



EGY IKON SZÜLETETT A LIDL ÉS A TISZA CIPŐ KOLLABORÁCIÓJÁVAL

Budapest, 2025.08.04. - **A hetek óta tartó találgatások után végre lerántotta a leplet a Lidl: rajongói számára a legendás Tisza Cipővel kollaborációban készített egy igazán exkluzív sneakert. Az első 12 pár, sorszámozott cipő ráadásul drónokkal debütált, és nagy izgalmak közepette az égből ereszkedett le a legszerencsésebbek közé az ország hat pontján. A limitált kiadású sneakerrel a vállalat egyszerre tiszteleg a magyar termékek és a hazai design előtt és hoz friss lendületet a streetwear világába.**

A Lidl régóta bizonyítja, hogy nem csupán egy diszkontlánc, hanem egy generációkon átívelő igazi „love brand”. Rajongói büszkén viselik a diszkontlánc saját márkás ruházati termékeit, legyen szó pólóról, sapkáról vagy éppen papucsról. Most pedig egy minden eddiginél egyedibb akcióval rukkolt elő: a Lidl Magyarország és a Tisza Cipő közös kollaborációba kezdett, aminek az eredménye egy igazi kuriózum – egy limitált kiadású sneaker. A cipő megalkotása egyszerre ötvözi a Lidl népszerű dizájnját, illetve a Tisza Cipő Compakt kényelmes és stílusos kialakítását.

Majd, ha Lidl cipők potyognak az égből

A kollaborációs cipők nem is akárhogyan, hanem egy látványos, úgynevezett sneaker drop keretében érkeztek meg: augusztus 2-án, szombaton délután drónnal ereszkedtek le az égből az ország hat helyszínén. Az elmúlt napokban már óriásplakátok hirdették a különleges eseményt az ország különböző pontjain, az ezen található QR-kódos linken keresztül pedig további információkat kaptak a drop időpontjáról és helyszínéről a szemfüles rajongók. Végül a hat helyszín mindegyikén nagy izgalmak közepette 2-2 pár cipőt hoztak el a drónok. A szerencsés tulajdonosok pedig azok lettek, akik először tudták beolvasni a cipősdoboz alján található QR-kódot.

Tisztelgés a kiváló hazai termékek előtt

A Lidl Magyarország jelenleg közel 9500 magyar munkavállalót foglalkoztat, és több mint egy évtizede azon dolgozik, hogy minél több magyar beszállítóval, termelővel dolgozzon együtt és népszerűsítse a hazai termékeket – mindezekkel összességében pedig hozzájáruljon a hazai értékkeremtéshez.

„A Tisza Cipővel történő kollaborációnk nemcsak a vásárlók, hanem a Lidl Magyarország számára is igazi mérföldkő, hiszen ez az első ilyen jellegű együttműködésünk más márkával. Ugyanakkor szorosan illeszkedik ahhoz a törekvésünkhöz, hogy amiből csak lehet, kiváló minőségű magyar terméket kínáljunk vásárlóink számára. Büszkéek vagyunk rá, hogy egy ilyen ikonikus magyar márkával közösen alkothattunk valami igazán különlegeset, és ráadásul mindez a tervezőasztaltól egészen a gyártásig magyar emberek keze által valósulhatott meg. Ezzel a limitált kiadású sneakerrel egyszerre tisztelegünk a magyar termékek és a hazai design előtt, valamint kedveskedünk rajongóink számára” – mondta Szlavikovics Zita, a Lidl Magyarország igazgatóságának elnöke.



„Örömünkre szolgál, hogy a Tisza Cipő tradícióját elhozhatjuk a Lidl segítségével a fiatalabb generációk számára is. Első osztályú prémium alapanyagokkal, klasszikus designnal készült cipőnk egyedi megjelenésének köszönhetően minden korosztály kedvence lehet. Büszkék vagyunk arra, hogy a Tisza Cipő az egyetlen cipőmárka, amely 1971 óta Magyarországon készül” – tette hozzá Vidák László, a Tisza Cipő márkatulajdonosa.

A diszkontlánc vásárlói a Lidl Plus alkalmazás Click&Pick funkciójával augusztus 3. és 6. között 36 és 47 közötti méretekben tudják előrendelni a cipőt, amit aztán augusztus 11-től lehet majd átvenni az üzletekben. A cipő keskeny kialakítása miatt azonban érdemes egy számmal nagyobbat választani.

Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 216 áruházzal van jelen hazánkban, és közel 9500 munkavállalót foglalkoztat. Az elmúlt két évtized alatt a vállalat 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, így a kereskedelmi toplisták alapján ötödik éve az első helyen áll az FMCG szektorban az éves forgalom alapján. 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 2025-ben ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.