



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 4. August 2023

50 Jahre Lidl: Eigenmarken erobern die Bühne der Jubiläumskampagne

Crossmediale 360-Grad-Kampagne stellt ausgezeichnete Eigenmarken mit prominenter Unterstützung in den Fokus

Das Jahr 2023 steht bei Lidl in Deutschland ganz im Zeichen von „50 Jahre mehr als günstig“. Der Frische-Discounter setzt damit eine der „größten und längsten Geburtstagsfeiern des Jahres“ fort – ab heute in Form der Qualitätsmarken-Wochen. Fünf Wochen lang werden ausgewählte Eigenmarken in einer crossmedialen 360-Grad-Kampagne vorgestellt und zum günstigen Probierpreis angeboten – aufmerksamkeitsstark und mit prominenter Unterstützung.

Mehr Qualität, mehr Auswahl, mehr Überraschung – die ausgezeichneten Eigenmarken von Lidl

Die über 100 verschiedenen Lidl-Eigenmarken bieten mehr als nur günstige Preise. Mehrere unabhängige Prüfinstitute attestieren den Produkten regelmäßig eine hohe Qualität und prämiieren sie in Form diverser Auszeichnungen. Bei der Stiftung Warentest erreicht Lidl mit seinen Eigenmarken im großen Händlervergleich der letzten vier Jahre im Durchschnitt das beste Qualitätsurteil mit „Gut“ (2,4) und setzt sich dabei im Handelsmarkenvergleich an die Spitze der Lebensmitteleinzelhändler*. Die vegane Eigenmarke „Vemondo“ wurde bereits doppelt ausgezeichnet: Sowohl mit dem „International V-Label Award 2022“ als auch mit dem „PETA Vegan Food Award“ für das beste vegane Sortiment.

Starke Persönlichkeiten für starke Marken

Diese und weitere Erfolge bieten Grund zu feiern. Jede Woche steht daher eine andere der beliebten Lidl-Eigenmarken wie beispielsweise Milbona, Bon Gelati oder Saskia im Mittelpunkt und wird prominent in unterhaltsamen TV-Spots beworben. Genauso wie bei den Lidl-Marken wird auch bei den neuen Werbespots für jeden etwas dabei sein. Barbara Schöneberger und Max Giermann präsentieren wie zuvor mit Charme und Witz die aktuellen Angebote. Auch Erfolgskünstlerin Helene Fischer ist mit einem eigenen TV-Spot für die Qualitätsmarken-Wochen vertreten. Dieser wird zeitgleich auf ausgewählten TV-Sendern um 20:13 Uhr am Freitag, den 4. August, ausgestrahlt. Die Clips werden auch online auf den Social-Media-Kanälen von Lidl in Deutschland zu sehen sein. Darüber hinaus inszeniert der Frische-Discounter die Kampagne während der Aktionswochen an unterschiedlichen Stellen mit prominenten Online Displays sowie auf der Website [lidl.de](https://www.lidl.de) und in der Lidl Plus-App.



PRESSEINFORMATION

Bad Wimpfen, 4. August 2023

Auch abseits digitaler Medien erfreuen sich die Qualitätsmarken von Lidl großer Aufmerksamkeit. Durch großformatige Anzeigen in auflagenstarken, deutschen Print-Medien, durch Radio-Spots und Wurfzetteln sowie Out-of-Home-Displays werden die Eigenmarken ebenso prominent präsentiert wie in den Filialen durch eine Vielzahl an Aktionshinweisen.

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

*Die angegebenen Mittelwerte (Durchschnitt) berechnen sich aus den durch die Stiftung Warentest in der Zeitschrift „test“ ermittelten „test Qualitätsurteilen“ zu Handelsmarkenprodukten aus 48 Lebensmitteltests der Stiftung Warentest. Die Qualitätsurteile fassen dabei Ergebnisse mehrerer Teilprüfungen zusammen. Insgesamt hat die Stiftung Warentest aus 58 Lebensmitteltests, die von Juli 2018 bis November 2022 in test und auf test.de erschienen sind, Bilanz gezogen. Ausgewertet wurden 1.414 Produkte, darunter 786 Marken und 628 Handelsmarkenprodukte (Produkte, die es nur bei einem bestimmten Händler gibt), wobei in 48 der 58 ausgewerteten Tests Qualitätsurteile vergeben wurden und bei 10 anderen Tests kein Qualitätsurteil vergeben worden ist. Die Mittelwerte wurden aus den Urteilen von Sehr gut bis Mangelhaft berechnet. Betrachtet wurden Qualitätsurteil, sensorisches Urteil, Schadstoffe, mikrobiologische Qualität, Deklaration. Statistische Auswertung: mittels Mann Whitney UTest. Für den Vergleich der Qualität der Handelsmarkenprodukt Qualität verschiedener Händler wurde nur Händler berücksichtigt, die mit mehr als 60 Produkten vertreten waren. Statistische Auswertung: mittels Kruskal Wallis Test. Weitere Informationen zur Auswertung der Stiftung Warentest in der Ausgabe test 2/2023, Test „Der große Markencheck“.