



Neckarsulm, 23. April 2020

Mit „Wenn Sommer, dann Lidl“ startet Lidl in die sonnig-warme Jahreszeit

Lidl präsentiert sich mit der neuen Kampagne als die Einkaufsstätte für einen gelungenen Sommer

Gerade in diesen Zeiten ist die Vorfreude auf den Sommer besonders groß und alle möchten das sonnig-warme Wetter genießen. Damit sich jeder auch dieses Jahr auf seine Weise einen perfekten Sommer gestalten kann, bietet Lidl mit seinem vielfältigen Sortiment online und in den Filialen für jeden die passenden Sommerprodukte zum gewohnt günstigen Lidl-Preis. Mit der neuen 360-Grad-Kampagne „Wenn Sommer, dann Lidl“, die deutschlandweit am Montag, 27. April 2020, startet, zeigt sich Lidl einmal mehr als „Ein-für-Alles-Shop“, bei dem die Kunden alles rund ums sommerliche Grillen, Entspannen und Genießen finden.

Vielfältige Sommerauswahl – stationär und digital

Die Sommerklassiker Eis und Grillspezialitäten dürfen jetzt nicht fehlen und stehen unter anderem im Fokus von „Wenn Sommer, dann Lidl“. Die Eigenmarken „Gelatelli“ und „Grillmeister“ bieten für jeden Geschmack etwas und machen richtig Lust auf ein kühles Eis oder einen gemütlichen Grillabend. Mit zahlreichen fleischlosen Alternativen der Eigenmarken „Next Level Meat“ und „My best Veggie“ kommen auch Liebhaber der veganen und vegetarischen Küche nicht zu kurz. Zudem verleiht das umfangreiche saisonale Angebot an frischem Obst und Gemüse jedem Gericht einen ganz besonderen Geschmack. Ob Eis am Stiel, im Becher oder in der Waffel, Grillspieß, Bratwurst oder Cevapcici – die Auswahl an passenden Sommerbegleitern ist groß. Und wer eine neue Ausstattung für Garten oder Balkon sucht, findet diese im Lidl-Onlineshop oder je nach Aktionsthemenwoche in den Filialen.

360-Grad-Kampagne – Aufmerksamkeit auf allen Kanälen

Lidl zeigt die Kampagne auf allen Werbekanälen: Der Kampagnenslogan „Wenn Sommer, dann Lidl“ wird abwechselnd mit verschiedenen Produkten aus dem Eis-, Grill-, Obst- und Gemüsesortiment sowie Non-Food-Artikeln dargestellt und ist in den Filialen für Kunden auf Abgreifständern, Kassensperren und Türaufklebern sowie Plakaten bereits sichtbar. Anzeigen in Online- und Printmedien weisen laufend auf aktuelle Aktionsangebote hin, Radio- und TV-Spots zu Grillen, Eis und zum großen Lidl-Frischesortiment sorgen über die Sommermonate hinweg für eine dauerhafte Präsenz der Kampagne. Zusätzlich wird der Content zielgruppenspezifisch über die sozialen Netzwerke Facebook und Instagram gespielt.



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 23. April 2020

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.