



Neckarsulm, 4. Juli 2018

# Gegen Plastikflut: Lidl listet bis Ende 2019 Einwegplastikartikel aus

## Lidl setzt Strategie zur Plastikreduktion konsequent fort – umgesetzte Maßnahmen zeigen Erfolg

Nachdem Lidl Deutschland im Februar dieses Jahres angekündigt hat, den Plastikeinsatz um 20 Prozent bis zum Jahr 2025 zu reduzieren, leitet das Unternehmen nun weitere konkrete Maßnahmen ein: Lidl wird in seinen rund 3.200 Filialen bis Ende 2019 Einwegplastikartikel wie Trinkhalme, Einwegbecher und -gläser, Teller, Besteck und Wattestäbchen mit Plastikschaft komplett auslisten. Sie werden ersetzt durch Produkte aus alternativen und recycelbaren Materialien, an denen das Unternehmen aktuell mit seinen Lieferanten arbeitet. Damit haben Lidl-Kunden weiterhin die Möglichkeit, Einwegprodukte für bestimmte Zwecke zu kaufen, ohne dafür auf Plastik zurückgreifen zu müssen. Weiterhin strebt Lidl auch den Verzicht und die Umstellung von Besteck und Trinkhalmen im Convenience- und Getränkebereich an.

„Wir verfolgen in unserer Plastikstrategie den klaren Ansatz Vermeiden – Reduzieren – Wiederverwerten. Mit der Auslistung von Einwegplastikartikeln vermeiden wir den Einsatz von Plastik und tragen so zu einer Verbesserung unserer Plastikbilanz bei“, unterstreicht Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland. Die Umstellung auf die alternativen Materialien erfolgt sukzessive nach Abverkauf der bereits eingekauften Mengen, um eine unnötige Verschwendung von Ressourcen zu vermeiden.

### **Bereits erzielte Erfolge: Tausende von Tonnen weniger Plastik im Jahr**

Lidl Deutschland hat bereits mehrere Initiativen zur Plastikreduktion ergriffen. 2017 hat das Unternehmen als erster Discounter in Deutschland die Standard-Plastiktüte abgeschafft und spart damit jährlich 3.500 Tonnen Plastik ein. Außerdem bietet der Lebensmittelhändler seit vielen Jahren eine große Anzahl an unverpackten, losen Artikeln im Obst- und Gemüsebereich. Aber auch in anderen Warengruppen optimiert Lidl entsprechende Verpackungskonzepte: Anfang dieses Jahres wurde die Foliendicke der „Grafschafter“-Toastbrotverpackungen um 25 Prozent reduziert und die Verpackungsgrößen der „Alesto“-Cashew-Nüsse um rund 20 Prozent je Packung. Mittlerweile sind zehn Sorten im Nuss- und Trockenfrucht-Sortiment der Eigenmarke „Alesto“ umgestellt, sodass bei den Verpackungen rund 20 Prozent und damit 150 Tonnen Kunststoff pro Jahr eingespart werden.

„Wir arbeiten seit längerem intensiv an unterschiedlichen Konzepten zur Reduzierung des Plastikeinsatzes“, erklärt Einkaufschef Bock. „Insbesondere im Verpackungsbereich gibt es viele innovative Lösungen, die wir derzeit testen, und die einen wirklichen Unterschied machen können.“



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 4. Juli 2018

### **Weitere Schritte: Rund 40 Tonnen Kunststoffeinsparung pro Jahr durch neue Fleischverpackung**

Eine weitere Lösung, die Lidl jetzt umgesetzt hat, sind die so genannten „Flat Skin“-Verpackungen im Frischfleischbereich. Ab Juli werden die Rib Eye Steaks und Rinderfiletsteaks des Lidl-Eigenmarkensortiments in einem großen Teil der Filialen nicht mehr in einer Kunststoffschale angeboten, sondern auf einem recyclingfähigen Karton, der mit einer sehr dünnen abziehbaren Folie beschichtet ist; eine zweite dünne Folienschicht liegt durch ein Hochvakuum eng am Fleisch. Durch dieses „Flat Skin“-Konzept reduziert Lidl rund 60 Prozent Kunststoff pro Verpackung. Zusätzlich sind alle Materialien getrennt voneinander recyclingfähig.

### **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 rund 79.000 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 2017 einen Umsatz in Höhe von 74,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 21,4 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf [lidl.de](http://lidl.de).*

### **Über die 360 Grad-Plastikstrategie der Schwarz Gruppe:**

*Als eines der weltweit führenden Handelsunternehmen ist sich die Unternehmensgruppe Schwarz – zu der neben Lidl auch Kaufland gehört – ihrer Verantwortung, insbesondere gegenüber der Umwelt, bewusst und nimmt diese wahr. Im Rahmen einer umfassenden 360 Grad-Plastikstrategie entwickelt die Schwarz Gruppe Maßnahmen und setzt diese weltweit um. Die Plastikstrategie hat das Ziel, den Einsatz von Plastik zu reduzieren und Kreisläufe zu schließen.*