



GEMEINSAM FÜR SPORT UND BEWEGUNG: CRIVIT UND STEFANIE GRAF STARTEN INTERNATIONALE PARTNERSCHAFT UNTER DEM MOTTO „FIND YOUR MOVE“.

Stefanie Graf und CRIVIT - ein Match, das einfach passt. Den Start der Partnerschaft setzen die Ikone des Weltennis und die Sportmarke CRIVIT im Rahmen einer internationalen Kampagne in über 30 Ländern eindrucksvoll in Szene. Unter dem Motto „Find your move“ wird der Spirit von CRIVIT durch ein eindrucksvolles Produktsortiment erlebbar. Die erste Phase der Zusammenarbeit wird unterstützt von einer 360-Grad-Markenkampagne und einem vielfältigen Marketing- und Kanalmix.

Was CRIVIT und Stefanie Graf verbindet, ist die Überzeugung, dass ein aktiver Lebensstil nicht durch Leistungsdruck entsteht, sondern durch Lebensfreude, Offenheit und Entlastung. CRIVIT steht für einen authentischen Zugang zu Bewegung, der Menschen ermutigt, auf den eigenen Körper zu hören, Routinen zu entwickeln und Aktivität als festen und positiven Bestandteil des Alltags zu begreifen.

Stefanie Graf bringt diese Haltung aus eigener Erfahrung mit. Nach einer herausragenden Karriere im internationalen Spitzensport, 22 gewonnenen Grand Slam Turnieren, 377 Wochen an der Spitze der Tennis Weltrangliste und bis heute als weltweit einzige Person mit einem gewonnenen Golden Slam, hat sich ihr Blick auf Sport weiterentwickelt: weg von Vergleich und Höchstleistung, hin zu ganzheitlichem Wohlbefinden von Körper, Geist und Seele. Balance, Entlastung und innere Motivation stehen inzwischen für sie im Vordergrund. Ein Ansatz, der sie zu einer glaubwürdigen und nahbaren Markenpartnerin für CRIVIT in vielen Sportarten macht.

„Bewegung ist für mich weit mehr als nur Training oder Performance - sie ist ein Stück Lebensqualität und Lebensfreude, die ich an möglichst viele Menschen weitergeben möchte. Die Zusammenarbeit mit CRIVIT, Lidl und der Schwarz Gruppe liegt mir deshalb am Herzen, weil die Marke meine Überzeugung teilt, dass Bewegung für wirklich jeden zugänglich sein



PRESSEINFORMATION

sollte. CRIVIT bietet mit seinem vielfältigen Sortiment hervorragende Qualität zum besten Preis. So hat jeder die Chance, sich sportlich auszuprobieren und kann selbst erleben, wie viel Energie und Wohlbefinden ein aktiver, gesunder Alltag in das eigene Leben bringt“, sagt Stefanie Graf.

Mit CRIVIT verfolgt Lidl erneut einen demokratisierenden und inklusiven Ansatz. Die Marke richtet sich mit ihrem qualitativ wertigen und gleichzeitig preislich attraktiven Sortiment an Menschen jeden Alters und Aktivitätslevels und bietet sowohl Sportequipment als auch Bekleidung für eine Vielzahl von Sportarten. Dabei setzt CRIVIT in der aktuellen Kampagne den Fokus auf Camping und Outdoor, Fahrrad, Fitness, Laufen, Fun- und Teamsport und will damit Menschen motivieren, sich auszuprobieren und die Form der Bewegung zu finden, die zu ihnen passt.

Jens Thiemer, Chief Customer Officer bei Lidl International, erklärt: „Mit dem Launch der Marke CRIVIT setzen wir unsere Strategie fort, in definierten Bedürfniskategorien starke und überzeugende Ankermarken zu bauen, die auf Basis eines leistungsstarken breiten Produktsortiments das legendäre „Lidl lohnt sich.“-Versprechen jeden Tag greifbar machen. Nach der erfolgreichen Etablierung unserer Eigenmarke PARKSIDE im Bereich Baumarkt und Garten erschließen wir nun mit CRIVIT eine der relevantesten Kategorien für ein erfülltes und besseres Leben: Sport, Freizeit und Bewegung. Dass Stefanie Graf als CRIVIT-Markenpartnerin Lidl als Unternehmen für die weitere Verbreitung ihrer Mission für Bewegung und Gesundheit wählt, ist eine große Wertschätzung und gleichzeitig Beweis und Verpflichtung für die Fortführung unseres überzeugenden Qualitätsanspruchs und der Lidl-Preisführerschaft.“

Martin Alles, Chief Customer Officer bei Lidl Österreich: „Unsere Strategie für CRIVIT folgt einer einfachen, aber kraftvollen Vision: Beste Qualität und günstige Preise dürfen kein Widerspruch sein, wenn es um die Gesundheit geht. Gemeinsam mit Stefanie Graf wollen wir noch mehr Menschen in Österreich für ein aktives Leben begeistern und Bewegung demokratisieren. Mit einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis bringen wir den Sport direkt in die Mitte der Gesellschaft. Wir sind dort, wo unsere Kundinnen und Kunden sind – und bieten ihnen mit Crivit „FIND YOUR MOVE“ nicht nur die passende Sportbekleidung und



PRESSEINFORMATION

-Ausrüstung, sondern auch die tägliche Inspiration, ihren eigenen Weg zu mehr Aktivität zu finden.“

Die Omnichannel-Kampagne der Marke CRIVIT startet am 14. Februar mit einer breit angelegten Medienoffensive.

Mehr Informationen zu CRIVIT gibt es auf der offiziellen Website unter www.crivit.com.

Diese Presseaussendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: Leidenschaft trifft Leichtigkeit: Für die Sport- und Bewegungsmarke CRIVIT begeistert die ehemalige Profi-Tennisspielerin Stefanie Graf mit ihrer authentischen Ausstrahlung und inspirierenden Motivation. Ihr Credo: Jeder kann Freude an Bewegung haben!

(Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl)

Über CRIVIT:

Die Marke CRIVIT – erhältlich bei Lidl – bietet ein einzigartiges Sortiment an Sportbekleidung und Equipment für eine Vielzahl an Aktivitäten und Sportarten. Ob Fitness, Fahrrad, Camping und Outdoor, Laufen, Fun- und Teamsport, Wintersport oder Wassersport: CRIVIT stellt alles für einen aktiven Lebensstil bereit - und das zum besten Preis-Leistungsverhältnis. Als Partner, der zu Bewegung motiviert, stellt CRIVIT das individuelle Well-Being in den Mittelpunkt und inspiriert alle dazu, auf die eigene Art aktiv zu sein. Bewegung. Sport. Well-Being. Mit CRIVIT. Mehr Informationen unter www.crivit.com

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.

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 lohnt sich.



PRESSEINFORMATION

Nachhaltiges Wirtschaften ist fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Dabei geht es um mehr Bewusstsein für ein verantwortungsvolles Handeln gegenüber Konsumenten:innen, Lieferant:innen, Partner:innen, Mitarbeiter:innen, unserer Umwelt und der gesamten Gesellschaft. Im Zuge unserer „Net Zero Strategie“ schützen wir das Klima, indem wir unsere Treibhausgas-Emissionen bis 2050 so weit wie möglich reduzieren. Wir fördern die Gesundheit, indem wir unser Sortiment entlang der „planetary health diet“ entwickeln. Dabei bieten wir unseren Kund:innen eine umfangreiche Auswahl für eine bewusste Ernährung zum besten Preis. Mit dem „Rette mich Sackerl“, der „Rette mich Box“, gezielten Rabattierungen und Spenden an gemeinnützige Organisationen setzen wir aktiv Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung. Im Rahmen unserer Plastikstrategie „REset Plastic“ gestalten wir Produkte und Verpackungen so, dass sie recyclingfähig sind. Wir schließen Kreisläufe und schonen dadurch Ressourcen. Durch den verantwortungsvollen Einkauf unserer Waren achten und schützen wir die Biodiversität. 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