fjernes efter butikkernes lukketid, eller fordi produkternes holdbarhedsdato er udløbet. Madspild kan også opstå, hvis forbrugerne ikke forstår forskellen mellem sidste anvendelsesdato og bedst før-dato, hvilket resulterer i, at mad, der stadig er spiselig, ender i skraldespanden.

”

At tilbyde friske fødevarer af højeste kvalitet er en af Lidl Danmarks højeste prioriteter. For at reducere madspild, har Lidl sat sig som mål, at vi inden udgangen af 2030 vil reducere vores madspild med 50 % i forhold til baseline 2018.

For at reducere vores madspild bruger Lidl Danmark et efterspørgselsbaseret planlægningssystem til at styre antallet af varer leveret til hver enkelt butik, effektive lagerstyringsmetoder, en effektiv værdikæde med korte transportruter, daglige

leverancer af frugt og grønt, overholdelse af kølekæden fra start til slut og lagerovervågning. Lidl Danmark kontrollerer løbende fødevarernes friskhed og holdbarhed i butikkerne. Ved hjælp af prisnedsættelser forsøger vi at fremme salget af fødevarer, der nærmer sig deres bedst før- eller sidste anvendelsesdato, for at undgå madspild. 30 minutter før lukketid nedsættes prisen på vores bake-off med 50 %. Samtidig ønsker vi også at øge forbrugernes bevidsthed om madspild med det formål at reducere madspild i private hjem. I Lidl Danmark har vi i rapporteringsperioden gennemført forskellige kampagner for at øge forbrugernes bevidsthed om madspild. I Lidl Danmark benytter vi også Too Good To Go Lykkeposer i butikkerne og donation af mad til Blå Kors for at reducere madspild. I de tilfælde, hvor madspild ikke kan undgås, har vi indført affaldshåndteringsindsatser i alle vores butikker og på lager for at anvende spildt mad til biogas.

Lidl Danmarks madspildsintensitet i vores baseline år 2018 lå på 2,28 % af vores samlede salg. I 2024 reducerede vi madspildsintensiteten til 1,84 % af det samlede salg ved at implementere ovenstående reduktionsindsatser.

¹Fødevarerstyrelsen. 2023. Madspild i tal. <https://foedevarestyrelsen.dk/kost-og-foedevare/start-og-drift-af-foedevarevirksomhed/hygijne-og-indretning/madspild-i-foedevarevirksomheder/madspild-i-tal>



... Madspild

Vi beregner vores madspildsintensitet ved at dividere vores madspild i tons med solgte fødevarer i tons + madspild i tons + fødevarer til redistribution, dyrefoder og industriel brug i tons. I de kommende år vil vi gennem vores internationale partnerskab med WWF udvikle reduktionsstrategier og -indsatser for at reducere vores madspild yderligere og nå vores mål om 50 % reduktion af madspild. Læs mere om partnerskabet med WWF på side 28.

Organisation

Sale/Logistics er i samarbejde med Purchasing ansvarlig for madspild.

Partnerskaber

Lidl Danmark har en løbende dialog med eksterne stakeholders, der har adgang til og faglig viden inden for madspildsområdet. Vi samarbejder også med andre Lidl-lande for at udveksle viden og erfaringer i vores arbejde med at reducere madspild både internt i organisationen og langs leddene i fødevareværdikæden, som vi ikke har direkte indflydelse på.





... Madspild

Too Good To Go

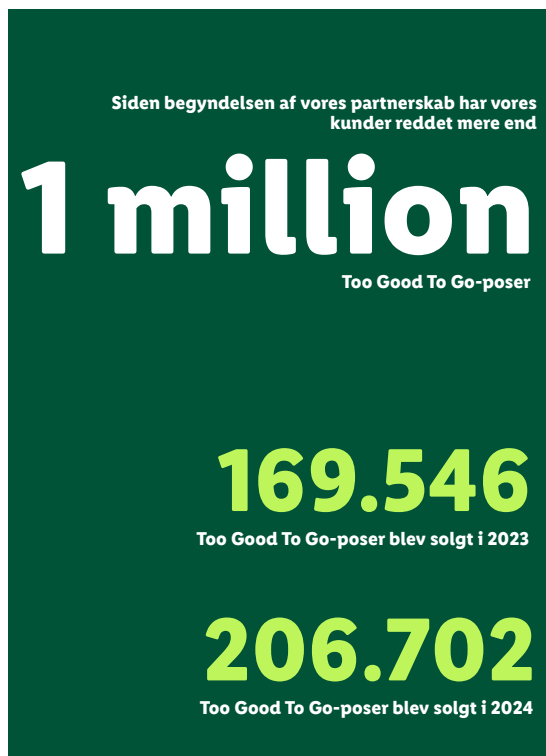
Siden 2019 har Lidl Danmark samarbejdet med Too Good To Go om flere initiativer til bekæmpelse af madspild. Sammen har vi lanceret forskellige kampagner, der har til formål at øge forbrugernes bevidsthed om madspild og give tips og tricks til, hvordan forbrugerne kan reducere madspild i hjemmet. I 2023 og 2024 gennemførte vi en influencerkampagne under navnet "Hver Bid Tæller", der fokuserede på at inspirere til gode ideer til madpakker til børn for at forhindre, at uappetitlig mad bliver smidt ud.

I 2023 og 2024 udviklede vi i samarbejde med Too Good To Go og Madkulturen undervisningsmateriale til skoler. Undervisningsmaterialet havde til formål at øge børns bevidsthed om det mad, der ofte ender som madspild, og hvordan man kan tilberede den til lækre måltider, og dermed fremme en tidlig bevidsthed om, hvordan man kan undgå madspild. Materialerne var en del af kampagnen "Smag på Overskuddet".

På udvalgte produkter i eget mærke har vi Too Good To Gos "Se, Duft, Smag"-mærke på vores emballage. Denne mærkning opfordrer kunderne til at bruge deres sanser til at vurdere, om fødevarer stadig er gode at spise, selv efter "bedst-før"-datoen.

I alle vores butikker har vi tilbudt Too Good To Go Lykkeposer, der indeholdt varer, der er tæt på deres udløbsdato eller bedst før-dato. Dette hjalp os med at reducere madspild i butikken. Siden starten af vores partnerskab har vores kunder reddet mere end 1 million Too Good To Go Lykkeposer.

Lidl Danmark lancerer egen Madspildspose i alle butikker i løbet af 2025. Denne nye madspildspose er baseret på et internationalt Lidl-koncept, der har til formål at tilbyde vores kunder endnu flere fødevarer, der er let beskadigede eller misfarvede, har overskredet "bedst før"-dato eller som snart vil overskride "sidste anvendelsesdato", men som ikke desto mindre er spiselige. Lidl's madspildsposer giver vores kunder mulighed for at købe frugt og grøntsager samt bake-off, der ikke fuldt ud lever op til vores kvalitetsstandarder, men som stadig er egnet til spiselige fødevarer, til en fast, lav pris.





... Madspild

Blå Kors

Lidl Danmark donerer varer, der stadig er spiselige, men ikke længere egnet til salg, til nonprofit organisationer Blå Kors, der videregiver maden til mennesker der er i en udsat livssituation. Vi donerer overskydende mad til påske, pinse og jul. Lidl Danmark har samarbejdet med Blå Kors Danmark siden 2017 i denne henseende. Sammen har vi gennem årene doneret overskydende mad til mange sårbare personer og familier, der har haft gavn af donationerne.

”

"Siden 2017 har Lidl Danmark været en værdsat partner for Blå Kors Danmark. Donationen af overskydende mad er en vigtig del af vores samarbejde, men vores partnerskab går langt videre end det. Sammen er vi stærkt engagerede i at bringe glæde og en følelse af fællesskab til børn og familier i sårbare situationer. For os er det virkelig vigtigt at stå sammen med Lidl om at gøre en meningsfuld forskel – både socialt og bæredygtigt", siger Thomas Røddik, Kommunikationschef i Blå Kors Danmark.



Medarbejder og menneske- rettigheder

Forpligtelser

Vi engagerer os i at træffe indsatser for at afbøde de (negative) virkninger af vores egne forretningsaktiviteter i relation til menneskerettigheder.

Vi gennemgår løbende de potentielle og faktiske risici i produktionen af vores produkter ved hjælp af:

- Udføre risikovurderinger
- Udføre tre årlige menneskerettighedsvurderinger (HRIA) i højrisikoforsyningskæder
- Øget gennemsigtighed i vores værdikæder



Medarbejdere og menneskerettigheder



3-3 Ledelsestilgang

Udfordring

Virksomheder har pligt til at sikre beskyttelsen af mennesker på arbejdspladsen. Dette omfatter beskyttelse af deres medarbejders grundlæggende rettigheder. Ud over de lovmæssige krav er virksomhederne ansvarlige for at skabe arbejdsforhold, der fremmer et respektfuldt og ansvarligt arbejdsmiljø. Et stigende antal mennesker ønsker at skabe en bedre balance mellem familie, fritid og arbejde. Gennem passende initiativer kan virksomheder bidrage til at fremme deres medarbejders fysiske og mentale velbefindende og til at tilpasse arbejdet bedre til medarbejdernes individuelle behov og forskellige livsfaser.

Som international fødevareforhandler har Lidl stor indflydelse på at fremme respekten for menneskerettigheder blandt sine direkte forretningspartnere og i hele vores forsyningskæde. Vi arbejder aktivt for at styrke menneskerettighederne og skabe forbedringer i hele branchen.

Løsning

Som arbejdsgiver i fødevarebranchen i Danmark ønsker vi at give vores medarbejdere et sikkert og

attraktivt arbejdsmiljø. Hos Lidl Danmark danner respekt for og beskyttelse af medarbejdernes rettigheder grundlaget for et tillidsforhold. Det ligger til grund for alle vores aktiviteter og er derfor også fast forankret i vores virksomhedsprincipper, politikker og procedurer.

Human Resources er ansvarlig for at sikre overholdelse af gældende lovkrav og for at sikre strukturel overholdelse. For at sikre overholdelse af alle vores forretningsprocesser i relation til vores medarbejdere bruger Human Resources CMS-programmet "HR Compliance", som er et centralt element i Lidls Compliance Management System (CMS). Overholdelse af gældende lovgivning og interne retningslinjer danner grundlag for og påvirker vores handlinger. Læs mere om vores CMS i afsnittet om "Compliance Management System som fundament" på side 18. Som nævnt i afsnittet om "Vores politikker og principper" på side 16 har vi et Code of Conduct. Vi vurderer løbende vores praksis og procedurer inden for Medarbejdere og menneskerettigheder og evaluerer dem for at sikre, at de svarer til internationale standarder og nationale regler.

Lidl Danmark afviser enhver form for overtrædelse af menneskerettigheder og arbejdsrettigheder. Vi lægger stor vægt på at sikre, at vores forretningspartnere også respekterer menneskerettigheder samt sociale og miljømæssige standarder, tager hånd om og sikrer overholdelse af disse i deres leverandørkæder. Derfor har vi i mange år haft integreret vores Code of Conduct i kontraktforhandlinger med det formål at forpligte vores forretningspartnere til at overholde disse principper og standarder.

Organisation

Human Resources hos Lidl Danmark er ansvarlig for emnerne medarbejdere og menneskerettigheder, balance mellem arbejde og privatliv samt implementering af alle tilknyttede indsatser under hensyntagen til landespecifikke krav og love. Med henblik på forsyningskæden styrer CSR Purchasing dette emne. Purchasing er ansvarlig for implementeringen, og afdelingen deler regelmæssigt viden på tværs af landegrænser. Eksterne eksperter rådgiver og støtter Lidl i bestræbelserne på at fastlægge indsatser og mål for implementering af virksomhedens due diligence.

... Medarbejdere og menneskerettigheder

Vores medarbejdere

Lidl Danmark ønsker at hjælpe sine medarbejdere med at opnå en bedre balance mellem arbejde og privatliv. Vi udvikler og introducerer løbende forskellige muligheder for at gøre dette lettere. For at forene arbejde- og familieforpligtelser har Lidl Danmark indrettet et børnevenligt kontor på hovedkontoret i Aarhus. Medarbejderne har mulighed for at tage deres børn med på arbejde. Rummet er indrettet efter børnenes og forældrenes behov, f.eks. med legekroge og møbler i børnehøjde, så børnene kan være aktive, mens far eller mor arbejder. Lidl Danmark fremmer fleksible arbejdsforhold for at tage hensyn til vores medarbejders individuelle behov, hvis arbejdet kan udføres effektivt på en anden lokation.

Medarbejdernes sundhed og trivsel

Vi støtter vores medarbejders sundhed og udvikling gennem målrettede initiativer. Disse omfatter gratis influenzavaccinationer, muligheder for at ansøge om interne kvalifikationer og uddannelse samt deltagelse i det årlige DHL Run, der kombinerer fysisk aktivitet med teambuilding og socialt engagement.



... Medarbejdere og menneskerettigheder

Sammen på arbejdsmarkedet

Som en del af samarbejdet med KLAPjob ønsker Lidl Danmark at lette adgangen til arbejdsmarkedet for mennesker med kognitive funktionsnedsættelser, såsom autisme, ADHD, indlæringsvanskeligheder eller noget helt fjerde. Initiativet støtter disse mennesker i at finde fast beskæftigelse. Partnerskabet giver medarbejderne mulighed for at bidrage med deres kompetencer i et inkluderende miljø, samtidig med at der tages hensyn til individuelle støttebehov. Samarbejdet er en del af Lidl Danmarks indsats for inklusion på arbejdspladsen, med særligt fokus på individuelle evner og et sikkert arbejdsmiljø.

Midlertidige ansættelsesforhold

Lidl Danmark beskæftiger i gennemsnit ca. 31,9 % af sin samlede arbejdsstyrke på midlertidige ansættelsesaftaler. Dette gør det muligt for os at dække midlertidige perioder med spidsbelastning og reagere effektivt på kortvarige situationer. Vikarer behandles på lige fod med vores fastansatte medarbejdere. For at sikre overholdelse af lovgivningen sikrer vi også, at vikarbureauer konsekvent overholder kravene i arbejds- og ansættelseslovgivningen inden for rammerne af vores CMS-program "HR Compliance".

Alle medarbejdere hos Lidl Danmark har, uanset hvilket arbejde de udfører, adgang til en medarbejderkonsulent. Medarbejderkonsulenten er en uafhængig samtalepartner, som medarbejderne kan henvende sig til og bede om støtte, hvis de har bekymringer eller befinder sig i en vanskelig situation, der påvirker arbejdssituationen og/eller trivsel på arbejdspladsen. Medarbejderkonsulenten kan fungere som konfliktmægler eller deltage i forhandlinger som rådgiver, hvis en medarbejder ønsker det.



Medarbejdere efter ansættelsestype hos Lidl Danmark

- 2-7 Medarbejdere
- 2-8 Medarbejdere, der ikke er ansatte
- 407-1 Virksomheder og leverandører, hvor retten til foreningsfrihed og kollektive forhandlinger kan være i fare
- 2-30 Kollektive overenskomster

Lidl Danmark beskæftiger personer, der ikke er direkte ansat hos Lidl Danmark og derfor ikke er medtaget i medarbejderstatistikken. Dette omfatter blandt andet arbejdere i midlertidige ansættelsesforhold/vikarer. Disse arbejdere hjælper os med at dække midlertidige spidsbelastningsperioder og til effektivt at reagere på kortvarige situationer. Vi er i øjeblikket ved at udvikle en ensartet beregningsmetode, der skal gøre det muligt at rapportere dette tal.

Som angivet i vores virksomhedsprincipper skal vikarer behandles på lige fod med fastansatte medarbejdere. For at sikre overholdelse af lovgivningen sikrer vi også, at vikarbureauer konsekvent overholder kravene i arbejds- og ansættelseslovgivningen inden for rammerne af vores CMS-program "HR Compliance". Derudover forpligter vi os til at betale vikarer en rimelig løn.

I regnskabsåret 2024 havde Lidl Danmark 4.153 medarbejdere

	2023	2024
Fuldtidsansatte	1.349	1.272
Deltidsansatte	2.680	2.881
Fastansatte	3.059	2.825
heraf kvinder	1.375	1.236
Vikarer	970	1.328
heraf kvinder	468	645
Ledelse	337	321
heraf kvinder	95	91
Andel af ledelsen, der er kvinder	28,19 %	28,35 %
Andel af ledelsen, der er mænd	71,81 %	71,65 %

Vores butikker, administrationskontorer og lagre er beliggende i Danmark. Lovmæssige krav i Danmark danner grundlaget for at garantere retten til foreningsfrihed og kollektive forhandlinger og for at sikre beskyttelsen af menneskerettighederne på vores arbejdspladser.

Vi har indgået overenskomster for henholdsvis butiksmedarbejdere (Den nationale overenskomst for butikker), kontorassistenter (Overenskomst for funktionærer inden for handel, viden og service) og lagermedarbejdere (Den fælles overenskomst). Vores medarbejderes rettigheder er beskyttet af kollektive aftaler og/eller overenskomster. Overenskomstaftaler indgås af både arbejdsgiver- og arbejdstagerrepræsentanter. I 2023 var 3.486 medarbejdere svarende til 86,5 % omfattet af en kollektiv overenskomst, mens dette tal i 2024 var 3.631 svarende til 87,4 %.

Beskyttelse af menneskerettigheder i vores forsyningskæde



408-1 Drift og leverandører med betydelig risiko for tilfælde af børnearbejde

409-1 Virksomheder og leverandører med betydelig risiko for tilfælde af tvangsarbejde

Code of Conduct

I 2024 blev Code of Conduct for forretningspartnere opdateret. Virksomhederne i Schwarz Group forventer, at vores leverandører og forretningspartnere overholder lovgivningen, især med hensyn til menneskerettigheder og miljøstandarder. Code of Conduct for forretningspartnere beskriver virksomhederne i Schwarz Groups grundlæggende principper for samarbejde med leverandører og forretningspartnere. Code of Conduct indeholder klare regler om emner som børnearbejde og tvangsarbejde, løn og arbejdstid, sundhed og sikkerhed på arbejdspladsen, retfærdig behandling og antidiskrimination, som alle er baseret på relevante internationale standarder. Derudover formulerer vi også specifikke forventninger til vores forretningspartnere og forpligter os til at træffe indsatser, der styrker og overholder Den Internationale Arbejdsorganisations (ILO) centrale arbejdsstandarder.¹ Vi følger også FN's vejledende principper for erhvervslivet og menneskerettigheder (UNGPs). Vi forventer, at vores leverandører garanterer fair

løn og sikkerhed på arbejdspladsen og forhindrer korruption og hvidvaskning af penge. Dette omfatter blandt andet organisering af et whistleblowersystem på arbejdsstedet og videregivelse af standarderne til underleverandører. I tilfælde af overtrædelse af disse standarder forventer vi en vilje til at samarbejde. Vi stiller også en træningsvideo om Code of Conducts indhold til rådighed for vores forretningspartnere. Samtidig anerkender vi, at mange af vores forretningspartnere har investeret tid og kræfter i at udvikle deres egen Code of Conduct.

Ud over de principper og standarder, der er fastsat i Code of Conduct for forretningspartnere, har vi defineret mere omfattende risikobaserede krav til vores leverandører i vores politikker for indkøb af varer af egne mærker.

I tilfælde af øgede menneskerettigheds- og miljømæssige risici for visse produktgrupper kan vi også definere specifikke forventninger til indirekte leverandører. For at kunne identificere risici bedre gennemfører

vi regelmæssige og ad hoc-risikoanalyser. For os er disse et centralt element i opfyldelsen af vores forpligtelser vedrørende menneskerettigheder og miljømæssig due diligence i vores forsyningskæde. Vi betragter identifikationen og analysen af tilsvarende risici som en løbende opgave og som et centralt udgangspunkt for udformningen af vores risikobaserede tilgang. Hvis vi identificerer risici som led i en sådan analyse, træffer vi passende forebyggende indsatser, som vi forankrer i vores eget forretningsområde eller over for direkte leverandører. Disse skal vælges på en sådan måde, at de på passende vis imødegår potentielle negative indvirkninger på menneskerettighederne og miljøet og dermed bidrager til at undgå eller reducere disse.

Da vi ved, at risikoen for menneskerettighedskrænkelser i stigende grad forekommer i de dybere led af forsyningskæden, samarbejder vi ikke kun med vores direkte forretningspartnere, men også med deres upsteam leverandører i en række projekter.

¹International Labour Organization. 2025. International Labour Standards International Labor Standards | International Labor Organization

... Sikring af menneskerettigheder i vores forsyningskæde

Vi arbejder systematisk på at reducere forskellen mellem den faktiske indtjening og en løn, der sikrer et reelt eksistensgrundlag (Living Wage/Income) i vores globale forsyningskæder. Dette sker gennem målrettede projekter og strategiske partnerskaber.

På tekstilområdet samarbejder vi med ACT-initiativet (Action, Collaboration, Transformation) om at fremme kollektive overenskomster som et middel til at sikre tekstilarbejdere en fair løn. Sideløbende støtter vi gennem initiativerne Way To Go og Cotton made in Africa småbønder muligheden for at opnå en indkomst, der dækker deres leveomkostninger og sikrer en rimelig levestandard. Læs mere om vores projekter i rapporten om menneskerettigheder i vores forsyningskæde.¹



**Tænk på
i morgen
allerede i dag**

¹<https://om.lidl.dk/ansvarlighed/holdninger-og-handlinger>

Vurderinger af indvirkningen på menneskerettighederne



414-2 Negative sociale konsekvenser i forsyningskæden og iværksatte tiltag

Risici vedrørende menneskerettighedskrænkelser forekommer primært i de lavere led af forsyningskæden, og derfor samarbejder vi ikke kun med vores direkte forretningspartnere, men også med deres upsteam-leverandører om en række projekter, der skal forbedre arbejdsforholdene i de lavere led af forsyningskæden.

Ved at gennemføre regelmæssige og ad hoc-risikoanalyser, kontrollerer Lidl løbende, om menneskerettighederne er blevet brudt i forbindelse med fremstillingen af vores produkter. Dette sker i form af menneskerettighedsvurderinger (HRIA) for højrisiko forsyningskæder for varer. Vi planlægger at gennemføre tre HRIA'er om året fra og med 2025. På denne måde øger vi gennemsigtigheden i vores forsyningskæder ved at udvide interne systemer til registrering af leverandørdata og gennem samarbejde med eksterne stakeholders. I 2020 var Lidl den første tyske detailhandler, der gennemførte HRIA'er. Der er gennemført i alt seks HRIA'er i højrisikoforsyningskæder for te, bær, bananer, tomater på dåse, vin og rejer.



... Sikring af menneskerettigheder i vores forsyningskæde

På baggrund af anbefalingerne fra HRIA-processen udarbejdes en handlingsplan med tidsbestemte indsatser og mål. I 2023 blev der offentliggjort en statusrapport om menneskerettigheder i vores forsyningskæde. Find rapporten på vores hjemmeside.¹

Hvis der, trods de trufne foranstaltninger, forekommer en overtrædelse af reglerne, eller der findes en tilsvarende risiko, giver vi både medarbejdere og eksterne parter mulighed for at indsende oplysninger til os via vores whistleblowersystem BKMS.²

Vi arbejder tæt sammen med vores leverandører og eksterne stakeholders for at udvikle og understøtte adgangen til effektive klagemekanismer i vores virksomhed og i globale forsyningskæder. Dette kan være særligt udfordrende for komplekse forsyningskæder og for små landbrugsstrukturer på producentniveau. Ikke desto mindre er det vores mål at give så mange af de personer, der er involveret i produktionen af varer til Lidl, som muligt chancen for at kontakte Lidl i tilfælde af overtrædelser.

For at forbedre effektiviteten af vores klagemekanismer analyserer vi dem på baggrund af UNGP-principperne, lovkrav og nøgletal såsom antallet af

modtagne klager. Vi bruger disse resultater til aktivt at tilpasse de mekanismer, der ligger inden for vores indflydelsesområde, for at øge deres effektivitet. Klagemekanismer skal være legitime, frit tilgængelige, lovmæssige, gennemsigtige og forståelige.

Alle klager undersøges nøje, hvorefter vi systematisk vurderer behovet for ekstra tiltag og tilpasning af retningslinjer for at forebygge fremtidige brud på rettigheder.

Oversigt over risikoanalyse 2024

Risikovurderingen på råvare-niveau, som Lidl gennemførte i 2024, analyserede risiciene for menneskerettighederne for et stort antal forskellige råstoffer i vores forsyningskæde. Risiciene omfatter områder som børnearbejde og tvangsarbejde. De vigtigste højrisiko-råstoffer samt de tilknyttede risici og oprindelseslande er angivet i tabellen på næste side.

Koder:

- 01 Børnearbejde
- 02 Tvangsarbejde
- 03 Fair løn
- 04 Arealanvendelse og skovrydning
- 05 Arbejdstagers rettigheder
- 06 Diskrimination
- 07 Foreningsfrihed



¹<https://om.lidl.dk/ansvarlighed/holdninger-og-handlinger>

²<https://www.bkms-system.net/bkwebanon/report/clientInfo?cin=12ldl12&c=-1&language=eng>

Risikoanalyse 2024

Tropiske frugter



- 01 – Indien, Brasilien, Tyrkiet
- 02 – Indien, Brasilien, Tyrkiet
- 03 – Indien, Brasilien, Tyrkiet
- 04 – Indien, Ecuador
- 05 – Indien, Ecuador, Colombia
- 06 – Indien, Ecuador, Colombia
- 07 – Indien, Ecuador, Colombia

Bomuld



- 01 – Indien, Kina, Pakistan
- 02 – Indien, Kina, Pakistan
- 03 – Indien, Kina, Pakistan
- 04 – Indien
- 05 – Indien, Kina, Pakistan
- 06 – Indien, Pakistan, Tyrkiet
- 07 – Indien, Kina, Pakistan

Ris



- 01 – Kina, Cambodja, Indonesien
- 02 – Kina, Cambodja, Indonesien
- 03 – Kina, Cambodja, Indonesien
- 04 – Cambodja, Indonesien
- 05 – Kina, Cambodja, Indonesien
- 06 – Cambodja, Indonesien
- 07 – Kina, Cambodja, Indonesien

Nødder



- 01 – Vietnam, Nigeria, Indien, Kina, Elfenbenskysten, Tyrkiet, Argentina
- 02 – Vietnam, Nigeria, Indien, Kina, Elfenbenskysten, Tyrkiet, Argentina
- 03 – Argentina, Vietnam, Kina
- 04 – Indien, Burundi, Indonesien
- 05 – Argentina, Vietnam, Kina
- 06 – Indien, Nigeria, Tyrkiet
- 07 – Kina, Indien, Nigeria

Krydderier



- 01 – Indien, Tyrkiet
- 02 – Indien, Tyrkiet, Polen
- 03 – Indien, Tyrkiet
- 04 – Indien
- 05 – Indien, Tyrkiet
- 06 – Indien, Tyrkiet
- 07 – Indien, Tyrkiet

Kakao



- 01 – Elfenbenskysten, Ghana, Nigeria
- 02 – Elfenbenskysten, Ghana, Nigeria
- 03 – Elfenbenskysten, Ghana, Nigeria
- 04 – Indien, Cameroun
- 05 – Elfenbenskysten, Ghana, Nigeria
- 06 – Ghana, Nigeria
- 07 – Indien, Ecuador

Blomster og planter



- 01 – Etiopien, Kenya, Tyrkiet
- 02 – Etiopien, Kenya, Tyrkiet
- 03 – Etiopien, Kenya, Tyrkiet
- 04 – Costa Rica
- 05 – Etiopien, Kenya, Tyrkiet
- 06 – Tyrkiet
- 07 – Tyrkiet

Palmeolie



- 01 – Indonesien, Malaysia, Papua Ny Guinea
- 02 – Indonesien, Malaysia, Papua Ny Guinea
- 03 – Indonesien, Malaysia, Papua Ny Guinea
- 04 – Indonesien, Papua Ny Guinea
- 05 – Indonesien, Malaysia, Papua Ny Guinea
- 06 – Indonesien
- 07 – Indonesien, Malaysia, Papua Ny Guinea

Kaffe



- 01 – Brasilien, Vietnam, Honduras
- 02 – Brasilien, Vietnam, Honduras
- 03 – Brasilien, Vietnam, Honduras
- 04 – Columbia
- 05 – Brasilien, Vietnam, Honduras
- 06 – Etiopien
- 07 – Brasilien, Honduras

Te



- 01 – Kina, Indien, Sri Lanka
- 02 – Kina, Indien, Sri Lanka
- 03 – Kina, Indien, Sri Lanka
- 04 – Indien, Indonesien
- 05 – Kina, Indien, Sri Lanka
- 06 – Indien, Sri Lanka
- 07 – Kina, Indien

Fisk



- 01 – Kina, Ecuador, Indien
- 02 – Kina, Ecuador, Indien
- 03 – Kina, Ecuador, Indien
- 04 –
- 05 – Kina, Ecuador, Indien
- 06 – Indien
- 07 – Ecuador, Indien

Sukkerrør



- 01 – Brasilien, Indien, Kina
- 02 – Brasilien, Indien, Kina
- 03 – Brasilien, Indien, Kina
- 04 – Indien
- 05 – Brasilien, Indien, Kina
- 06 – Indien, Pakistan
- 07 – Brasilien, Indien, Kina

Bevidst ernæring

Vision 2050

Vi vil stræbe efter at være første valg for sund og bevidst ernæring i overensstemmelse med Planetary Health Diet.

Mål

Inden 2030 ønsker vi at øge salget af plantebaserede fødevarer med 20 %.
Baseline 2023.

Grad af målopfyldelse: ● ● ○ ○ ○

Inden 2030 ønsker vi at øge andelen af plantebaserede proteinkilder til 20 %.
Dette omfatter bælgfrugter, nødder, frø og veganske alternativer til kød, æg og fisk.
Baseline 2022.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ○ ○

Inden 2030 ønsker vi at øge andelen af fuldkorn i vores produktsortiment til 25 %.
Baseline 2023.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ○

Lidl vil fortsat sørge for, at vores kunder hver dag har et stort udvalg af frisk frugt og grønt.

Grad af målopfyldelse: ○ ○

Vi vil ikke reklamere for usunde fødevarer til børn for produkter i vores egne mærker.
Dette omfatter reklamer på tv, radio, sociale medier og i vores brochurer.
Baseline 2023.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ●

Inden 2025 vil vi kun sælge fødevarer med børnemotiver* på emballagen til produkter i vores egne mærker, hvis de opfylder WHO's kriterier for sunde fødevarer.
Undtagelse: kampagnevarer til jul, påske og halloween.

Grad af målopfyldelse: ● ● ● ● ○

* Varer med børnemotiver betyder alle fødevarer, hvor emballagen appellerer til børn op til og med 14 år, eller som antyder, at de er særligt velegnede til børn.

Inden 2028 vil vi fjerne tobaks- og nikotinprodukter fra alle vores butikker.

Grad af målopfyldelse: ● ● ○ ○ ○

Vores CSR-strategi



Vi beskytter klimaet



Vi bevarer ressourcerne



Vi fremmer sundheden



Vi handler fair



Vi respekterer biodiversiteten

Vi engagerer os i dialogen

Bevidst ernæring



3-3 Ledelsestilgang

Udfordring

Lidl når ud til millioner af kunder hver dag og bidrager til deres ernæring gennem vores produkter. Vi er bevidste om, at dette har en betydelig påvirkning vores kunders sundhed, på klimaet og på biodiversiteten. I 2019 offentliggjorde EAT Lancet Commission det videnskabelige grundlag for globale kostændringer. Et samarbejde mellem 37 forskere fra forskellige fagområder i 16 lande førte til udviklingen af Planetary Health Diet (PHD), en plan til beskyttelse af menneskers og planetens sundhed. Ifølge denne plan kunne omkring 10 milliarder mennesker i 2050 sikres en sund kost uden at overbelaste planeten, hvis alle fulgte PHD.

Som detailhandler deler vi en del af ansvaret for ernæringens påvirkning på mennesker, klimaet og biodiversiteten. Vi tager en videnskabelig tilgang til denne forpligtelse til at operere inden for disse grænser, samtidig med at vi udvider vores sortiment af sunde fødevarer.

Løsning

I vores tilgang til emnet "bevidst ernæring" tager

vi højde for de videnskabeligt baserede resultater fra PHD og har implementeret en Lidl-strategi med holistiske, bindende mål. For aktivt at bidrage til omstillingen til en mere bevidst ernæring er disse mål og specifikke indsatser fokuseret på tre centrale søjler: "sund ernæring", "bevidst ernæring" og "gennemsigtighed og empowerment".

I Danmark anbefaler Fødevarestyrelsen at følge de officielle Kostråd:²

- Spis planterigt, varieret og ikke for meget
- Spis flere grøntsager og frugter
- Spis mindre kød – vælg bælgrugter og fisk
- Spis mad med fuldkorn
- Vælg planteolier og magre mejeriprodukter
- Spis mindre af det søde, sale og fede
- Sluk tørsten i vand.

Danmarks officielle Kostråd



¹Eat. 2019 The EAT-Lancet Commission Summary Report. https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

²Fødevarestyrelsen. 2021. De officielle Kostråd. <https://foedevarestyrelsen.dk/kost-og-foedevarer/alt-om-mad/de-officielle-kostraad>

... Bevidst ernæring

var ansvarlig for processen. Arbejdet var baseret på en videnskabelig evidensrapport med titlen "Råd om bæredygtig sund kost – Fagligt grundlag for et supplement til De officielle Kostråd", der blev udgivet af Institut for Fødevarer, Danmarks Tekniske Universitet (DTU) i 2020. De nye tilpassede officielle kostråd er baseret på "Planetary Health Diet", som DTU har tilpasset til en planterig kost målrettet det danske marked.¹

De videnskabeligt baserede retningslinjer fra både EAT Lancet Commission og Fødevarestyrelsen er afgørende for de mål, som Lidl Danmark har sat for bevidst ernæring.

Vi ønsker at styrke forbrugerne i at træffe oplyste valg. Ved at sikre gennemsigtighed i vores sortiment og fastholde et attraktivt prisniveau, bidrager vi aktivt til at gøre en bevidst ernæringslivsstil til en integreret del af danskernes hverdag. Det er vores mål at fremme bevidst ernæring gennem et attraktivt prissat varesortiment. Vi har allerede implementeret en række produktserier, der konkretiserer denne indsats og gør det enkelt for forbrugeren at træffe et sundere valg.

Lidl Danmark har sat sig som mål at øge andelen af plantebaserede proteinkilder i sit sortiment til 20 % inden 2030, sammenlignet med 2022. Dette omfatter bælgrugter, nødder og frø samt veganske alternativer til kød-, æg- og fiskeprodukter. I 2024 har Lidl Danmark 50 produkter i sortimentet af vegetariske og veganske produkter under vores eget mærket, Vemondo. Vi forventer at udvide udvalget af vegetariske og veganske produkter.

Vi har forpligtet os til at øge andelen af plantebaserede alternative mejeriprodukter til 10 % inden 2030. Baseline 2023. Kvaliteten af fedtstoffer og olier i Lidls egne mærker skal også forbedres løbende frem til 2025 ved at bruge flere umættede fedtsyrer og reducere mængden af mættede fedtsyrer. Fokus er her på gode kilder til fedt og olier. Derudover arbejder vi på at gøre vores sortiment mere gennemsigtigt ved at angive fiberindholdet i næringsværditabellen på produkterne.

Fuldkorn er afgørende for et langt og sundt liv.² Inden 2030 har Lidl Danmark som mål at øge andelen af fuldkorn i sit produktsortiment til 25 % sammenlignet med 2023. Lidl Danmark vil også tilbyde mindst én fuldkornsvare i alle relevante

produktkategorier senest i 2030. Ud over målet om at øge andelen af fuldkorn i sortimentet og produktudbuddet er Lidl Danmark også partner i Fuldkornspartnerskabet. For yderligere information om partnerskabet se side 89.



¹Fødevarestyrelsen. 2025. De officielle Kostråd. <https://altomkost.dk/raad-og-anbefalinger/de-officielle-kostraad>

²University of Washington. 2017. Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study. Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017 - PubMed



... Bevidst ernæring

Protein split

Antagelsen om, at plantebaserede fødevarer ofte er mere bæredygtige end animalske fødevarer, er hentet fra PHD og en undersøgelse foretaget af Institute for Energy and Environmental Research (ifeu). Ifølge videnskabelige undersøgelser er plantebaserede proteinkilder generelt mindre land- og vandintensive og forårsager lavere udledning af GHG-emissioner, hvilket fører til en reduceret miljøpåvirkning sammenlignet med husdyrbrug. For eksempel kræver produktionen af 100 gram animalsk protein seks til syv gange mere landbrugsjord end produktionen af 100 gram sojaprotein. Plantebaserede kødsubstitutter samt naturlige plantebaserede proteinkilder (herunder bælgrugter, linser og nødder) forurener også grundvandet og jorden med færre næringsstoffer og udleder færre GHG-emissioner.¹

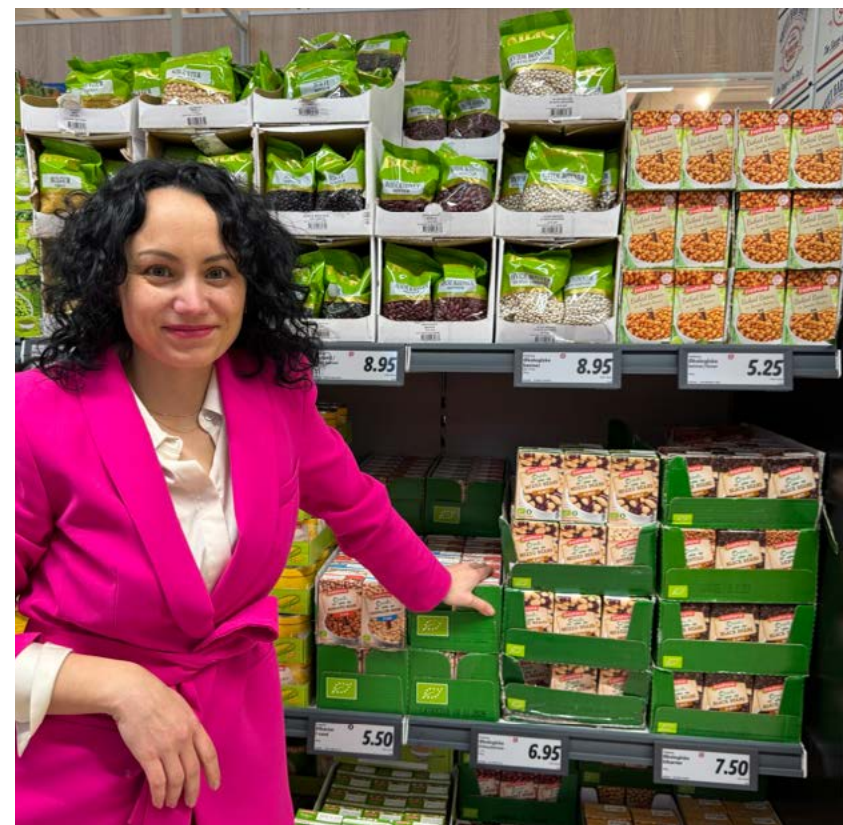
Et af målene i Lidl's ernæringsstrategi, der er baseret på PHD, er løbende at øge andelen af plantebaserede proteiner i vores produktsortiment. Siden 2022 har Lidl beregnet og analyseret "protein split", som måler andelen af plantebaserede proteinkilder i forhold til animalske proteinkilder i vores produktsortiment.

Beregningen af proteinforholdet i vores sortiment er baseret på World Wide Fund For Nature (WWF)-metodologien*, som indebærer en kategorisering af hele sortimentet, dvs. den indgående varemængde i kilogram af alle produkter under eget mærke og mærkevarer fra vores faste- og kampagnesortiment (eksklusiv drikkevarer). Kun plante- og animalske proteinkilder, som er defineret af WWF-metoden, anvendes til protein split udregningen. De vigtigste animalske produkter omfatter æg, fisk, fjerkræ samt rødt og forarbejdet kød. Plantebaserede proteinkilder omfatter bælgrugter, nødder og frø samt veganske erstatningsprodukter og alger**. For at sikre maksimal gennemsigtighed rapporterer vi mejeriprodukter og alternative mejeriprodukter i en separat opdeling. Yderligere oplysninger findes i detailvejledningen "Sustainable Diets – Rebalancing of plant-based & animal-based key products", udgivet af WWF Schweiz². Rapporten findes på vores hjemmeside.³

I drøftelser med relevante stakeholders fremstår WWF-metoden som den mest accepterede metode på nuværende tidspunkt. Ved at anvende WWF-metodologien i alle Lidl-lande sætter Lidl den metodologiske trend i EU.

* Baseret på WWF-metoden² blev animalsk og vegetabilsk protein sammenlignet på vareniveau i henhold til PHD-klassificeringen. I tilfælde af convenience produkter, der indeholder både vegetabilsk og animalske proteinkilder, er en klar fordeling kun mulig ved en vurdering på ingrediensniveau. Evalueringen på ingrediensniveau gennemføres i det næste trin i strategiudviklingen.

** Det respektive proteinindhold i produkterne er ikke taget i betragtning her, hvorfor vi øger dets andel i produktsortimentet til 20 % inden 2030 og rapporterer åbent om andelen af animalske og vegetabilsk proteinkilder fra regnskabsåret 2022.



¹WWF DE. 2021. So Schmeckt Zukunft Die Proteinfrage. so-schmeckt-zukunft-die-proteinfrage.pdf

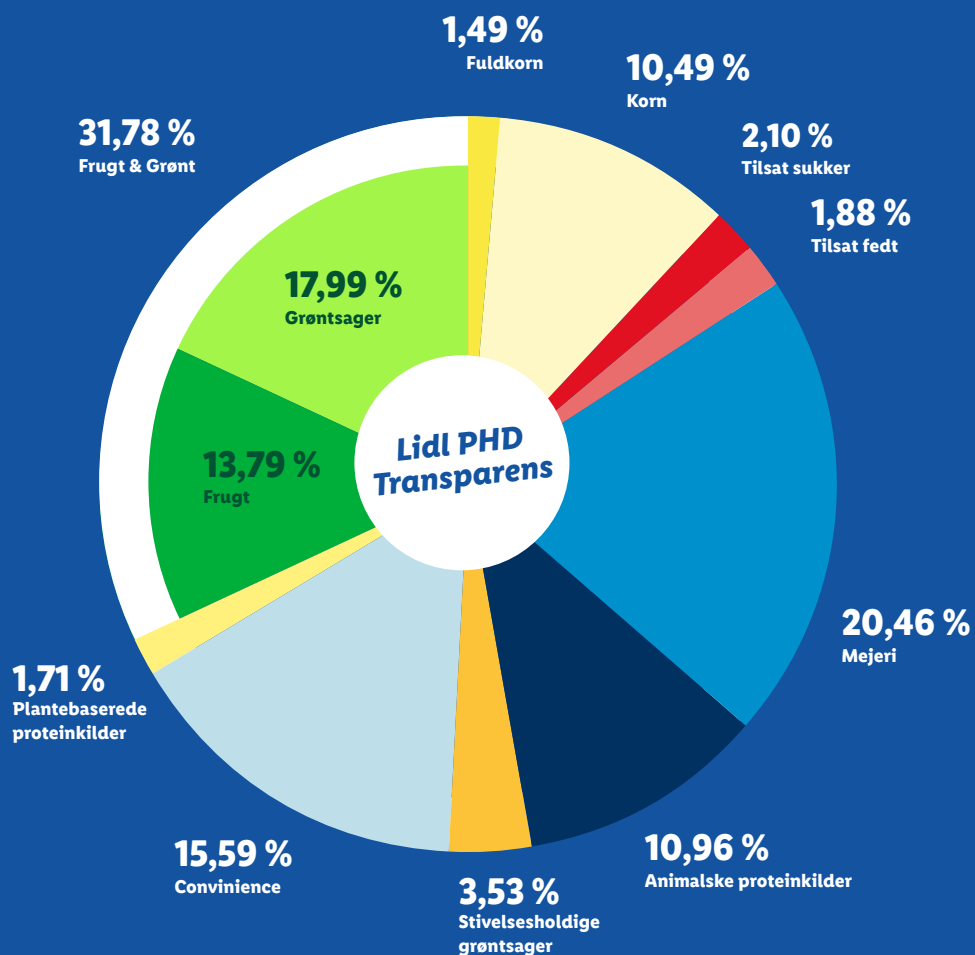
²WWF CH. 2023. Sustainable Diets, Rebalancing of plant-based & animal-based key products. 2023_Rebalancing_of_plant-based_and_animal-based_key_products.pdf

³<https://om.lidl.dk/ansvarlighed/holdninger-og-handlinger>

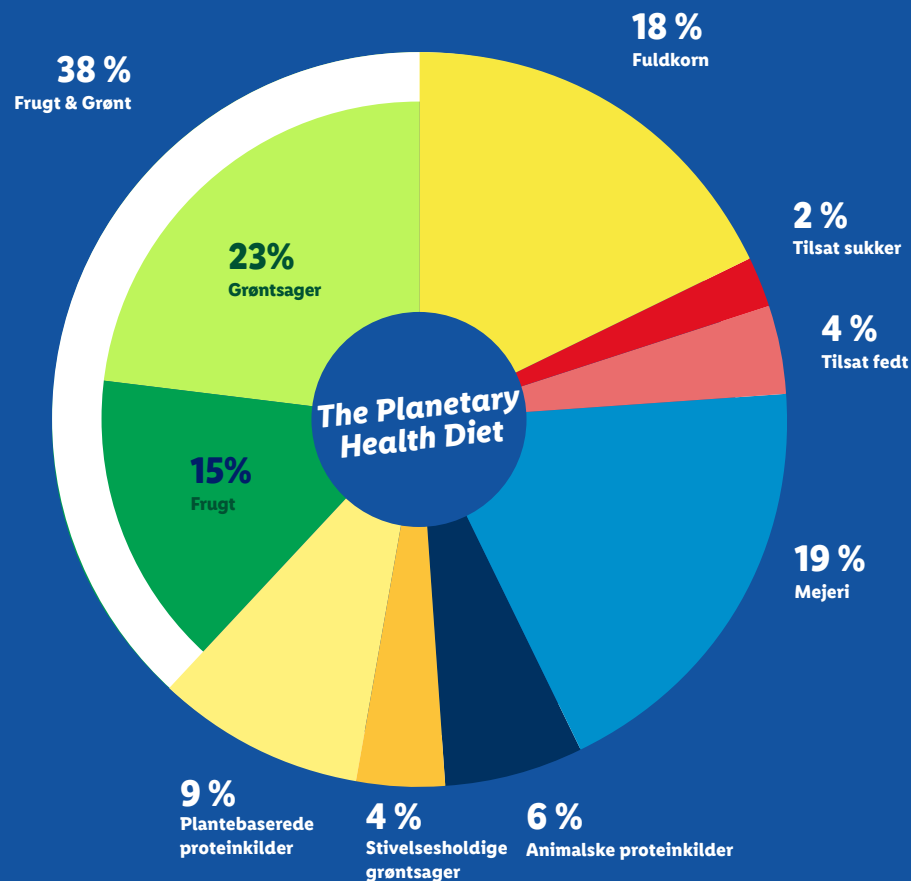
Vi vil øge andelen af plantebaserede proteinkilder til 20 % i 2030

Lidl Danmarks protein split er øget med 13,51 % siden 2022

Lidl Danmark 2024



Vision PHD 2050





... Bevidst ernæring

Fuldkornssplit

Inden 2030 har Lidl Danmark som mål at øge andelen af fuldkorn i sit produktsortiment til 25 %. Sammenlignet med baseline 2023 med en andel på 16,71 % af produktsortimentet. I 2024 steg vores andel af fuldkorn til 19,33 % af vores produkt-sortiment. Lidl vil også tilbyde mindst én fuldkornssvare i alle relevante produktkategorier senest i 2030. Ud over målet om at øge andelen af fuldkorn i sortimentet er Lidl Danmark også partner i Fuldkornspartnerskabet. For yderligere information om partnerskabet, se side 89.

Vemondo

Med Lidls egne vegetariske og veganske produkter under vores eget mærke "Vemondo" udvider Lidl Danmark sortimentet yderligere. I 2024 steg udbuddet af vegetariske og veganske produkter i vores sortiment i forhold til det foregående regnskabsår. For at give vores kunder større mulighed for aktivt at vælge mellem konventionelle animalske produkter og plantebaserede alternativer vi fortsætter med at udvikle vores plantebaserede produktsortiment – blandt andet med bælgfrugter fra Danmark. I januar 2023 og 2024 kørte vi "Veganuary"-kampagnen, med opfordring til vores

kunder om at spise mere plantebaseret. Fra januar til og med april promoverede og informerede vi om Lidls store udvalg af frugt og grønt samt plantebaserede produkter, herunder vores Vemondo-serie, og inspirerede med plantebaserede opskrifter via vores sociale medier og hjemmeside.

Prismatch

I 2024 kørte vi en prismatch-kampagne mellem vores Vemondo-produkter prismatchet mod sammenlignelige animalske produkt (f.eks. blandet hakket kød og vegansk hakket kød). De sammenlignelige produkter blev bestemt på baggrund af forskellige kriterier, såsom sortering, vægt og kvalitet.

Vi er overbeviste om, at bevidst forbrug kun kan blive udbredt, hvis de fødevarer, der bidrager til det, er overkommelige i pris og let tilgængelige for alle. Ved at justere prisen på vores Vemondo-produkter i kampagner som "Valget er dit" ønskede vi at invitere flere kunder til at prøve plantebaserede alternativer. Kampagnen Valget er dit løb fra januar 2024 til marts 2024. Vores tiltag bidrager også til vores mål om at øge andelen af plantebaserede proteinkilder

Vi fokuserer konsekvent på vores kunders behov og tilstræber at tilbyde dem et fair og transparent valg

med hensyn til deres kost. Vi ønsker derfor ikke at diktere personlige kostvaner, men inviterer snarere interesserede kunder til at prøve de plantebaserede alternativer ved at justere prisen på veganske Vemondo-produkter, uden at prisen er det eneste afgørende kriterium.

Organisation

Hos Lidl Danmark er CSR Purchasing ansvarlig for produktkvalitet og -sikkerhed samt implementeringen af vores strategi for bevidst ernæring.

Partnerskaber

Bælgfrugtpartnerskabet

Fødevarestyrelsen og de officielle Kostråd anbefaler, at alle i Danmark spiser 100 gram bælgfrugter om dagen. I virkeligheden indtager danskerne kun omkring 2-5 gram bælgfrugter om dagen.¹



¹Fødevarestyrelsen. 2022. Danskerne vil gerne spise flere bælgfrugter – men man ved ikke hvad det er.



... Bevidst ernæring



Derfor lancerede Tænk tanken Frej og Lidl Danmark i 2024 Bælgfrugtpartnerskabet. Målet er at skabe et fællesskab, der bringer hele den danske bælgfrugtsværdikæde sammen, for at fremme forandring og øge indtaget af bælgfrugter i Danmark i overensstemmelse med de officielle Kostråd fra Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.¹

Partnerne repræsenterer tilsammen hele værdikæden for bælgfrugter, og hver partner fastsætter ambitiøse mål, iværksætte initiativer og overvåger

løbende salget og forbruget af bælgfrugter for at sikre, at partnerskabet opnår de ovennævnte effekter. I regnskabsåret 2025 vil Lidl Danmark udarbejde en handlingsplan for, hvor meget og hvordan vi ønsker at øge salget af bælgfrugter.

Fuldkornspartnerskabet

Lidl Danmark blev partner i Fuldkornspartnerskabet i januar 2024. Fuldkornspartnerskabet er et offentlig-privat partnerskab mellem Fødevarestyrelsen, Kræftens Bekæmpelse, Hjerteforeningen og Diabetesforeningen samt en række fødevarevirksomheder, detailkæder og brancheforeninger. Visionen for Fuldkornspartnerskabet er at fremme folkesundheden ved at opfordre danskerne til at spise mere fuldkorn. Fuldkornspartnerskabets mission er at øge tilgængeligheden af fuldkornsprodukter og udbrede kendskabet til fuldkorns gavnlige virkninger.²

¹<https://www.baelgfrugtpartnerskabet.dk/>

²<https://fuldkorn.dk/en/about-us/>

... Bevidst ernæring

Madens Folkemøde

I 2024 indgik Madens Folkemøde og Lidl et nyt partnerskab. Sammen introducerede vi en ny scene, "Sundhedsscenen", med særligt fokus på mad, bevidst ernæring og sundhed.

Madens Folkemøde er et populært og professionelt folkemøde om mad. Det danner rammen om vigtige samtaler om etableringen af et bedre fødevarer-system, fødevarerhåndværk, gastronomi og stærke stakeholders stemmer. Gennem en lang række debatter, workshops, madmarkeder, show-køkkener, smagsprøver og samtaler dykker folk ned i madens vidunderlige verden og lærer mere om vores mad: Hvad det er? Hvad det bør være? Hvor det kommer fra? Hvordan vi bør spise i fremtiden? Og hvordan vi udvikler Danmark som fødevarerland?

”

"I de senere år har vi fulgt, hvordan Lidl Danmark har udviklet sit samarbejde med danske producenter og taget fat på danskernes spisevaner og sundhed. Fra udfasning af tobak, som den første danske dagligvarekæde, til etableringen af Bælgfrugtpartnerskabet og lanceringen af kampagner for at få forbrugerne i Danmark til at spise mere frugt og grønt. Støtten til de små danske leverandører i "En Bid af Danmark" er også en vigtig indsats. Samlet set finder vi, at Lidl Danmark er en inspirerende partner", siger tidligere administrerende direktør for Madens Folkemøde, Stine Lolk.

På fødevarermarkedet deltog Lidl Danmark sammen med ni af vores kvalitetsproducenter fra vores produktserie "En Bid af Danmark": Skærtøft Mølle A/S, Slagter Worthmann, Hede Kaffe Aps, Thisted Bryghus A/S, Biosynergi A/S (Skarø Is), Økoladen Aps, Custom by Dam Aps, Nyborg Destilleri, and Mammen Mejeri. Sammen uddelte vi smagsprøver for at bringe forbrugerne tættere på Lidl-mærket og vise Lidl's brede udvalg af danske produkter af høj kvalitet.





... Bevidst ernæring

KRAM – de vigtige livsstilsfaktorer

KRAM er et dansk akronym for kost, rygning, alkohol og motion, som er de fire livsstilsfaktorer, der har stor indflydelse på vores risiko for at blive syge og vores evne til at komme os hurtigt og godt.

KRAM-faktorerne er et vigtigt begreb, som er centralt for forebyggende sundhedspleje, politiske initiativer og reguleringer. Lidl Danmarks vigtigste initiativer inden for KRAM-områderne er følgende:

Kost

Vores forpligtelse og mål under bevidst ernæring.

Tobak og nikotin

3 ud af 4 personer i Danmark, der ryger dagligt, ønsker at holde op med at ryge.¹ Lidl Danmark er den første og eneste dagligvarebutik som har forpligtet sig til at fjerne tobaks- og nikotinprodukter fra hylderne inden udgangen af 2028. Siden 2023 har nye Lidl butikker ikke længere tobaks- og nikotinprodukter på hylderne. I 2024 havde vi 12 tobaks- og nikotinfrie butikker i Danmark. Eksisterende butikker har reduceret sortimentet af tobaks- og nikotin med 40 % sammenlignet med baseline 2023. Vi vil fortsætte med at reducere, indtil hele kategorien tobak og nikotin er forventet udfaset ved udgangen af 2028.

12 Lidl butikker

er tobaks- og nikotinfrie i Danmark i 2024

Aldersgrænse for salg af energidrikke

Det er vigtigt for os at tage ansvar for sundheden, og især for børns og unges sundhed. I 2018 var Lidl Danmark den første dagligvarekæde i Danmark, der indførte en aldersgrænse på 16 år for køb af energidrikke med et højt indhold af koffein eller sukker.

I oktober 2024 indgik Lidl Danmark et samarbejde med State Drinks om en fælles kampagne, der politisk opfordrede til en aldersgrænse for salg af energidrikke til børn og unge under 16 år. State er den første danske producent af energidrikke, der aktivt støtter en aldersgrænse for salg af energidrikke. Kampagnen blev dækket i flere nationale medier og fik politisk opmærksomhed.



¹Sundhedsstyrelsen. 2022. Study of Danes' smoking habits 2022. <https://www.sst.dk/en/english/publications/2023/Danish-smoking-habits-2022>

Produktsikkerhed og kvalitet



416-1 Vurdering af sundheds- og sikkerhedspåvirkningerne af forskellige produktkategorier

416-2 Tilfælde af manglende overholdelse vedr. de sundheds- og sikkerhedsmæssige virkninger af produkter og tjenesteydelser

For systematisk at styre produktsikkerhed, overholdelse af pågældende lovgivning og høj kvalitet, arbejder Lidl's Quality Assurance efter et anerkendt kvalitetsstyringssystem, der er certificeret i henhold til ISO 9001:2015. Produktsikkerhed har den højeste prioritet. Alle tilsvarende processer hos Lidl udføres i henhold til dette ledelsessystem, som regulerer kvalitetsmål og -principper samt klare processpecifikationer og ansvarsområder.

Alle processer kontrolleres af et advokatkontor, der er specialiseret i fødevarerlovgivning, og udfører en årlig intern revision. Lidl's medarbejdere i Quality Assurance bliver regelmæssigt undervist i disse processer. En CSR-manual med interne specifikationer for udvalgte råstoffer giver indkøberne og Quality Assurance-afdelingen den nødvendige vejledning og støtte til at implementere bæredygtighedskrav for specifikke produktgrupper.

Lidl har defineret og forankret centrale trin for overholdelse af fødevarerikkerheden:

- Certificering i henhold til International Featured Standard (IFS) eller British Retail Consortium (BRC) af de produktionssteder, der leverer fødevarer og dagligvarer til Lidl i sortimentet under eget mærke.
- Regelmæssige, risikobaserede, uanmeldte revisioner af produktionsstederne foretaget af udvalgte eksterne certificeringsorganer.
- Inspektion med fokus på risici af alle produkter under eget mærke foretaget af akkrediterede institutter for at teste deres salgbarhed.
- Revision af overholdelse af specifikationsværdier, der går ud over de lovmæssige krav.

Alle potentielt kritiske resultater, som blandt andet bestemmes af processerne, evalueres af Product afety-afdelingen, som derefter igangsætter passende indsatser, hvor det er nødvendigt.

I 2023 og 2024 gennemførte Lidl Danmark i alt 4.407 test inden for områderne fødevarer, near-food samt

frugt og grønt. Der blev gennemført 48 revisioner i rapporteringsperioden.

Vi arbejder tæt sammen med vores leverandører for at garantere produktsikkerheden. Gennem regelmæssige test i uafhængige akkrediterede laboratorier kontrollerer vi overholdelsen af interne kvalitetsstandarder samt de lovmæssige krav. Andelen af produktionssteder, der er certificeret i henhold til IFS- eller BRC-fødevarerikkerhedsstandarderne, er 98,44 %. På trods af omfattende test kan potentielt skadelige produkter stadig finde vej ind i sortimentet. I regnskabsåret 2023 var der 9 tilbagekaldelser af produkter i Lidl Danmark, og i 2024 var der 6 tilbagekaldelser af produkter – dette omfatter både fødevarer og non food-produkter. Årsagerne til tilbagekaldelserne skyldtes primært afvigelser i analyserne fra interne test, leverandører og eksterne offentlige institutioner. Borgerne blev informeret gennem forskellige kommunikationskanaler.





... Bevidst ernæring



Salt, sukker, mættede fedtsyrer, konserveringsmidler og farvestoffer

Produktsikkerhed og vores produkters sensoriske kvalitet er grundlæggende elementer i vores strategi for bevidst ernæring. Vi arbejder løbende på at reducere mængden af tilsat sukker, salt, mættede fedtsyrer, konserveringsmidler og farvestoffer i vores produkter i eget mærke. Det er vores mål løbende at reducere indholdet af tilsat sukker og salt med 20 % i 2025 i vores egne mærker sammenlignet med baseline 2015. Læs mere om vores engagement for bevidst ernæring i vores "Indkøbspolitik for bevidst ernæring" på vores hjemmeside.¹



¹<https://om.lidl.dk/pdf/show/86570>

GlobalG.A.P GRASp

Siden 2021 er 100% af vores leverandører af frugt og grønt, blomster og planter certificeret i henhold til GlobalG.A.P GRASP add-on eller tilsvarende standarder. Risk Assessment on Social Practice (GRASP) er et tillæg til GlobalG.A.P der har til formål at understøtte evalueringen af arbejdstagernes sundhed, sikkerhed og velfærd på farmene. Det hjælper producenter med at påvise overholdelse af sociale og arbejdsretlige love ved at vurdere deres ledelsessystemer for emner som arbejdstagerrepræsentation, menneskerettigheder og beskyttelse af unge arbejdstagere.

GlobalG.A.P SPRING

Ved udgangen af 2025 skal 100% af al frisk frugt og grønt fra lande med høj vandrisiko være certificeret i henhold til GLOBALG.A.P. SPRING eller tilsvarende standarder. The Sustainable Program for Irrigation and Groundwater Use (SPRING) er et tillægsmodul, der har til formål at adressere ansvarlig vandforvaltning på farmene. Det hjælper producenter, stakeholders i forsyningskæden og indkøbere med at påvise deres engagement i en mere ansvarlig vandforvaltning (water stewardship) på farmen. Den robuste og omfattende checkliste dækker en bred vifte af emner, såsom vandforbrug, beskyttelse af vandkilder samt vandløbsforvaltning m.m.

Emballage til ispinde før



Emballage til ispinde efter



... Bevidst ernæring

Markedsføring af usunde fødevarer til børn

Antallet af overvægtige skolebørn i EU har været stigende i de seneste 20 år.¹ Børn og unge, der er udsat for medier i Danmark, ser i gennemsnit 26 reklamer om dagen for usunde fødevarer såsom kager, chokolade og sodavand.² Spiser man usund kost som barn, øger dette risikoen for kostrelaterede sygdomme hos voksne, så reklamer for sund mad og undgåelse af reklamer for usund mad er afgørende for sundheden på lang sigt.³ Ud over ikke-statslige organisationer og forbrugerorganisationer i EU arbejder også Den Europæiske Forbrugerorganisation (BEUC) for et forbud af reklamer for usunde fødevarer, der er rettet mod børn.⁴ Derfor har vi sat os følgende mål.

Vores mål for at fremme en sundere kost for børn:

- Fra 2023 vil vi ikke længere reklamere for usunde fødevarer til børn for produkter i egne mærker. Dette omfatter reklamer på tv, radio, sociale medier og i vores tilbudsaviser
- Inden udgangen af 2025 vil vi kun sælge fødevarer med børnemotiver på emballagen i vores egne mærker, hvis de opfylder WHO's kriterier for sunde fødevarer. Emballagen vil derfor blive ændret gradvist. Grafikken på sunde fødevarer, såsom æbler med dyregrafik, vil dog blive bevaret.

Undtagelse: Kampagnevarer til jul, påske og halloween. Disse sæsoner er ofte særlige begivenheder i børns liv og er ikke udtryk for deres daglige adfærd. I disse sæsoner vil der stadig være chokolade som julemænd og påskeharer på hylderne.

¹World Health Organization. 2021. Digital food environments. Digital food environments

²Kræftens Bekæmpelse. 2025. Børn og unge tæppebombed af reklamer. <https://www.cancer.dk/nyheder-og-fortællinger/2025/boern-og-unge-taeppebombed-af-reklamer/>

³Verbraucherzentrale Bundesverband. 2021. Lebensmittel mit Kinderoptik und deren Bewerbung. https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/02/16/vzbv_philipsborn_bericht_kindermarketing_2021-02.pdf

⁴BEUC. 2021. The European Consumer Organisation: Food marketing to children needs rules with teeth. [beuc-x-2021-084_food_marketing_to_children_needs_rules_with_teeth.pdf](https://www.beuc.eu/x-2021-084_food_marketing_to_children_needs_rules_with_teeth.pdf)

... Bevidst ernæring

Vegesaur-kampagne

Hos Lidl ligger vi vægt på sund kost og stræber efter at gøre det lettere for vores kunder at træffe sunde valg. Samtidig med at Lidl Danmark fjernede moms på frugt og grønt i februar, marts og april 2024, blev en ny kampagne kaldet "Vegesaurerne" lanceret.

”

Vegesaurerne var fiktive figurer, der visuelt og legende kombinerede af frugt og grønt med dinosaurer.

Målet var at motivere børn til at spise mere frugt og grønt ved at skabe et inspirerende univers af dinosaurer, der kunne vække større nysgerrighed omkring frugt og grøntsager.





Ansvarlige produkter

Vision 2050

I regnskabsåret 2025 vil vi introducere en ny langsigtet vision for 2050 og nye strategiske mål for 2030 inden for det overordnede indsatsområde "Ansvarlige produkter". Visionen for 2050 og de strategiske mål vil blive fulgt op af mellem- og langsigtede operationelle mål og indsatser.

Med visionen vil vi arbejde hen i mod at øge andelen af certificeringer i vores sortiment. Vi vil fortsat have fokus på vores indkøb af råstoffer, for at sikre at vi overholder vores indkøbspolitikker samt vores råstofmål.

Mål

Målene for indkøb af produkter findes i afsnittet "Råstoffer" på side 52. Målene vedrørende plantebaserede alternativer findes i afsnittet "Bevidst ernæring" på side 82.

Ansvarlige produkter



GRI 3-3 Ledelsestilgang

Udfordring

Som forhandler af dagligvarer hjælper vi med at dække vores kunders basale daglige fødevarebehov og forsøger at tilbyde vores kunder nøje udvalgte produkter i vores sortiment. Vores centrale rolle mellem producenter og forbrugere mener vi, at det er vores ansvar løbende at overvåge kvaliteten af vores produkter. Ud over det klassiske begreb produktkvalitet og den dermed forbundne sikkerhed, er oprindelse og mere gennemsigtige produkterdeklarationer også vigtige kvalitetskriterier.

Løsning

Lidls overordnede CSR strategi fastlægger mål for fremme vores udvalg af produkter. Der gælder strenge mål for råstoffer ved indkøb af kritiske råstoffer. Indkøbere skal handle i overensstemmelse med retningslinjerne i vores omfattende positions papers og indkøbspolitikker og skal tage disse i betragtning i deres beslutninger vedrørende sortimentet. I 2022 blev der udarbejdet et onlinekursus for alle indkøbere, som gør det muligt for dem at identificere forskellige aspekter der tager hensyn til miljø og sociale forhold, og anvende dem i deres daglige arbejde. Denne træning

har været obligatorisk for alle indkøbere siden 2023 og gennemføres regelmæssigt. Vores kvalitetssikrings-system kræver nøje overvågning af produktkvalitet og sikkerhed. For løbende at sikre kvalitetsløftet gennemgår vores produkter i Lidl's eget mærke strenge interne og eksterne kontroller. I samarbejde med vores leverandører træffes der straks foranstaltninger, hvis der konstateres afvigelser fra retningslinjerne.

Produkter og produktionssteder kontrolleres regelmæssigt af eksterne institutter i overensstemmelse med gældende lovgivning og andre globalt gældende krav.



Vores Quality-afdeling har siden 2021 anvendt et kvalitetsstyringssystem i overensstemmelse med ISO 9001:2015.

Organisation

Det organisatoriske ansvar for vedrørende ansvarlige produkter ligger hos Lidl Stiftung & Co. KG i afdelingerne for Quality and Sustainability samt hos Lidl Danmark i afdelingerne for Quality Assurance and CSR-afdelingene.

Initiativer

Alle vores non food-produkter kommer fra godkendte fabrikker og leverandører, der har forpligtet sig til at overholde kravene i vores Code of Conduct. Lidl er ansvarlig for at sikre, at leverandører overholder kravene i Code of Conduct, og vi opfylder også forpligtelserne, der følger af vores medlemskab af BSCI¹, hvor vi har slået os sammen med en stor gruppe andre virksomheder for at teste leverandører af non food-produkter i forhold til en række fælles krav og kriterier.

Indkøb af råstoffer

Siden 2020 har vi fastsat og regelmæssigt tilpasset en række nye mål for de råstoffer, der indgår i de produkter, vi tilbyder. Vi vil igen publicere nye mål i løbet af 2025. Vi gør dette som en del af vores CSR-indkøbsstrategi, der sigter mod løbende at udvikle og optimere vores arbejde på dette område. Ved at blive bedre og have mere ambitiøse mål, tror vi på, at vi er med til at hæve standarden for brugen af råstoffer i branchen. Se oversigten over råstofmål i afsnittet "Råstoffer" på side 52. Se vores fulde "Indkøbspolitik for råstoffer" på vores hjemmeside.²

¹The Business Social Compliance Initiative is an alliance of companies working to uphold human rights and fundamental labor rights.

²<https://om.lidl.dk/ansvarlighed/holdninger-og-handlinger>

... Ansvarlige produkter





Certificerede produkter



FP 2 Procentdel af indkøbt volumen, som er verificeret i overensstemmelse med troværdige, internationalt anerkendte standarder for ansvarlig produktion, opdelt efter standard.

Når vi køber råstoffer hos Lidl Danmark, har vi mulighed for at fremme anerkendte certificeringer. Samarbejde med certificerede leverandører og certificerings organisationer, brug af certificerede produktionssteder og udvidelse af vores sortiment af certificerede produkter er vigtige redskaber til at tackle sociale og miljømæssige risici i forsyningskæden og sikre bedre sporbarhed. Certifikaterne er angivet på produktets emballage.

Lidl Danmark samarbejder med forskellige certificeringsordninger, såsom det danske Nøglehulsmærke, Fairtrade, Rainforest Alliance, MSC, ASC og det danske økologiske mærke "Ø-mærket". Ved udgangen af regnskabsåret 2024 omfatter vores sortiment 5,25 % økologiske produkter, 2,67 % Fairtrade-certificerede produkter og 5,34 % Rainforest Alliance-certificerede produkter i eget mærke af vores samlede fødevarsortiment. Vi har 49 certificerede MSC-produkter og 28 certificerede ASC produkter i eget mærke (fast sortiment).

Fairtrade

Lidl Danmark har haft et tæt samarbejde med Fairtrade Danmark, siden de første fairtrade-certificerede produkter blev introduceret i vores butikker i 2007. I dag tilbyder vi i vores butikker et bredt udvalg af forskellige Fairtrade-certificerede produkter, herunder bananer, 100 % Fairtrade-certificerede plade chokolade i vores faste sortiment samt morgenmadsprodukter og meget mere. I 2024 promoverede vi salg af og opmærksomhed på Fairtrade-certificerede produkter i en national kampagne kaldet "Fairbruary", der varede hele februar. Kampagnen omfattede særlige tilbud på Fairtrade-certificerede produkter og en national kampagne på flere platforme, herunder inddragelse af influencere.

Way To Go

Lidl ønsker at skabe bedre forhold for mennesker i vores forsyningskæder, og vores sortiment af Way To Go-produkter i eget mærke afspejler dette - ved at støtte bedre indkomster, uddannelsesmuligheder, større ligestilling mellem kønnene og mere gennemsigthed. Lidl's eget koncept tilbyder fuldt sporbare produkter. Mens den konventionelle dyrkning af mange kritiske råstoffer i det globale syd ofte knap nok giver en indkomst, der er til at leve af, bidrager

Lidl og dets Way To Go-produkter i samarbejde med Fairtrade til at skabe en indkomst, som producenterne kan leve af på lang sigt. Vi arbejder løbende på at udvide vores sortiment af Way To Go-produkter i eget mærke med nye produkter.



... Certificerede produkter

Alliancer og Etisk Handel Danmark

Lidl Danmark samarbejder med branchepartnere og interesseorganisationer for at skabe forandring i hele branchen, udvikle yderligere standarder og sammen engagere sig i initiativer, der har til formål at skabe forbedringer i udviklingen af produkter. Det gør vi ved at sætte mål for vores arbejde med specifikke produktgrupper og råstoffer. Lidl Danmark har været medlem af Etisk Handel Danmark siden 2016. Vi er medlem af Dansk Alliance for Ansvarlig Soja, Dansk Alliance for Ansvarlig Palmeolie, Dansk Alliance for Bæredygtigt Fiskeri og Akvakultur og Dansk Alliance for Ansvarlig Kaffe. I alle alliance forpligter medlemmerne sig til at udarbejde og fremlægge mål og handlingsplaner samt at rapportere om deres fremskridt.

I 2023 deltog vi i en sojastudietur til Brasilien, arrangeret af Etisk Handel Danmark, WWF Danmark og WWF Brasilien. Formålet med at deltage var at styrke relationerne i forsyningskæden med producenter, handelshuse, partnere, NGO'er, lokale stakeholders og forskere. I sidste ende er målet at bidrage til at få mere gennemsigtige værdikæder for soja til Danmark.

Lokale leverandører



204-1 Andel af udgifter til lokale leverandører

I Lidl Danmark arbejder vi efter princippet "Den bedste kvalitet til den bedste pris". Det betyder, at vi nøje udvælger, hvilke produkter vi vil have i vores sortiment. I 2024 består sortimentet af 35,41 % produkter fra danske leverandører. I Lidl Danmark ønsker vi, at vores kunder skal have et bredt udvalg af danske produkter fra danske leverandører, og vi arbejder løbende på at udvide vores sortiment med lokale leverandører, f.eks. inden for vores produkter i vores egne mærker "En Bid af Danmark" og "Madværket".

I 2023 lancerede vi Lidl Innovate i samarbejde med Food & Bio Cluster med det formål at støtte danske iværksættere og små virksomheder med innovative fødevarerprodukter og give dem mulighed for at få deres produkter i vores sortiment i Lidl Danmark. Fem iværksættere blev godkendt til at have produkter i vores sortiment. BRØL var det første produkt, der blev lanceret, en øl brygget på overskudsbrød, som nu sælges i alle vores danske butikker.



Den uafhængige revisors erklæring med begrænset sikkerhed om udvalgte ESG-data for Lidl Danmark K/S

Til ledelsen og andre stakeholders af Lidl Danmark K/S

Ledelsen i Lidl Danmark K/S har anmodet os om at afgive en erklæring med begrænset sikkerhed om udvalgte ESG-data i bæredygtighedsrapporten for regnskabsårene 2023 og 2024, der er markeret med *.

Ved udarbejdelsen af de udvalgte ESG-data har Lidl Danmark K/S anvendt de rapporteringsprincipper, der er beskrevet i CSR-rapporten på side 104-114. De udvalgte ESG-data skal læses og forstås sammen med de anvendte rapporterings-principper, hvis udvælgelse og anvendelse er ledelsens ansvar.

Udover de beskrevne handlinger i det følgende afsnit som definerer omfanget af vores arbejde, har vi ikke udført handlinger for den øvrige information, som er inkluderet i rapporten, der dækker perioden 2023 og 2024, og som følge heraf udtrykker vi ikke nogen sikkerhed herom.

Ledelsens ansvar

Lidl Danmark K/S' ledelse er ansvarlig for udvælgelsen af de anvendte rapporterings-principper og for

at præsentere de udvalgte ESG-data i overensstemmelse med de anvendte rapporteringsprincipper. Dette ansvar omfatter etablering og opretholdelse af interne kontroller, vedligeholdelse af passende registre og udarbejdelse af skøn, der er relevante for indregning og måling af de udvalgte ESG-data i rapporten, der er fri for væsentlig fejlinformation, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl.

Revisors ansvar

Vores ansvar er at udtrykke en konklusion om de udvalgte ESG-data på grundlag af vores arbejde og det opnåede bevis.

Vi har udført vores arbejde i overensstemmelse med ISAE 3000 "Andre erklæringer med sikkerhed end revision eller review af historiske finansielle oplysninger" og yderligere krav ifølge dansk revisorlovgivning med henblik på at opnå begrænset sikkerhed for vores konklusion.

KPMG Statsautoriseret Revisionspartnerselskab er underlagt den internationale standard om kvalitetsstyring, ISQM 1, som kræver, at vi designer,

implementerer og driver et kvalitetsstyringssystem, herunder politikker eller procedurer vedrørende overholdelse af etiske krav, faglige standarder og gældende krav i lov og øvrig regulering.

Vi har overholdt kravene til uafhængighed og andre etiske krav i International Ethics Standards Board for Accountants' internationale retningslinjer for revisors etiske adfærd (IESBA Code), der bygger på de grundlæggende principper om integritet, objektivitet, professionel kompetence og fornøden omhu, fortrolighed og professionel adfærd, samt etiske krav gældende i Danmark.

Beskrivelse af det udførte arbejde

Arten, den tidsmæssige placering og omfanget af de valgte handlinger afhænger af vores vurdering, herunder vurdering af risikoen for væsentlig fejlinformation, uanset om fejlinformationen skyldes besvigelser eller fejl. Vi har som led i vores undersøgelser udført følgende handlinger:

- Interviews med relevante nøglepersoner for at forstå nøgleprocesser og kontroller for indsamling

og konsolidering samt måling og rapportering af ESG-data.

- Udført analyser for at identificere områder med forhøjet risiko for fejlinformation eller væsentlige fejl i de udvalgte ESG-data og indhentet forståelse for betydelige afvigelser.

- Udført begrænsede substansbaserede handlinger til kontrol af underliggende kildeinformation for at kontrollere fuldstændigheden og nøjagtigheden af de udvalgte ESG-data, herunder kontrolleret overensstemmelse med de metoder, der er beskrevet i de anvendte rapporteringsprincipper.

- På baggrund af vores informationsindsamling har vi vurderet rimeligheden i de anvendte rapporteringsprincipper, samt hvorvidt de har været anvendt konsekvent og i overensstemmelse med GHG-protokollen.

- I tillæg til vores udførte handlinger har vi læst den øvrige information i Lidl Danmark K/S' CSR-rapport for regnskabsårene 2023 og 2024 med henblik på at

identificere, om der er væsentlig inkonsistens mellem den øvrige afgivne information og de udvalgte ESG-data eller vores opnåede forståelse.

- Vi har evalueret pålideligheden og validiteten af det indhentede bevis.

Omfanget af de handlinger, vi har udført ved vores undersøgelser, er mindre end ved en erklæringsopgave med høj grad af sikkerhed. Som følge heraf er den grad af sikkerhed, der er for vores konklusion, betydeligt mindre end den sikkerhed, der ville være opnået, hvis der var udført en erklæringsopgave med høj grad af sikkerhed.

Konklusion

På grundlag af det udførte arbejde og det opnåede bevis er vi ikke blevet bekendt med forhold, der giver os grund til at mene, at Lidl Danmark K/S' udvalgte ESG-data markeret med * ikke er udarbejdet i overensstemmelse med de anvendte rapporteringsprincipper.



Statsautoriseret Revisionspartnerselskab
CVR-nr. 25 57 81 98

København, 4. december 2025.

Christian Møllegaard Larsen
Statsautoriseret
revisor
mne46614

GRI-indeks, Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport 2023-2024

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 2: Generelt Oplysninger 2021	2-1 Organisatiske detaljer	Lidl Danmark K/S med hovedkontor i Aarhus er et indirekte datterselskab af Lidl Stiftung & Co. KG. Lidl Danmark er opdelt i selskaberne Lidl K/S og Lidl Management Danmark ApS. Lidl Danmark driver mere end 163 butikker og 2 regionale distributionscentre og beskæftiger 4.153 medarbejdere.	Side 9		
GRI 2: Generelt Oplysninger 2021	2-2 Enheder inkluderet i organisationens bæredygtighedsrapportering	Lidl Danmark	Side 9		
GRI 2: Generelt Oplysninger 2021	2-3 Rapporteringsperiode, hyppighed for rapportering og kontaktinformationer	Om denne rapport	Side 2		
GRI 2: Generelt Oplysninger 2021	2-4 Ændringer i forhold til sidste rapport	GHG-emissioner: Afvigelser i GHG-emissioner i forhold til bæredygtighedsrapporten for 2021/2022 skyldes ændringer i undersøgelsesmetodologien og efterfølgende rettelser som følge af yderligere tilgængelige data.	Side 2		
GRI 2: Generelt Oplysninger 2021	2-5 Ekstern revision	Om denne rapport	Side 2		
GRI 2: Generelt Oplysninger 2021	2-6 Aktiviteter, værdikæde og andre forretningsrelationer	Om denne rapport Virksomheder i Schwarz Group Værdikæden i Lidl Danmark	Side 9, 10 og 12		

... GRI-indeks, Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport 2023-2024

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-7 Medarbejdere	I regnskabsåret 2024 havde Lidl Danmark 4.153 ansatte. 31,9 % var fastansatte, og 68,1 % var midlertidigt ansatte. I regnskabsåret 2023 indsamlede vi personale-KPI'er i henhold til "LEAD"-definitionen. Siden regnskabsåret 2024 har vi indsamlet data fra profilerne i henhold til "UGS"-definitionen. Det betyder, at langtidsfravær ikke vil blive inkluderet i det samlede antal medarbejdere. Ændringen i metode for "samlede antal medarbejder" påvirker yderligere følgende datapunkter fuldtids- og deltidsansatte, fastansatte og virkarer og fordeling mellem mænd og kvinder i ledelsen, vi har dog ikke oplyst effekten, da vi vurderer effekten som ubetydelig. Antal medarbejdere baseret på begge beregningsmetoder: 2023: LEAD: 4.029. UGS: 4.149. 2024: LEAD: 4.053. UGS: 4.053.	Side 77	2.7. a + b: Data om ansattes placering/regioner offentliggøres ikke, da Lidl DK K/S kun har ansatte i Danmark. 2.7. b.c.d.e. Krav vedrørende fortrolighed. Vi rapporterer det samlede antal ansatte.	★
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-8 Medarbejdere, der ikke er ansatte	Medarbejdere efter ansættelsestype hos Lidl Danmark	Side 77		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-9 Ledelsesstruktur og sammensætning	Lidl Danmark består af to virksomheder: Lidl Danmark K/S og Lidl Management Danmark ApS. Den daglige ledelse varetages af direktionen, der består af CEO, CFO, Chief Property Manager, COO og CCO, som udpeges af selskabets generalforsamling, der hver især udgør den respektive virksomheds øverste myndighed. Direktionen består af 4 mænd og 1 kvinde. Oplysninger om organiseringen af Lidl Danmarks samfundsansvar findes på side 14.			
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-10 Nominering og udvælgelse af den øverste direktion	Oplysninger om nominering og udvælgelse af den øverste direktion offentliggøres ikke, da det drejer sig om følsomme interne oplysninger.		Fortrolige oplysninger	

... GRI-indeks, Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport 2023-2024

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-11 Formand for den øverste direktion	Den højeste beslutningsmyndighed ligger hos direktionen, der ledes af den administrerende direktør. Den daglige ledelse varetages af direktionen, som består af CEO, CFO, Chief Property Manager, COO og CCO.			
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-12 Det øverste styrende organs rolle i tilsynet med håndteringen af virkningens påvirkninger	Organiseringen af Lidl Danmarks samfundsansvar	Side 14		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-13 Uddelegering af ansvar for håndtering af påvirkninger	Organisering af Lidl Danmarks samfundsansvar	Side 14		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-14 Den øverste direktions rolle i bæredygtighedsrapporteringen	Organisering af Lidl Danmarks samfundsansvar. CSR-afdelingen rapporterer som en del af Corporate Affairs direkte til CEO for Lidl Danmark. Dette sker blandt andet som led i revisionen af CSR-strategien og i forbindelse med udarbejdelsen af bæredygtighedsrapporteringen. CEO og CFO er involveret i rapporteringsprocessen og er ansvarlige for den endelige godkendelse.	Side 14		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-15 Interessekonflikter	Tillidsposter skal på forhånd oplyses internt, hvis Lidl Danmarks ledelsesrepræsentanter sidder i tilsynsorganer for eksterne virksomheder, brancheforeninger osv. krydsinvesteringer med leverandører og andre stakeholders er i strid med vores retningslinjer for overholdelse og overvåges af Legal & Compliance-afdelingen for overholdelse. Hvis der opstår interessekonflikter i individuelle tilfælde, gælder reglen om ansvarsfraskrivelse.			
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-16 Kommunikation af kritiske bekymringer	Datagrundlaget for disse oplysninger er kun delvist tilgængeligt for Lidl Danmark.		Fortrolige oplysninger	

... GRI-indeks, Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport 2023-2024

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-17 Samlet viden hos den øverste direktion	Organiseringen af Lidl Danmarks samfundsansvar	Side 14		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-18 Evaluering af det øverste direktions præstationer	En rapport om evalueringen af den øverste direktions resultater forelægges ikke af fortrolighedshensyn.		Fortrolige oplysninger	
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-19 Aflønningspolitik	Af fortrolighedshensyn offentliggøres der ikke oplysninger om aflønningspolitikken for medlemmerne af den øverste direktion og ledende medarbejdere.		Fortrolige oplysninger	
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-20 Proces til fastsættelse af aflønning	Kontorlønninger fastsættes i henhold til data fra Willis Towers. Lønnen er fastsat i intervallet 50/20 kvartil til 75/20 kvartil. Dette svarer til en løn på markedsniveau. For medarbejdere, der er omfattet af kollektive overenskomster, følger vi de gældende kollektive overenskomster med tillæg, der betyder, at vores lønninger ligger over markedsniveauet.			
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-21 Årlig samlet kompensationsratio			Fortrolige oplysninger	
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-22 Erklæring vedr. bæredygtig strategi	Velkommen til Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport af Georgios Tokatlis	Side 3		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-23 Principper og forpligtelser	Vores politikker og principper	Side 16		

... GRI-indeks, Lidl Danmarks bæredygtighedsrapport 2023-2024

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-24 Implementering af politikker	Vores politikker og principper	Side 16		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-25 Processer til afhjælpning af negative påvirkninger	Compliance Management System som fundament	Side 18		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-26 Mekanismer til at søge rådgivning og give udtryk for bekymringer	Compliance Management System som fundament	Side 18		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-27 Overholdelse af love og regler	Compliance Management System som fundament	Side 18		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-30 Kollektive overenskomster	Medarbejdere efter ansættelsestype hos Lidl Danmark	Side 77		
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-1 Proces til at bestemme rapportens indhold og identificering af væsentlige emner	Væsentlighedsanalyse	Side 20		
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-2 Oversigt over væsentlige emner	Væsentlighedsmatrix 2.0	Side 20		

Dialog og samarbejde med stakeholders

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Dialog og samarbejde med stakeholders	Side 26		
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-28 Medlemsskaber og netværk	Inddragelse af stakeholders	Side 26 og 27		

Dialog og samarbejde med stakeholders

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 2: Generelle Oplysninger 2021	2-29 Stakeholder engagement	Inddragelse af stakeholders Medlemskaber og partnerskaber	Side 26 og 27		

1,5 grader

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Materiale Emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	1,5 grader	Side 34		
GRI 201: Økonomisk præstation	201-2 Finansielle konsekvenser og andre risici og muligheder som følge af klimaændringer	Datakvalitet		Oplysningerne og dataene i forbindelse med denne erklæring er i øjeblikket ikke tilgængelige i tilstrækkelig kvalitet og kan derfor ikke rapporteres.	
GRI 203: Indirekte økonomiske virkninger	203-1 Infrastrukturinvesteringer og understøttede tjenester	Oplysningerne og dataene i forbindelse med denne erklæring er i øjeblikket ikke tilgængelige i tilstrækkelig kvalitet og kan derfor ikke rapporteres.	Side 35		
GRI 302: Energi 2016	302-2 Energiforbrug uden for organisationen	Fortrolige oplysninger		Oplysninger gives ikke af forretningsmæssige årsager	
GRI 302: Energi 2016	302-3 Energiintensitet	Energiforbrug	Side 36		*
GRI 302: Energi 2016	302-4 Reduktion af energiforbrug	Reduktion af energi	Side 37		
GRI 305: Udledninger 2016	302-5 Reduktion af energibehovet for produkter og tjenester	Reduktion af energibehovet for produkter og tjenester	Side 39		
GRI 305: Udledninger 2016	305-1 Direkte GHG-emissioner (Scope 1)	Scope 1	Side 43		*

... 1,5 grader

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 305: Emissioner 2016	305-2 Indirekte GHG-emissioner (Scope 2)	Scope 2	Side 43		★
GRI 305: Emissioner 2016	305-3 Andre indirekte Direkte GHG-emissioner (Scope 3)	Scope 3	Side 43		
GRI 305: Emissioner 2016	305-4 GHG-emissioner iten-tistet	Intensitet af GHG-emissioner	Side 44		
GRI 305: Emissioner 2016	305-5 Reduktion af GHG-emissioner	Reduktion af GHG-emissioner	Side 44		

Økosystemer

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Økosystemer	Side 48		
GRI 304: Biodiversitet	304-2 Væsentlige påvirkninger af biodiversitet ifm. aktiviteter, produkter og tjenester	Påvirkning på biodiversiteten	Side 48		
GRI 304: Biodiversitet	304-3 Beskyttede eller genoprettede levesteder	Beskyttede eller genoprettede levesteder	Side 50		
GRI 304: Biodiversitet	304-4 Arter på IUCN's rødliste og arter på nationale beskyttelseslister i områder, der er	Beskyttede arter i områder, der er berørt af vores forretningsaktiviteter	Side 51		

Råstoffer

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Materiale Emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Råstoffer	Side 54		

Cirkulær økonomi

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Cirkulær økonomi	Side 60		
GRI 301: Materialer 2016	301-1 Materialer brugt i vægt eller volume	Forbrug af plast og papir	Side 62		
GRI 301: Materialer 2016	301-2 Brugte materialer, der er genanvendte	Forbrug af plast og papir	Side 62		
GRI 301: Materialer 2016	301-3 Genanvendte produkter og deres emballagematerialer	Genanvendte produkter og materialer	Side 63		
GRI 306: Affald 2020	306-1 Affaldsgenerering og væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger	Affaldsproduktion og væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger	Side 64		
GRI 306: Affald 2020	306-2 Håndtering af væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger	Affaldsproduktion og væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger	Side 64		
GRI 306: Affald 2020	306-3 Affald generet	Affaldsproduktion og væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger	Side 64		
GRI 306: Affald 2020	306-4 Affald, der ikke bortskaffes	Affaldsproduktion og væsentlige affaldsrelaterede påvirkninger	Side 64		

Madspild

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Madspild	Side 68		

Medarbejder og menneskerettigheder

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Arbejde og menneskerettigheder	Side 74		
GRI 407: Foreningsfrihed og kollektive forhandlinger 2016	407-1 Operationer og leverandører, hvor retten til foreningsfrihed og kollektive forhandlinger kan være i fare	Medarbejdere efter ansættelsestype hos Lidl Danmark	Side 77		
GRI 408: Børnearbejde 2016	408-1 Operationer og leverandører med betydelig risiko for tilfælde af børnearbejde	Beskyttelse af menneskerettigheder i vores forsyningskæde	Side 78		
GRI 409: Tvangsarbejde 2016	409-1 Operationer og leverandører med betydelig risiko for tilfælde af tvangsarbejde	Beskyttelse af menneskerettigheder i vores forsyningskæde	Side 78		
GRI 414: Social evaluering af leverandører 2016	414-2 Negative sociale konsekvenser i forsyningskæden og iværksatte tiltag	Beskyttelse af menneskerettigheder i vores forsyningskæde	Side 79		

Bevidst ernæring

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Bevidst ernæring	Side 84		
GRI 416: Kundernes sundhed og sikkerhed 2016	416-1 Vurdering af sundheds- og sikkerhedspåvirkningerne af forskellige produktkategorier	Produktsikkerhed og kvalitet	Side 92		
GRI 416: Kundernes sundhed og sikkerhed 2016	416-2 Tilfælde af manglende overholdelse vedr. de sundheds- og sikkerhedsmæssige virkninger af produkter og tjenesteydelser	Produktsikkerhed og kvalitet	Side 92		

Ansvarlige produkter

GRI-Standard	Specifikation	Beskrivelse	Side	Udeladelse	Revideret
GRI 3: Væsentlige emner 2021	3-3 Ledelsestilgang	Ansvarlige produkter	Side 98		
FP2	Procentdel af indkøbt volumen, som er verificeret i overensstemmelse med troværdige, internationalt anerkendte standarder for ansvarlig produktion, opdelt efter standard.	Certificerede produkter	Side 101		
Indkøbspraksis	204-1 Andel af udgifter til lokale leverandører	Lokale leverandører	Side 101		

Lidls ansvarsmodel

Vores 17 definitioner af CSR-emner

For Planeten			For Mennesker		
Vi beskytter klimaet	Vi respekterer biodiversiteten	Vi bevarer ressourcerne	Vi handler fair	Vi fremmer sundheden	Vi engagerer os i dialogen
1,5 grader • Operationel energistyring • Transport og logistik • Ansvarlige forsyningskæder • Bygningscertificeringer • Ansvarligt byggeri	Økosystemer • Bevarelse af mangfoldige arts- og levesteder • Undgåelse af forurenende stoffer • Tilpasning for tab af biodiversitet • Forbedret forhold for biodiversitet på og omkring ejendomme	Vandressourcer • Adgang til drikkevand • Undgåelse vand risici såsom forurening og over forbrug • Vandforbrug Råstoffer • Indkøb og brug af (kritiske) råstoffer • Certificeringer Cirkulær økonomi • Genanvendelses-kredsløb • Håndtering af affalds og genanvendelse • Emballage • REset Ressources • Byggematerialer Madspild • Planlægning af efterspørgsel • Optimering • Samarbejde	Dyrevelfærd • Leveforhold • Dyrevelfærd • Dyrefoder Medarbejder og menneske-rettigheder • Overholdelse af menneske rettigheder i forbindelse med beskæftigelse i værdikæden • Risiko, kontrol og klage mekanismer, medarbejder rettigheder, balance mellem arbejde og privatliv Rimelig løn • Leveløn • Løn i virksomheden Diversitet og inklusion • Mangfoldighed og ligestilling Forretningsrelationer og integritet • Compliance • Databeskyttelse • Leverandørrelationer • Virksomhedskultur • IT Corporate citizenship og lokalt engagement • Donationer • Socialt engagement	Bevidst ernæring • Produktkvalitet og -sikkerhed • Ændring af indhold i produkter • Ingredienser og ernærings-oplysninger Arbejdssundhed og -sikkerhed • Arbejdsmiljøledelse • Sikker arbejdsplads • Bevidsthed og forebyggelse	Aktivering • (Videre)uddannelse af medarbejdere • Sensibilisering af kunderne • Ansvarlig produkt-kommunikation Dialog og samarbejde med stakeholders • Strategisk stakeholder ledelse • Deltagelse i initiativer • Netværksdannelse
For Dig					

Ansvarlige produkter

Ansvarligt sortimentdesign (herunder ansvarligt producerede, certificerede produkter) • Regionalitet og sæsonbestemthed • Produkt gennemsigtighed og -sporbarhed



Lidl Danmark

Carl Blochs Gade 89
8000 Aarhus C
Danmark
Tlf. (+45) 7635 0000
Lidl.dk/ansvarlighed

