



Neckarsulm, 23. Januar 2019

### **#waswirklichwichtigist: Lidl spendet 90.000 Euro an Kinderhilfsorganisationen**

#### **Erfolgreiche Social-Media-Spendenaktion der Weihnachtskampagne 2018 kommt Kindern auf der ganzen Welt zugute**

Dass kleine Likes auch große Hilfe schenken können, hat Lidl mit seiner Social-Media-Spendenaktion im Rahmen der Weihnachtskampagne 2018 #waswirklichwichtigist bewiesen: Das Unternehmen aktivierte seine Follower auf Facebook und Instagram zum Wohl von Kindern und sammelte vom 14. November bis zum 23. Dezember 2018 die Likes unter dem Spendenvideo „Eine gute Geste“. Für jedes Like spendete Lidl 20 Cent, die Gesamtspendensumme der Aktion von rund 60.000 Euro erhöhte Lidl um 30.000 Euro. Von den insgesamt 90.000 Euro gehen nun jeweils 15.000 Euro an eine der sechs großen Hilfsorganisationen: SOS-Kinderdorf, UNICEF Deutschland, Deutsches Rotes Kreuz, Deutsches Kinderhilfswerk, Make-A-Wish Deutschland und Die Arche. Sie sorgen dafür, dass das Geld dort ankommt, wo es gebraucht wird, beispielsweise für notleidende Kinder in Entwicklungsländern, einen Krippenspielplatz in der Pfalz oder die Erfüllung von Wünschen lebensbedrohlich erkrankter Kinder.

„Wir wollten in unserer Weihnachtskampagne nicht nur über Wünsche sprechen, sondern auch helfen, einige wahr zu machen. Ein großes ‚Dankeschön‘ geht an die vielen Follower auf unseren Social-Media-Kanälen, die unserem Aufruf gefolgt sind und durch ihr ‚Like‘ den Spendenbetrag kontinuierlich erhöht haben. Mit ihrer Hilfe können wir heute eine stattliche Summe zum Wohl von Kindern spenden“, freut sich Anita Wälz, Geschäftsführerin Unternehmenskommunikation von Lidl Deutschland.

#### **Spendenaktion als Teil der Weihnachtskampagne**

Die Social-Media-Spendenaktion war neben dem Weihnachtsfilm „Kids Gone“ und der Lidl-Kinderstudie ein Element der dreiteiligen Weihnachtskampagne #waswirklichwichtigist, die Bedürfnisse von Kindern in den Fokus rückte. Während der Weihnachtsfilm hervorhob, wie bedeutend Familie und ein harmonisches Umfeld für Kinder sind, zeigte die Lidl-Kinderstudie, welche Themen ihnen besonders am Herzen liegen wie beispielsweise die Vermeidung von Plastikmüll oder die Rettung von Lebensmitteln.

Weitere Informationen sind unter [www.lidl.de/gutegeste](http://www.lidl.de/gutegeste) nachzulesen.



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 23. Januar 2019

### **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).*