



LIDL STELLT SEIN TIERBEDARF-SORTIMENT UNTER DER NEUEN MARKE “MAX & MILA'S WORLD” NEU AUF

Lidl bündelt sein Sortiment für Hunde und Katzen künftig unter der neuen Marke “Max & Mila's World” und weitet es durch drei klar definierte Qualitätsstufen aus. Mit dem Launch führt der Lebensmitteleinzelhändler erstmals sein bisheriges Tierbedarf-Sortiment in einer einheitlichen Markenwelt zusammen und schafft damit mehr Orientierung, Transparenz und Wiedererkennbarkeit für Kunden. Ziel ist es, die Produktauswahl zu vereinfachen und gleichzeitig das Vertrauen in die Marke zu stärken.

Max & Mila's World bietet Kunden eine übersichtliche Markenwelt für Hunde und Katzen mit Produkten, die auf die Bedürfnisse der Tiere abgestimmt sind. Drei klar definierte Qualitätsstufen, eine verständliche Sortimentsstruktur sowie ein ansprechendes und einheitliches Verpackungsdesign sorgen für eine schnelle Orientierung – sowohl am Regal als auch bei Non-Food-Produkten im Lidl Onlineshop. Transparente Informationen zu Inhaltsstoffen und Qualitätsmerkmalen helfen dabei, schneller das passende Futter zu finden und schaffen Vertrauen. Gleichzeitig verbindet die Marke hohe Produktqualität mit einem starken Preis-Leistungs-Verhältnis und macht Tiernahrung sowie Tierbedarf für den Alltag aller Tiereltern zugänglich.

Orientierung für Tierhalter, Qualität zum Lidl-Preis

Haustiere nehmen für viele Menschen einen festen Platz innerhalb der Familie ein. Rund die Hälfte der europäischen Haushalte besitzt ein Haustier, darunter sind 111 Millionen Katzen und 91 Millionen Hunde*. Die Ansprüche an eine bedarfsgerechte Ernährung der vierbeinigen Familienmitglieder sind hoch. Damit steigen auch die Erwartungen an das Tiernahrungsangebot und eine einfache Orientierung innerhalb des Sortiments.

„Mit Max & Mila's World schaffen wir erstmals eine einheitliche Markenwelt für unser gesamtes Hunde- und Katzensortiment“, erklärt Martin Alles, Chief Customer Officer bei Lidl Österreich. „Damit erleichtern wir unseren Kunden die Orientierung am Regal und machen die



unterschiedlichen Qualitätsstufen innerhalb unseres Sortiments auf einen Blick verständlich. Transparente Informationen, hochwertige Produkte und das gewohnt starke Preis-Leistungs-Verhältnis von Lidl helfen Tiereltern dabei, die passende Wahl für ihre Lieblinge zu treffen.”

Hinter Max & Mila’s World steht das Versprechen einer zu 100 % vollständigen und gesunden Ernährung ohne künstliche Farbstoffe und Zucker. Um diesen hohen Qualitätsanspruch zu sichern, richten sich alle Produkte strikt nach den Vorgaben der Fédération Européenne de l’Industrie des Aliments pour Animaux Familiars (FEDIAF), die als Branchenverband die Stimme der europäischen Heimtiernahrungsindustrie vertritt. Von der ausgewogenen Nährstoff-Balance über altersgerecht angepasste Rezepturen für jede Lebensphase bis hin zur wissenschaftlich berechneten Energieversorgung garantieren die FEDIAF-Richtlinien eine nachweisbar bedarfsgerechte und vitalisierende Versorgung für Hund und Katze. Gleichzeitig bleibt der Anspruch von Lidl bestehen, hochwertige Markenprodukte zu einem fairen Preis anzubieten.

Klare Markenarchitektur erleichtert die Produktauswahl

Herzstück von Max & Mila’s World ist ein übersichtliches Sortiment mit den drei Qualitätsstufen Basic, Advanced Care und Gourmet. Das dreistufige System zieht sich konsequent durch das gesamte Hunde- und Katzenfuttersortiment und macht Zusammensetzung sowie Produktschwerpunkte auf einen Blick erkennbar – dank farblicher Kennzeichnung auf den Verpackungen und einem einheitlichen Design – sowohl am Regal als auch bei Non-Food-Produkten im Lidl Onlineshop.

Die Basic-Stufe bietet Produkte für den täglichen Bedarf mit ausgewogenen Inhaltsstoffen und tiergerechter Qualität. Die Advanced Care-Linie richtet sich an Tierhalter mit erweiterten Ansprüchen und zeichnet sich durch einen höheren Nährwert, getrocknetes Fleisch als Hauptzutat sowie auf unterschiedliche Lebensphasen und individuelle Bedürfnisse abgestimmte Rezepte aus. Die getreidefreien Gourmet-Produkte stehen für einen besonders hohen Qualitätsanspruch mit Frischfleisch als Hauptzutat und sorgfältig ausgewählten



Inhaltsstoffen. Ergänzt wird das Sortiment durch Hygieneartikel und eine Range an Non-Food-Produkten, wie Zubehör und Spielzeug.

Weitere Informationen zu Max & Mila's World finden Sie hier:

<https://www.lidl.at/max-mila-world>

Diese Presseaussendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: *Lidl bündelt sein Sortiment für Hunde und Katzen künftig unter der neuen Marke Max & Mila's World und weitert es durch drei klar definierte Qualitätsstufen aus. (Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl)*

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 Grobbersdorf 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
