



NUTRI SCORE: LIDL ÖSTERREICH BRINGT UMSETZUNG FÜR EIGENMARKEN AUF DEN WEG

Lidl Österreich setzt sich bereits seit mehreren Jahren für eine einheitliche Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln ein. Mit der Berücksichtigung im Regierungsprogramm sind nun auch die Weichen für die Umsetzung in Österreich gestellt. Grund genug für den heimischen Lebensmittelhändler, den sukzessiven Einsatz des „Nutri Scores“ bei Eigenmarkenartikeln vorzubereiten.

Starten möchte der Lebensmittelhändler mit ausgewählten dauerhaft gelisteten Produkten der österreichischen Eigenmarken wie „Alpengut“ für Milch- und Molkereiprodukte, „Wiesentaler“ für Fleisch- und Wurstwaren und die vielfach ausgezeichnete Bio-Eigenmarke „Ein gutes Stück Heimat“. Außerdem soll der Einsatz auch bei fest gelisteten Artikeln der internationalen Eigenmarken, die teilweise bereits mit dem Nutri Score gekennzeichnet sind, ausgebaut werden.

Nutri Score ist aktuell das beste Modell

In Österreich ist fast jeder zweite Erwachsene übergewichtig, auch bei Kindern ist Adipositas ein wachsendes Problem. Der Lebensmittelhandel trägt zur Grundversorgung der Menschen bei und hat dadurch eine entsprechende Verantwortung. Der Nutri Score soll es Kund:innen in Zukunft noch leichter machen, ernährungsbewusst einzukaufen. Das Modell ist derzeit am besten entwickelt und bereits in anderen Ländern erprobt. Unbestritten gibt es für den Nutri Score auch weiterhin Verbesserungspotential, daher wird das Modell laufend überarbeitet und weiterentwickelt.

Eine weitere Verzögerung von 5 bis 10 Jahren für die Entwicklung eines europäischen Nährwertkennzeichens könnte aufgrund steigender Volkskrankheiten dramatische Folgen für die öffentlichen Systeme aber auch für die Lebensqualität der Bürger:innen haben. Lidl Österreich setzt sich also dafür ein, so schnell wie möglich mit dem Nutri Score zu starten und den heimischen Verbraucher:innen damit eine Orientierung zu ermöglichen.



PRESSEINFORMATION

Diese Presseausendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: *Lidl Österreich stellt die Weichen für die Umsetzung des Nutri Scores.
(Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl Österreich)*

Über Lidl Österreich

Wir bieten unseren Kunden einen einfachen und schnellen Einkauf zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Seit dem Start 1998 haben wir uns erfolgreich am heimischen Lebensmittelmarkt etabliert. Heute arbeiten bereits rund 5.800 Mitarbeiter bei uns: in der Salzburger Zentrale, in den drei Logistikzentren in Laakirchen, Wundschuh und Großbebersdorf und in über 250 Filialen.

Außerdem wurden wir auch heuer wieder zum „Besten Händler des Jahres“ in Österreich gewählt: In unserem smarten Sortiment mit über 2.200 Artikeln gibt es alles für den täglichen oder wöchentlichen Familieneinkauf. Vieles davon kommt AMA-zertifiziert oder in Bio-Qualität von heimischen Lieferanten. Ein durchdachtes Logistikkonzept ermöglicht neben Frische ein Angebot von jährlich rund 6.000 zusätzlichen Artikeln, darunter heimische Schmankerl und internationale Spezialitäten. Mit den beiden Geschäftsfeldern Lidl-Reisen und Lidl-Connect haben wir weitere attraktive Angebote für Lidl-Kunden. www.lidl-reisen.at, www.lidl-connect.at

Auf dem Weg nach morgen

Nachhaltiges Engagement und verantwortungsvolles Wirtschaften sind uns wichtig. Dabei geht es um mehr Bewusstsein für ein verantwortungsvolles Handeln gegenüber Konsumenten, Lieferanten, Partnern, Mitarbeitern, Umwelt und der Gesellschaft. Wo möglich sagen wir „Pfiat di Plastik“ und reduzieren oder verzichten auf Kunststoff. Wo dies nicht sinnvoll ist, achten wir auf gute Recyclingfähigkeit und hohe Recyclinganteile. Großen Wert legen wir außerdem auf die Reduktion der Lebensmittelverschwendung: Mit unserer „Rette mich Box“ und gezielten Rabattierungen um bis zu 50 % retten wir Lebensmittel vor der Biotonne. Grünstrom und Photovoltaikanlagen auf unseren Filialen vermeiden zusätzliche CO₂-Emissionen und leisten damit einen Beitrag zum Klimaschutz. Mit der Lidl Klimaoffensive als Teil unserer ganzheitlichen CSR-Strategie stellen wir Taten vor Worte und setzen uns ehrgeizige, ambitionierte Ziele. Mehr Infos zum nachhaltigen Engagement gibt's auf www.aufdemwegnachmorgen.at

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Lidl Österreich
Hansjörg Peterleitner
Unternehmenskommunikation
Tel.: +43/(0)662/44 28 33 - 1310
E-Mail: presse@lidl.at

Pressestelle Lidl Österreich

Hansjörg Peterleitner · Unter der Leiten 11, 5020 Salzburg · 0662 - 44 28 33 1310 ·
presse@lidl.at