



Neckarsulm, 22. Januar 2020

„Vegane Werkstatt“: Lidl bezieht Kunden erfolgreich in die Produktkreation ein

Lidl bringt Produkte aus dem Vegan-Workshop in die Filialen – ganzheitlicher Ansatz für mehr Nachhaltigkeit

Nuggets, Currywurst, Bolognese und ein Convenience-Burger – ab Donnerstag, 23. Januar 2020, ergänzen neue „Next Level“-Aktionsprodukte das vegane Lidl-Sortiment. Anfang Februar folgen ebenfalls für einen begrenzten Zeitraum „Next Level“-Mini-Schnitzel sowie die „Next Level“-Bratwurst, die bereits Ende November aktionsweise in den Lidl-Filialen erhältlich war.

Diese Produkte sind Ergebnisse der „Veganen Werkstatt“, die Lidl im September 2019 gestartet hatte: In dem Lidl-Vegan-Konfigurator konnten Kunden vegane Produkte ganz einfach online nach Lust und Laune virtuell kreieren und sich gleichzeitig für einen Platz bei einem Vegan-Workshop mit Influencern, Lidl-Einkäufern und dem Verein ProVeg e.V. bewerben, bei dem reale Produkte verkostet und mitentwickelt werden konnten.

Von der Idee zum Produkt: Der Vegan-Workshop

Zehn Lidl-Kunden bekamen die Möglichkeit, am dreitägigen Workshop teilzunehmen und das vegane Lidl-Sortiment aktiv mitzugestalten. Insgesamt verkosteten die Teilnehmer rund 140 verschiedene Produkte, bewerteten den Geschmack und die Konsistenz und diskutierten über Verbesserungsmöglichkeiten. Darüber hinaus kreierten die Teilnehmer gemeinsam mit Influencern und Lidl-Experten Rezepte mit den veganen Produkten und besprachen geeignete Verpackungen. Es zeigte sich, dass neben Geschmack und Konsistenz auch die Transparenz der Nährwertangaben und Inhaltsstoffe sowie eine nachhaltige Verpackung wichtige Kriterien für den Erfolg der Produkte sind.

„Vegane Ernährung ist ein absolutes Trend-Thema, daher war es uns wichtig, unsere Kunden in die Weiterentwicklung dieses Sortimentsbereichs bei Lidl einzubeziehen“, erklärt Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland. „Der Vegan-Workshop hat uns auf vielen Ebenen wichtige Erkenntnisse geliefert. Insbesondere müssen die Produkte nachhaltig produziert und verpackt sein und auch von Fleischessern und Flexitariern als echte Alternative zu Produkten mit tierischen Inhaltsstoffen akzeptiert werden.“

Ganzheitlicher Ansatz für Nachhaltigkeit bei „Next Level“-Produkten

Die „Next Level“-Produkte zeichnen sich durch ihre bessere Ökobilanz gegenüber dem tierischen Pendant aus: Beispielsweise liegen die CO₂-Emissionen beim „Next Level“-Hack über 90 Prozent unter denen von durchschnittlichem Rinderhack. Bereits im Vorfeld des Workshops hatte Lidl zudem begonnen, die CO₂-Emissionen des „Next Level“-Burgers und des „Next Level“-Hacks zu



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 22. Januar 2020

kompensieren, sodass beide Produkte zu 100 Prozent klimaneutral sind. Zudem werden diese in einer plastiksparenden Verpackung mit Pappschale verkauft, die, wenn möglich, auch bei künftigen Produkten der Eigenmarke „Next Level“ zum Einsatz kommen soll. Bei allen „Next Level“-Produkten wird zudem ausschließlich europäisches Soja eingesetzt.

Die veganen Produkte werden ab Donnerstag, 23. Januar, unter anderem bei Influencern des #LidlStudio unter dem Hashtag #lidlvegan beworben.

Weitere Informationen unter: www.lidl.de/vegan

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.