



Neckarsulm, 25. September 2019

Ökologisch, sozial nachhaltig und kreislauffähig: Innovative Textilprodukte bei Lidl

Die nach dem Cradle-to-Cradle-Certified™-Produktstandard entwickelten Textilien tragen den „Grünen Knopf“

Ab dem 29. September bietet Lidl in Deutschland als Aktion erstmals biologisch abbaubare Textilien mit Aufdruck im Lidl-Onlineshop und ab dem 2. Oktober in allen rund 3.200 Lidl-Filialen an. Die Nachwäsche-Kollektionen für Damen, Herren und Kinder sowie die Bettwäsche-Kollektion entsprechen den strengen Kriterien des Cradle-to-Cradle-Certified™-Produktstandards in Gold und Silber. Anders als herkömmliche Druckpasten, hinterlassen die für diese Textilkollektionen von Lidl in Kooperation mit der CHT Gruppe, einem weltweit operierenden Unternehmen für Spezialitätenchemie mit Sitz in Tübingen, dem international tätigen Beratungsinstitut EPEA – Part of Drees & Sommer GmbH und dem Beneficial Design Institute nach dem Cradle-to-Cradle-Certified™-Produktstandard umgesetzten Druckpasten keine umwelt- und gesundheitsschädlichen Schadstoffe. Die Lidl-Nacht- und Bettwäschekollektionen sind dadurch abbaubar und eignen sich somit für den biologischen Kreislauf.

„Auch im Textilbereich setzen wir bei Lidl auf kreislauffähige Produkte. Dabei achten wir besonders auf die Nutzung erneuerbarer Energien sowie den effektiven Einsatz von gesundheitsverträglichen und biologisch abbaubaren Rohstoffen. Unsere Kunden profitieren von nachhaltigeren und besonders hautfreundlichen Textilien zum günstigen Lidl-Preis“, sagt Nick Dietl, Geschäftsführer Einkauf bei Lidl Deutschland.

„Mit der Vermarktung der Textil-Kollektionen mit Aufdruck nach Cradle-to-Cradle-Standard geht Lidl innovativ voran und setzt ein wichtiges und richtiges Zeichen für den Markt“, so Prof. Dr. Braungart, Mitbegründer des Cradle-to-Cradle-Konzepts.

Neben der Zertifizierung nach dem Cradle-to-Cradle-Certified™-Produktstandard sind die Lidl-Textilkollektionen auch nach dem Global Organic Textile Standard (GOTS) zertifiziert. Aufgrund des erfolgreich durchlaufenen Produkt- und Unternehmensprüfungsprozesses erfüllen die Produkte jedes der 46 anspruchsvollen und von unabhängigen Prüfern kontrollierten Sozial- und Umweltkriterien für den „Grünen Knopf“. Das staatliche Siegel kennzeichnet nachhaltige sozial und ökologisch hergestellte Textilien, damit Kunden diese einfach erkennen können.

Über den Cradle-to-Cradle-Certified™-Produktstandard:

Mit dem Cradle-to-Cradle-Certified™-Produktstandard können kreislauffähige Produkte wie Textilien zertifiziert werden. Eine Cradle-to-Cradle-Produktzertifizierung verlangt die Bewertung von Produkten in fünf Kategorien: Material-Gesundheit, Material-Wiederverwendung, Einsatz erneuerbarer Energien, Wassermanagement und soziale Verantwortung. Die Zertifizierung wird vom Cradle to Cradle Products Innovation Institute in fünf Stufen (Basic, Bronze, Silber, Gold und Platin) vergeben, je nach Leistungsniveau eines Produkts in den verschiedenen Kategorien. Der Standard wurde von William



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 25. September 2019

McDonough und Dr. Michael Braungart entwickelt. Das Cradle to Cradle Products Innovation Institute hat seinen Hauptsitz in Oakland, Kalifornien, mit Büros in Washington DC und Amsterdam.

Weitere Informationen zu <https://www.lidl.de/de/sortiment-verantwortung-in-der-nonfood-lieferkette/s7377409>

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 32 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 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 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.