



Neckarsulm, 10. März 2020

Lidl führt „Way to Go“-Schokolade ein

Langfristiges Lidl-Projekt in Ghana ermöglicht zusätzliche Einkommen für Kakaobauern und Transparenz in globalen Lieferketten

Lidl führt ab Mitte März unter der Eigenmarke „fin carré“ die neue „Way To Go“-Schokolade in den vier Geschmackssorten „Salted Caramel“, „Pecan Kokos“, „Bitterschokolade“ und „Vollmilchschokolade“ ein. Jede 180-Gramm-Tafel ist zum Preis von 1,99 Euro erhältlich. Aus dem Verkauf der Fairtrade-zertifizierten Schokolade erhalten tausende Kakaobauern in Ghana zusätzlich zum Fairtrade-Mindestpreis und zu der Fairtrade-Prämie einen Aufschlag, der direkt in lokale landwirtschaftliche Projekte fließt. Im Rahmen dieser Projekte werden sie beispielsweise in nachhaltigen Anbau- und Erntemethoden, in betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen oder der Produktion alternativer Rohstoffe wie beispielsweise Honig oder Reis geschult, sodass sie ertragreichere Ernten erzielen und weitere Einkommensquellen zur Existenzsicherung haben.

„Mit dem ‚Way To Go‘-Projekt bieten wir Kunden eine nachhaltige und leckere Schokolade, von dem die Erzeuger im Ursprung in mehrfacher Hinsicht profitieren. Wir kommen damit unserer Verantwortung als einer der größten Abnehmer von Fairtrade-zertifiziertem Kakao in Deutschland nach und wollen den fairen Handel noch stärker in der Mitte der Gesellschaft verankern“, sagt Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland.

Unterstützt wird die faire Entlohnung der Erzeuger durch die vollständige Transparenz in der Lieferkette, da die Herkunft aller Kakaobohnen mithilfe des strategischen Partners Fairtrade physisch bis zur produzierenden Kooperative „Kuapa Kokoo“ in Ghana zurückverfolgt werden kann.

„Kakaobauern können bei diesen niedrigen und volatilen Weltmarktpreisen ihre Lebenshaltungskosten nicht decken. Daher begrüßen wir es sehr, dass sich Lidl mit der ‚Way To Go‘-Schokolade auf den Weg zu existenzsichernden Einkommen für die Kakaobauern gemacht hat. Es ist gut, dass die Großen der Branche mitziehen, damit mehr Menschen vom fairen Handel profitieren und eine bessere Zukunft haben“, erläutert Dieter Overath, Vorstandsvorsitzender TransFair e.V.

Wie die „Way To Go“-Schokolade die Einkommenssituation von Kleinbauern in Ghana konkret verbessert, erfahren Kunden auf der Innenseite der auffällig designten Verpackung sowie unter www.lidl.de/waytogo.

„Mit der ‚Way To Go‘-Schokolade wollen wir Kunden sensibilisieren, wie sie durch den Kauf von nachhaltig produzierten Produkten mit dem Fairtrade-Siegel den Bauern im Ursprungsland eine faire



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 10. März 2020

Zukunft ermöglichen. Denn wir sind überzeugt, dass für mehr Fairness in Agrarlieferketten Wirtschaft, Politik und Gesellschaft gemeinsam an einem Strang ziehen müssen“, ergänzt Bock.

„Way To Go“ für mehr fairen Handel bis zum Ursprung

Das „Way To Go“-Projekt reiht sich in das kontinuierliche Lidl-Engagement ein, die Lebens- und Arbeitsbedingungen in den Anbauländern verschiedener Rohstoffe zu verbessern. 2006 hat Lidl mit „Fairglobe“ als erster Händler bundesweit eine Eigenmarke für Fairtrade-zertifizierte Produkte eingeführt. Seitdem hat das Unternehmen das Angebot an Fairtrade-zertifizierten Artikeln kontinuierlich in den unterschiedlichen Bereichen ausgebaut, sodass mittlerweile knapp 30 Produkte wie beispielsweise Kaffee, Bananen oder Fruchtsaft erhältlich sind. Zudem ist Lidl seit 2014 eines der ersten Mitglieder des Fairtrade-Rohstoff-Programms für Kakao: Der in den Eigenmarken „Crownfield“, „Favorina“ und „Fin Carré“ benötigte Kakao wird seit 2016 zu 100 Prozent nach Fairtrade-Standard gehandelt.

Auch als Mitglied der Initiative für Nachhaltige Agrarlieferketten (INA) und durch Projekte wie beispielsweise den Aufbau der Landwirtschaftsschule PROCACAO für den nachhaltigen Anbau von Kakao in der Elfenbeinküste gemeinsam mit der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) unterstützt Lidl Erzeuger am Ursprung. 2019 konnte PROCACAO nach acht Jahren in die Selbstständigkeit überführt werden.

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.