



Bad Wimpfen, 26. Januar 2024

Fair, fruchtig, fantastisch: Orangensaft der Lidl-Eigenmarke „Way To Go“ ist Testsieger in aktueller Ökotest-Ausgabe

Nachweislich mehr Fairness und Transparenz: Der Orangensaft der Fairtrade-zertifizierten Lidl-Eigenmarke „Fairglobe Way To Go“ geht in der aktuellen Ökotest-Ausgabe (02/2024) als Testsieger hervor. Als einziges Produkt mit der Gesamtnote „Sehr gut“ überzeugt der Orangensaft nicht nur durch Qualität, sondern auch durch das damit verbundene Engagement. Das Lidl-Produkt wird mit nachweislich fairer Bezahlung im Herkunftsland und unter sicheren Arbeitsbedingungen hergestellt. In den Bereichen Lieferkette, unternehmerische Sorgfaltspflichten, faire und sichere Arbeitsbedingungen sowie existenzsichernde Löhne erhält es die volle Punktzahl und übertrifft damit alle anderen Produkte.

Seit Sommer 2023 bietet Lidl in allen über 3.250 Filialen in Deutschland Orangensaft und Orange-Mango Nektar unter der Fairtrade-zertifizierten Eigenmarke „Way To Go“ für 1,99 Euro pro Liter an. Durch den Verkauf erhalten Erzeuger neben dem Mindestpreis und der Prämie von Fairtrade einen weiteren Aufschlag in Form einer Bargeldkomponente sowie der Finanzierung von Fortbildungsangeboten und Projekten zur Einkommensdiversifizierung. Damit trägt Lidl langfristig zur Etablierung existenzsichernder Einkommen bei, fördert die Geschlechtergerechtigkeit und befähigt mehr Landwirte zu einem umweltfreundlicheren und an den Klimawandel angepassten Anbau. Die Orangen für den „Way To Go“-Saft und -Nektar sind vollständig bis zu den Kooperativen im Ursprung rückverfolgbar. Kunden können sich durch den Kauf bewusst für ein fair gehandeltes Produkt entscheiden, um den nachhaltigen Anbau der Obsterzeuger in Brasilien zu fördern.

Die „Way To Go“- Eigenmarkenreihe ist Teil des kontinuierlichen Engagements von Lidl, die Lebens- und Arbeitsbedingungen entlang der Wertschöpfungskette zu verbessern. Bereits 2006 hat Lidl mit „Fairglobe“ als erster Händler bundesweit eine Eigenmarke für Fairtrade-zertifizierte Produkte eingeführt, die mittlerweile rund 30 Artikel umfasst. Das Angebot trägt dazu bei, Fairtrade in der Mitte der Gesellschaft zu etablieren, und macht Kunden fair gehandelte Waren einfach zugänglich und bezahlbar.

In der aktuellen Ökotest-Ausgabe überzeugen zudem zwei weitere Lidl-Eigenmarken. Die „Harvest Basket Backofen Super Feine Pommes“ erhalten aufgrund der sehr guten Inhaltsstoffen, bestehend aus 94 Prozent Kartoffeln und sechs Prozent Sonnenblumenöl, das Gesamturteil „Gut“. Im Non-Food-Bereich erhält das „Cien Waschpeeling Tiefenreinigung 3 in 1“ das Gesamturteil „Sehr gut“. Das Peeling



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 26. Januar 2024

gehört zudem nicht nur zu den am besten bewerteten, sondern mit einem Preis von 0,63 Euro pro 100 Gramm ebenso zu den günstigsten getesteten Produkten.

Weitere Informationen zu „Way To Go“ finden Sie unter www.lidl.de/waytogo.

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