



Neckarsulm, 30. April 2020

Lidl-Eigenmarken schneiden mit „sehr gut“ ab

- **Ohne Aluminium und preisgünstig: „Cien“-Deos überzeugen**
- **Ketchup von „Kania“ punktet beim Geschmack**

Beste Qualität zum Lidl-Preis: Drei Eigenmarkenprodukte erhalten in der Mai-Ausgabe der Ökotest die Bestnote „sehr gut“ – und sind gleichzeitig auch mit die günstigsten Produkte in den jeweiligen Tests. Die beiden Deos „Cien Deospray Hot Pink 24h“ und „Cien Men Aqua Deospray 24h“ behalten auch ohne Aluminiumsalze ihren frischen Geruch für günstige 32 Cent pro 75 Milliliter. Sowohl im Test der Inhaltsstoffe als auch in der Gesamtbewertung bekommen die Lidl-Deos das Urteil „sehr gut“. Der aktuelle Test zeigt einmal mehr, dass sich Verbraucher auf die Qualität der Lidl-Eigenmarken verlassen können. Vom Sonnenspray über Shampoos bis hin zu Zahnpasta und jetzt Deos – die „Cien“-Produkte erzielen seit Jahren Top-Bewertungen bei Stiftung Warentest und Ökotest.

Der „Kania Tomaten Ketchup“ erhält ebenfalls die Bestnote „sehr gut“. Mit einer kräftigen Tomatennote und einem ausgewogenen süß-salzigen Geschmack überzeugt der Ketchup die Tester. Wie bei allen Lidl-Produkten ist auch hier der Preis mit 79 Cent für 500 Milliliter unschlagbar. Eine Ketchup-Light-Variante von der Eigenmarke „Kania“ bietet Lidl für den gleichen Preis an.

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.