



Neckarsulm, 22. Mai 2019

Bestnote für Hundefutter von Lidl bei Stiftung Warentest

Lidl-Eigenmarke „Orlando“ überzeugt mit optimalem Nährstoffmix und passendem Fütterungshinweis zum Lidl-Preis

Nur das Beste für den Vierbeiner: Das Hundefutter „Schlemmerkern Pastete mit Rind, Kartoffeln und Kräutern“ der Lidl-Eigenmarke „Orlando“ erhält von der Stiftung Warentest die Note „Sehr gut“ (1,2). In der aktuellen Ausgabe 06/2019 testete die Zeitschrift 31 Alleinfutter für ausgewachsene Hunde unter anderem auf Qualität, Schadstoffe oder Fütterungshinweise – Kriterien, in denen das Lidl-Feuchtfutter die Bestnote 1,0 bekommt. Unschlagbar dabei das Preis-Leistungsverhältnis, denn gesundes Fell, starke Knochen und die richtigen Nährstoffe gibt es zum gewohnt günstigen Lidl-Preis: Mit 55 Cent pro Schale (300 Gramm) gehört das „Orlando“-Hundefutter zu den günstigsten getesteten Produkten.

Gute Bewertungen für Lidl-Tierfuttermarken „Orlando“ und „Coshida“

Lidl bietet in seinen Filialen eine Auswahl von über 110 Produkten für die tierischen Lieblinge und überzeugt mit Qualität. Die Tierfutter-Produkte der Lidl-Eigenmarken „Orlando“ und „Coshida“ schneiden seit Jahren bei Stiftung Warentest mit „Sehr gut“ bis „Gut“ ab. Beispielsweise erhielten der Coshida-„Knabberschmaus mit Rind, Huhn und Gemüse“ die Note „Sehr gut“ (1,6) und die Orlando-„Nuggets“ die Bewertung „Gut“ (2,2).

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 30 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 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 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.