

PRESSEINFORMATION

Lorenz führt den Nutri-Score auf seinen Snackprodukten ein

Als erster Markenhersteller weist Lorenz den Nutri-Score auf seinen Snackprodukten aus. Mit der freiwilligen Kennzeichnung schafft der Snackhersteller mehr Transparenz, klärt über die Nährwertprofile seiner Produkte auf und unterstützt einen verantwortungsvollen Konsum.

Neu-Isenburg, April 2021. Der Snackartikelhersteller Lorenz nutzt als erster deutscher Markenhersteller im Snackbereich seit Jahresbeginn den Nutri-Score – eine verbraucherfreundliche Lebensmittelkennzeichnung, die den Nährwertvergleich von Lebensmitteln der gleichen Kategorie ermöglicht – und sorgt so für mehr Orientierung am Einkaufsregal. Aktuell findet sich die eingängige Farbskala des Nutri-Scores bereits auf den Verpackungen einer Vielzahl von Produkten des Lorenz Sortiments wieder, wie etwa bei der beliebten Laugengebäckmarke Saltlets, den Kartoffelchips der Marke ROHSCHNEIBEN oder den Flips der Marke ErdnußLocken. Weitere Produkte und Marken des breiten Lorenz Sortiments wie Crunchips oder NicNac's werden im Laufe des Jahres folgen.

Bei dem Nutri-Score, den Unternehmen in Deutschland seit Herbst 2020 freiwillig einsetzen können, werden die Nährwertprofile von Produkten in ein vereinfachtes Buchstabenranking übersetzt und in Form einer fünfstufigen Farbskala von A bis E auf der Vorderseite der Produktverpackung abgebildet. Die von unabhängigen Wissenschaftler*innen entwickelte und vom zuständigen Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung (BMEL) auf freiwilliger Basis bereitgestellte Kennzeichnungsform ermöglicht es Verbraucher*innen, Produkte innerhalb einer Produktgruppe hinsichtlich ihrer Nährwertzusammensetzung zu vergleichen. Dabei steht das dunkelgrüne „A“ für eine eher günstige, das rote „E“ für eine weniger günstige Nährstoffzusammensetzung des jeweiligen Produkts.

„Obwohl Snackprodukte aufgrund ihrer Energiedichte kaum die Chance haben, „A“- oder „B“-Bewertungen zu erreichen, haben wir uns bei Lorenz bewusst für den Nutri-Score entschieden, spiegelt diese Kennzeichnung doch die Transparenz wider, für die wir als modernes Unternehmen in allen

Pressekontakt Lorenz:

The Lorenz Bahlsen Snack-World
GmbH & Co KG Germany
Anja Smiatek
Telefon: 06102 / 2 93 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snackworld.de

Pressekontakt:

Pressebüro Lorenz-Marken
Jeschenko MedienAgentur Köln
Jörg Mutz
Telefon: 0221 / 30 99 137
E-Mail: j.mutz@jeschenko.de

PRESSEINFORMATION

Bereichen stehen wollen“, erklärt Oliver Sesto, der bei Lorenz in der Produktentwicklung für den Nutrition-Bereich verantwortlich ist. Mit Hilfe des Nutri-Scores können Verbraucher jetzt innerhalb einer Warenkategorie Produkte direkt miteinander vergleichen – konkret also auch die Snacks des Lorenz Sortiments mit denen anderer Hersteller.

Lorenz führt Nutri-Score trotz fehlender Top-Scores ein

Die Lorenz Entscheidung zu Gunsten des freiwilligen Nutri-Scores ist unter den Markenherstellern der Snackproduktbranche bislang einzigartig. Anders als Unternehmen, die aufgrund ihrer Produktgattung einen Nutri-Score von „A“ oder „B“ ausweisen und diesen als Vermarktungsinstrument einsetzen können, hat Lorenz sich trotz weniger günstiger Nährwertzusammensetzungen für den Nutri-Score entschieden. „Wir wollen bei Lorenz zeigen, dass Produkte, die Spaß machen und für Lebensfreude sorgen, nicht im Widerspruch zu unternehmerischer Verantwortung und Transparenz stehen müssen“, sagt Holger Rothfuchs, Geschäftsführer bei Lorenz. „Snacks sollen als genussreiche Zugabe schöne Momente des Lebens noch schöner machen und sind nicht für den täglichen Verzehr gedacht“, so Rothfuchs weiter.

Die meisten Produkte des Lorenz Sortiments erreichen Scores von „C“ (etwa die Kartoffelchips ROHSCHNEIBEN) oder „D“ (etwa die Laugenspezialitäten der Marke Saltletts). Als ungünstige Nährwertelemente fallen hier insbesondere die hohe Energiedichte, wie sie bei Trockenprodukten üblich ist, sowie ein relativ hoher Salzgehalt, der als geschmacksgebende Zutat unvermeidlich ist, ins Gewicht. Für Zucker und gesättigte Fettsäuren bekommen die Lorenz Snacks kaum negative Punkte, da die Produkte von Natur aus wenig oder gar keinen Zucker enthalten und in der Snackherstellung nur hochwertige pflanzliche Öle wie Raps- oder Sonnenblumenöl verwendet werden. Positiv bei den Lorenz Snacks ist der teilweise hohe Ballaststoffgehalt (etwa Saltletts PausenCracker) und ein niedriger Gehalt an Zucker und gesättigten Fettsäuren.

Pressekontakt Lorenz:

The Lorenz Bahlsen Snack-World
GmbH & Co KG Germany
Anja Smiatek
Telefon: 06102 / 2 93 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snackworld.de

Pressekontakt:

Pressebüro Lorenz-Marken
Jeschenko MedienAgentur Köln
Jörg Mutz
Telefon: 0221 / 30 99 137
E-Mail: j.mutz@jeschenko.de



PRESSEINFORMATION

Über Lorenz:

Lorenz ist ein unabhängiges Familienunternehmen, das mit rund 3.000 Mitarbeiter*innen zu den führenden Anbietern im europäischen Snackmarkt gehört. Das Sortiment umfasst unter anderem Kartoffelchips, Erdnussflips, Salzstangen, Cracker sowie Nüsse. Bekannte Marken wie z.B. Crunchips, ErdnußLocken, Saltlets und NicNac's begeistern die Konsument*innen ebenso, wie die Innovationen Naturals oder Lorenz Kichererbsenchips.

Pressekontakt Lorenz:

The Lorenz Bahlsen Snack-World
GmbH & Co KG Germany
Anja Smiatek
Telefon: 06102 / 2 93 325
E-Mail: Anja.Smiatek@LBSnacks.com

www.lorenz-snackworld.de

Pressekontakt:

Pressebüro Lorenz-Marken
Jeschenko MedienAgentur Köln
Jörg Mutz
Telefon: 0221 / 30 99 137
E-Mail: j.mutz@jeschenko.de