



Neckarsulm, 7. Oktober 2020

„Saskia. So geht Wasser“: Lidl startet Kampagne zum Flaschenkreislauf

Marketingkampagne von Lidl zeigt, wie bepfandete Einwegflaschen neues PET sparen und das Klima schonen

Ab Montag, 12. Oktober 2020, stehen bei Lidl die ökologischen Vorteile von Einweg mit Pfand im Mittelpunkt der Kommunikation. In der neuen Kampagne „Saskia. So geht Wasser“ zeigt das Unternehmen am Beispiel der Mineralwassereigenmarke „Saskia“, wie die Einwegflaschen mit recyceltem PET Ressourcen und das Klima schonen. In Print- und Onlinemedien, in Radio- und TV-Spots, am Point-of-Sale sowie in den sozialen Netzwerken skizziert Lidl den Weg der bepfandeten Kreislaufflasche und ihre Vorzüge für die Umwelt.

Das Beispiel „Saskia“ zeigt, wie die Vision „Weniger Plastik – geschlossene Kreisläufe“ der Plastikstrategie REset Plastic Realität werden kann. Durch den Recyclingkreislauf in den Kunststoffwerken der Schwarz Gruppe und das geringe Gewicht der Getränkeflaschen seiner Eigenmarken spart Lidl PET-Neumaterial und CO₂-Emissionen. Mittlerweile bestehen alle „Saskia“-Flaschenkörper aus durchschnittlich mindestens 50 Prozent Recyclingmaterial, das aus den Flaschen gewonnen wird, die Kunden an den über 6.200 Pfandautomaten in den Lidl-Filialen zurückgeben. Der Flaschenkörper des stillen Mineralwassers in der grünen 1,5-Liter-Flasche wird zu 100 Prozent aus recycelten PET-Flaschen hergestellt. Sichtbar wird der Recyclinganteil für Kunden an dem „verantwortlicher verpackt“-Logo auf der Flasche. Außerdem spart der Einsatz von PET Transportwege, da ein LKW circa 26 mal mehr Flaschen in gepresster Form im Vergleich zu Mehrwegflaschen zum Recyclingwerk bringen kann.

Weitere Informationen zu den ökologischen Vorteilen des Mineralwassers der Eigenmarke „Saskia“ finden Sie unter: www.lidl.de/saskia

Weitere Informationen zu Lidl Deutschland finden Sie [hier](#).