



Neckarsulm, 9. November 2018

### **Lidl-Plastikstrategie 2025: Lidl reduziert Plastikeinsatz bei Flüssigwaschmittel und Frischfleisch**

- **Kleinere Flaschengröße und konzentrierterer Inhalt sparen jährlich rund 116 Tonnen Plastik bei Verpackung von Flüssigwaschmittel ein**
- **Anteil an recyceltem Material bei Verpackungen für Putz- und Reinigungsmittel wird sukzessive weiter erhöht**
- **Rund 200 Tonnen weniger Plastik pro Jahr durch optimierte Schalen für Frischfleisch und Frischgeflügel**

Auf die Ziele der Lidl-Plastikstrategie arbeitet Lidl mit konkreten Maßnahmen in den verschiedensten Bereichen und Warengruppen aktiv hin. Ab sofort bietet Lidl Deutschland Flüssigwaschmittel seiner Eigenmarken „Formil“ und „Maxitrat“ in allen Lidl-Filialen in konzentrierterer Form und mit neuem Verpackungsdesign an. Das ermöglicht eine kleinere Flaschengröße und verringert den Einsatz von Plastik um zukünftig rund 116 Tonnen pro Jahr.

#### **Verringerung der Packungsgrößen durch konzentrierteres Flüssigwaschmittel**

Durch die höhere Konzentration der Flüssigwaschmittel werden pro Waschgang nur noch 55 Milliliter statt 75 Milliliter der Lidl-Flüssigwaschmittel bei gleicher Waschkraft benötigt. Eine eindeutige Dosierungsempfehlung dient Kunden zusätzlich als Hilfestellung für die korrekte und nachhaltige Verwendung der Flüssigwaschmittel. Ein weiterer Vorteil für die Kunden: Durch die geringere Packungsgröße sind die Flaschen leichter und damit einfacher zu handhaben. Gleichzeitig werden bei der Herstellung der Waschmittel Energie und Wasser eingespart, der CO<sub>2</sub>-Verbrauch beim Transport wird durch die Reduzierung des Verpackungsgewichts verringert.

#### **Höherer Anteil an recyceltem Material bei Verpackungen für Putz- und Reinigungsmittel**

Beim Putz- und Reinigungsmittelsortiment erhöht Lidl ab sofort sukzessive den Anteil an recyceltem Material in den Produktverpackungen. Dadurch werden im ersten Schritt insgesamt rund 970 Tonnen Neuplastik pro Jahr durch recyceltes Material ersetzt. In einem zweiten Schritt soll dieser Anteil noch einmal erhöht werden, wodurch sich eine jährliche Ersparnis an Neuplastik von circa 1.810 Tonnen bei Putz- und Reinigungsmitteln ergibt.

#### **Großes Optimierungspotenzial bei Verpackungen**

Im Februar hatte Lidl angekündigt, den Einsatz von Plastik bis 2025 um mindestens 20 Prozent zu reduzieren. Dabei spielen Optimierungen am Verpackungsdesign der Lidl-Eigenmarken eine wichtige



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 9. November 2018

Rolle. „Unsere aktuellen Maßnahmen zeigen das große Potenzial für die Vermeidung oder Einsparung von Plastik im Verpackungsbereich. Daher wollen wir diesen Weg weiter konsequent verfolgen und auch künftig die Produktverpackungen unserer Eigenmarken optimieren“, erklärt Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland. „Dabei reduzieren wir nicht nur den Einsatz von Plastik, sondern testen kontinuierlich alternative Materialien und erhöhen sukzessive die Recyclingfähigkeit von Verpackungen.“

### **Optimierte Schalen für Frischfleisch und Frischgeflügel sparen rund 11 Prozent Plastikeinsatz**

Bei Produkten wie beispielsweise Hackfleisch oder Frischgeflügel, das aufgrund seiner Beschaffenheit den Einsatz einer formfesten Verpackung erfordert, setzt Lidl seit dem 1. November optimierte Schalen ein, die durch eine bessere Dickenverteilung am Boden und eine verbesserte Querstrebe dieselbe Stabilität bei weniger Materialeinsatz erreichen. So wird der Plastikverbrauch um 11 Prozent und damit um rund 200 Tonnen Plastik pro Jahr in Deutschland reduziert. Lidl Deutschland arbeitet im nächsten Schritt daran, die restlichen Fleisch- und Geflügelschalen sukzessive zu optimieren und auch an der Weiterentwicklung der Deckelfolie zu arbeiten, um die Recyclingfähigkeit der gesamten Verpackung sicherzustellen.

### **Erfolgreiche Plastikreduktion seit vielen Jahren**

Lidl Deutschland hat in den letzten Jahren verschiedenste Maßnahmen zur Plastikreduktion durchgeführt: Als erster Discounter in Deutschland hat das Unternehmen 2017 die Standard-Plastiktüte abgeschafft und spart damit jährlich 3.500 Tonnen Plastik ein. Anfang dieses Jahres wurde die Foliendicke der „Grafschafter“-Toastbrotverpackungen um 25 Prozent und die Verpackungsgrößen der „Alesto“-Cashew-Nüsse um rund 20 Prozent je Packung reduziert. 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. Bis Ende des Jahres 2019 wird Lidl darüber hinaus Einwegplastikartikel wie Trinkhalme, Einwegbecher und -gläser, Teller, Besteck und Wattestäbchen mit Plastikschaft komplett auslisten.

Lidl Deutschland ist Teil der 360-Grad-Plastikstrategie der Schwarz Gruppe, die in den fünf Handlungsfeldern Vermeidung, Design, Recycling, Beseitigung sowie Innovation und Aufklärung auf internationaler Ebene wirksame Lösungen im Kampf gegen Plastikmüll erarbeitet.

### **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 rund 10.500 Filialen in derzeit 29 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,*

---

### **Pressestelle Lidl Deutschland**

07132/30 60 90 · [presse@lidl.de](mailto:presse@lidl.de)



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 9. November 2018

*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).*