



Neckarsulm, 7. Januar 2019

„Ess! Lebe! Handball!“: Lidl spielt bei der Handball-Weltmeisterschaft der Männer 2019 ganz vorne mit

- **Lidl ist Fresh Food Partner der WM sowie Premiumpartner und offizieller Lebensmittelpartner des Deutschen Handballbundes (DHB)**
- **Virtual-Reality-Erlebnis, Smoothies und Halbzeit-Gewinnspiele für die WM-Besucher in den Arenen**
- **Handball als Top-Thema der Lidl-Kundenkommunikationskanäle**

Für die Handball-Nationalmannschaft und Sport-Fans läuft es ab dem 10. Januar rund: Lidl Deutschland ist offizieller Fresh Food Partner der Handball-WM der Männer 2019 sowie Premiumpartner und offizieller Lebensmittelpartner des DHB. Vor und nach jedem Spiel stehen für die deutschen Handball-Männer frische Lebensmittel und ausreichend Getränke der Lidl-Eigenmarken zur Stärkung bereit. Darüber hinaus lockt Lidl in den deutschen WM-Arenen die Zuschauer mit Virtual-Reality-Erlebnissen, kostenlosem Obst und Gemüse sowie Smoothies und Halbzeit-Gewinnspielen aus der Defensive. Unter dem Motto „Ess! Lebe! Handball!“ drückt Lidl bis zum WM-Finale am 27. Januar die Daumen und bespielt das Thema Handball in dieser Zeit auch im TV, online und auf seinen Produkten.

„Als Partner des Handballsports freuen wir uns sehr, dass auch Deutschland Austragungsort der diesjährigen Handball-WM ist“, erklärt Jan Bock, Geschäftsleiter Einkauf Lidl Deutschland. Bereits seit 2016 unterstützt Lidl den DHB und die Internationale Handballföderation (IHF). „Unser Ziel ist es, die Zusammenarbeit mit den Verbänden auch weiterhin für unsere Kunden und Handballfans erlebbar zu machen. Wir wollen damit ein Bewusstsein für die große Bedeutung von Bewegung und bewusster Ernährung schaffen. Gleichzeitig unterstreichen wir auf diese Weise unsere Kernkompetenz: Die Versorgung mit frischen, qualitativ hochwertigen Lebensmitteln.“

Virtual Reality, Gewinnspiel und Snacks für Handball-Fans

Bei den Spielen in den deutschen Austragungsorten Berlin, München, Köln und Hamburg können die WM-Besucher an den Lidl-Promotion-Ständen voll auf Angriff gehen. Mithilfe einer Virtual-Reality-Brille schlüpfen die Fans in die Rolle eines Torhüters und stellen sich hautnah den Würfeln eines Handballers. Um nach diesem Erlebnis weiterhin die Nationalmannschaft kräftig anzufeuern, werden die Zuschauer von Lidl mit Smoothies und frischem Obst und Gemüse versorgt. Auch in der Halbzeitpause der Deutschland-Spiele ist Einsatz gefragt: Zwei Fans treten auf dem Spielfeld gegeneinander beim Zielwerfen an und haben die Chance, verschiedene Preise zu gewinnen.



PRESSEINFORMATION

Neckarsulm, 7. Januar 2019

Lidl macht Handball zum Top-Thema

Die deutschen Handballer treten mit dem Logo des Lebensmitteleinzelhändlers auf den Trikots gegen die anderen Nationalmannschaften an. Zusätzlich sind die Spielfeld-Banden mit Lidl-Branding versehen. Auch außerhalb der WM-Arenen spielt Handball bei Lidl eine wichtige Rolle: In typischer Lidl-Manier werden Spiele der deutschen Mannschaft tagesaktuell auf den Social-Media-Kanälen kommentiert. Im aktuellen TV-Spot verwandeln die Handball-Profis Uwe Gensheimer, Paul Drux und Fabian Wiede eine Lidl-Filiale in ein Handballfeld und erledigen ihren Einkauf unter den Kommentaren der Kassiererin in der Art eines Tempogegenstoßes. Auf der Microsite www.lidl.de/dhb wird in den kommenden Monaten regelmäßig aktueller Content zur Verfügung gestellt wie Videos, Spielersteckbriefe oder Infos zu den Themen Bewegung und Ernährung. Darum geht es auch im Lidl-Kundenmagazin „Zieh’s-durch-Wochen“, das unter anderem ein Interview mit Kapitän Uwe Gensheimer enthält. Lidl-Produkte, die zu einem vitalen Lebensstil beitragen, sind darüber hinaus auf den Verpackungen und im Haushaltshandzettel mit dem „Ess! Lebe! Handball!“-Logo und Abbildern einiger Nationalspieler versehen.

Spieltermine der deutschen Handball-Nationalmannschaft in der Vorrunde

- 10. Januar: Deutschland gegen Korea
- 12. Januar: Deutschland gegen Brasilien
- 14. Januar: Deutschland gegen Russland
- 15. Januar: Deutschland gegen Frankreich
- 17. Januar: Deutschland gegen Serbien

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 10.500 Filialen in derzeit 29 Ländern weltweit. In Deutschland sorgen rund 79.000 Mitarbeiter in rund 3.200 Filialen täglich für die Zufriedenheit der Kunden. Dynamik in der täglichen Umsetzung, Leistungstärke 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.

Pressestelle Lidl Deutschland

07132/30 60 90 · presse@lidl.de