



Neckarsulm, 29. Mai 2020

Testsieger bei Stiftung Warentest: „Cien“-Shampoo von Lidl Note „gut“ für Shampoo und veganen Brotaufstrich der Lidl-Eigenmarken

Gepflegtes und glänzendes Haar zum Lidl-Preis: In der Juni-Ausgabe der Stiftung Warentest überzeugt das Haarshampoo „Cien Tag für Tag Frucht/Vitamin Shampoo Power & Volumen“ für normales Haar die Tester. Das Eigenmarken-Produkt von Lidl schneidet als Testsieger mit der Gesamtnote 1,9 („gut“) bei den flüssigen Shampoos ab und setzt sich ebenfalls gegen feste Shampoos und Haarseifen durch. Mit gerade einmal 75 Cent pro 500 Milliliter und damit rund 1 Cent pro Haarwäsche ist der Preis wie gewohnt unschlagbar. Einen Vorteil den Lidl-Kunden kennen: Testergebnisse der Stiftung Warentest und Ökotest belegen seit Jahren die hohe Qualität der Eigenmarken-Produkte von „Cien“ zu Top-Preisen. Sonnenschutzmittel, Deos und weitere Kosmetika schneiden regelmäßig mit „sehr gut“ und „gut“ ab.

Der vegane Aufstrich „Kania Bio Organic Cremiger Brotaufstrich Tomate-Basilikum“ erhält ebenfalls die Bewertung „gut“ mit der Note 2,1. Das Produkt punktet bei den Testern mit seinem aromatischen, fruchtigen und würzigen Geschmack. Mit gerade einmal 81 Cent pro 100 Gramm gehört der Brotaufstrich zu den günstigsten Produkten im Test.

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, Leistungstärke im Ergebnis und Fairness im Umgang miteinander kennzeichnen das Arbeiten bei Lidl. Seit 2008 bietet der Lidl-Onlineshop Non-Food-Produkte von Lidl-Eigenmarken und Marken aus verschiedenen Kategorien und Preissegmenten, Weine und Spirituosen sowie Reisen und weitere Services an. 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.