



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 14. Juli 2025

Lidl-Eigenmarke „Unser Brot“ zum vierten Mal in Folge als „Bester Backshop“ ausgezeichnet

Mehrere Top-Platzierungen bei Eigenmarken-Studie, „Bon Gelati“ und „Esmara“ werden „Beste Eigenmarken“ ihrer Segmente

Lidl in Deutschland verzeichnet einen herausragenden Erfolg in der Studie „Deutschlands BESTE Marken 2025“ der Deutschen Gesellschaft für Verbraucherstudien (DtGV): Gleich drei Mal erreicht der Lebensmitteleinzelhändler den höchsten Kundenzufriedenheits-Score in der Gesamtwertung. „Unser Brot“ wurde bereits zum vierten Mal in Folge als „Bester Backshop“ ausgezeichnet, während „Bon Gelati“ (Tiefkühlkost) und „Esmara“ (Textil) in ihren jeweiligen Segmenten zur „Besten Eigenmarke“ gekürt werden.

„Unser Brot“ - Qualität, die überzeugt

Die erneute Auszeichnung als „Bester Backshop“ bei insgesamt sieben untersuchten Marken unterstreicht die hohe Qualität der Lidl-Backstation. Zudem überzeugt „Unser Brot“ in den Einzel-Kategorien „Qualität“ und „Preis-Leistung“. Lidl in Deutschland bietet unter der Eigenmarke „Unser Brot“ seit über zehn Jahren eine vielfältige Auswahl von bis zu 50 offenfrischen Backwaren – je nach Filiale. Dazu gehören unter anderem Bioland-Brote und -Brötchen sowie regionale Spezialitäten wie zum Beispiel Franzbrötchen, Milchbrötchen oder Quarktaschen. Die Backwaren stammen weitestgehend aus deutscher Produktion, die traditionelles Bäckerhandwerk mit modernen Herstellungsmethoden verbindet.

Starke Leistung über alle Kategorien hinweg

Die Erfolgsgeschichte von Lidl spiegelt sich in der Breite an Auszeichnungen wider: Insgesamt elf Lidl-Eigenmarken rangieren in der Gesamtbewertung unter den Top-Platzierten und werden in ihrem Segment als „Ausgezeichnete Eigenmarke“ prämiert. Besonders beeindruckend: Fünfmal erzielten Lidl-Eigenmarken einen ersten Platz in der Teilkategorie „Preis-Leistung“, 17-mal zählen Lidl-Eigenmarken in dieser Teilkategorie zur Spitzengruppe.

Premium-Eigenmarke „Deluxe“ auf Erfolgskurs

Besonders bemerkenswert ist die Entwicklung der Lidl-Eigenmarke „Deluxe“, die mittlerweile dauerhaft in das Sortiment aufgenommen wurde. Während sie im Jahr 2023 im übergreifenden Segment „Premium Handelsmarken“ noch den sechsten Platz belegt hat, schob sie sich ein Jahr später bereits auf Rang vier vor. In der aktuellen Studie sichert sich „Deluxe“ nun einen hervorragenden



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 14. Juli 2025

zweiten Platz und rangiert damit sogar vor dem Vorjahressieger „Milbona Selection“, ebenfalls von Lidl, der in der aktuellen Studie den dritthöchsten Kundenzufriedenheits-Score ausweist.

Über die Studie

Im April 2025 hat die Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien (DtGV) in ihrer Studie „Deutschlands BESTE Marken 2025“ untersucht, wie zufrieden Kunden mit den Eigenmarken des Lebensmitteleinzelhandels sind. Insgesamt wurden 3.223 Interviews zu 222 bewerteten Eigenmarken aus unterschiedlichen Produktgruppen und Kategorien geführt. In der Auswertung werden Marken berücksichtigt, für die mindestens 100 Bewertungen (Toleranz $\pm 10\%$) abgegeben wurden; in einzelnen Kategorien kann die Anzahl darunter liegen.

Weitere Informationen zur Studie 2025: [Deutschlands BESTE Marken 2025: Eigenmarken-Kundenzufriedenheit im LEH - DtGV](#)

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