



# Lidl Vegan

## Übersicht der Marketingaktivitäten 2019 - 2023

Bad Wimpfen, Juli 2023



# Agenda

**01** Einleitung und dauerhafte  
Maßnahmen

**02** Maßnahmen 2023

**03** Maßnahmen 2022

**04** Maßnahmen 2021

**05** Maßnahmen 2020

**06** Maßnahmen 2019

**07** Lidl's Engagement für  
bewusste Ernährung

**01**

**Einleitung und dauerhafte  
Maßnahmen**

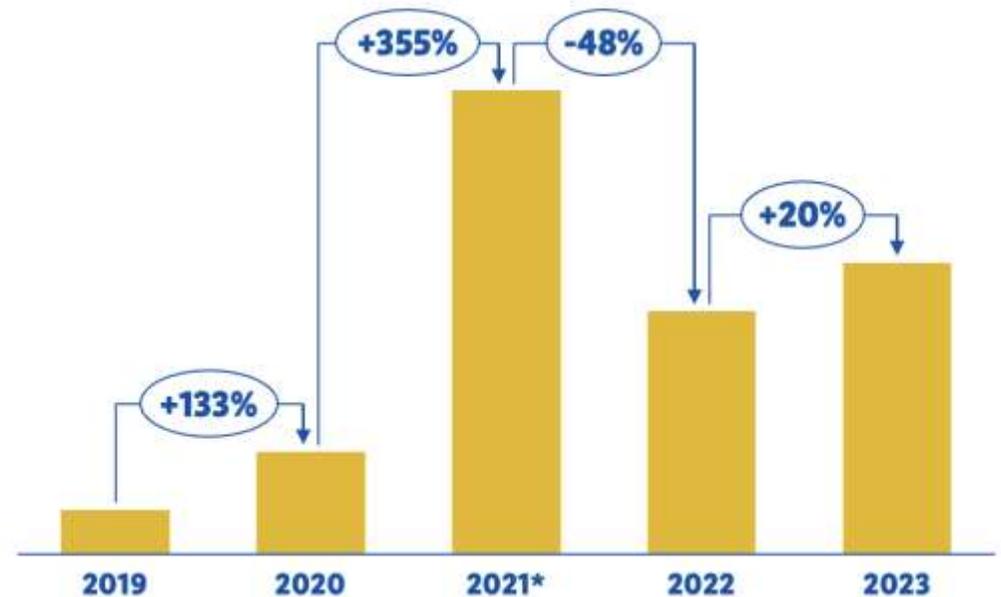
# Pflanzliche Ernährung ist ein Zukunftstrend, den wir unterstützen

Lebensmittelkonsum ist immer ein Spiegelbild der Gesellschaft. Den **Trend hin zu einer tier- und klimafreundlicheren Ernährung** beobachten wir seit vielen Jahren und greifen ihn **seit 2019** aktiv in unserer Marketingkommunikation auf, um ihn zu unterstützen und eine Vorreiterrolle einzunehmen.

Dies veranschaulicht auch das Diagramm rechts, welches die **kontinuierliche Steigerung unserer Medieninvestitionen** seit 2019 aufzeigt.

Auch im Rahmen unserer **Strategie für bewusste Ernährung** bildet die nachhaltige Ernährung und damit verbunden die **pflanzenbasierten Proteinquellen** eine der drei Säulen (s. Kapitel 7).

**Entwicklung unserer Mediaspendings für das Thema „vegan“ seit 2019**



\* Erhöhte Mediaspendings durch die Vemondo-Kampagne in 2021

# Unser „Vegan Set-Up“: Zwei starke Testimonials und der ProVeg e.V.

## Gordon Prox

- Langjähriger Veganer und Influencer
- Bekannt durch das Format „Vegan ist ungesund“
- Humorvoll und authentisch



## Timo Franke

- Profikoch
- Vermittelt über das Kochen vegan Ernährung
- Persönliche Geschichte, die ihn zum Veganer machte



## ProVeg e.V.

- Unterstreicht Lidl's Glaubwürdigkeit
- Vermitteln Fachwissen
- International aktiv

# Wöchentliche Rezept-Inspiration: Vegan Kochen mit Timo



- **Schnelle und einfache Rezepte von Timo Franke**
- Wöchentliches, serielles Format auf allen Kanälen
- Plattformgerechte Auspielung
- Einbindung von ProVegs "Vegan-Impulsen", um die Videos mit spannendem Wissen anzureichern



Lidl Vegan

# Über 1.000 vegane Rezepte auf Lidl Kochen

- Fast 14 Mio. Besucher/Jahr auf [lidl-kochen.de](https://www.lidl-kochen.de)
- Entwicklung von jährlich 150 neuen Rezepten durch Timo Franke
- Verzahnung mit Timos Koch-Format



The screenshot shows the Lidl Kochen website interface. At the top, a banner displays '1019 leckere, vegane Rezepte' over an image of a bowl of food. Below this is a search bar and a navigation menu. The main content area is divided into sections: 'SALLY'S WELT REZEPTE' with a filter for 'Rezepte mit Sally', 'MAHLZEIT' with filters for 'Mittagessen', 'Abendessen', 'Frühstück', and 'Dessert', and 'AUFWAND' with difficulty level filters (Einfach, Mittel, Schwierig). There is also a 'ZUBEREITUNGSZEIT GESAMT' slider set to 10-100 min. The 'ERNÄHRUNGSWEISE' section has filters for 'abnehmen', 'vegetarisch', 'vegan' (checked), 'glutenfrei', and 'laktosefrei'. The 'ZUTATEN' section has filters for 'Kürbis', 'Apfel', 'Pflaue', 'Bananen', 'Lauch', and 'Zucchini'. On the right, a green box promotes a 'vegane Ernährungsplan' with a 'TESTE UNSEREN PLAN' button. Below, a grid of recipe cards is shown, each with a title, preparation time, difficulty, and calories. The first three visible recipes are 'Tomatenreis mit mediterranem Gemüse' (41081 likes), 'Tabouleh mit Granatapfelkernen' (1295 likes), and 'Virgin Erdbeer Caipirinha' (1844 likes).

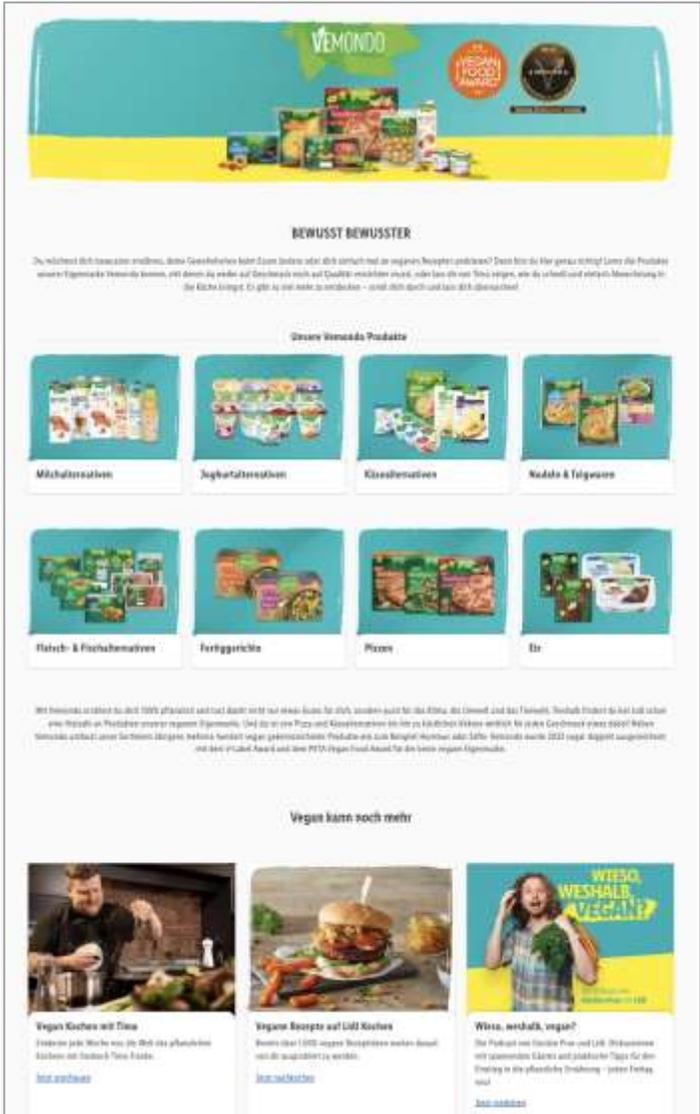
# Über 9.000 Mitglieder in Lidl's veganer Facebook Gruppe

- **Austausch- und Dialogplattform:** Mitglieder mit Mitgliedern, aber auch Lidl mit Mitgliedern
- Kritischer Dialog auf Augenhöhe, um Interessen, Vorlieben und Sortimentslücken zu identifizieren und auf dieser Basis Neuprodukte zu entwickeln
- Nahbare & authentische Moderation durch Timo Franke
- Link: [Lidls vegane Werkstatt \(facebook.com\)](https://www.facebook.com/lidlvegane)



# Vegane Landingpage: [lidl.de/vegan](https://www.lidl.de/vegan)

- **Übersichtlicher Anlaufpunkt für vegan-interessierte Kunden**
- Einbindung all unserer Aktivitäten und Angebote im Bereich „Vegan“
- Verweis auf Rezepte-Vielfalt auf [lidl-kochen.de](https://www.lidl-kochen.de)
- Mythen-Checks
- Perspektivisch Detailseiten zu unserer Vemondo-Produktvielfalt



**VEMONDO**  

**BEWUSST BEWUSSTER**

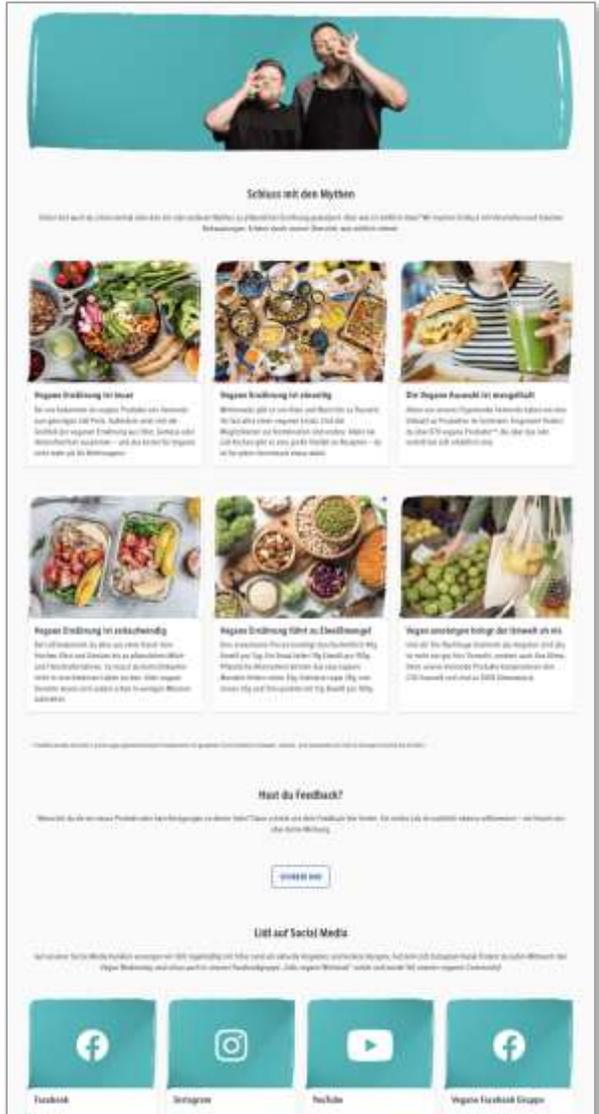
Die Wahrheit über Fleisch ist anders. Diese Überraschung haben 2.000 Tester\*innen selbst erlebt und mit dem veganen Rezeptbuch bestätigt. Denn hier ist der große Erfolg: Lerne die Produkte unserer Eigenmarke Vemondo kennen, prüf' deren Qualität auf Geschmack und Qualität verschöner' gesund, oder lass' sie mit 'Tina' zeigen, wie du selbstständig und ohne Fleisch in der Küche kochst. Es gibt ja viel mehr zu entdecken – und dich durch und lass' dich überraschen!

**Unsere Vemondo Produkte**

 <b>Milchalternativen</b>	 <b>Joghurtalternativen</b>	 <b>Käsealternativen</b>	 <b>Nudeln &amp; Teigwaren</b>
 <b>Fleisch- &amp; Fischalternativen</b>	 <b>Fertiggerichte</b>	 <b>Pizzen</b>	 <b>Eis</b>

**Wieso, weshalb, vegan?**

Wieso, weshalb, vegan? Die Produktseite von LIDL zeigt, wie gesund und lecker vegane Ernährung sein kann. Mit dem Rezeptbuch und dem Rezeptvideo 'Wieso, weshalb, vegan?' wird die vegane Ernährung noch einfacher. LIDL zeigt, wie gesund und lecker vegane Ernährung sein kann. Mit dem Rezeptbuch und dem Rezeptvideo 'Wieso, weshalb, vegan?' wird die vegane Ernährung noch einfacher.



**Schluss mit den Mythen**

Wieso ist auch die vegane Ernährung gesund? Hier sind die wichtigsten Mythen, die du dir selbst selbst machen solltest. Hier sind die wichtigsten Mythen, die du dir selbst selbst machen solltest.

 <b>Vegan Ernährung ist teuer</b> Für viele Menschen ist vegane Ernährung ein Kostenfaktor. Doch das ist ein Mythos. Vegane Ernährung ist nicht nur gesund, sondern auch sehr preiswert. LIDL zeigt, wie man sich gesund und lecker mit wenig Geld ernähren kann.	 <b>Vegan Ernährung ist fleischartig</b> Vegan Ernährung ist nicht fleischartig. Sie ist abwechslungsreich und gesund. LIDL zeigt, wie man sich gesund und lecker mit viel Gemüse und Obst ernähren kann.	 <b>Die vegane Auswahl ist ungenügend</b> Die vegane Auswahl ist nicht ungenügend. Sie ist vielfältig und gesund. LIDL zeigt, wie man sich gesund und lecker mit viel Gemüse und Obst ernähren kann.
 <b>Vegan Ernährung ist zeitaufwendig</b> Vegan Ernährung ist nicht zeitaufwendig. Sie ist einfach und gesund. LIDL zeigt, wie man sich gesund und lecker mit wenig Aufwand ernähren kann.	 <b>Vegan Ernährung führt zu Untergewicht</b> Vegan Ernährung führt nicht zu Untergewicht. Sie ist gesund und lecker. LIDL zeigt, wie man sich gesund und lecker mit viel Gemüse und Obst ernähren kann.	 <b>Vegan Ernährung folgt der Diätwelt</b> Vegan Ernährung folgt nicht der Diätwelt. Sie ist gesund und lecker. LIDL zeigt, wie man sich gesund und lecker mit viel Gemüse und Obst ernähren kann.

**Hier ist Feedback!**

Wieso ist auch die vegane Ernährung gesund? Hier sind die wichtigsten Mythen, die du dir selbst selbst machen solltest. Hier sind die wichtigsten Mythen, die du dir selbst selbst machen solltest.

**LIDL auf Social Media**

Wieso ist auch die vegane Ernährung gesund? Hier sind die wichtigsten Mythen, die du dir selbst selbst machen solltest. Hier sind die wichtigsten Mythen, die du dir selbst selbst machen solltest.

 <b>Facebook</b>	 <b>Instagram</b>	 <b>YouTube</b>	 <b>Vegan Feedback Gruppe</b>
--	---	---	---

**02**

**Maßnahmen 2023**



Lidl Vegan | 2023

# Veganuary 2023

## Idee

Der Veganuary ist DIE Gelegenheit, den veganen Lebensstil für sich auszuprobieren. Aber eine Ernährungsumstellung ist nicht immer ganz leicht, denn viele denken, dass sie auf ihre Lieblingsgerichte *verzichten* müssen. Genau an diesem Punkt setzen wir an und catchen unsere Zuschauer mit den bekannten Spots ihrer Lieblingsgerichte, die eigentlich nicht vegan sind, um ihnen dann mit einem Bruch in der Story die vegane Alternative von LIDL zu präsentieren.

## Ziel

Mit dieser Idee wollen wir den Kunden zeigen, dass sie Dank der großen Auswahl an veganen Produkten bei Lidl eigentlich auf gar nichts verzichten müssen, sondern ganz einfach zur veganen Alternative vieler Klassiker greifen können.

**Ausspielung** auf YouTube, Facebook, Instagram und TikTok.



# Highlight Videos mit Ralf Moeller

Woche 1



Woche 2



# Highlight Videos mit Ralf Moeller

Woche 3



Woche 4





# PETA Vegan Food Award 2023

Genussvoll, innovativ und rein pflanzlich: Lidl überzeugt beim diesjährigen Vegan Food Award der Tierrechtsorganisation **PETA** die Jury sowie die PETA-Community und gewinnt mit der veganen Eigenmarke "**Vemondo**" in der Kategorie „**Bestes veganes Sortiment**“. Mittlerweile sind bei Lidl über das Jahr verteilt mehr als 670\* mit dem V-Label gekennzeichnete vegane Artikel erhältlich, darunter rund 80 Vemondo-Einzelartikel im Dauersortiment.



\*Gezählt wurden mit dem V-Label vegan gekennzeichnete Produktsorten im Lidl-Food-Sortiment (Standard-, Aktions- und Saisonware) bei Lidl im Zeitraum 01/2022 bis 01/2023.



# Die große Vemondo Deutschlandtour

- Zur Feier des gewonnenen PETA Vegan Food Awards für das beste vegane Sortiment fuhr Timo Franke vom 24. – 29.04. mit dem **Foodtruck** eine **Deutschlandtour**.
- **Kostenlose Ausgabe** von Vemondo **Burgern** und weiteren **Vemondo Produkten** zum Probieren an interessierte Kunden.

**KOSTENLOSE VEGANE BURGER ON TOUR**

**PROBIERE TIMOS VEGANEN BURGER**

UND WEITERE VEMONDO PRODUKTE IN DEINER STADT

**BESUCHE TIMO FRANKE UND SEINEN VEGANEN FOODTRUCK IN DEINER STADT**

**Mo, 24.04., Berlin Pankow**  
Bornholmer Str. 65, 10439 Berlin

**Di, 25.04., Hamburg - Hamm**  
Carl-Petersen-Straße 55-57, 20535 Hamburg

**Mi, 26.04., Köln**  
Düsseldorfer Straße 177, 51063 Köln

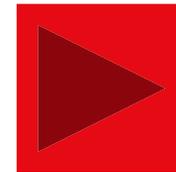
**Fr, 28.04., Neu Isenburg**  
Sankt Florian Straße 1, 63263 Neu-Isenburg

**Sa, 29.04., Augsburg**  
Unterer Talweg 109, 86179 Augsburg

## Die große Vemondo Deutschlandtour

## Lidls Video-Podcast, Staffel 3: „Wieso, weshalb, vegan?“

- Weiterentwicklung des bestehenden Podcasts
- **Persönlichkeit, Nahbarkeit und Authentizität durch den Host Gordon Prox**
- Einbindung reichweitenstarker Gäste, u.a. Collien Ulmen-Fernandes, Niko Rittenau und Chris Washington (@veganewunder)
- **Zusätzliche Nutzung der Audiospur als Podcast**



**Zur YouTube  
Playlist**



**03**

**Maßnahmen 2022**

# Veganuary 2022

## Warum nehmen wir teil?

Wir wollen weiter auf das Thema „vegan“ aufmerksam machen und zum Ausprobieren anregen, ohne jemanden zu einem veganen Lebensstil zu „überreden“.

## Maßnahmen:

- Eigene Podcast Folge zum Thema mit Katharina-Weiss Tuider von Veganuary Deutschland
- Veganuary Landingpage & Magazinbeitrag auf lidl-kochen.de
- Vier vegane Ready-to-use Wochenpläne inkl. 31 Rezepten auf LK
- Einbindung in die lidl.de/vegan
- Integrierte Social Media Kommunikation
- Platzierung unserer Maßnahmen im Veganuary Newsletter
- Handzettel-Integration





# Awards 2022

## PETA Vegan Food Award 2022

- Diese jährliche Auszeichnung zeichnet Unternehmen und Marken aus, die innovative vegane Lebensmittel herstellen und vertreiben.
- Wir gewannen zum 2. mal in Folge den PETA Vegan Food Award. In 2022 wurde vegane Eigenmarke Vemondo zur *besten veganen Eigenmarke* gekürt.



## V-Label Award 2022

- Auszeichnung von Qualität, Innovation, positiver Auswirkungen und Nachhaltigkeit in der pflanzlichen Industrie
- Weltweites Werben mit Gewinner-Labels für 1 Jahr
  - Special Consumers' Award (Verbraucherabstimmung durch über 50.000 Kunden) → zum 2. Mal In Folge



# Lidls veganer Podcast, Staffel 2: „Wieso, weshalb, vegan?“

- **Weiterentwicklung des bestehenden Podcasts**
- Persönlichkeit, Nahbarkeit und Authentizität durch den Host Gordon Prox
- Einbindung reichweitenstarke Influencer , u.a. Simon Unge, Oli.P, Zucker&Jagdwurst



**Hörprobe**



# Veganer Festival Food-Truck

- **Erfolgreiche Platzierung auf Rock am Ring & Airbeat One 2022**
- Einbindung von Timo Franke als Koch im Foodtruck
- Ausgabe von kostenlosen Probierhäppchen des Vemondo Burger



# Never Skip Vegan Day mit Ralf Moeller



- **Unterhaltsame, kurze Videos von Ralf Moeller**
- Reichweitenstarke Einbindung auf allen Social Media Kanäle
- Motivation und Aufruf zum Ausprobieren
- Themen:
  - Vegane Ernährungstipps
  - Vegan & Protein
  - Tipps und Life Hacks für ein gesünderes Leben



Lidl Vegan

# Weltvegantag 01.11.2022

## Idee

Was viele nicht wissen, Ralf Moeller ist nicht nur bekannter Hollywood Schauspieler, sondern auch eine **Ein-Mann-Kreativagentur**. Ralf Moeller sitzt nun also vor der Lidl Marketing Abteilung und pitcht seine eigenen Ideen für den nächsten Vegan Werbespot zum jährlichen Weltvegantag am 01. November. Dabei will er natürlich alles mögliche machen - außer Gladiator sein.

## Ziel

Wir wollen Aufmerksamkeit für die vegane Ernährung schaffen und unsere Community über die Einbindung diverser USPs für die Vemondo Range begeistern 💙

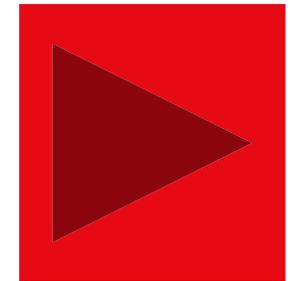
**Ausspielung** auf YouTube, Facebook, Instagram und TikTok.



Lidl Vegan

# Virales Video „Ralf Moellers Spot Ideen“ zum Weltvegantag 2022

Ca. 8 Mio.  
Brutto-  
kontakte



[Zum Video](#)

**04**

**Maßnahmen 2021**

# Veganuary 2021

## Warum nehmen wir teil?

Wir wollen weiter auf das Thema „vegan“ aufmerksam machen und zum Ausprobieren anregen, ohne jemanden zu einem veganen Lebensstil zu „überreden“.

## Maßnahmen:

- Veganuary Landingpage & Magazinbeitrag auf [lidl-kochen.de](https://lidl-kochen.de)
- Vier vegane Ready-to-use Wochenpläne inkl. 31 Rezepten auf LK
- Einbindung in die [lidl.de/vegan](https://lidl.de/vegan)
- Integrierte Social Media Kommunikation
- Platzierung unserer Maßnahmen im Veganuary Newsletter



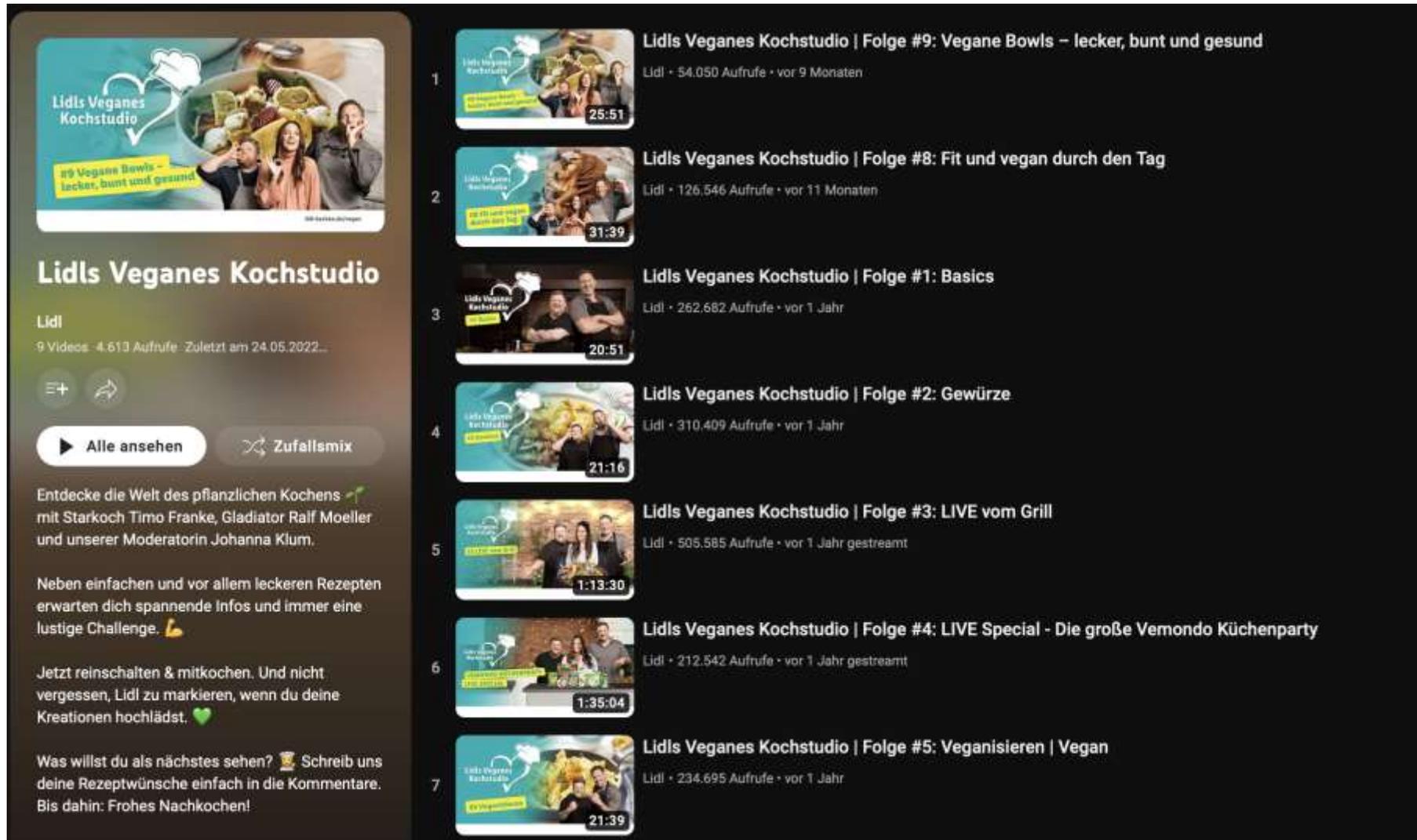
Lidl Vegan

# Lidls Veganes Kochstudio

- Monatlich treffen sich Timo Franke, Ralf Moeller und Johanna Klum zum gemeinsamen Kochen in gemütlicher Atmosphäre – hierbei kochen sie natürlich ausschließlich vegan und mit Lidl Produkten
- Jede Folge steht unter einem bestimmten Motto (z. B. Basics, Must-Have Gewürze, Veganisieren, Vegane Weihnachten)
- Neben den Rezepten gibt es auch viele Tipps & Tricks, eine 5-Minuten Challenge sowie eine Menge zu Lachen
- Timo Franke entwickelt für jede Folge neue Rezepte, die wiederum bei [lidl-kochen.de](https://www.lidl-kochen.de) integriert werden
- Digitale Ausspielung über YouTube, Instagram und Facebook
- Insgesamt 9 Folgen, davon 2 LIVE-Shows



# Lidls Veganes Kochstudio



**Lidls Veganes Kochstudio**  
Lidl  
9 Videos · 4.613 Aufrufe · Zuletzt am 24.05.2022...

Alle ansehen Zufallsmix

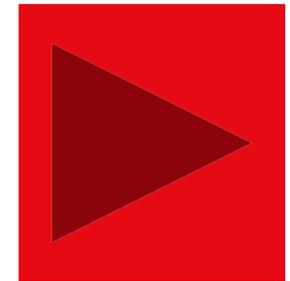
Entdecke die Welt des pflanzlichen Kochens mit Starkoch Timo Franke, Gladiator Ralf Moeller und unserer Moderatorin Johanna Klum.

Neben einfachen und vor allem leckeren Rezepten erwarten dich spannende Infos und immer eine lustige Challenge.

Jetzt reinschalten & mitkochen. Und nicht vergessen, Lidl zu markieren, wenn du deine Kreationen hochlädst.

Was willst du als nächstes sehen? Schreib uns deine Rezeptwünsche einfach in die Kommentare. Bis dahin: Frohes Nachkochen!

- Lidls Veganes Kochstudio | Folge #9: Vegane Bowls – lecker, bunt und gesund**  
Lidl · 54.050 Aufrufe · vor 9 Monaten  
25:51
- Lidls Veganes Kochstudio | Folge #8: Fit und vegan durch den Tag**  
Lidl · 126.546 Aufrufe · vor 11 Monaten  
31:39
- Lidls Veganes Kochstudio | Folge #1: Basics**  
Lidl · 262.682 Aufrufe · vor 1 Jahr  
20:51
- Lidls Veganes Kochstudio | Folge #2: Gewürze**  
Lidl · 310.409 Aufrufe · vor 1 Jahr  
21:16
- Lidls Veganes Kochstudio | Folge #3: LIVE vom Grill**  
Lidl · 505.585 Aufrufe · vor 1 Jahr gestreamt  
1:13:30
- Lidls Veganes Kochstudio | Folge #4: LIVE Special - Die große Vemondo Küchenparty**  
Lidl · 212.542 Aufrufe · vor 1 Jahr gestreamt  
1:35:04
- Lidls Veganes Kochstudio | Folge #5: Veganisieren | Vegan**  
Lidl · 234.695 Aufrufe · vor 1 Jahr  
21:39



**Zur YouTube  
Playlist**

# Lidls veganer Podcast, Staffel 1: „Es gibt vegan, Baby!“

- Johanna erzählt aus ihrem eigenen Leben und versucht, ihren spannenden Gästen relevante Informationen zum Thema Vegan zu entlocken.
- Jede Folge widmet sich einem bestimmten Thema und besteht aus einem gelungenen Mix aus Wissen, Unterhaltung und einer veganen Challenge zum Mitmachen
- Besonders die Vielfalt in der Gästerauswahl macht jede Folge einzigartig und lässt unsere Hörerschaft in die unterschiedlichsten Welten einblicken:
  - Dr. Mark Benecke, Star-Forensiker
  - Bonnie Strange, Model & Influencerin
  - Andreas Kraniotakes, MMA-Fighter
  - Atze-Schröder, Kult-Komiker
  - Lisa Sophie Laurent
  - Dr. Katharina Weiss-Tuider
  - ...
- Einbindung der Community über Nachrichten und Sprachaufnahmen
- Rezepte der Gäste auf Lidl Kochen



Lidl Vegan

# Virales Video „Vegan Game“ zum Weltvegantag 2021

## Idee: "Persiflage eines Werbeklassikers mit Ralf Moeller"

Wir zeigen, dass man mit den veganen Produkten von Lidl einfach alles haben kann. Vollen Geschmack, rein pflanzlich.

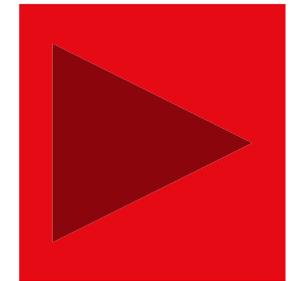
- **Einstieg:** Erinnert sofort an Coca Cola jedoch hier mit veganem Burger.
- **Aufmerksamkeitsstark** durch absurde Locationwechsel und Ralf Moeller
- **Aktueller Bezug** zum Hype um SQUID GAMES
  - Gewinnspiel über Handynummer – Gewinn Trainingsanzug in Lidl Farben (Look angelehnt an grünen Anzüge, nur in Blau und Gelb)
- **Integration Lidl:** Klare Kommunikation der Vemondo-Produkte (Burger) + Produktplatzierungen
- **Schlusszene/Auflösung:** Abbinde mit Vorteilskommunikation im Zusammenhang mit der veganen Lidl-Produktpalette
- **Ausspielung** auf YouTube, Facebook und Instagram.



Lidl Vegan

# Virales Video „Vegan Game“ zum Weltvegantag 2021

Ca. 11 Mio.  
Brutto-  
kontakte



[Zum Video](#)

# Awards 2021

## PETA Vegan Food Award 2021

- Diese jährliche Auszeichnung zeichnet Unternehmen und Marken aus, die innovative vegane Lebensmittel herstellen und vertreiben.
- Lidl konnte in 2021 den Award für das beste Vegane Dessert gewinnen:



## V-Label Award 2021

- Auszeichnung von Qualität, Innovation, positiver Auswirkungen und Nachhaltigkeit in der pflanzlichen Industrie.
- Weltweites Werben mit Gewinner-Labels für 1 Jahr.
- In 2021 hat Lidl sogar zwei Awards gewonnen:
  - Sustainability (Jury Voting)
  - Special Consumers' Award (Abstimmung mit ~40k Teilnehmern)





Lidl Vegan

## 360° Kampagne für Vemondo 2021

Mit der Marketingkampagne zur Eigenmarke „**Vemondo**“ inspiriert Lidl im September 2021 in Print, Online, Social Media, TV und Radio zum Ausprobieren von veganen Alternativprodukten. Unterstützt durch Schauspieler **Ralf Moeller** und Star-Koch **Timo Franke** zeigt Lidl die **pflanzliche Vielfalt** von Gyros über Schupfnudeln bis zu Kokosdesserts, die deutschlandweit in allen Lidl-Filialen dauerhaft zum günstigen Lidl-Preis erhältlich ist. Dabei macht der Lebensmitteleinzelhändler auch **auf über 600 vegane Rezepte** auf [lidl-kochen.de/vegan](https://www.lidl.de/vegan) aufmerksam. Ein weiterer Fokus liegt auf der **Klimaneutralität** der „Vemondo“-Produkte, für die Lidl die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die bei der Herstellung und dem Transport entstehen, durch zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgleicht.

Einen Vorgeschmack auf die Kampagne gibt „**Das Live Special ,Die große Vemondo Küchenparty**“ am Sonntag, 5. September, ab 18 Uhr auf [www.lidl.de/live](https://www.lidl.de/live): Während Ralf Moeller und Timo Franke in „Lidls Veganem Kochstudio“ köstliche Gerichte zubereiten, beantworten Experten bei leckerem „Vemondo“-Fingerfood die Fragen der Community. Anregende Gespräche mit verschiedenen Gästen sowie nützliche Tipps und Life-Hacks zur pflanzlichen Ernährung bietet auch der neue **monatliche Lidl-Podcast „Es gibt vegan, Baby!“** mit Moderatorin Johanna Klum.

Lidl Vegan | 360° Kampagne für Vemondo

# 360° Kampagne

Ca. 290 Mio.  
Brutto-  
kontakte

## Lidl-kochen.de

Neue vegane Rezepte  
immer mittwochs



## TV

3 TV Spots



## OoH

Metropolregionen zum Start des nat. Rollouts  
1-2 Dekaden



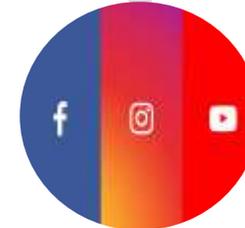
## Lidl Plus

Banner  
Push-Nachricht  
Coupons



## Social Media

Lidls Vegane Werkstatt (Facebook)  
Instagram Posts  
YouTube Bewegtbild



## Promotion

LIVE Event: Vemondo  
Küchenparty



## PR

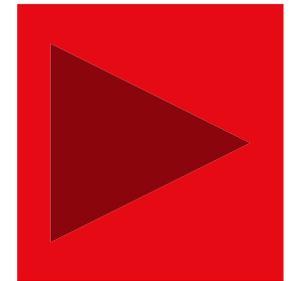
PETA Vegan Food Award  
Nachhaltigkeitsthemen/CSR



## Handzettel & POS



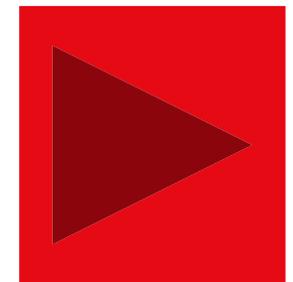
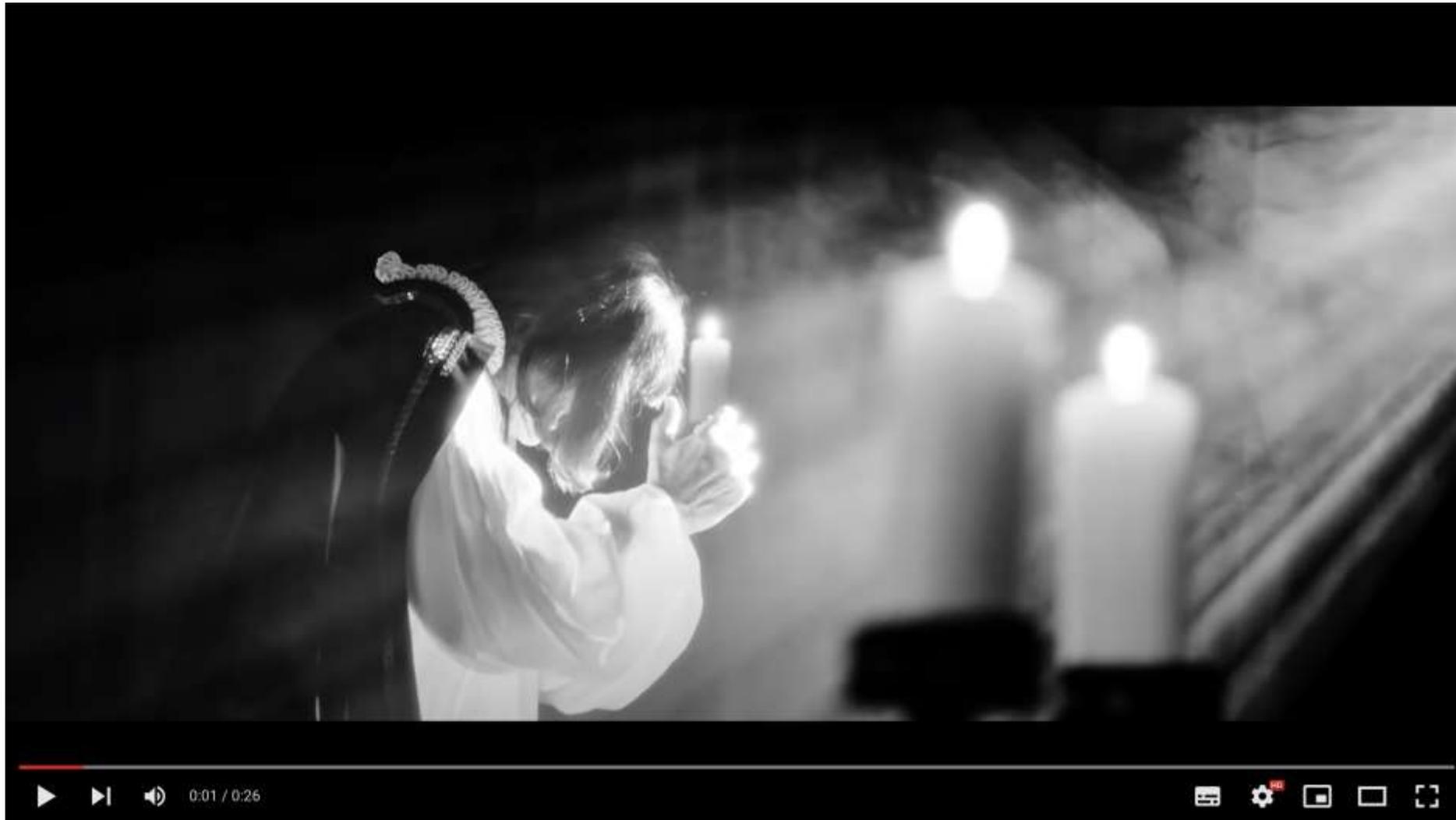
# Zum Start der Kampagne: Unser LIVE Event



[Zum Video](#)

Lidl Vegan | 360° Kampagne für Vemondo

## TV Spot „Hamlet“ mit Ralf Moeller und Timo Franke

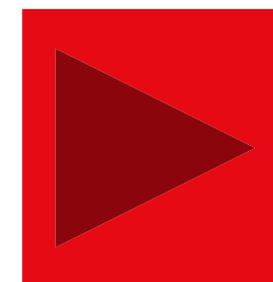


[Zum Video](#)

Lidl Vegan | 360° Kampagne für Vemondo



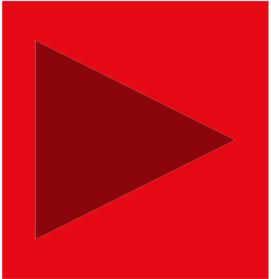
# TV Spot „Gladiator“ mit Ralf Moeller und Timo Franke



[Zum Video](#)

Lidl Vegan | 360° Kampagne für Vemondo

# TV Spot „Hollywood“ mit Ralf Moeller und Timo Franke



[Zum Video](#)

# 16/1 Plakate



Entwurf





# Aufmerksamkeitsrake Handzettel-Integration





# Tägliche Instagram-Story mit Produktvorstellung



Video: Intro Slide



Video: Produkt Slide  
Sojagurt



Video: Produkt Slide  
Steinofenpizza



Video: Produkt Slide  
Falafel



Video: Produkt Slide Feta

[...]



Video: Outro Slide

Lidl Vegan | 360° Kampagne für Vemondo

# An die TV-Spots angelehnte Instagram Reels



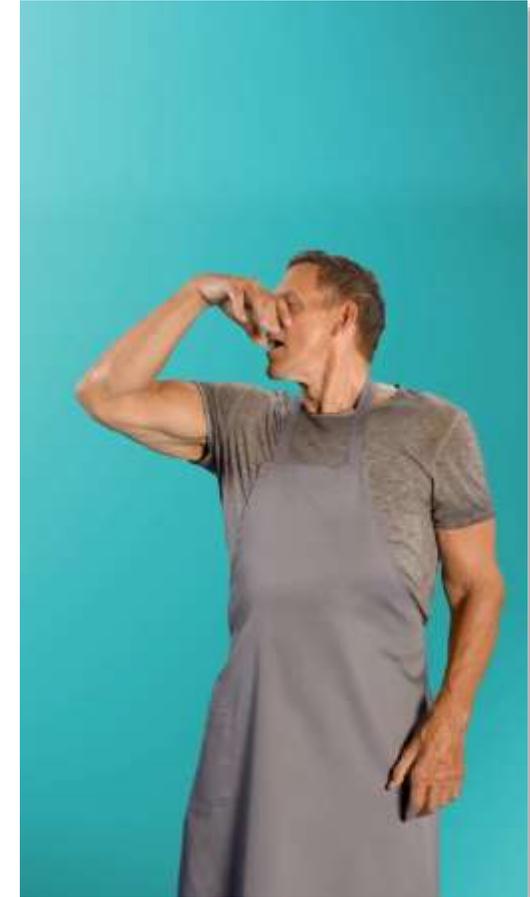
Reel: Gladiator



Reel: Hollywood



Reel: Hamlet



Reel: Pizza

**05**

**Maßnahmen 2020**

## Fortsetzung des Erfolgsmodells aus 2019

**Analog zur Veganen Werkstatt 2019 wollten wir zur Grillsaison 2020 den Teilbereich „Veganes Grillen“ beleuchten & Rückschlüsse für unser Sortiment ziehen.**

- Insights zu Herausforderungen & Vorlieben der Zielgruppe generieren
- Ca. 20 vegane Grillrezepte & 3 bis 5 Grill-Innovationen in Aktion bringen
- Den Dialog mit der Vegan Community intensivieren
- Lidl beim Thema „Veganes Grillen“ positionieren und dabei Reichweite & Engagement fördern



# Lidls Vegane Grillwerkstatt 2020

1. Phase  
Ziel: Zuhören

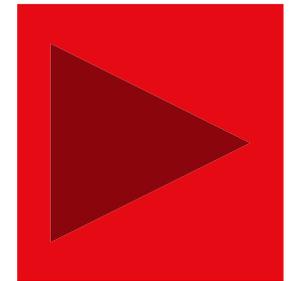
2. Phase  
Ziel: Probleme identifizieren  
+ Lösungen entwickeln

3. Phase  
Ziel: Produkte & Rezepte  
auf den Markt bringen



Lidl Vegan

# Lidls Veganes Dinner zum Weltvegantag 2020



[Zum YouTube Video](#)

**06**

**Maßnahmen 2019**

# Eingehen auf Kundenwünsche in Lidl's Vegane Werkstatt 2019

Kunden verstehen

Sortiment ausbauen

Glaubwürdigkeit sicherstellen

**Lidl's vegane Werkstatt: Kreiere neue vegane Produkte.**  
INSTAGRAM: @LIDLID

**Fragebogen**

Produktkategorie - Bitte

Bitte bewerten Sie nach dem folgenden Kriterium von negativ bis positiver Bewertung:

Abteilung	--	-	0	+	++	Produktname
Belegte						
Belegte						
Belegte						
Belegte						
Belegte						

Produktkategorie:  Fleisch  Milch  Fisch/Meerfrüchte  Milch & Milchprodukte  Naturjoghurt  Frischkäse  Backwaren  Frischpflanz  Mascarpone  Süßigkeiten & Snacks  Käse/Belegte  Hüttenkäse  Pudding  Hartkäse (Emmentaler, etc.)  Toppings/Sauce  Quark  Schmelzkäse (Taler, etc.)  Butter  Weichkäse (Brie, Camembert)

Wir als Lidl...



# Übersicht der drei Phasen

**Phase 1**

**Lidl's vegane Werkstatt: Kreiere neue vegane Produkte.**

- Fleisch
- Milch & Milchprodukte
- Backwaren
- Süßigkeiten & Snacks
- Fertiggerichte
- Milch
- Naturjoghurt
- Fruchtjoghurt
- Käseaufstrich
- Käse
- Pudding
- Quark
- Butter
- Frischkäse
- Mascarpone
- Hüttenkäse
- Hartkäse (Emmentaler, Parmesan)
- Schnittkäse (Taler, Edamer, Gouda)
- Weichkäse (Brie, Camembert)

**So geht es weiter:**  
Wir als Lidl Team sind auch am Start

Bei unseren Workshops in Berlin, Düsseldorf und Köln haben wir über 7000 neue vegane Rezeptvorschläge erhalten. Diese werden nun in den Lidl-Märkten getestet und in den nächsten Wochen in den Lidl-Märkten.

Wir freuen uns natürlich in den nächsten Wochen über Ihre Rückmeldung zu den Rezepten und den Produkten.

79.005 Produktvorschläge aus der veganen Community für die Kategorien

**Phase 2**

**Vegan Workshop**

- Vegane Kunden
- Multiplikatoren
- Ernährungsexperten
- Design Verpackung
- Strategie & MaFo
- U-Komm
- Marketing
- Einkauf
- Veganer Koch

Erkenntnisse aus dem Online-Konfigurator bilden die Basis des Workshops

Verkostung der gewünschten TOP Produkte und Produktgruppen.

Co-Creation auf Basis der eingereichten veganen Wunschgerichte.

**Phase 3**

**Aktionssortiment**

<b>Veganes Produkt</b>	<b>Veganes Produkt</b>

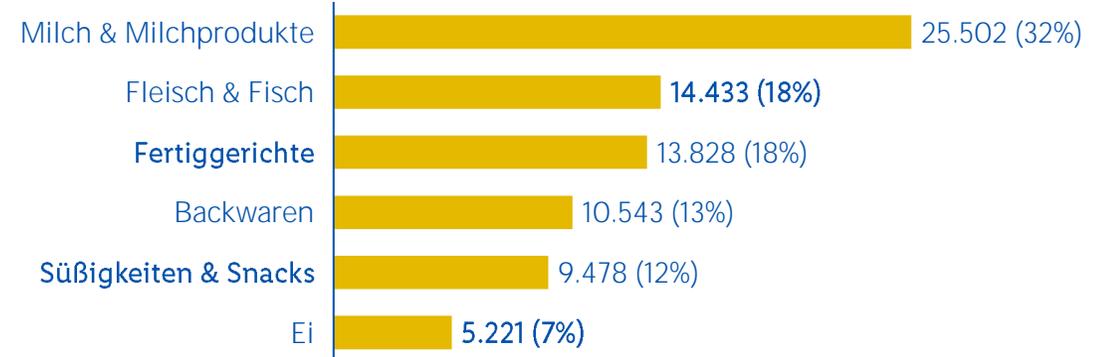
Ziel ist die Überführung der Ergebnisse des Workshops in das Aktionssortiment

# Fast 80.000 generierte Produktwünsche

Phase 1: Online Konfigurator



- Zeitraum Online Konfigurator: KW37 & KW38
- 79.005 Produktvorschläge aus der veganen Community für die Kategorien:



- 2.244 Bewerbungen von veganen Kunden für die 10 zu vergebenen Plätze für den Vegan Workshop

# Dreitägiger Co-Creation Workshop

Phase 2: Workshop



Verkostung der gewünschten TOP Produkte und Produktgruppen.

Co-Creation auf Basis der eingereichten veganen Wunschgerichte.

**Video:**



# Aktive Einbindung der Community

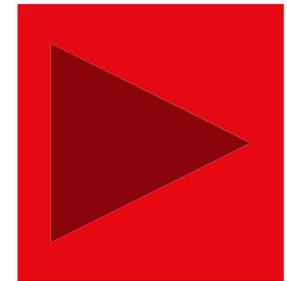


Aus dem Workshop haben wir kontinuierlich über unsere Social Media Kanäle berichtet und die vegane Community aktiv eingebunden.

Lidl Vegan | Lidl's Vegane Werkstatt 2019

# Produkteinbindung in TV Spot

Phase 3: Sortiment ausbauen



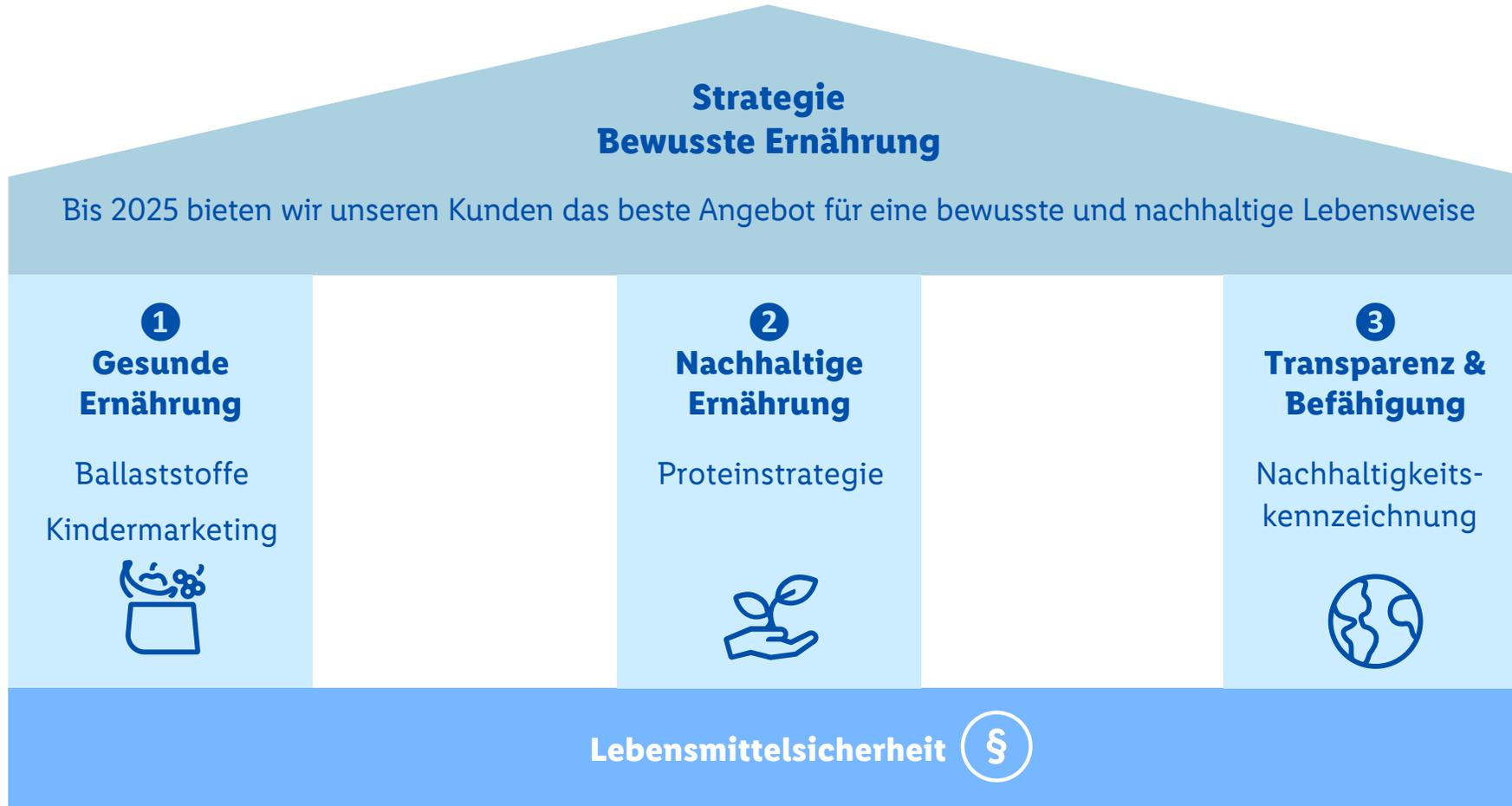
[Zum YouTube Video](#)

# 07

## Lidls Engagement für bewusste Ernährung

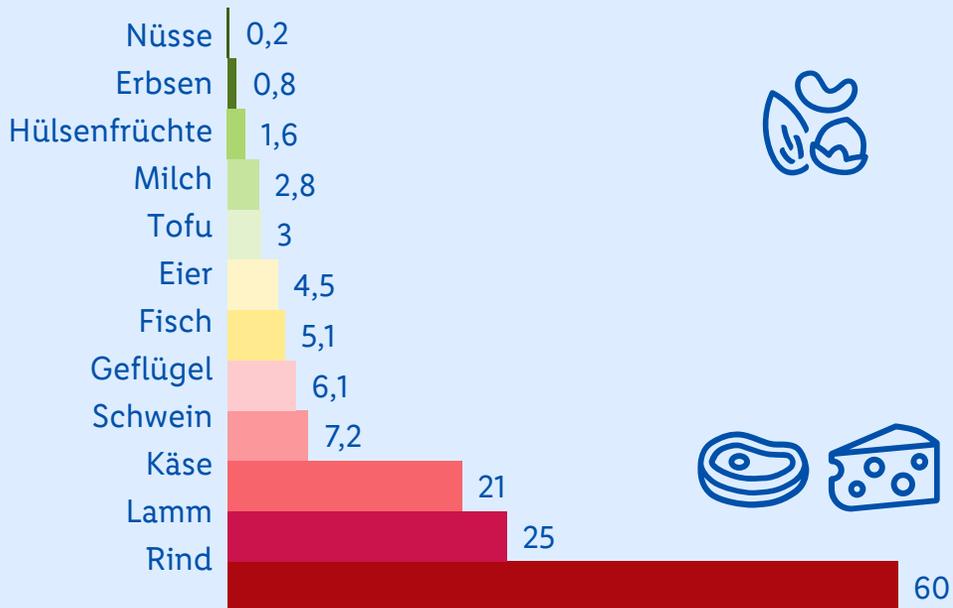
„Pflanzenbasierte Proteinquellen“ als Säule unserer Strategie für Bewusste Ernährung

# Unsere Strategie | Auf dem Weg nach Morgen



# Proteinstrategie | Schutz von Mensch und Planet

## CO<sub>2</sub>- Fußabdruck | kg CO<sub>2</sub>-Äquivalente je kg LM



## Ziele

### 01 **Transparenz**

Ab GJ 23 legen wir den **Anteil tierischer Proteinquellen** im Vergleich zu pflanzenbasierten Proteinquellen offen

### 02 **Erweiterung pflanzenbasiertes Sortiment**

Bis 2025 erweitern wir den **Anteil an pflanzenbasierten Proteinquellen** in unserem **Sortiment**.

Dies betrifft: Hülsenfrüchte, Nüsse und vegane Ersatzprodukte für Fleisch und Molkereiprodukte.



## ZIELÜBERSICHT BEWUSSTE ERNÄHRUNG

### HINTERGRUND:

Die Rolle, die Ernährungssysteme für unsere Umwelt spielen, wird immer deutlicher und präsenter. Die Ernährung beansprucht heute 55 % der Biokapazität unseres Planeten, also mehr als die Hälfte der Erde.<sup>1</sup> Wie auf die Umwelt, hat unsere Ernährung auch einen großen Einfluss auf unsere Gesundheit. Denn ein Drittel der vorzeitigen Todesfälle in Europa und Nordamerika könnten durch eine gesunde Ernährung verhindert werden.<sup>2</sup>

### HERAUSFORDERUNG: NACHHALTIGE UND GESUNDE ERNÄHRUNG

Die Planetary Health Diet ist die wissenschaftliche Basis für einen globalen Ernährungswandel<sup>3</sup>. Würden alle Menschen den Vorgaben einer pflanzenbetonten Ernährungsweise folgen, könnten im Jahr 2050 etwa 10 Milliarden Menschen gesund ernährt werden, ohne den Planeten zu überlasten.

### ZIEL:

Unser Ziel ist es, **bis 2025 das beste Angebot für eine bewusste und nachhaltige Lebensweise** zu bieten. Dabei bildet die Lebensmittelsicherheit das Fundament. Mit Zielen zu gesunder und nachhaltiger Ernährung wollen wir den Wandel der Ernährungssysteme unterstützen.

<sup>1</sup> <https://www.overshootday.org/newsroom/press-release-july-2022-german/>  
<sup>2</sup> <https://globalnutritionreport.org/reports/2021-global-nutrition-report/health-and-environmental-impacts-of-diets-worldwide/>  
<sup>3</sup> [https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet\\_Commission\\_Summary\\_Report.pdf](https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf)

## LEBENSMITTELSICHERHEIT



### REDUKTION UNERWÜNSCHTER STOFFE

Fortlaufend Reduktion von Kontaminaten und Rückständen deutlich unterhalb gesetzlicher Vorgaben

### REDUKTION PFLANZENSCHUTZMITTEL

Fortlaufend Lebensmittel so weit wie möglich rückstandsfrei anbieten

Reduktion Wirkstoffrückstände bis maximal ein Drittel des gesetzlichen Höchstgehaltes

Prozentuale Auslastung aller Wirkstoffrückstände bis maximal 80 % der gesetzlichen Höchstmenge

Pro Lebensmittel maximal vier Wirkstoffrückstände feststellbar

## GESUNDE ERNÄHRUNG



### KINDERMARKETING

Ab sofort Wir fördern Marketing für gesunde und nachhaltige Ernährung von Kindern

Ab 2023 Keine Werbung an Kinder für ungesunde Lebensmittel in Eigenmarken

Bis Ende 2025 Kinderoptik ausschließlich auf Eigenmarken-Verpackung, die WHO-Kriterien erfüllen. Ausnahme: Weihnachten, Ostern, Halloween

### VOLLKORN & BALLASTSTOFFE

Bis Ende 2023 Sortimentsanalyse für Erweiterung um Vollkornalternativen

Bis 2025 Sukzessive Erhöhung des Vollkornanteils in Eigenmarken

Transparenz durch Deklaration des Ballaststoffgehalts bei Eigenmarken

### GESUNDE FETTE UND ÖLE

Fortlaufend Erhöhung Anteil hochwertiger und nachhaltiger Pflanzenöle in Eigenmarkenartikeln, präferiert aus regionalen Quellen

### ZUCKER- UND SALZREDUKTION

Bis 2025 20 % Reduktion absatzgewichteter, durchschnittlicher Gehalt an zugesetztem Zucker und Salz in Eigenmarken

### ZUSATZSTOFFE

Fortlaufend Verwendung natürlicher Zutaten vor Lebensmittelzusatzstoffen

Reduktion von Farbstoffen, keine Verwendung von Azofarbstoffen, Chiolingelb und Grün S

Maßvoller Einsatz von Aromen, auch in veganen Ersatzprodukten

Keine generelle, großflächige Vitaminisierung und Mineralisierung

Reduktion und Verzicht von Konservierungsstoffen unter Berücksichtigung der Lebensmittelsicherheit

## NACHHALTIGE ERNÄHRUNG



### PFLANZENBASIERTE PROTEINQUELLEN

Ab GJ 2023 Proteinstrategie: Transparenz über Anteil tierischer Proteinquellen im Vergleich zu pflanzenbasierten Proteinquellen im Nachhaltigkeitsbericht

Bis 2025 Erhöhung Anteil pflanzenbasierter Proteinquellen in unserem Sortiment

### NACHHALTIGE SORTIMENTSENTWICKLUNG

Fortlaufend Rohstoffziele gemäß Einkaufspolitik

Förderung regionaler und saisonaler Lebensmittel

Bis 2025 10% der Artikel im Dauersortiment aus biologischer Landwirtschaft

### REDUKTION VON FOODWASTE

Bis 2025 Reduktion von Lebensmittelverlusten und organischem Abfall um 30%

## TRANSPARENZ & BEFÄHIGUNG



### NACHHALTIGKEITSKENNZEICHNUNG

Fortlaufend Etablierung allgemeiner und einheitlicher Nachhaltigkeitskennzeichnung

### NUTRI-SCORE

Seit 2021 Sukzessive Kennzeichnung des Nutri-Scores auf Eigenmarkenprodukten

### HALTUNGSFORM

Seit 2018 Sukzessive Ausweitung der Haltungsform-Kennzeichnung bei tierischen Produkten

