



Neckarsulm, 2. Januar 2019

### **„Zieh’s-durch-Wochen!“: Lidl unterstützt Kunden beim Umsetzen guter Vorsätze**

**Als Profi für Lebensmittel, Partner für Gesundheit und Förderer des Sports motiviert Lidl zu bewusster Ernährung, mehr Bewegung und zum Sparen**

Sich bewusster ernähren, Sport machen oder weniger Geld ausgeben: Mit der neuen „Zieh’s-durch-Wochen!“-Kampagne bietet Lidl schlagkräftige Argumente, diese Vorhaben langfristig und erfolgreich durchzuhalten. Dazu bietet das Unternehmen eine große Auswahl an Produkten wie Protein-Müsli, Sportschuhe oder Ergometer zum gewohnt günstigen Lidl-Preis, engagiert sich für bewusste Ernährung, Gesundheit und Bewegung mit Initiativen wie der Lidl-Reduktionsstrategie zur Senkung des zugesetzten Zucker- und Salzgehalts oder der Unterstützung der deutschen Handball-Nationalmannschaft. Acht Wochen lang wird die Kampagne 360 Grad im wöchentlichen Haushaltshandzettel, auf Filialplakaten und in weiteren Point-of-Sale-Medien, in TV- und Radio-Spots sowie bei Social-Media-Aktivitäten kommuniziert.

„In diesem Jahr zeigen wir mit der ‚Zieh’s-durch-Wochen!‘-Kampagne, dass ein bewussterer Lebensstil keine Frage des Geldes ist, sondern mit unseren Lebensmitteln sowie Sport- und Outdoorartikeln zum gewohnt günstigen Lidl-Preis möglich ist. Außerdem bieten wir viele alltagstaugliche Tipps, damit Ausreden erst gar nicht aufkommen können“, erklärt Jürgen Achenbach, Geschäftsführer Marketing bei Lidl Deutschland.

#### **Auftakt in Print – Emotionen auf Facebook**

Die Kampagne startet mit dem Kundenmagazin „Zieh’s-durch-Wochen!“, das ab Januar 2019 kostenlos in bundesweit allen rund 3.200 Lidl-Filialen ausliegt. Es liefert abwechslungsreiche Rezepte zum Beispiel für Superfood-Porridge oder Shakshuka mit Spinat sowie Ernährungs- und Fitnesstrends. Zudem zeigt das Magazin, dass alle Zutaten dafür zum günstigen Lidl-Preis erhältlich sind und was hinter der Kooperation mit Bioland steckt. Mit Handball-Nationalspieler Uwe Gensheimer auf dem Titelblatt und im Interview stimmt das Kundenmagazin darüber hinaus schon auf die anstehende Heim-Weltmeisterschaft ein, bei der Lidl offizieller Fresh Food-Partner ist.

Auf den Social Media-Kanälen steht die „Acht-Wochen-Challenge“ des Alltagshelden „Tom“ im Fokus. In acht Kurzfilmen können die Zuschauer den Protagonisten begleiten und mitfühlen, wie er seine Neujahrsvorsätze auf humorvolle Art und Weise durchhält. Auf dem Weg zu einem bewussteren Lebensstil, ausgewogener Ernährung und mehr Sport durchlebt er dabei jede Woche eine andere Phase geprägt durch Leidens- und Erfolgsmomente.



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 2. Januar 2019

Zentrales Element der aktuellen Kampagne ist das markante Key-Visual „Zieh’s-durch-Wochen!“, das je nach thematischem Kontext mit dem Slogan „Fit durchs Jahr mit Lidl Vital“, „Bewusst durchs Jahr mit Lidl Vital“ oder „Spar dich durchs Jahr mit Lidl“ verknüpft wird und damit die zentralen Neujahrsvorsätze aufnimmt. Am Point-of-Sale erleichtert Lidl den Kunden die Produktauswahl zusätzlich durch Aktionsfahnen, spezielle Preisschilder und Kennzeichnungen auf den Produktverpackungen.

### **Über Lidl Deutschland:**

*Das Handelsunternehmen Lidl gehört als Teil der Unternehmensgruppe Schwarz mit Sitz in Neckarsulm zu den führenden Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland und Europa. Aktuell ist Lidl in 30 Ländern präsent und betreibt rund 10.500 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 79.000 Mitarbeiter in rund 3.200 Filialen täglich für die Zufriedenheit der Kunden. Dynamik in der täglichen Umsetzung, Leistungsstärke im Ergebnis und Fairness im Umgang miteinander kennzeichnen das Arbeiten bei Lidl. Seit 2008 bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte aus verschiedenen Kategorien, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. Das Angebot des Lidl-Onlineshops wird ständig erweitert und umfasst derzeit rund 30.000 Artikel. Als Discounter legt Lidl Wert auf ein optimales Preis-Leistungsverhältnis für seine Kunden. Einfachheit und Prozessorientierung bestimmen das tägliche Handeln. Dabei übernimmt Lidl Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt und fokussiert sich im Bereich Nachhaltigkeit auf fünf Handlungsfelder: Sortiment, Mitarbeiter, Umwelt, Gesellschaft und Geschäftspartner. Lidl hat im Geschäftsjahr 2017 einen Umsatz in Höhe von 74,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 21,4 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf [lidl.de](http://lidl.de).*