



DAS ENDE DER SUCHEREI: WIE LIDL ÖSTERREICH FÜR ORDNUNG SORGT!

Sechs neue Markenwelten für maximale Orientierung und ein völlig neues Shopping-Gefühl

Lidl Österreich rückt seine Non-Food-Ankermarken ins Rampenlicht und gestaltet die Warenpräsentation noch einfacher: Kernstück dieser Weiterentwicklung ist die Umgestaltung des gesamten Sortimentsbereichs in sechs klar strukturierte „Themenwelten“. Damit setzt der heimische Diskonter auf schnelles Finden, maximale Orientierung und ein inspirierendes Einkaufserlebnis. Ob Werkzeug-Profi, Sport-Begeisterte oder junge Eltern – Kunden finden ihre Lieblings-Lidl-Marken ab sofort in fixen, intuitiv gestalteten Bereichen.

Kund:innen erwarten heute mehr als nur einen funktionalen Einkaufsweg. Gefragt sind Inspiration, Einfachheit und eine einfache Orientierung. Mit der Umstellung auf Themenwelten für Non-Food-Artikel orientiert sich Lidl Österreich konsequent an den Wünschen der Kund:innen und strukturiert die Präsentation dabei gezielt nach deren Bedürfnissen.

Die beliebten Wochenaktionen am Montag und Donnerstag bleiben Lidl-Kund:innen natürlich erhalten und sind dann in der jeweiligen Themenwelt zu finden. Durch die neue Struktur bekommen die bekannten Lidl-Eigenmarken nun eine eigene, prominente Bühne. Sichtbarer Eckpfeiler jeder Themenwelt ist jeweils eine der Lidl Ankermarken, die für verlässliche Qualität zum gewohnt günstigen Lidl-Preis stehen:

- PARKSIDE - Baumarkt & Garten: Alles für das nächste Projekt in Werkstatt und Garten.
- SILVERREST- Küche & Haushalt: Moderne Technik und praktische Helfer für den Küchenalltag. SILVERCREST wird durch ein vielfältiges Produktsortiment und die internationale Markenkampagne mit Botschafter Andre Agassi erlebbar.



PRESSEINFORMATION

- CRIVIT - Sport & Freizeit: Funktionale Ausrüstung und Kleidung für mehr Bewegung. Die aktuelle Kampagne „FIND YOUR MOVE“ mit Markenbotschafterin Stefanie Graf setzt darauf, Menschen für Bewegung zu begeistern.
- LIVARNO - Wohnen & Einrichtung: Stilvolles Design und Wohlfühlatmosphäre für das eigene Zuhause.
- ESMARA - Mode & Accessoires: Vielfältige Kollektionen von zeitlosen Klassikern bis zu stylischen Trends zum besten Preis.
- LUPILU - Baby, Kinder & Spielzeug: Liebevoll ausgewählte Produkte für die kleinsten Entdecker.

Vom Suchen zum Entdecken: Das neue Shopping-Erlebnis bei Lidl

Die Non-Food-Waren werden auf durchgehenden Regaltischen angeboten und gleichzeitig durch geschlossene Themenblöcke übersichtlich präsentiert. Dieser Aufbau schafft einen bewussten Shopping-Moment als angenehme Unterbrechung zum täglichen Lebensmitteleinkauf und lädt zum entspannten Stöbern ein. Durch ein aufgeräumtes, modernes Ladenbild wird der Wocheneinkauf stressfreier und effizienter.

„Einzelhandel bedeutet heute, Erlebnisse zu schaffen. Unsere neuen Themenwelten sind weit mehr als ein Regal-Update – sie sind eine moderne Bühne für unsere stärksten Non-Food Eigenmarken. Wir machen das Versprechen “Lidl lohnt sich” damit noch greifbarer: inspirierender, strukturierter und konsequent an den Wünschen unserer Kundinnen und Kunden ausgerichtet“, erklärt Martin Alles, CCO von Lidl Österreich.

Der Rollout ist bereits fast abgeschlossen, über 200 österreichische Filialen werden auf die neuen Themenwelten umgestellt. Damit setzt Lidl Österreich ein klares Signal für die langfristige Stärkung seiner Standorte und die Zufriedenheit seiner Kunden und Mitarbeiter.

Diese Presseausendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.



PRESSEINFORMATION

Bild: *Lidl Österreich gestaltet die Non-Food-Bereiche in über 200 heimischen Filialen um. Neue Themenwelten sorgen für eine bessere Orientierung und einen einfacheren Einkauf. (Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl Österreich/Anna Rauchenberger)*

Über Lidl Österreich

Wir bieten unseren Kunden einen einfachen und schnellen Einkauf zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Seit dem Start 1998 haben wir uns erfolgreich am heimischen Lebensmittelmarkt etabliert. Heute arbeiten bereits rund 5.800 Mitarbeiter bei uns: in der Salzburger Zentrale, in den drei Logistikzentren in Laakirchen, Wundschuh und Großebersdorf und in über 250 Filialen.

Außerdem wurden wir auch heuer wieder zum „Besten Händler des Jahres“ in Österreich gewählt: In unserem smarten Sortiment mit über 2.400 Artikeln gibt es alles für den täglichen oder wöchentlichen Familieneinkauf. Vieles davon kommt AMA-zertifiziert oder in Bio-Qualität von heimischen Lieferanten. Ein durchdachtes Logistikkonzept ermöglicht neben Frische ein Angebot von jährlich rund 6.000 zusätzlichen Artikeln, darunter heimische Schmankerl und internationale Spezialitäten. Mit den beiden Geschäftsfeldern Lidl-Reisen und Lidl-Connect haben wir weitere attraktive Angebote für Lidl-Kunden. www.lidl-reisen.at, www.lidl-connect.at

Verantwortung lohnt sich.

Nachhaltiges Wirtschaften ist fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Dabei geht es um mehr Bewusstsein für ein verantwortungsvolles Handeln gegenüber Konsumenten:innen, Lieferant:innen, Partner:innen, Mitarbeiter:innen, unserer Umwelt und der gesamten Gesellschaft. Im Zuge unserer „Net Zero Strategie“ schützen wir das Klima, indem wir unsere Treibhausgas-Emissionen bis 2050 so weit wie möglich reduzieren. Wir fördern die Gesundheit, indem wir unser Sortiment entlang der „planetary health diet“ entwickeln. Dabei bieten wir unseren Kund:innen eine umfangreiche Auswahl für eine bewusste Ernährung zum besten Preis. Mit dem „Rette mich Sackerl“, der „Rette mich Box“, gezielten Rabattierungen und Spenden an gemeinnützige Organisationen setzen wir aktiv Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung. Im Rahmen unserer Plastikstrategie „REset Plastic“ gestalten wir Produkte und Verpackungen so, dass sie recyclingfähig sind. Wir schließen Kreisläufe und schonen dadurch Ressourcen. Durch den verantwortungsvollen Einkauf unserer Waren achten und schützen wir die Biodiversität. Mehr Infos zum nachhaltigen Engagement gibt's auf www.lidl.at/verantwortung

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Lidl Österreich
Hansjörg Peterleitner
Unternehmenskommunikation
Tel.: +43/(0)662/44 28 33 - 1310
E-Mail: presse@lidl.at