



„Lidl muss man können“: Neue Kampagne zur Arbeitgebermarke von Lidl gestartet

- **Lidl wirbt mit Transparenz und Ehrlichkeit um Kollegen im #teamlidl**
- **TV-Spots, Plakatmotive, Social Media: Lidl stellt Unternehmenskultur in Mittelpunkt seines neuen 360-Grad-Arbeitgeberauftritts**

Was macht Lidl erfolgreich? Welche Job- und Aufstiegsmöglichkeiten bietet das Unternehmen? Was für Köpfe werden gesucht? Was wird von einem Arbeitnehmer erwartet? Lidl Deutschland startet seine neue Arbeitgebermarkenkampagne und rückt dabei seine Stärken und Mitarbeiter in den Fokus. Unter dem Motto „Lidl muss man können“ positioniert sich Lidl als transparenter Arbeitgeber, der um motivierte und dynamische Angestellte mit Teamgeist wirbt. „Wir sind einer der größten und erfolgreichsten Lebensmitteleinzelhändler Deutschlands. Um diesen Erfolg weiter auszubauen, suchen wir neue Kollegen, die jeden Tag ihr Bestes geben und sich mit Leidenschaft den täglichen Herausforderungen stellen“, sagt Jens Urich, Geschäftsleiter Personal bei Lidl Deutschland. „Wir vertrauen in die Fähigkeiten unserer Mitarbeiter und trauen uns gegenseitig viel zu. Wer möchte, kann bei uns viel erreichen. Unser Arbeitsalltag ist herausfordernd und schnell – und unsere Kollegen bekommen für ihren Einsatz viel zurück. Was das ‚Team Lidl‘ täglich leistet, das muss man erst einmal können.“

Lidl fordert und fördert

Offen kommuniziert Lidl in seiner Kampagne, was potenzielle Arbeitnehmer in einem Job bei Lidl erwartet und was ihnen geboten wird. Gleichzeitig überrascht das Unternehmen mit seiner Themenvielfalt: Nachhaltigkeit und Umweltschutz, Gesundheit, soziales Engagement, Gleichberechtigung oder Internationalität – Lidl zeigt, welche Dynamik und Abwechslung im Unternehmen steckt. „Der Berufseinstieg oder Jobwechsel ist eine essenzielle Entscheidung, die man nicht leichtfertig trifft. Unsere neue Kampagne stellt die Themen sowie die Unternehmenskultur vor, die einen in unserem Team erwarten. Wir machen deutlich, dass unser Anspruch hoch ist und, dass Leistung bei uns geschätzt wird. Deshalb ist es uns wichtig, jeden individuell zu fördern – das gilt für neue Kollegen ebenso wie für Kollegen, die schon lange Teil des Teams sind“, erläutert Urich die Employer-Branding-Strategie.

Teamgeist, Wertschätzung und Dynamik in Unternehmenskultur fest verankert

Lidl verdankt sein kontinuierliches Wachstum und Erfolg in erster Linie den Mitarbeitern, die in der Unternehmenskultur im Mittelpunkt stehen. Ein positives Arbeitsumfeld und ein ausgeprägter Teamgeist sowie gegenseitige Wertschätzung und Zutrauen machen den Kern der Arbeitgeberidentität



PRESSEINFORMATION

28. August 2019

des Discounters aus. „Lidl-Mitarbeiter zeichnen sich durch Dynamik, Leistungsbereitschaft und Teamfähigkeit aus und tragen tagtäglich zum Unternehmenserfolg bei. Ich bin auf jeden der rund 83.000 Kollegen stolz, und das Team kann auch zurecht stolz auf sich sein“, betont Urich.

„Lidl muss man können“ – 360-Grad-Kampagne

In den vergangenen Jahren etablierte Lidl seine Arbeitgeberwerte und Führungsleitlinien innerhalb des Unternehmens und einen komplett neuen Arbeitgeberauftritt. Bei der Weiterentwicklung der Arbeitgebermarke setzt Lidl nun auf Job- und Themenvielfalt. Die 360-Grad-Kampagne „Lidl muss man können“ ist ab sofort auf allen Lidl-eigenen Social-Media-Kanälen mit #lidlmuusmankoennen, #teamlidl und #wirsindlidl, in den Filialen sowie im Haushaltshandzettel präsent. In deutschen Großstädten spielt Lidl auf Großflächenplakaten mit Claims wie „In Regalen denken statt in Schubladen“ oder „Mehr Bio für alle möglich machen“ auf die verschiedenen Tätigkeitsfelder und Themen im Unternehmen an. Darüber hinaus wird die neue Kampagnenseite <https://lidl-muss-man-koennen.de> gelauncht. Erstmals setzt ein Discounter bei seinem Employer Branding auch auf TV: Ab 31. August werden an zwei aufeinanderfolgenden Wochenenden Fernsehspots mit den Inhalten der neuen Lidl-Arbeitgeberkampagne ausgestrahlt.

Infos zu Lidl als Arbeitgeber auf diesen Seiten:

- Website Kampagne: <https://lidl-muss-man-koennen.de>
- Website Karriere: <https://jobs.lidl.de/>
- Instagram Karriere: <https://www.instagram.com/lidlkarriere/?hl=de>
- LinkedIn: <https://de.linkedin.com/company/lidl-in-deutschland>
- Xing: <https://www.xing.com/company/lidl>

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 32 Ländern präsent und betreibt rund 10.800 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 83.000 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 2018 einen Umsatz in Höhe von 81,2 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 22,7 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf lidl.de.

Pressestelle Lidl Deutschland

07132/30 60 90 · presse@lidl.de