



Neckarsulm, 24. Juli 2019

### **Weniger Plastik, mehr Transparenz**

#### **Lidl spart weitere 113 Tonnen Kunststoff bei Eigenmarkenverpackungen und führt neues Logo „verantwortlicher verpackt“ ein**

Lidl verzeichnet Fortschritte bei der Plastikreduzierung: Im Rahmen der gemeinsam mit der Schwarz Gruppe initiierten Plastikstrategie REset Plastic arbeitet der Lebensmittelhändler kontinuierlich an der Verpackungsoptimierung seiner Eigenmarkenprodukte und weist regelmäßige Ergebnisse vor. Unter anderem wurden vor einiger Zeit die Verpackungen des „Formil“-Flüssigwaschmittels sowie der „Alesto“-Cashew-Nüsse optimiert, wodurch 180 Tonnen Plastik pro Jahr eingespart werden. Ab sofort nutzt Lidl zusätzlich weitere Plastikeinsparpotenziale: zum einen bei den Eigenmarkenverpackungen im dauerhaften Wurstsortiment und zum anderen bei der „Floralys“-XXL-Haushaltsrolle aus dem Aktionsassortiment.

#### **Weniger Plastik im Fest- und Aktionsassortiment**

282 Tonnen Plastik wurden seit 2018 im Wurstsortiment durch die Reduzierung des Verpackungsgewichts bei verschiedenen Produkten eingespart, jetzt reduziert Lidl bei vier weiteren Artikeln insgesamt rund 78 Tonnen Kunststoff: Pro Packung der „Dulano“-Geflügel-Wiener in den Sorten Wiener, Wiener Käse-Paprika sowie Mini-Wiener (in ausgewählten Filialen erhältlich) kann der Plastikeinsatz aufgrund der Verwendung einer dünneren Unterfolie um 16,3 Prozent reduziert werden. Die neuen Verpackungen sind seit diesem Monat in den deutschlandweit rund 3.200 Filialen zu finden. Weitere 35 Tonnen Folie sowie 170 Tonnen Papphülsen spart das Unternehmen durch die Umstellung der „Floralys“-XXL-Haushaltsrolle auf sechs statt zwölf Rollen pro Packung, dafür jedoch mit 90 statt 45 Blättern pro Rolle. Außerdem können aufgrund der kompakteren Verpackung mehr Artikel pro LKW transportiert werden, sodass jährlich 760 LKW-Fahrten weniger notwendig sind.

#### **Neues Logo „verantwortlicher verpackt“ für mehr Transparenz**

Damit Kunden nachvollziehen können, was die neuen Produktverpackungen im Vergleich zu den bisherigen nachhaltiger macht, führt Lidl mit dem „verantwortlicher verpackt“-Logo ab sofort eine neue Verpackungskennzeichnung bei Eigenmarkenprodukten ein. So weist das Unternehmen transparent die bereits umgesetzte Plastikreduktion sowie die Steigerung der Recyclingfähigkeit aus.

„Wer Plastik in den Verkehr bringt, muss sich auch aktiv um die Reduzierung sowie eine höhere Recyclingfähigkeit des Materials kümmern. Bei Lidl arbeiten wir seit Jahren daran, weniger neues Plastik, dafür mehr Recyclingmaterial einzusetzen und Kreisläufe zu schließen. Mit ‚verantwortlicher verpackt‘ machen wir diese Verbesserungen für unsere Kunden jetzt transparent“, erläutert Jan Bock,



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 24. Juli 2019

Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland. „Es liegt jedoch noch ein langer Weg vor uns. Der Verzicht auf Kunststoff von heute auf morgen ist nicht möglich, wir brauchen mehr nachhaltigere Lösungen und Innovationen, wie der Plastikeinsatz insgesamt nachhaltiger gestaltet werden kann“, ergänzt Bock.

Das Logo wird sukzessive auf der Vorderseite von Verpackungen aufgebracht, die mindestens eines der folgenden Kriterien erfüllen:

- Recyclingfähigkeit von mindestens 80 Prozent
- Rezyklatanteil von mindestens 30 Prozent
- Einsatz von alternativen Materialien
- Einsparung von Volumen oder Gewicht des Verpackungsmaterials von mindestens 10 Prozent

Welche dieser nachhaltigen Kriterien die jeweilige Verpackung konkret erfüllt, ist transparent auf dem Produkt angegeben. Aktuell befindet sich das Logo bereits auf verschiedenen Eigenmarkenverpackungen, zum Beispiel der „Floralys“-XXL-Haushaltsrolle, und wird in Kürze bei den „Dulano“-Geflügel-Wienern ergänzt.

### **Plastikstrategie REset Plastic**

Lidl ist Teil von REset Plastic, der ganzheitlichen, internationalen Plastikstrategie der Schwarz Gruppe. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2025 den Kunststoffeinsatz um 20 Prozent zu reduzieren und die Recyclingfähigkeit bei Verpackungen der Eigenmarken auf 100 Prozent zu steigern. Neben Vermeidung und Design sind Recycling, Beseitigung sowie Innovation und Aufklärung weitere Handlungsfelder.

Weiterführende Informationen finden sich auf [www.reset-plastic.com](http://www.reset-plastic.com) sowie [www.lidl-nachhaltigkeit.de](http://www.lidl-nachhaltigkeit.de)

### **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 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,*

---

### **Pressestelle Lidl Deutschland**

07132/30 60 90 · [presse@lidl.de](mailto:presse@lidl.de)



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 24. Juli 2019

*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](http://lidl.de).*