

08.09.2025 – 08:00 Uhr

Lidl Schweiz setzt weiter auf Nachhaltigkeit und lanciert neue Website



Weinfelden (ots) -

Lidl Schweiz bekräftigt sein starkes Engagement für Nachhaltigkeit mit einem neuen Kommunikationsansatz: Das Unternehmen hat eine komplett überarbeitete Nachhaltigkeitswebseite lanciert, um Zahlen, Fakten und Projekte noch transparenter und nahbarer zu präsentieren. Die Website "Gesagt, getan" bietet spannende Einblicke in das nachhaltige Handeln von Lidl Schweiz.

Nachhaltigkeit hat bei Lidl Schweiz einen unverändert hohen Stellenwert. Um dieses Engagement noch transparenter und nahbarer zu kommunizieren, wurde die "Gesagt, getan"-Website neu gestaltet. Die Website bietet eine noch benutzerfreundlichere Oberfläche, um sich über das Nachhaltigkeitsengagement von Lidl Schweiz zu informieren. Dabei ist es dem Detailhändler besonders wichtig, die Stakeholder aktiv in den Dialog einzubeziehen, um gemeinsam Lösungen zu entwickeln und nachhaltige Veränderungen voranzutreiben.

"Mit der neuen Website schaffen wir eine Plattform, die nicht nur informiert, sondern den Dialog mit den verschiedenen Stakeholdern fördern soll. Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit greifbar zu machen und Menschen zu verantwortungsvollem Handeln zu inspirieren - durch echte Geschichten, klare Fakten und die Menschen, die dahinterstehen. Wir werden auch in Zukunft weiter in die Nachhaltigkeit investieren" so Grazia Grassi, Head of Corporate Affairs.

Neuer Nachhaltigkeitsbericht und Nachhaltigkeitsmagazin

Gleichzeitig mit dem Relaunch veröffentlicht Lidl Schweiz seinen neuesten Nachhaltigkeitsbericht Geschäftsjahr 2023/2024. Zusätzlich erscheint die erste Ausgabe des Nachhaltigkeitsmagazins, das die komplexen Themen für ein breiteres Publikum zugänglich macht.

Zahlen, die zählen

Der Nachhaltigkeitsbericht Geschäftsjahr 2023/2024 zeigt eindrücklich, wie Lidl Schweiz Fortschritte erzielt:

- In 75.40 % der Filialen werden bereits natürliche Kältemittel zur Produktkühlung eingesetzt. Bis Ende 2030 möchte Lidl Schweiz bei 100% der Filialen natürliche Kältemittel zur Produktkühlung einsetzen.

- Rund 22 % der Filialbelieferung (in Kilometern) erfolgte fossilfrei. Damit hat das Unternehmen das gesetzte Ziel von 20% vorzeitig erreicht.
- Das Label "Oft länger gut" ist auf über 245 Verpackungen zu finden und hilft, Food Waste zu reduzieren.
- Die Preise von über 130 Bio-Produkten wurden gesenkt - das entspricht über einem Drittel des dauerhaft verfügbaren Bio-Sortiments.
- Über 2'500 Tonnen Lebensmittel konnten dank Rettersäckli und Kooperationen mit Lebensmittelhilfeorganisationen gerettet werden.
- Mit einem Mindestlohn von CHF 4'550.- zahlt Lidl Schweiz weiterhin den höchsten GAV-abgesicherten Lohn der Branche.
- Bereits zum fünften Mal in Folge wurde Lidl Schweiz als Top Employer ausgezeichnet.

Alle weiterführenden Informationen und Hintergründe zu den genannten Fakten finden Sie unter folgenden Links:

[Website "Gesagt, getan"](#)

[Nachhaltigkeitsbericht und Magazin](#)

Mit dem Relaunch der Website und dem neuen Magazin setzt Lidl Schweiz ein starkes Zeichen: Nachhaltigkeit ist gesagt - und getan.

Pressekontakt:

Medienstelle

Dunantstrasse 15

8570 Weinfelden

Tel.: +41 (0)71 627 82 00

E-Mail: media@lidl.ch

Medieninhalte



Lidl Schweiz Website "gesagt, getan" / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100016795 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100016795/100934774> abgerufen werden.