



Neckarsulm, 23. Oktober 2019

### Lidl führt Nutri-Score auf Eigenmarken ein

Mehr Transparenz am Regal: Lidl Deutschland unterstützt Kunden künftig bei einer einfacheren Orientierung und Kaufentscheidung für eine bewusstere Ernährung und plant die Einführung der ergänzenden Nährwertkennzeichnung Nutri-Score. Derzeit prüft das Unternehmen verschiedene Produkte der Lidl-Eigenmarken und wird nach abschließender Analyse und der Schaffung der rechtlichen Grundlagen mit der Anbringung des Siegels auf Lidl-Eigenmarken beginnen. „Wir haben viele Kundenanfragen, die aktiv nach einer transparenten Kennzeichnung von Lebensmittelprodukten fragen. Das vor kurzem grüne Licht des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft bestärkt uns in unserer Entscheidung. Notwendig ist es nun, dass zeitnah die rechtlichen Grundlagen zur Verwendung geschaffen werden“, erklärt Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf von Lidl Deutschland.

#### **Einfach und verständlich: Kunden gezielt am Point of Sale abholen**

Lidl setzt seit Jahren auf mehr Transparenz auch direkt in den Filialen und hat beispielsweise mit der Einführung des Lidl-Haltungskompass Anfang 2018 als erster Händler eine leicht verständliche Haltungskennzeichnung von Frischfleischprodukten eingeführt und gut sichtbar am Point of Sale beworben. Die Kennzeichnung von Lidl-Eigenmarken mit dem Nutri-Score setzt ebenfalls hier an: leicht verständlich werden verarbeitete Lebensmittel ernährungsphysiologisch in eine von fünf Kategorien von einem dunkelgrünen A bis zum roten E eingeordnet. Für Kunden wird dies gut sichtbar auf der Vorderseite der Verpackungen angebracht.

#### **Optimierung der Reformulierung von Produkten durch Nutri-Score möglich**

Bewusste Ernährung ist ein strategisches Ziel in der Lidl-Nachhaltigkeitsstrategie 2030. Das zeigt auch die aktuelle Sensibilisierungskampagne für weniger Zucker im Alltag mit dem Lidl-Löffel. Welche Produkte eine günstige Nährstoffzusammensetzung haben und welche eher eine ungünstige, zeigt Lidl demnächst transparent mit dem Nutri-Score. „Kunden können auf einen Blick die Nährwertzusammensetzung eines Produkts erkennen und sich für einen ausgewogenen Lebensmittelkonsum entscheiden. Wichtig ist uns allerdings, unseren Kunden nach wie vor die Wahl zu lassen und nicht den moralischen Zeigefinger zu heben,“ ergänzt Bock. „Im Laufe der Zeit kann sich die Nutri-Score-Bewertung eines Artikels auch verbessern, da wir kontinuierlich unser Eigenmarkensortiment optimieren, indem wir beispielsweise den Anteil an zugesetztem Zucker und Salz reduzieren.“

Angehängtes Bildmaterial ist ein Visualisierungsbeispiel.



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 23. Oktober 2019

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