



A LIDL SIKERÉNEK TITKA: ÍGY VÁLT FAPADOS DISZKONTBÓL PIACVEZETŐVÉ AZ ÁRUHÁZLÁNC

Budapest, 2024. 11. 15. – **A Lidl Magyarország 20 éves születésnapja alkalmából rendezett sajtótájékoztatón ismertette a vállalat két évtizedes eredményeit, és sikerének titkát. Az áruházlánc a 2023-as üzleti évben több mint 1100 milliárd forint árbevételt ért el, és negyedik éve az élelmiszer-kiskereskedelmi szektor piacvezető szereplője, emellett közel 10.000 munkavállalójával a kilencedik legnagyobb munkáltató Magyarországon. A vállalat a hazai gazdaság meghatározó szereplőjeként közel 1000 milliárd forintos hozzájárulást nyújtott az ország költségvetéséhez is.**

Szinte napra pontosan 20 éve, 2004. november 18-án kezdte meg működését a Lidl Magyarországon. 12 üzlettel – Barcs, Békéscsaba, Csongrád, Dunaharaszti, Hódmezővásárhely, Kaposvár, Keszthely, Kisvárd, Mór, Szarvas, Szeged, Tapolca – akkor egy aprócska diszkontlánc volt. A dinamikus növekedésnek köszönhetően azonban már a nyitást követő évben 50 üzlettel rendelkezett, az eltelt két évtized alatt pedig az ország piacvezető áruházláncává vált. A 200. adik üzlet tavaly nyílt meg a fővárosban a Budaörsi úton, idén pedig már több mint 261 ezer m² eladótér területtel 210 áruház várja a vásárlókat – amelyek közül a 2023. üzleti év végéig megnyitott, saját tulajdonban lévő üzletek mindegyike már EDGE zöld épület minősítésű.

Ezzel együtt a logisztikai hálózat is fokozatosan bővült, így az első, székesfehérvári logisztikai központ mellett ma már a Hejőkürtön, a Szigetszentmiklóson és a két évvel ezelőtt Ecseren átadott raktárbázissal együtt mintegy 200 ezer m² alapterületű raktárhálózat biztosítja az áruházak folyamatos feltöltését.

A hazai gazdaság meghatározó szereplője

Hasonló lendület látható a cég gazdasági teljesítményét illetően is. „A 2004. novemberi nyitást követő első teljes üzleti évben 58 milliárd forintos árbevételt produkált áruházláncunk. 2014-ben ez a szám már több mint 258 milliárd forint volt, tavaly pedig 1151 milliárd forint árbevételt értünk el. Büszkéek vagyunk arra, hogy a kereskedelmi toplista alapján negyedik éve az első helyen állunk az FMCG szektorban az éves forgalom alapján, és jelenleg több mint 20 százalékos piaci részesedéssel rendelkezünk a hazai kiskereskedelmi szektorban” – mondta el Szlavikovics Zita, a Lidl Magyarország igazgatóságának elnöke a cég 20 éves születésnapja alkalmából rendezett gazdasági sajtótájékoztatón.

Az igazgatóság elnöke rámutatott arra is, hogy Lidl Magyarország gazdasági szerepe ezen jóval túlmutat. Az elmúlt 5 évben (2019-2023) összesen mintegy 1219 milliárd forinttal járult hozzá a Lidl a nemzetgazdaságban megtermelt hozzáadott értékhez, melyből 682,3 milliárd forint közvetlen hozzáadott érték, 537 milliárdot pedig közvetett indukált hatások eredményeztek: ide tartozik például, hogy az áruházlánc hazai vállalkozásoktól is vásárol árukat, illetve munkavállalói fizetésük jelentős részét itthon költik el. A diszkontlánc emellett 765,8 milliárd forintos közvetlen adóbefizetéssel és a foglalkoztatáson, beszállítói hálózaton és



beruházásokon keresztül további mintegy 207 milliárd forint értékű közvetett befizetéssel járult hozzá a költségvetéshez, ami összességében a 2023-as GDP több mint 1,3%-a.

A Lidl Magyarország számára stratégiai fontosságú, hogy működése minden területén hozzájáruljon a hazai gazdaság sikereihez, így termékkínálatában is kiemelt szerepet kapnak a magyar beszállítóktól érkező árucikkek.

„Vállalatunk a hazai cégek számára komoly üzleti lehetőséget, valódi partnerséget kínál. A 2013-ban elindított „Lidl a magyar beszállítókért” programunknak köszönhetően ma már 487 hazai beszállítóval működünk együtt, ami 10 év alatt 73%-os növekedést jelent, és több mint 4500 hazai terméket kínálunk vásárlóinknak, ami 143%-os bővülés egy évtized alatt. Magyar beszállítói partnereink velünk együtt fejlődnek, a sikereknek köszönhetően pedig nem csak új termékek és munkahelyek jöttek létre, de hosszú távú gondolkodásunk azt is lehetővé teszi, hogy a beszállítóink erre építve új beruházásokat tudtak és tudnak indítani. Az elmúlt években számos új üzem épült ennek köszönhetően, hogy az egyre növekvő keresletet ki tudjuk szolgálni” – tájékoztatott Nepp Zoltán, a Lidl Magyarország beszerzési ügyvezető igazgatója, aki hozzátette: „Emellett a magyar termékek exportját is segítjük: jelenleg mintegy 167 magyar beszállító termékeit exportáljuk 28 ország Lidl áruházába.”

A piacvezető áruházlánc az élelmiszerkiskereskedői szektoron belül érték alapon a legnagyobb élelmiszerexportőrként működik közre a magyar termékek nemzetközi piacra jutásában, a 2023-as gazdasági évben 338,2 millió euró, vagyis 135 milliárd forint értékben kerültek hazai termékek a külpiacokra. Ezen belül is a legnagyobb kategória a sós- és édes nassolnivalók 19 milliárddal, de kiemelt helyen szerepelnek a magyar borok is, amelynél az összes eladott palackos bor közel fele, 14,3 millió palack exportértékesítésre került.

A vállalat munkáltatóként is meghatározó piaci szereplő és a növekedés a dolgozói létszámot tekintve is megfigyelhető. Az induláskori, közel 1200 fős dolgozói létszám megnyolcszorozódott, csak az elmúlt 5 évet tekintve pedig közel 30%-kal nőtt az állomány. A Lidl így ma már közel 10 ezer munkavállalóval a 9. legnagyobb munkáltató Magyarországon, és 2023-ban a kiskereskedelmi dolgozó munkavállalók 3,3%-át foglalkoztatta. Hasonló dinamika látható a vevőszámot tekintve is, ugyanis az első teljes üzleti évi vásárlószám szintén a nyolcszorosára nőtt, ráadásul a Lidl 3,5 millió fogyasztó számára az első opció, ha bevásárlásról van szó.

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 210 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 10 ezer munkavállalót foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta töretlenül fejlődik: nem csak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak. A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be. A Lidl Magyarország 2024-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.

További információk:

Lidl Magyarország

Lidl Magyarország • Vállalati kommunikáció



SAJTÓKÖZLEMÉNY

Tózsér Judit
Vállalati kommunikációs vezető
Tel: +36-20-776-0017
E-Mail: sajto@lidl.hu