



Neckarsulm, 18. Januar 2019

# Lasst das Unboxing beginnen: #LidlStudio-Influencer kreieren exklusiv ihre persönlichen Lidl-Produktboxen

**Limitierte Auflage ab 21. Januar im Lidl-Onlineshop erhältlich**

Fit mit Philipp, Jetset mit Riccardo oder auf den Spuren der Foodtrends mit Foodnewsgermany: Ab dem 21. Januar können die Fans von fünf #LidlStudio-Influencern dem Leben ihrer Idole ein Stück näher kommen. Dann startet im Lidl-Onlineshop der Verkauf der brandneuen Produktboxen, die Riccardo Simonetti, Sonja Meise von Foodnewsgermany, Isabel Kraus, Mirella Precek und Philipp Stehler unter dem Dach der Influencer-Kampagne „#LidlStudio“ kreiert und befüllt haben. Gemeinsam mit Lidl haben sie ihre Lieblingsprodukte passend zu ihrem Lifestyle ausgewählt und mit einer persönlichen Botschaft an ihre Fans sowie einem personalisierten Highlight-Item in ihre Box gepackt.

Die individuellen Boxen mit der auffallenden Optik passend zu den Eigenschaften der Social-Media-Stars sprechen für sich: Goldene Krönchen für Riccardo, ein Make-Up-Mobile für Bella, Mirellas Silhouette schneebesens-schwingend mit Hund Clarissa und Kater Jürgen. Die Lidl-Influencerboxen sind in streng limitierter Auflage für zehn bzw. zwölf Euro erhältlich und nur solange der Vorrat reicht – schnell sein lohnt sich.

„Mit den #LidlStudio-Boxen wollen wir vor allem die jüngeren Kunden ansprechen und sie für unsere Produkte und unseren Onlineshop begeistern. Influencer spielen dabei eine zentrale Rolle, da sie in dieser Zielgruppe viele Menschen erreichen und durch ihre regelmäßigen Posts über ihr Leben inspirieren. Die persönlich entwickelten Produktpakete der #LidlStudio-Influencer aus den Bereichen Lifestyle, Food, Family und Fitness haben somit auch einen emotionalen Mehrwert“, erklärt Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf bei Lidl Deutschland.

Die #LidlStudio-Produktboxen im Überblick:

- **Jetset-Box von Riccardo Simonetti (@riccardosimonetti):**  
Jetsetter, Lifestyle-Ikone und gern gesehener Gast auf Deutschlands roten Teppichen. Wer so viel unterwegs ist wie er, hat seine Tricks und Tipps. Die hat er für alle, die sich wie ein „Starlet on the rise“ fühlen, in einer #LidlBox zusammengetragen.



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 18. Januar 2019

- **Foodnewsgermany-Box von Sonja Meise (@foodnewsgermany):**  
Sonja Meise entgeht kein neues Produkt bei Lidl. Für die Follower ihres Kanals Foodnewsgermany entdeckt sie süße Kleinigkeiten, saisonale Aktionen und Leckerer zum Schlemmen und Genießen. Einen Teil ihrer Lidl-Lieblinge hat sie nun in ihre #LidlBox gepackt und um einen ganz persönlichen Shoppinghelfer ergänzt.
- **Bellas Mommy-Survival-Box von Isabel Kraus (@isabel\_kraus):**  
Lifestyle-Mum-Influencerin Bella Kraus weiß genau, wie der Alltag zwischen Instagram, Youtube, zwei Kindern und Schwangerschaft aussieht. Das ist manchmal zum Haare raufen mit den „kleinen Wundern“. Aber mit den richtigen Hilfsmitteln hat noch jede Mami die Kinder geschaukelt. Bella setzt auf Brezeln, Müsliriegel und ab und zu ein selbstgemachtes Eis in ihrer #LidlBox.
- **Vegane Back-Box von Mirella Precek (@mirrelativegal):**  
Ein echtes Unikat: Sie ist vegan, liebt es zu backen und tanzt auch gerne mal aus der Reihe. Mirella zeigt sich ihren Fans auf ihrem Kanal „Mirellativegal“ mal kreativ, mal diskutierfreudig, aber immer mit ihrem Kater Jürgen und ihrer Hündin Clarissa. In ihre Back-Box hat sie jetzt unter anderem ein leckeres veganes Rezept gepackt.
- **Fitness-Box von Philipp Stehler (@philipp\_stehler):**  
Wie Philipp Stehler zu seinem gestählten Körper kam, macht der „Bachelor in Paradise“-Kandidat keinesfalls zu einem Geheimnis. Auf seinen Kanälen gibt er Tipps fürs tägliche Workout und lässt Fans an seinem Leben teilhaben. Ein Stück seines Alltags hat er jetzt in seine #LidlBox gepackt.

Die Produktboxen sind das erste Highlight der integrierten Influencer-Kampagne #LidlStudio in diesem Jahr, gefolgt von dem Verkaufsstart der Influencer-Sommerkollektion unter der Eigenmarke „esmara“ im Frühjahr. Insgesamt begleiten seit dem vergangenen Sommer 20 Influencer langfristige Kampagnen und Aktionswochen.

Wer nicht bis zum 21. Januar abwarten kann, sieht mit einem Click auf folgenden Link bereits Previews und eine Übersicht der enthaltenen Produkte: <https://www.lidl.de/de/lidl-influencer-boxen/c23550>

Weitere Einblicke in das #LidlStudio sind unter [www.lidl.de/studio](http://www.lidl.de/studio) zu finden.



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 18. Januar 2019

Instagram: <https://www.instagram.com/lidlde/>

Facebook: <https://de-de.facebook.com/lidl/>

#lidlstudio  
#lidlbox  
#lidllohntsich  
#lidlde

### **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).*