



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 31. März 2026

„The Beat of Freshness“: Lidl stellt Frische im Rahmen einer Kreativ-Aktivierung unter Beweis

Lidl setzt in seiner aktuellen Social Media-Aktivierung zu Ostern den Fokus auf Qualität und Frische. Unter dem Motto „The Beat of Freshness“ zeigt der Lebensmitteleinzelhändler gemeinsam mit tierischen „Frische-Experten“, was es bedeutet, Vorreiter bei frischem Obst und Gemüse zu sein.

Knackige Äpfel, saftige Trauben und geschmacksintensive Tomaten - mit seinem vielfältigen Sortiment an frischem Obst und Gemüse sorgt Lidl in über 30 Ländern täglich dafür, dass Menschen Zugang zu gesunden Lebensmitteln haben. Aber wie transportiert man diese Botschaft vom Gemüsefeld in den Social-Media-Feed? Eine Antwort mit Augenzwinkern gibt die aktuelle Aktivierung „The Beat of Freshness“, die pünktlich zu Ostern europaweit zu sehen ist.

Im Rahmen der Aktivierung tritt Lidl einen Frische-Beweis der besonderen Art an und stellt sich dem Urteil von tierischen Frische-Experten: Kaninchen. Mit ihren über 100 Millionen Geruchsrezeptoren sind sie in der Lage, verschiedene Gerüche über weite Strecken zu identifizieren und frische Nahrungsquellen aufzuspüren. Dafür zucken die Kaninchen bis zu 120 Mal pro Minute mit ihrer Nase, um so maximal viele Duftstoffe aufzunehmen und zu analysieren. In ihrer Rolle als sympathische Frische-Detektive zeigen sie im Social Media-Clip: je frischer das Gemüse, desto schneller zuckt die Nase im Takt. Das Nasenzucken der Kaninchen wird im Takt mit dem Kult-Klassiker „Fresh“ von Kool & The Gang unterlegt. So macht die aktuelle Aktivierung Frische bei Lidl mit nahezu allen Sinnen erlebbar.

[Hier](#) geht es zum Social-Clip.

„Frische ist kein Zufall, sondern unser Versprechen. Mit ‚The Beat of Freshness‘ machen wir den Puls unserer Logistik und den hohen Anspruch an unsere Qualität für die Kunden spürbar. Wir beweisen jeden Tag: Beste Qualität und der gewohnt günstige Lidl-Preis gehen Hand in Hand. Es ist das Ergebnis effizienter Prozesse, starker Partnerschaften und eines engagierten Teams,“ erklärt Alexander Lafery, Leiter Marketing der Lidl Dienstleistung GmbH und Co. KG.

Frische ist für Lidl ein zentrales Qualitätsversprechen, und das beweist der Lebensmitteleinzelhändler auch über die Überprüfung durch tierische Fachexperten hinaus: Lidl in Deutschland wurde bereits neun Mal mit dem „Fruchthandel Magazin Retail Award“ in der Kategorie „Discount“ ausgezeichnet. Dafür setzt der Frische-Discounter auf enge Partnerschaften mit regionalen Lieferanten sowie kurze Lieferwege zwischen den Fruchthöfen und den Filialen. Ein spezielles Qualitätssicherungssystem überwacht dabei die Lieferkette und garantiert, dass nur einwandfreie Ware angeboten wird. So kontrollieren beispielsweise die Lidl-Frische Experten mehrmals täglich die Ware in den Filialen.

Corporate Media Relations Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

07063/931 60 90 · presse@lidl.de



PRESSEINFORMATION

„The Beat of Freshness“ ist ab dem 31. März mit einem Social Media-Spot auf diversen Online-Kanälen wie Instagram, Facebook und Youtube zu sehen.

Hinweis zum Tierwohl: Sämtliche Produktionen mit Kaninchen wurden unter strengsten tierwohlkonformen Bedingungen durchgeführt und von No Cruel Breeding, On-Set Welfare sowie Veterinary Health zertifiziert.

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