



## PRESSEINFORMATION

---

Bad Wimpfen, 9. Juni 2026

# Lidl startet KI-gestützte Echtzeit-Kampagne zum großen Fußball-Sommer

## Avatare verknüpfen aktuelle Turniermomente mit Lidl-Produkten

Pünktlich zur Fußball-Weltmeisterschaft startet Lidl in Deutschland eine innovative Kampagne, die aktuelle Momente auf dem Spielfeld mit attraktiven Angeboten und kulinarischen Inspirationen in Echtzeit verbindet. Gemeinsam mit der Ad Alliance setzt der Lebensmitteleinzelhändler dabei auf eigens entwickelte Lebensmittel-Avatare, die das Turniergehen auf unterhaltsame Weise spiegeln.

Rund um die Spieltage melden sich die virtuellen Charaktere aus einem fiktiven News-Studio und greifen Ereignisse auf dem Spielfeld auf. Diese werden mit passenden Angeboten und Produkten aus dem Lidl-Sortiment verknüpft. Die Avatare stehen dabei für unterschiedliche Sortimentsbereiche – von Grillprodukten über Obst und Gemüse bis hin zu internationalen Spezialitäten. So liefert zum Beispiel Willy Würstchen Inspirationen für den nächsten Grillabend, während weitere Charaktere Anregungen für sommerliche Snacks oder kulinarische Genussmomente aus aller Welt präsentieren. Auf diese Weise entstehen tagesaktuelle Spots, die die Begeisterung rund um den Fußball-Sommer mit relevanten Einkaufsimpulsen verbinden.

Möglich macht dies der Einsatz künstlicher Intelligenz: Die Avatare reagieren flexibel auf aktuelle Entwicklungen im Turniergehen und ermöglichen eine schnelle, anlassbezogene Produktion der Inhalte.

„Fußball ist pure Emotion – er bringt uns zusammen, lässt uns gemeinsam jubeln und schafft unvergessliche Momente mit Familie und Freunden. Genau dieses Gänsehaut-Gefühl wollen wir verlängern. Mit unseren Avataren fiebern wir in Echtzeit mit den Fans mit und liefern genau die kulinarischen Inspirationen, die den Fußball-Sommer perfekt machen,“ sagt Alexander Lafery, Leiter Marketing der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG.

Ausgespielt wird die Kampagne während der gesamten Fußball-WM unter anderem in reichweitenstarken RTL-Formaten wie „Deutschland am Morgen“, „Punkt 12“ und „RTL Aktuell“ sowie in weiteren aufmerksamkeitsstarken Umfeldern wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“.

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

**Corporate Media Relations Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG**

07063/931 60 90 · [presse@lidl.de](mailto:presse@lidl.de)