



PRESSEINFORMATION

LIDL STARTET INTERNATIONALE KAMPAGNE

„LIDL LOHNT SICH.“

MIT EINER KLAREN BOTSCHAFT AN DIE MENSCHEN

Lidl startet heute in 31 europäischen Ländern seine erste internationale Markenkampagne unter dem Claim „Lidl lohnt sich.“.

Lidl ist davon überzeugt, dass jeder Mensch das Recht auf Zugang zu hochwertigen und nachhaltigen Produkten haben soll, die er sich auch leisten kann. Dieses Prinzip der Zugänglichkeit und Bezahlbarkeit ist das Herzstück der Marken-Kampagne, die vom 21. September bis Ende Oktober läuft.

„Lidl lohnt sich.“ manifestiert sich dabei in vielen Facetten: in der Vielfalt hochwertiger Eigenmarken, in Bio-Artikeln oder auch pflanzlichen Alternativen. Es zeigt sich in der täglichen Frische, in der sicheren Versorgung von Familien und Nachbarschaften und im Mehrwert für alle Lidl-Kund:innen.

Mehr als nur Preis: Ein gesellschaftlicher Mehrwert

Der Claim geht weit über das reine Preis-Leistungs-Versprechen hinaus. Er ist das Leitmotiv unseres Handelns. „Lidl lohnt sich.“ bedeutet, den wahren Wert im Leben zu erkennen und zu schätzen, was Menschen wichtig ist: Sicherheit, Zuverlässigkeit und die Verwirklichung ihrer Träume.

Unsere Verantwortung und unser Versprechen für die Zukunft

„Lidl lohnt sich.“ ist ein Versprechen ...

- an unsere Kund:innen: Wir setzen uns täglich für bezahlbare Qualität ein und unterstützen als verantwortungsvoller Partner bei der Erfüllung von Lebensträumen.
- an unsere Mitarbeiter:innen: Wir investieren in ihre berufliche Zukunft und in ihre Lebensträume.
- an unsere Umwelt: Wir schützen Lebensräume und reduzieren unseren ökologischen Fußabdruck so weit wie möglich.

Pressestelle Lidl Österreich

Hansjörg Peterleitner · Unter der Leiten 11, 5020 Salzburg · 0662 - 44 28 33 1310 ·

presse@lidl.at



PRESSEINFORMATION

- an unsere Partner:innen: Wir bauen auf langfristige und vertrauensvolle Partnerschaften, um gemeinsam zu wachsen und eine nachhaltige Wertschöpfungskette zu sichern.

Lidl stiftet so echten Wert für seine Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Geschäftspartner:innen und stärkt die Marke mit tragfähigen Versprechen – für heute und morgen.

“Lidl lohnt sich“-Kampagne

Die Markenkampagne läuft vom 21. September bis Ende Oktober und setzt auf eine integrierte Mediastategie über alle Kanäle hinweg, die Kunden berührt und überrascht. Im Fernsehen werden Spots ausgestrahlt, begleitet von einer umfassenden Online-Video-Strategie auf YouTube und in Premium-Mediatheken. Parallel dazu läuft die Kampagne auf Social Media mit Feed-Posts und Reels. Zusätzlich setzt Lidl auf reichweitenstarke Out-of-Home-Werbung sowie auf Influencer-Marketing und digitale Audio-Werbung.

Hier geht's zum TV-Spot: <https://www.youtube.com/watch?v=kpXcblCXmg4>

„Mit dieser integrierten Kampagne erreichen wir die Menschen dort, wo sie sind – emotional und mit klaren Botschaften darüber, was sich bei Lidl wirklich lohnt“, erklärt Georg Grabner, Leiter Marketing bei Lidl Österreich.

Diese Presseaussendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: Lidl startet heute in 31 europäischen Ländern seine erste internationale Markenkampagne unter dem Claim „Lidl lohnt sich.“. (Abdruck für Pressezwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl)

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 Großbeersdorf und in über 250 Filialen.

Pressestelle Lidl Österreich

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



PRESSEINFORMATION

Außerdem wurden wir auch heuer wieder zum „Besten Händler des Jahres“ in Österreich gewählt: In unserem smarten Sortiment mit über 2.400 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

Verantwortung

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.lidl.at/verantwortung

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