



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 30. September 2026

Lidl stellt sein Tierbedarf-Sortiment unter der Marke Max & Mila's World neu auf

Lidl bündelt sein Sortiment für Hunde und Katzen künftig unter der neuen Marke Max & Mila's World und weitet es durch drei klar definierte Qualitätsstufen aus. Mit dem Launch führt der Lebensmitteleinzelhändler erstmals sein bisheriges Tierbedarf-Sortiment in einer einheitlichen Markenwelt zusammen und schafft damit mehr Orientierung, Transparenz und Wiedererkennbarkeit für Kunden. Ziel ist es, die Produktauswahl zu vereinfachen und gleichzeitig eine starke Marke aufzubauen.

Max & Mila's World bietet Kunden eine übersichtliche Markenwelt für Hunde und Katzen mit Produkten, die auf die Bedürfnisse der Tiere abgestimmt sind. Drei klar definierte Qualitätsstufen beim Futter, eine verständliche Sortimentsstruktur sowie ein ansprechendes und einheitliches Verpackungsdesign sorgen für eine schnelle Orientierung – sowohl am Regal als auch bei Non-Food-Produkten im Lidl-Onlineshop. Transparente Informationen zu Inhaltsstoffen und Qualitätsmerkmalen helfen dabei, schneller das passende Futter zu finden und schaffen Vertrauen. Gleichzeitig verbindet die Marke hohe Produktqualität mit einem starken Preis-Leistungs-Verhältnis und macht Tiernahrung sowie -bedarf für den Alltag aller Tiereltern zugänglich.

Höchste Qualitätsstandards nach FEDIAF-Richtlinien

Hinter Max & Mila's World steht das Versprechen einer zu 100 Prozent vollständigen und gesunden Ernährung ohne künstliche Farbstoffe und Zucker. Um diesen hohen Qualitätsanspruch zu sichern, richten sich alle Produkte strikt nach den Vorgaben der Fédération Européenne de l'Industrie des Aliments pour Animaux Familiars (FEDIAF), die als Branchenverband die Stimme der europäischen Heimtiernahrungsindustrie vertritt. Von der ausgewogenen Nährstoff-Balance über altersgerecht angepasste Rezepturen für jede Lebensphase bis hin zur wissenschaftlich berechneten Energieversorgung garantieren die FEDIAF-Richtlinien eine nachweisbar bedarfsgerechte und vitalisierende Versorgung für Hund und Katze. Gleichzeitig bleibt der Anspruch von Lidl bestehen, hochwertige Markenprodukte zum gewohnt günstigen Lidl-Preis anzubieten.

Klare Markenarchitektur erleichtert die Produktauswahl

Herzstück von Max & Mila's World ist ein übersichtliches Sortiment mit den drei Qualitätsstufen Basic, Advanced Care und Gourmet. Das dreistufige System zieht sich konsequent durch das gesamte Hunde- und Katzenfuttersortiment und macht Zusammensetzung sowie Produktschwerpunkte auf einen Blick

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG - Corporate Media Relations

07063/931 60 90 · presse@lidl.de



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 30. September 2026

erkennbar – dank farblicher Kennzeichnung auf den Verpackungen und einem einheitlichen Design – sowohl am Regal als auch bei Non-Food-Produkten im Lidl-Onlineshop.

Die Basic-Stufe bietet Produkte für den täglichen Bedarf mit ausgewogenen Inhaltsstoffen und tiergerechter Qualität. Die Advanced Care-Linie richtet sich an Tierhalter mit erweiterten Ansprüchen und zeichnet sich durch einen höheren Nährwert, getrocknetes Fleisch als Hauptzutat sowie auf unterschiedliche Lebensphasen und individuelle Bedürfnisse, etwa bei empfindlichen Mägen, abgestimmte Rezepte aus. Die getreidefreien Gourmet-Produkte stehen für einen besonders hohen Qualitätsanspruch mit Frischfleisch als Hauptzutat und sorgfältig ausgewählten Inhaltsstoffen. Ergänzt wird das Sortiment durch Hygieneartikel und eine Range an Non-Food-Produkten, wie Zubehör und Spielzeug.

Orientierung für Tierhalter, Qualität zum gewohnt günstigen Lidl-Preis

„Mit der Einführung von ‚Max & Mila’s World‘ heben wir unser Tierbedarf-Sortiment auf ein neues Level. Wir bieten Tierhaltern nicht nur eine moderne, transparente Markenwelt, sondern garantieren hohe Qualitätsstandards nach strengen FEDIAF-Richtlinien – ganz ohne künstliche Farbstoffe und Zucker. So machen wir eine hochwertige, bedarfsgerechte Ernährung für alle Tiereltern einfach und erschwinglich“, sagt Steffen Graf, Leitung Non Food, Near Food & Ergänzungsangebote der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG.

Haustiere nehmen für viele Menschen einen festen Platz innerhalb der Familie ein. Rund die Hälfte der europäischen Haushalte besitzt ein Haustier, darunter sind 111 Millionen Katzen und 91 Millionen Hunde¹. Die Ansprüche an eine bedarfsgerechte Ernährung der vierbeinigen Familienmitglieder sind hoch. Damit steigen auch die Erwartungen an das Tiernahrungsangebot und eine einfache Orientierung innerhalb des Sortiments.

Weitere Informationen zu Max & Mila’s World finden Sie [hier](#).

Weitere Informationen zu Lidl in Deutschland finden Sie [hier](#).

¹ FEDIAF, Annual Report 2026