

LEMONAID Beverages GmbH + Neuer Kamp 31 + 20359 Hamburg

Jesper Hojer  
Stiftbergstr. 1  
D-74167 Neckarsulm

Hamburg, den 06.09.2018

Lieber Herr Hojer,

wir haben vor rund zehn Jahren das Projekt LEMONAID gegründet, um sozialen Wandel voranzutreiben. Wir setzen auf 100 Prozent Bio-Zutaten und fairen Handel und finanzieren mit jeder verkauften Flasche gemeinnützige Projekte in den Anbauregionen der Zutaten. Unsere Limos sind also nicht allein lecker, sondern Mittel zu einem guten Zweck. Mit dieser Idee haben wir gemeinsam mit vielen anderen, oft kleinen, Akteuren zu einem Umdenken im Lebensmittelkonsum beigetragen. Jeder Kunde hat mitgeholfen, unsere Vision wahr werden zu lassen.

Heute stehen wir mit unseren Limos in vielen Bars, Cafés und auch Supermärkten. Bei Lidl nicht. Seit Neuestem steht hier jedoch eine Kopie. Gleiche Optik – gänzlich anderer Inhalt: kein Bio, kein Fairtrade, stattdessen viel Zucker, Farbstoffe und Säuerungsmittel – null sozialer Beitrag.

Aber weil Ihre Limo unserer zum Verwechseln ähnlich sieht, glauben Konsumenten nachweislich, sie täten mit dem Kauf des Produktes etwas Gutes. Mit der Kopie von LEMONAID schmücken Sie sich mit unseren Werten, die Ihnen nicht zustehen. Sie täuschen derzeit Kunden, die mit dem Kauf einen sozialen Beitrag leisten wollen. Hierfür sind Sie verantwortlich. Eventuell unwissend, spätestens ab jetzt jedoch wissentlich.

In den Unternehmensgrundsätzen von Lidl steht: *„Als internationales Handelsunternehmen hat Lidl eine große Verantwortung für Mensch und Natur (...). Daher haben wir uns zum Ziel gesetzt, Deutschlands nachhaltigster Discounter zu werden.“*

**Wir haben den einfachen Wunsch, dass Sie Ihre eigenen Statuten umsetzen.  
Dies wird jedoch nicht durch Täuschung wohlwollender Kunden erreicht.**

**Was zu tun ist, sollte klar sein. Wir sind gespannt, ob unser Brief zu Maßnahmen Ihrerseits führt.**

Mit besten Grüßen aus St. Pauli

Paul Bethke  
Lemonaid-Gründer