



Neckarsulm, 18. April 2019

# Mehr Spaß mit der Nr. 1 für Obst und Gemüse: Bei Lidl ist die Frischebande los

## Jetzt Frischepunkte sammeln, Plüschtücher gratis erhalten und Gutes tun

Betti Biene, Max Marienkäfer, Ella Erdbeere, Alfred Apfel, Otti Aubergine und Kiki Karotte: Vom 23. April bis 1. Juni sind die bunten Plüschtücher exklusiv in den deutschlandweit rund 3.200 Lidl-Filialen erhältlich. Je zehn Euro Einkaufswert bekommen Lidl-Kunden an der Kasse einen Frischepunkt in das dazugehörige Sammelheft. Ab 15 Frischepunkten gibt es eine der sechs Plüschtücher gratis und Lidl spendet jeweils fünf Cent an die Hilfsorganisation „Ein Herz für Kinder“. Wer keine Frischepunkte sammeln möchte, kann die Plüschtücher für je 7,99 Euro in den Filialen kaufen.

### Frischebotschafter für ausgezeichnetes Obst und Gemüse

Lidl startet mit der Frischebande in die diesjährige Sommerkampagne „Sommer, Sonne, Lidl-Preis“ und unterstreicht damit seine Frishekompetenz im Obst- und Gemüsebereich. In den Filialen bietet das Unternehmen rund 140 Obst- und Gemüseartikel an, die täglich frisch geliefert werden. Die ausgezeichnete Qualität zu gewohnt günstigen Lidl-Preisen überzeugt die Kunden immer wieder aufs Neue. Deshalb wählten sie Lidl beim „Fruchthandel Magazin Retail Award“ in diesem Jahr bereits zum dritten Mal zur Nr. 1 für Obst und Gemüse in der Kategorie „Discounter“.

„Unsere Frischebande, das sind sechs individuelle und sympathische Charaktere, die uns als Frischebotschafter für Obst- und Gemüse unterstützen. So vermitteln wir auf spielerische Art, wie wichtig frisches Obst- und Gemüse für eine bewusste Ernährung sind“, erklärt Jürgen Achenbach, Geschäftsführer Marketing bei Lidl Deutschland. „Allerdings müssten wir auf rund 80 Prozent der Obst- und Gemüsesorten, die auf unseren Tellern landen, verzichten, wenn es keine Wildbienen und andere blütenbesuchende Insekten gäbe. Daher rücken wir mit der Aktion und den beiden Charakteren Betti Biene und Max Marienkäfer auch bewusst das Thema Insekten- und Artenschutz in den Fokus.“

### Wildbienen- und Artenschutz mit „Lidl-Lebensräume“

Passend zum Thema Wildbienen- und Artenschutz haben Kunden nicht nur Obst- und Gemüseplüschtücher zur Auswahl, sondern auch eine Biene und einen Marienkäfer. Denn 2019 steht bei Lidl mit dem Aktionsmotto „Jeder Quadratmeter zählt“ ganz im Zeichen von Wildbienen und anderen blütenbesuchenden Insekten. Mit verschiedenen Kooperationen, Aktionstagen für Kinder und Kunden sowie der Anlage von inzwischen über 2,1 Mio. Quadratmeter naturnaher Blühflächen an Lidl-Logistikzentren sowie bei Lidl Lieferanten zielt die Initiative „Lidl-Lebensräume“ darauf ab, Menschen für die bedrohte Artenvielfalt zu sensibilisieren und einen Beitrag für den Schutz der Wildbiene und anderer Nützlinge zu leisten. Zum Weltbienentag am 20. Mai erhalten Kunden bei ihrem Einkauf an



## PRESSEINFORMATION

---

Neckarsulm, 18. April 2019

der Lidl-Kasse jeweils ein Tütchen mit Saatgut, damit auch der heimische Balkon oder die Terrasse bienenfreundlich werden.

### **Frischer Marketing-Mix**

Mit Advertorials, TV- und Radio-Spots, dem Haushaltshandzettel sowie auffälligen Hinweisen am Point of Sale wird über diverse Kanäle Aufmerksamkeit auf die Frischebande gelenkt. Darüber hinaus ist die Frischebande in der Backstage-Lounge der Sat.1-Show „The Voice Kids“ zu finden, wo sich die jungen Gesangstalente mit frischem Obst für den großen Auftritt stärken können. Ein weiteres Highlight stellt die App „Die Frischebande“ dar, die ab sofort kostenlos für IOS und Android über den jeweiligen App-Store zum Download bereitsteht. In sechs Spielen können die Nutzer die Frischebande-Charaktere bei kleinen Aufgaben unterstützen. Über Scancodes, die in den Filialen und im Haushaltshandzettel zu finden sind, lässt sich das Angebot der App erweitern.

### **Über Lidl:**

*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 30 Ländern präsent und betreibt rund 10.500 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 2017 einen Umsatz in Höhe von 74,6 Mrd. Euro erwirtschaftet, davon 21,4 Mrd. Euro Lidl Deutschland. Mehr Informationen zu Lidl Deutschland im Internet auf [lidl.de](http://lidl.de).*