



Neckarsulm, 29. Mai 2020

Top-Ergebnisse für Lidl-Eigenmarken bei Ökotest „Saskia“-Wasser und „Cien“-Fußpflege mit Note „gut“ bewertet

Kostengünstiger und nachhaltiger Durstlöscher: In der Juni-Ausgabe der Ökotest überzeugen die Wasser „Saskia Medium 1,5-Liter“ aus den Quellen Jessen und Wörth am Rhein die Tester. Die Mineralwasser schneiden mit der Note „gut“ ab und mit gerade einmal 13 Cent pro Liter gehören die beiden zu den günstigsten Produkten im Test. Neben dem Inhalt kommt es auch auf die Verpackung an: Die „Saskia Medium 1,5-Liter“-Wasserflaschen bestehen aus 52 Prozent Recyclingmaterial. Im Vergleich zu weiteren getesteten PET-Einweg-Flaschen liegt Lidl mit diesem Recyclat-Anteil deutlich vorne.

Der Fußbalsam „Cien Balsam Fußpflege“ erhält ebenfalls die Bewertung „gut“. Mit gerade einmal 94 Cent pro 75 Gramm gehört der Balsam zu den Preis-Leistungs-Siegern. Einen Vorteil den Lidl-Kunden kennen: Testergebnisse der Ökotest und Stiftung Warentest belegen seit Jahren die hohe Qualität der Eigenmarken-Produkte von „Cien“ zu Top-Preisen. Sonnenschutzmittel, Handcremes und weitere Kosmetika schneiden regelmäßig mit „sehr gut“ und „gut“ ab.

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 von Lidl-Eigenmarken und Marken aus verschiedenen Kategorien und Preissegmenten, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. 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.