PRESSEINFORMATION

Lidl startet internationale Weihnachtskampagne: Die Magie von Genuss entdecken lohnt sich

Im Mittelpunkt der diesjährigen Weihnachtskampagne steht Niko der Nussknacker. Als Symbolfigur der Kampagne bricht er aus seiner traditionellen Rolle aus und lädt dazu ein, die Magie des Genusses neu zu entdecken. Mit hoher Qualität, großer Vielfalt und günstigen Preisen macht Lidl diese besonderen Genussmomente für alle zugänglich. Begleitet wird die Kampagne von einem vegetarischen Weihnachtsmenü und nationalen Spendenaktionen, wie einer Verkaufsaktion zugunsten des Ö3 Weihnachtswunders.

Weihnachten ist die Zeit, in der Genuss eine besondere Bedeutung bekommt. Menschen nehmen sich Zeit für ihre Liebsten, schaffen besondere Momente und stellen auch beim Essen höhere Ansprüche. Mit seiner internationalen Weihnachtskampagne zeigt Lidl, wie hohe Qualität, große Vielfalt und günstige Preise besondere Weihnachtserlebnisse für alle möglich machen.

Auf allen Kanälen begleitet Niko der Nussknacker als sympathisches Leitmotiv durch die Festzeit. Er steht für die Neugier und die Freude daran, traditionelle Pfade zu verlassen und Genuss in all seinen Facetten neu zu erleben – sei es am reich gedeckten Festtagstisch, bei kleinen kulinarischen Entdeckungen im Alltag oder beim gemeinsamen Feiern mit der Familie.

Genuss und Qualität zum günstigen Lidl Preis

Mit seinem vielfältigen Weihnachtssortiment bietet Lidl alles für genussvolle Festtage. Von hochwertigen Lebensmitteln der Marken “Deluxe” und “Favorina” über nationale und internationale Spezialitäten bis hin zu Weihnachts- und Festtagsklassikern finden Lidl Kunden viele köstliche Möglichkeiten, Weihnachten nach ihren eigenen Vorstellungen zu gestalten. Dabei können sie sich auch in der festlichen Zeit auf das Lidl Versprechen verlassen: hohe Qualität und besondere Genussmomente zum günstigen Preis.

Die internationale Kampagne macht dieses Versprechen über zahlreiche Kanäle erlebbar. Neben dem emotionalen Weihnachtsfilm inszeniert Lidl die Entdeckungsreise rund um Genuss

und Niko den Nussknacker über sämtliche TV-Kanäle. Begleitet wird die Kampagne von einer umfassenden Online-Strategie auf sämtlichen Social-Media-Plattformen sowie Out-of-Home- und Digital-Out-of-Home-Maßnahmen. Auch am Point-of-Sale wird die Magie von Genuss durch diverse Assets unterstrichen.
In der Weihnachtszeit dürfen sich auch Nutzerinnen und Nutzer der Lidl Plus App auf vielfältige Angebote freuen – vom frischen Obst- und Gemüse-Adventkalender mit täglichen Überraschungen bis hin zu attraktiven Rabatten an den Adventswochenenden auf ausgewählte Warengruppen.

Festlichen Genuss bewusst entdecken

Genuss hat viele Facetten. Deshalb zeigt Lidl im Rahmen der Weihnachtskampagne auch, wie sich festlicher Genuss und eine ausgewogene Ernährung miteinander verbinden lassen. Das vegetarische Weihnachtsmenü setzt auf Gemüse, Vollkornprodukte und pflanzliche Proteine und orientiert sich damit an den Prinzipien der Planetary Health Diet – für vollen Geschmack mit mehr pflanzlichen Zutaten, die im Vergleich zu einem konventionellen Fleischmenü meist deutlich weniger Wasser und Anbaufläche verbrauchen. Das Menü zeigt, dass Festtagsgenuss auch an Weihnachten ohne Verzicht möglich ist.

Genuss mit anderen teilen

Die Magie des Genusses wird noch größer, wenn wir sie mit anderen teilen. Deshalb begleitet Lidl seine internationale Weihnachtskampagne auch in diesem Jahr mit nationalen Spendenaktionen. Lidl Österreich unterstützt in diesem Jahr das Ö3 Weihnachtswunder. Beim Kauf von ausgewählten Weihnachtskeksen gehen 20 Cent an das Ö3 Weihnachtswunder und somit direkt an bedürftige Familien in Österreich. Damit unterstreicht Lidl, dass gesellschaftliche Verantwortung ein fester Bestandteil seines Handelns ist, nicht nur zur Weihnachtszeit.

Weitere Informationen zur Kampagne, zum Weihnachtsfilm und zum Weihnachtssortiment gibt es unter www.lidl.at/c/lidl-weihnachtswelt-2026-festlicher-genuss-top-angebote/s10103895.

PRESSEINFORMATION

Diese Presseaussendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: *Im Mittelpunkt der diesjährigen Weihnachtskampagne steht Niko der Nussknacker. Als Symbolfigur der Kampagne bricht er aus seiner traditionellen Rolle aus und lädt dazu ein, die Magie des Genusses neu zu entdecken. (Abdruck für Pressezwecke 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 Mitarbeitende 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 bei Lidl Österreich
Verantwortungsvolles Wirtschaften ist fester Bestandteil der Unternehmensstrategie von Lidl Österreich. Entlang unserer fünf Handlungsfelder setzen wir auf transparente Standards: Wir reduzieren Treibhausgase im Rahmen unserer Klimastrategie und als klimaaktiv Pakt Partner, beliefern bereits über 20 % unserer Filialen mit E-LKWs und reduzieren Lebensmittelabfälle durch die „Rette mich Box" und das „Rette mich Sackerl". Zudem fördern wir Kreislaufwirtschaft mit der Strategie „REset Resources", richten unser Sortiment schrittweise an der Planetary Health Diet aus und setzen auf verbindliche Umwelt- und Sozialstandards im Einkauf.

Mehr Informationen zu allen Zielen und Fortschritten findest du unter www.lidl.at/verantwortung.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Lidl Österreich
Hansjörg Peterleitner
Unternehmenskommunikation
Tel.: +43/(0)662/44 28 33 - 1310

PRESSEINFORMATION

E-Mail: presse@lidl.at