



## PRESSEINFORMATION

---

Bad Wimpfen, 30. Juni 2022

### **#LäuftBeiLidl geht in Staffel 2: Influencerin Foodnewsgermany geht dem Mythos Eigenmarken auf den Grund**

Um Eigenmarken ranken sich viele Gerüchte. Vor allem in den sozialen Medien werden diese intensiv diskutiert. Die zweite Staffel von #LäuftBeiLidl räumt mit einigen dieser Vorurteile auf. Influencerin Sonja Meise alias Foodnewsgermany hat sich hinter die Kulissen der Herstellung von Lidl-Produkten und deren Qualitätssicherung sowie einer Lidl-Filiale begeben. Zu sehen ist die Staffel ab dem 30. Juni auf Youtube sowie der Microsite [lidl.de/laeuftbeilidl](http://lidl.de/laeuftbeilidl).

Als erste Influencerin überhaupt besuchte Sonja Meise die Testküche der Deutschlandzentrale von Lidl in Bad Wimpfen. Dort hatte sie einen Termin mit der Qualitätssicherung, die täglich Lidl-Produkte testet, und erfuhr einiges über Testkriterien und wie Lidl sukzessive Salz und Zucker reduziert. Die Influencerin besuchte in Übach-Palenberg auch ein Eiswerk der Schwarz Produktion, die pro Jahr über eine Milliarde Portionen Eis herstellt und neue Sorten kreiert. Für die dritte Folge deckte Foodnewsgermany das Geheimnis des grünen Mitarbeitershirts in einer Lidl-Filiale auf. Was dies mit Frische und dem Retail Award in der Kategorie Discount zu tun hat, ist bei #LäuftBeiLidl Staffel 2 zu sehen.

Das neue Infotainment-Format bietet „snackable“ Content, der auf die Nutzergewohnheiten von sozialen Medien angepasst ist: Alle Folgen von #LäuftBeiLidl sind zwischen 90 und 180 Sekunden lang. Wer sich genauer informieren möchte, kann auf Zusatzmaterial, sogenannte „Deep Dives“, zugreifen, die einzelne Themen genauer beleuchten.

[www.lidl.de/laeuftbeilidl](http://www.lidl.de/laeuftbeilidl)

Weitere Informationen zu Lidl in Deutschland finden Sie [hier](#).