



Neckarsulm, 22. Oktober 2019

„Next Level Meat“: Vegane Burgerpatties und veganes Hack von Lidl werden klimaneutral

Lidl spart zusätzlich Plastik durch nachhaltigere Verpackung der „Next Level Meat“-Produkte

Von einer pflanzenbasierten Ernährung profitiert auch das Klima. Wenn mehr vegane Produkte konsumiert werden, kann beispielsweise der Fleischkonsum insgesamt sinken und auch begleitende Faktoren wie ein hoher Wasserverbrauch und Ressourcennutzung durch den Futtermittelanbau reduziert werden. Ein Beispiel für beliebte vegane Alternativen, die flächendeckend in Deutschland angeboten werden, sind die auf Gemüse, Erbsen-, Weizen- sowie Sojaweiß basierenden „Next Level Meat“-Produkte von Lidl. Die aktuelle Analyse eines unabhängigen Forschungsinstituts hat nun gezeigt, dass im Vergleich zu einem durchschnittlichen Burgerpatty aus Rindfleisch der „Next Level Burger“ und das „Next Level Hack“ 91 Prozent weniger CO₂-Emissionen verursachen.

100 Prozent klimaneutrale vegane Produkte im Test

„Die ‚Next Level Meat‘-Produkte ermöglichen einen alternativen und klimafreundlicheren Verzehr, der den eigenen CO₂-Fußabdruck verbessern kann. Um den ‚Next Level Burger‘ und das ‚Next Level Hack‘ klimaneutral zu gestalten, haben wir uns darüber hinaus entschieden, die im Vergleich zum Rindfleisch geringen CO₂-Emissionen zu kompensieren. Damit setzen wir in unserer Sortimentsgestaltung ein klares Zeichen für mehr Umweltschutz,“ erläutert Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland.

Die übrigen neun Prozent der CO₂-Emissionen zur Herstellung der veganen Burgerpatties und des veganen Hacks gleicht Lidl gemeinsam mit seinem Lieferanten über ClimatePartner durch Klimazertifikate mit dem Gold-Standard aus. Dadurch werden Projekte zum Schutz des Regenwaldes in Brasilien unterstützt, sodass zunehmend Flächen Kleinbauern zugutekommen und nicht für Sojaplantagen abgeholzt werden. Mehr Informationen zum CO₂-Ausgleich können Kunden ab sofort über einen QR-Code abrufen, der mit einem grünen Hinweis zur Klimaneutralität auf der Vorderseite jeder „Next Level Meat“-Verpackung aufgebracht ist.

Plastiksparende und recyclingfähige Verpackung für „Next Level Meat“-Produkte

Eine bessere Ökobilanz schafft Lidl bei den „Next Level Meat“-Produkten auch durch die neuen Verpackungen, die Plastik einsparen. Anstatt in einem Kunststoffzweierpack werden die Burgerpatties und das Hack ab Mitte November in einer Pappschale liegen, die mit einer dünnen abziehbaren Folie beschichtet und mit einer zweiten dünnen Folienschicht verschlossen ist. Alle Materialien können voneinander getrennt werden und sind recyclingfähig. Zur bisherigen Verpackung werden dadurch 71 Prozent und damit 61,5 Tonnen Plastik im Jahr eingespart. Damit initiiert Lidl eine weitere



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 22. Oktober 2019

Maßnahme, Verpackungsmaterial durch eine saubere Trennung Zuhause bestmöglich dem Wertstoffkreislauf zurückzuführen und leistet so einen weiteren Beitrag zur Reduktion des Plastikeinsatzes im Rahmen der gruppenweiten Plastikstrategie REset Plastic der Schwarz Gruppe.

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.