



TÖBB MINT 22 MILLIÁRD FORINTOT TAKARÍTOTT MEG A MAGYAR CSALÁDOKNAK A LIDL DIGITÁLIS HŰSÉGPROGRAMJA

Budapest, 2026.01.22. – **Már a Lidl vásárlóinak több, mint fele használja a piacvezető áruházlánc digitális hűségprogramját, a Lidl Plus-t, amelynek segítségével a tavalyi évben 22,7 milliárd forint maradt a magyar háztartásoknál. Az adatokból jól látható, hogy azon felhasználók, akik rendszeresen használták vásárlásaik során a Lidl Plus applikációt, 2025-ben éves szinten akár egy-két bevásárlás árát is megspórolhatták.**

A mindennapi megélhetési költségek mellett a háztartások számára kulcskérdéssé vált a tudatos bevásárlás. A Lidl Magyarország 2021-ben vezette be a digitális hűségprogramját, a Lidl Plus-t, hogy olyan felhasználóbarát szolgáltatást nyújtson vásárlóinak, ami megkönnyíti és leegyszerűsíti a bevásárlást, miközben segít a spórolásban is. A vállalat tapasztalatai azt mutatják, hogy a hazai vásárlók rendkívül árérzékenyek, és az is látható, hogy a vevők egyre inkább pénzügyi segítségként tekintenek a digitális kedvezményekre.

„Az adatok azt igazolják, hogy a Lidl Plus ma már a családi költségvetés tervezésének alapvető része, hiszen a 2025-ös év során 22,7 milliárd forint közvetlenül a magyar embereknél maradt. Az eredmények pedig egyértelműen rávilágítanak arra, hogy a rendszeres Lidl Plus felhasználók, jelentős összeget takaríthattak meg: a megtakarítások felső 10 százalékát elérő vásárlók az elmúlt évben átlagosan 50 000 forintot spórolhattak meg az applikáció használatával” – emelte ki Kovács Tibor, a Lidl Magyarország marketing- és ügyfélművelés igazgatója, majd hozzátette: *„Üzleti stratégiánk alappillére, hogy kiváló minőségű termékeket kínálunk mindenki számára elérhető, kedvező áron. Erre a stabil alapra épül rá a Lidl Plus, amely az egyébként is kedvező árainkon felül nyújt további, közvetlen pénzügyi előnyt vásárlóinknak. Piacvezető élelmiszerláncként – 2025. évi árbevételünk alapján - továbbra is azon dolgozunk, hogy árpolitikánkkal stabil gazdasági támasza maradjunk a magyar háztartásoknak”.*

Az innovatív applikáció népszerűségét mutatja, hogy a vásárlók fele már rendszeresen használja, ugyanakkor még maradtak kiaknázatlan lehetőségek a személyre szabott kuponok aktiválásban és a költési célok után járó jutalmak figyelemmel kísérésében. Ezek olyan plusz forrást jelenthetnek, amelyek segítik a vevőket abban, hogy például kedvenc termékeikhez kedvezőbb áron juthassanak hozzá, valamilyen ajándéktermékben vagy éppen számlavégi kedvezményben részesüljenek. A digitális kedvezmények mellett a Lidl Plus fontos eleme a „kassza kupon” is, amely az önkiszolgáló kasszák használatának ösztönzésével nem csak pénzt, hanem időt takarít meg azok számára, akik gyorsan és egyszerűen szeretnék intézni a bevásárlást. Mindemellett érdemes beállítani a kedvenc áruházat is, mert így az egyedi, helyi akciókról is értesülhetnek a felhasználók.

A kedvezményeken túl az alkalmazás praktikus funkciókkal is segíti a mindennapokat. A digitális nyugták révén nincs szükség a papír alapú blokkok őrzésére, a rendszerben visszakereshető nyugtákat visszárúzáshoz és garanciális ügyintézéshez is elfogadják. A felületen elérhető a digitális szórólap, a bevásárlólista és a Lidl konyha receptjei is. Emellett az elektromos autóval



közlekedők is az applikáción keresztül tölthetik járműveiket az áruházak parkolóiban, méghozzá a kedvező áron.

A Lidl Magyarországról

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 216 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 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.