



Neckarsulm, 8. Juli 2019

Lidl verzichtet auf festes Mikroplastik

Bis 2020 Ersatz durch umweltfreundlichere Alternativen in allen Lidl-Eigenmarkenprodukten im Kosmetik- und Körperpflegesortiment

Einzelne Partikel sind kleiner als fünf Millimeter, befinden sich im Wasser, an Land, in der Luft und haben gravierende ökologische Auswirkungen: Der Einsatz von festem Mikroplastik steht regelmäßig in der Diskussion. Seit Jahren beschäftigt sich Lidl intensiv mit der Reduzierung von Mikroplastikemissionen aus unterschiedlichen Quellen und verfolgt das Ziel, bis 2020 in allen Lidl-Eigenmarkenprodukten im Kosmetik- und Körperpflegesortiment auf festes Mikroplastik zu verzichten. Mit einem jetzt veröffentlichten Positionspapier macht Lidl die dafür notwendigen Maßnahmen transparent. Gleichzeitig fordert das Unternehmen eine dringend benötigte einheitliche Definition, was genau unter die Bezeichnung Mikroplastik fällt.

Erste umweltfreundlichere Alternativen bereits im Einsatz

Festes Mikroplastik ist schon heute größtenteils durch umweltfreundlichere Alternativen in Lidl-Eigenmarkenprodukten ersetzt worden. In Duschpeelings werden beispielsweise statt Polyethylen und Polypropylen Bimssteinpartikel verwendet oder in Waschpeelings Bambuspartikel.

Nun geht Lidl noch einen Schritt weiter: In enger Zusammenarbeit mit Lieferanten arbeitet das Unternehmen derzeit an einem Ersatz für die so genannten weiteren synthetischen Polymere, die beispielsweise als texturgebende Stoffe in flüssigem Make-up enthalten sind. In die Analyse möglicher alternativer Stoffe fließen vor allem Faktoren wie deren Sicherheit, Umweltverträglichkeit, Wirksamkeit und technologische Anwendbarkeit ein.

Weiterführende Informationen zum Thema Mikroplastik finden sich im Lidl-Positionspapier unter <https://www.lidl-flyer.com/positionspapier-mikroplastik>

Internationale Plastikstrategie REset Plastic

Lidl ist Teil von REset Plastic, der Plastikstrategie der Schwarz Gruppe. Der ganzheitliche Ansatz reicht von der Vermeidung, über Design, Recycling und Beseitigung bis hin zu Innovation und Aufklärung. Dadurch wird der Einsatz von Plastik reduziert und Kreisläufe geschlossen.

Über Lidl Deutschland:

Das Handelsunternehmen Lidl gehört als Teil der Unternehmensgruppe Schwarz mit Sitz in Neckarsulm zu den führenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und Europa. Aktuell ist Lidl in 30 Ländern präsent und betreibt rund 10.800 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 83.000 Mitarbeiter in rund 3.200 Filialen täglich für die Zufriedenheit der Kunden. Dynamik in der täglichen Umsetzung, Leistungsstärke im Ergebnis und Fairness im Umgang miteinander kennzeichnen das Arbeiten bei Lidl. Seit 2008



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 8. Juli 2019

bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte aus verschiedenen Kategorien, Weine und Spirituosen sowie Reise und weitere Services an. Das Angebot des Lidl-Onlineshops wird ständig erweitert und umfasst derzeit rund 30.000 Artikel. Als Discounter legt Lidl Wert auf ein optimales Preis-Leistungsverhältnis für seine Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln. Dabei übernimmt Lidl Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt und fokussiert sich im Bereich Nachhaltigkeit auf fünf Handlungsfelder: Sortiment, Mitarbeiter, Umwelt, Gesellschaft und Geschäftspartner. Lidl hat im Geschäftsjahr 2018 einen Umsatz in Höhe von 81,2 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 22,7 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf lidl.de.