



Tierschutz.
Weltweit.



Die Atlas Challenge

Ein Ranking zu Strategien für eine tier- und klimafreundliche Ernährung

- Supermärkte (DE) -

	Supermarkt	%
	Lidl (DE)	73
	Aldi Süd (DE)	66
	Aldi Nord (DE)	63
	Penny (DE)	63
	Rewe (DE)	61
	Kaufland (DE)	59
	Edeka (DE)	53
	Netto Marken-Discount (DE)	53
	Marktkauf (DE)	41
	Globus (DE)	33
	Norma (DE)	23

■ Niedrig ■ Durchschnittlich ■ Gut ■ Sehr gut

Das Atlas Challenge Ranking basiert auf der Bewertung von VIER PFOTEN. Es gibt einen Überblick über die Leistung führender Supermärkte, wenn es um fortschrittliche Ernährungsstrategien geht, die die Reduzierung von Fleisch sowie die Zunahme von pflanzlichen (tierfreien) und innovativen Fleischalternativen unterstützen. Die Reduktion von Fleischprodukten und die Verfügbarkeit von pflanzlichen Alternativen ist der Schlüssel zur Senkung der Treibhausgasemissionen und der damit verbundenen Auswirkungen auf unseren Planeten und die in Massentierhaltung leidenden sogenannten Nutztiere.



Tierschutz.
Weltweit.

Die Atlas Challenge

Ein Ranking zu Strategien für eine tier- und klimafreundliche Ernährung

- Supermärkte -



Kriterienübersicht für Deutschland

Kriterien	Supermarkt	Lidl	Aldi Süd	Aldi Nord	Penny	REWE	Kaufland	Edeka	Netto Marken-Discount	Marktkauf	Globus	Norma
		Land *	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE
CSR-Bericht/Richtlinien												
1	CSR-/Nachhaltigkeitsbericht (öffentlich zugänglich)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Tierschutz = wesentlicher Teil der Einkaufspolitik	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Klimastrategie/-richtlinie	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	⚠
4	Nutztierhaltung ist ein Hauptverursacher der Klimakrise > erkennen (Mit-) Verantwortung an	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	⚠	⚠	✓	⚠	⚠
5	Maßnahmen zur Verringerung negativer Auswirkungen von Produkten aus der Nutztierhaltung	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	⚠
6	Klimabilanz für tierische Produkte	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	✓	✓	⚠	⚠
7	Maßnahmen zur Vorbeugung von Zoonosen als Folge der Nutztierhaltung	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8	Unterstützung von Landwirt*innen (Tierwohl, Biodiversität, Klima etc.)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	Verbindliche Strategie zur Reduzierung von Fleisch/tierischem Protein	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠
10	Richtlinie zur Reduzierung spezifischer tierischer Produkte (z. B. Fleisch aus Brasilien, Foie Gras, Produkte aus Lebendrupf/Stopfmast, gefährdete/exotische Arten)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	Produktspezifische Reduzierung wird nicht durch Erhöhung anderer tierischer Produkte kompensiert	⚠	⚠	⚠	✓	✓	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠
12	Strategie zur Steigerung pflanzlicher Produkte	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Produktpalette												
13	Fleisch aus Intensivtierhaltung macht 50 % oder weniger aus	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠	✓	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠
14	Prozentsatz (gemessen am Gesamtortiment) für spezifische Produkte mit Tierwohl-Siegel	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠
15	Hybridfleisch/-produkte	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
16	Kennzeichnung pflanzlicher und vegetarischer Produkte (z. B. V-Label)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓



Ja



Nein



Keine (klare) Antwort / öffentlich zugänglichen Informationen im Recherchezeitraum gefunden

Kriterien	Supermarkt	Lidl	Aldi Süd	Aldi Nord	Penny	REWE	Kaufland	Edeka	Netto Marken-Discount	Marktkauf	Globus	Norma
		Land *	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE	DE
Marketing												
17	Marketingstrategie zur Steigerung des Absatzes pflanzlicher Produkte	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
18	Heben positive Auswirkungen pflanzlicher Produkte hervor (auf Klima, Tiere, Gesundheit, Umwelt)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
19	Heben positive Auswirkungen der Reduzierung tierischer Produkte hervor (auf Klima, Tiere, Gesundheit, Umwelt)	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗
20	Initiativen/Programme zur Förderung einer Fleischreduktion	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗
Fortschritte & Engagement												
21	Zukünftige Ziele zur Steigerung pflanzlicher Produkte	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	✓	✓	✓	⚠	⚠
22	Zukünftige Ziele zur Reduzierung von tierischem Eiweiß	⚠	⚠	⚠	✗	✗	⚠	✗	✗	✗	⚠	⚠
23	Planen Werbeverbot von Billigfleisch	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	⚠	⚠
24	Planen Steigerung von Produkten mit Tierwohlsiegel	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	⚠	⚠
25	Planen, kultiviertes Fleisch anzubieten (sobald erhältlich)	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	⚠	⚠
26	Planen stärkere Klimapolitik/-strategien (Scope 3)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	⚠
27	Planen, konventionell erzeugtes tierisches Protein zu begrenzen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	⚠	⚠
28	Erwägen Preiserhöhung für tierische Produkte	✓	✗	✗	✗	✗	✗	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠
29	Erwägen "wahre Kosten" (Kosten der Umweltbelastung) -Preisschilder	✓	✗	✗	✓	✗	✗	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠
30	Streben Preisgleichheit für pflanzliche und tierische Produkte an	✗	✗	✗	✗	✗	✗	⚠	⚠	⚠	⚠	⚠
Zusätzlich												
i	Transparenz der zugänglichen Informationen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ii	Geantwortet und zusätzliche Informationen zur Verfügung gestellt	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗

Die Tabelle gibt einen Überblick über die im Rahmen des Atlas Challenge-Rankings bewerteten Lebensmitteleinzelhändler und bildet ihre Ergebnisse anhand der festgelegten Kriterien ab. Die Kriterien wurden in vier Kategorien eingeteilt. Bitte beachten Sie, dass ein Unternehmen zwar die Mehrzahl der Kriterien erfüllen kann, aber aufgrund des spezifischen Bewertungssystems des Fragebogens nicht unbedingt die höchste Punktzahl erhält.

Haftungsausschluss: VIER PFOTEN führte die Recherche auf Grundlage öffentlich zugänglicher Online-Informationen zwischen Januar und Juni 2022 durch. Änderungen, die von den ausgewählten Lebensmitteleinzelhändlern nach diesem Zeitraum vorgenommen wurden, wurden nicht berücksichtigt.

Im Rahmen der Recherche und Analyse hat VIER PFOTEN einen Fragebogen an die ausgewählten Lebensmitteleinzelhändler verschickt und um Antwort gebeten. Alle Unternehmen, die nicht geantwortet haben, sowie Globus (DE) und Marktkauf, die eine Teilnahme ablehnten, wurden ausschließlich auf Grundlage der Eigenrecherche anhand öffentlich zugänglicher Online-Informationen von VIER PFOTEN bewertet.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an TheAtlasChallenge@vier-pfoten.org

Die Tabelle gibt einen Überblick über die im Rahmen des Atlas Challenge-Rankings bewerteten Lebensmitteleinzelhändler und bildet ihre Ergebnisse anhand der festgelegten Kriterien ab. Die Kriterien wurden in vier Kategorien eingeteilt. Bitte beachten Sie, dass ein Unternehmen zwar die Mehrzahl der Kriterien erfüllen kann, aber aufgrund des spezifischen Bewertungssystems des Fragebogens nicht unbedingt die höchste Punktzahl erhält.

Haftungsausschluss: VIER PFOTEN führte die Recherche auf Grundlage öffentlich zugänglicher Online-Informationen zwischen Januar und Juni 2022 durch. Änderungen, die von den ausgewählten Lebensmitteleinzelhändlern nach diesem Zeitraum vorgenommen wurden, wurden nicht berücksichtigt.

Im Rahmen der Recherche und Analyse hat VIER PFOTEN einen Fragebogen an die ausgewählten Lebensmittelhändler verschickt und um Antwort gebeten. Alle Unternehmen, die nicht geantwortet haben, sowie Globus (DE) und Marktkauf, die eine Teilnahme ablehnten, wurden ausschließlich auf Grundlage der Eigenrecherche anhand öffentlich zugänglicher Online-Informationen von VIER PFOTEN bewertet.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an TheAtlasChallenge@vier-pfoten.org