



PRESSEINFORMATION

27. April 2020

Jung, kreativ, TikTok: Lidl startet Hashtag-Challenge #movelikelidl

Lidl startet mit seinem Arbeitgeberprofil @lidlkarriere auf dem Videoportal TikTok. Im Mittelpunkt des Kick-Offs steht die Hashtag-Challenge #movelikelidl, die den aktuellen Emoji-Trend aufgreift und junge Menschen zum Mitmachen auffordert. Bei der Challenge tanzen die Nachwuchskräfte von Lidl mit Zitronen und Tomaten eine Choreografie nach vorgegebenen Emojis. Das kommt an: Innerhalb des ersten Tages verzeichnet #movelikelidl über 36 Millionen Aufrufe und die TikTok-Karriere-Seite über 34.000 Follower sowie über 230.000 Likes. Mit dieser kanalspezifischen Kampagne geht das Unternehmen zu einem Zeitpunkt an den Start, an dem sich viele Jugendliche mit dem Thema Ausbildung oder Berufseinstieg nach dem Schulabschluss beschäftigen.

Mit der Präsenz auf TikTok erweitert Lidl seine Social-Media-Aktivitäten, um insbesondere die Zielgruppe Schüler im Karrierebereich noch besser anzusprechen. Mit über 3.000 Auszubildenden und tausenden jungen Berufseinsteigern sowie Mitarbeitern setzt das Unternehmen seit Langem erfolgreich auf Social-Media-Kampagnen. Bisher liefert Lidl bei Facebook und Instagram regelmäßig unterhaltsamen Content rund um die Jobmöglichkeiten im Unternehmen. Kreative Wortspiele zur Arbeitgebermarkenkampagne „Lidl muss man können“ oder die Einbindung von Lebensmitteln in den einzelnen Beiträgen sind sehr beliebt bei der jungen, onlineaffinen Zielgruppe.

Social-Media-Karriere-Kanäle von Lidl:

www.instagram.com/lidlkarriere

www.tiktok.com/@lidlkarriere

www.facebook.com/lidl

<https://www.linkedin.com/company/lidl-in-deutschland>

<https://www.xing.com/company/lidl>

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

Pressestelle Lidl Deutschland

07132/30 60 90 · presse@lidl.de

1



PRESSEINFORMATION

27. April 2020

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.