



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 25. März 2020

Stiftung Warentest vergibt Bestnoten für Apfelmus und Matratze von Lidl

- **Lidl-Apfelmus belegt ersten Platz im Test**
- **Matratze der Eigenmarke Meradiso schneidet als Preis-Leistungssieger ab**

Top-Ergebnisse für die Lidl-Eigenmarken in der April-Ausgabe der Stiftung Warentest: Sowohl mit seinen Apfelmus-Produkten als auch mit seiner Matratze überzeugt das Unternehmen die Tester. Beim Mus schneidet der „Freshona Apfelmus“ mit der Gesamtnote 1,8 („gut“) am besten unter 14 Produkten ab und punktet mit den Kernkompetenzen von Lidl: Qualität und Preis. Mit gerade einmal 8 Cent pro 100 Gramm bietet Lidl bei seinem Apfelmus ein großartiges Preis-Leistungsverhältnis. Bei den Bio-Varianten setzt sich der „Bio Organic Apfelmus, leicht gezuckert“ von „Freshona“ mit der Note 2,2 („gut“) durch und überzeugt beim Sensorik-Test.

Mit seinen Non-Food-Produkten beweist Lidl ebenfalls seine hohe Kompetenz: Die „7-Zonen-Kaltschaum-Matratze“ der Eigenmarke „Meradiso“, die für nahezu alle Körpertypen geeignet ist, wird mit der Bestnote 2,1 („gut“) ausgezeichnet. Besonders in den Testkategorien „Haltbarkeit“ sowie „Gesundheit und Umwelt“ hebt sich die Lidl-Matratze von den 13 weiteren Testprodukten ab. Mit einem Preis von gerade einmal 100 Euro trägt die Matratze ebenfalls den Sieg beim Preis-Leistungs-Verhältnis davon. Der aktuelle Test zeigt einmal mehr, dass sich Kunden bei Lidl auf dauerhaft hohe Qualität verlassen können. Denn auch in den vergangenen Jahren erhielten die „Meradiso“-Matratzen immer Top-Bewertungen bei Stiftung Warentest.

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