



Neckarsulm/ Berlin, 19. Januar 2018

# Internationale Grüne Woche: Lidl stellt Weiterentwicklung von „Ein gutes Stück Bayern“ und das Programm „Lidl-Lebensräume“ vor

## Einblick in Tierschutz- und Nachhaltigkeitsprojekte am Lidl-Stand in der Bayernhalle

Auf der 84. Internationalen Grünen Woche in Berlin vom 19. bis 28. Januar 2018 präsentiert Lidl die Weiterentwicklung der regionalen Eigenmarke „Ein gutes Stück Bayern“ (EgSB) und das Programm „Lidl-Lebensräume“ für mehr Bienenwohl und Schutz der Artenvielfalt. In der Messehalle 22b, der „Bayernhalle“, Stand 245, können sich die Besucher über die in Bayern beliebte Lidl-Eigenmarke und die Maßnahmen des umfangreichen Artenschutzprogramms informieren.

„Bei Lidl hat sich in den vergangenen Jahren viel in Sachen Verantwortung und Nachhaltigkeit getan. Auch in diesem Jahr wollen wir die Produkte und das nachhaltige Konzept hinter ‚Ein gutes Stück Bayern‘ einem Publikum über die bayerischen Grenzen hinaus näher bringen“, erläutert Christof Mross, Geschäftsführer Einkauf bei Lidl Deutschland. „Durch kontinuierliche Weiterentwicklungen hat sich ‚Ein gutes Stück Bayern‘ als erfolgreiche Regionalmarke etabliert, deren Fokus auf Tierwohl und Nachhaltigkeit mittlerweile auch nationale Projekte wie den konsequenten Ausbau des gentechnikfreien Sortiments oder die ‚Lidl-Lebensräume‘ inspiriert.“

### **EgSB: Zertifizierung aller Milchprodukte und Vorreiter im Artenschutz**

Aktuell kann Lidl die Zertifizierung aller Milchprodukte von „Ein gutes Stück Bayern“ mit der Premiumstufe des Tierschutzlabels „Für mehr Tierschutz“ des Deutschen Tierschutzbundes verzeichnen. Damit setzte das Unternehmen die kontinuierliche Weiterentwicklung der Regionalmarke innerhalb kürzester Zeit fort: Erst im Januar 2017 führte Lidl das Zwei-Sterne-Siegel für die „EgSB“-Frischmilch ein.

Neben dem Tierwohl achten Lidl und sein Exklusivpartner, die Privatmolkerei Bechtel, auch auf die Stärkung bayerischer Familienbetriebe und nachhaltige Landwirtschaft. So verpflichten sich die Produzenten unter anderem dazu, einen Teil ihrer Äcker und Wiesen für die einheimische Flora und Fauna zur Verfügung stellen. Seit 2013 pflegen die Milchbauern Blühstreifen von insgesamt rund 1,4 Millionen Quadratmetern und bilden damit die Basis für das neue Programm „Lidl-Lebensräume“.



## Presseinformation

---

Neckarsulm/ Berlin, 19. Januar 2018

### **„Lidl-Lebensräume“: 360-Grad-Initiative zum Artenschutz**

Im Rahmen des bundesweiten Programms „Lidl-Lebensräume“ fand am Anfang dieses Jahres der Spatenstich für eine 3.000 Quadratmeter große Blühwiese und den Aufbau eines XXL-Insektenhotels am Logistikzentrum in Speyer statt. Im Laufe des Jahres wird Lidl mit fachlicher Unterstützung der Landesanstalt für Bienenkunde und des Instituts für Pflanzenökologie der Universität Hohenheim insgesamt über 10.000 Quadratmeter Freifläche naturnah anlegen. Ziel ist es, das Nahrungsangebot und Nistmöglichkeiten für blütenbesuchende Insekten langfristig zu verbessern. Neben den Milchbauern der Lidl-Eigenmarke „Ein gutes Stück Bayern“ pflegen auch Lieferanten der Land- und Viehwirtschaft seit 2017 Blühstreifen auf einer Fläche von aktuell insgesamt über 700.000 Quadratmetern. Eine weitere Maßnahme im Rahmen von „Lidl-Lebensräume“ ist die Erweiterung des Lidl-Pflanzensortiments durch bienenfreundliche Pflanzen, die ohne Neonicotinoide produziert wurden. Außerdem plant Lidl ein Pilotprojekt in Griechenland, in dem der Austausch der Landwirte und Imker über die bienenschonende Ausbringung von Pflanzenschutzmittel gefördert wird.

### **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 30 Ländern präsent und betreibt mehr als 10.000 Filialen in derzeit 28 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen mehr als 78.000 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 2016 einen Umsatz in Höhe von 68,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 20,4 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf [lidl.de](http://lidl.de).*