



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 19. Dezember 2018

Lidl befürwortet Reduktions- und Innovationsstrategie von Bundesernährungsministerin Klöckner

Ziele der Selbstverpflichtung im Rahmen der Lidl-Reduktionsstrategie schon heute erreicht

Weniger Zucker, Salz und Fett in Fertigprodukten – Lidl begrüßt die heute vom Bundeskabinett verabschiedete „Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten“ von Bundesernährungsministerin Julia Klöckner und die damit verbundenen Zielvereinbarungen mit der Lebensmittelwirtschaft bis 2025.

Bereits im Januar 2017 hat Lidl Deutschland es sich selbst zur Aufgabe gemacht, den Anteil an zugesetztem Salz und Zucker in Eigenmarkenprodukten bis 2025 absatzgewichtet um jeweils 20 Prozent zu reduzieren. Seit der Veröffentlichung dieser Reduktionsstrategie 2025 hat das Unternehmen schon viele Produkte optimiert, um Kunden bei einer bewussten Ernährung mit einer noch größeren Auswahl an ausgewogenen Produkten zu unterstützen. Dabei verfolgt Lidl einen ganzheitlichen Ansatz, bei dem zum einen die Reduktion von Zucker, Salz, gesättigten Fettsäuren und der Energiedichte und zum anderen Zusätze wie Aromen, Konservierungs- und Farbstoffe im Fokus stehen.

„Das Vorgehen von Bundesernährungsministerin Klöckner deckt sich mit unseren Zielen, den Anteil an zugesetztem Salz und Zucker in Produkten unserer Eigenmarken bis 2025 zu reduzieren. In einigen Sortimentsbereichen haben wir diese Ziele bereits erreicht und freuen uns, dass sich die Lebensmittelwirtschaft nun auch zur Reduktion verpflichtet“, erläutert Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland.

Reduktionserfolge bei Frühstückscerealien, Joghurts und Co.

Die Ziele einiger Selbstverpflichtungen im Rahmen von Klöckners „Reduktions- und Innovationsstrategie“ hat Lidl in seinem Eigenmarkensortiment bereits erreicht: Der Zuckeranteil der Cornflakes unter der Eigenmarke „Crownfield“ wurde beispielsweise um 35 Prozent auf 6 Gramm pro 100 Gramm gesenkt. Im Bereich der Molkereiprodukte konnte Lidl den Zuckergehalt bereits um durchschnittlich rund 10 Prozent reduzieren. Auch bei der Salzreduktion hat Lidl Fortschritte gemacht und den Salzgehalt der Salamipizza der Eigenmarke „Trattoria Alfredo“ um 29 Prozent auf aktuell 1,15 Gramm pro 100 Gramm gesenkt. Bei frischen Broten und Brötchen im Dauersortiment konnte Lidl eine Salzreduktion von durchschnittlich etwa 13 Prozent erreichen. In manchen Rezepturen unter anderem beim Ciabatta wurde der Salzgehalt sogar um bis zu 30 Prozent gesenkt.

Pressestelle Lidl Deutschland

07132/30 60 90 · presse@lidl.de



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 19. Dezember 2018

Weitere Informationen zur Weiterentwicklung von Eigenmarkenprodukten für eine bewusste Ernährung sind unter www.lidl.de/reduktion und im Lidl-Positionspapier nachzulesen: https://www.lidl.de/de/asset/other/09_2018_Positionspapier_Bewusste_Ernaehrung.pdf

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 10.500 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 79.000 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 bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte aus verschiedenen Kategorien, Weine und Spirituosen sowie Reisen 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 2017 einen Umsatz in Höhe von 74,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 21,4 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf lidl.de.

Pressestelle Lidl Deutschland

07132/30 60 90 · presse@lidl.de