



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 26. Juni 2020

Lidl-Eigenmarken schneiden bei Ökotest mit Top-Ergebnissen ab

- **Note „sehr gut“ für „Lupilu“-Feuchttücher**
- **Nachhaltiger Durstlöscher: Stille Mineralwasser von „Saskia“ überzeugen**
- **„Ocean Sea“-Fischstäbchen punkten mit Geschmack**
- **Duschgel von „Cien“ mit „gut“ bewertet**

Beste Qualität zum Lidl-Preis: In der Juli-Ausgabe der Ökotest überzeugt Lidl wieder einmal mit seinen Eigenmarkenprodukten. Gleich fünf Artikel erhalten die Noten „sehr gut“ und „gut“. Mit der Bestnote schneiden die „Sensitive Baby-Feuchttücher“ von „Lupilu“ ab. Bei den Inhaltsstoffen, die bestens für Babyhaut geeignet sind, und im Gesamtergebnis vergibt die Ökotest ein „sehr gut“ für das Lidl-Produkt.

Ebenfalls bei den Inhaltsstoffen sowie mit der Reinheit und der Verpackung aus 100 Prozent Recyclingmaterial überzeugen die Wasser „Saskia Still 1,5-Liter“ aus den Quellen Leissling und Löningen. Die Mineralwasser schneiden insgesamt mit der Note "gut" ab.

Bei den „Ocean Sea Fischstäbchen 15 Stück“ loben die Tester die knusprige Panade und den zarten Fisch sowie den würzigen Geschmack. Sowohl beim nachhaltigen Fischfang als auch in der Gesamtnote erhält der Artikel die Note „gut“.

Das „Cien Duschgel Fresh Lime“ wird ebenfalls mit „gut“ bewertet und kostet gerade einmal 46 Cent pro 250 Milliliter. Mit dieser Kernkompetenz überzeugt Lidl in allen Untersuchungen: Alle Eigenmarkenprodukte von Lidl gehören zu den günstigsten Artikeln in den jeweiligen Tests.

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 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



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 26. Juni 2020

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](https://www.lidl.de).