



## **EDDIG 60 MILLIÁRD FORINTOT SPÓROLTAK A MAGYAROK A LIDL PLUS SEGÍTSÉGÉVEL, MOST ARANYRUDAT NYERHETNEK!**

Budapest, 2026. május 5. – **Negyedkilós aranyrúddal és rekordmegtakarításokkal ünnepli ötödik születésnapját a Lidl Plus Magyarországon. 2021-ben hazánk első, kizárólag digitális hűségprogramjaként indult, mára pedig az ország egyik meghatározó alkalmazásává nőtte ki magát. A Lidl Plus felhasználói eddig összesen több mint 60 milliárd forintot takarítottak meg, ebből rekordszintű, 22 milliárd forintot az utolsó gazdasági évben<sup>1</sup>. Az áruházlánc a jeles jubileumot különleges nyereményjátékkal és egy izgalmas, új funkció debütálásával teszi emlékezetessé.**

A hazai Lidl áruházakban ma már a felhasználók több mint fele rendszeresen igénybe veszi a Lidl Plus funkcióit. Az egyre növekvő felhasználói bázis és a kiemelkedő megtakarítási adatok mögött azonban sokkal több áll, mint egyszerű árengedmények sora. Az alkalmazás sikere abban a folyamatos fejlődésben rejlik, amely az elmúlt öt évben új irányt mutatott a hűségprogramok körében: a hangsúly a tömeges akciókról egyre inkább a vevők valódi igényeire és a praktikus megoldásokra helyeződött át.

### **A spórolás evolúciója: Digitális nyugtáról az adatvezérelt vásárlói élményig**

A Lidl Plus sikere mögött egy precíz stratégia áll: az évek során az általános kedvezmények mellett megjelentek a személyre szabott ajánlatok. Míg a 2021-es induláskor még mindenki egységes kuponokat kapott, mára a rendszer a „Rólam” szekció adatai és a korábbi vásárlások alapján is válogat a kínálatból, hogy mindenki a számára legértékesebb ajánlatokat láthassa. Az applikációban az egyéni preferenciáknak és életmódnak megfelelő kedvezményeket kaphatnak a felhasználók, legyen szó többek között a speciális étrendet követőknek szóló mentes termékekről vagy a kisállattartók igényeiről.

Ez a fejlődési ív most egy rendhagyó, interaktív újdonsággal, a Cupid funkcióval egészül ki. Ez egy olyan különleges választófelület, ahol a felhasználók egyetlen ujjmozdulattal – jobbra vagy balra húzással – válogathatnak a felkínált termékek közül. Vagyis, a döntés a vásárlók kezébe kerül: ők választhatják ki, melyik termékkel szeretnének „match-et”, azaz mire szeretnének egyedi kedvezményt kapni a következő bevásárlásuknál. A születésnapi ünneplést pedig egy, a Ferreróval közös Kinder pontgyűjtő nyereményjáték teszi teljessé május 7-20. között, amelynek fődíja egy negyedkilós aranyrúd, aminek jelenlegi becsült értéke megközelíti a 13 millió forintot.

*„A Lidl célja, hogy minőségi termékeket kínáljunk megfizethető áron minden vásárlónk számára. A Lidl Plus ebben a küldetésünkben kulcsszerepet kap: extra pénzügyi előnyt nyújt a*

---

<sup>1</sup> A 2025-ös gazdasági év 2025. március 1-2026. február 28-ig tartott.



---

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

*felhasználóknak, hiszen a kedvező árakon felül további megtakarításokat kínál. Büszkék vagyunk arra, hogy a 2021-es magyarországi bevezetése óta az applikáció mára egy olyan innovatív platformmá vált, amely nemcsak követi, hanem proaktívan ki is szolgálja vásárlóink egyéni igényeit, a bevásárlást pedig a spórolás mellett valódi élménnyé teszi” - emelte ki Kovács Tibor, a Lidl Magyarország marketing- és ügyfélélmény igazgatója.*

A Lidl Plus az elmúlt öt évben egy hagyományos hűségprogramból komplex digitális platformmá fejlődött, melynek folyamatos bővülése jól tükrözi a vásárlói igények precíz követését. Az applikáció a bevezetése óta folyamatosan új kényelmi funkciókkal bővült: a kezdeti digitális nyugtákat és kuponokat követően olyan újítások jelentek meg, mint a költségi szintekhez kötött jutalmak, az e-autó töltési opció, az egyéni vásárlási szokásokhoz igazított kedvezmények, valamint a kényelmes Click&Pick szolgáltatás. Ezt a töretlen fejlődési ívet viszi most tovább a legújabb, izgalmas Cupid funkció bevezetése.

A személyre szabott kuponok és a digitális bevásárlólista segítik a tudatos tervezést, így a felhasználók akár otthonról, kényelmesen eldönthetik, mi kerüljön majd a kosárba. Az akciók előzetes áttekintése nemcsak gördülékenyebbé teszi a bevásárlást, hanem lehetőséget ad a kiadások célzott csökkentésére is. A Lidl Plus elmúlt öt éve visszaigazolta, hogy a digitális innováció akkor a leghatékonyabb, ha közvetlenül a vásárlók kényelmét és pénzügyi tudatosságát szolgálja. Az applikáció mára a háztartásvezetés egyik alapvető eszközévé vált, amely a folyamatos technológiai fejlődés mellett is az elsődleges célra koncentrál: a mérhető megtakarításra és a gördülékeny vásárlási élményre.

### **A Lidl Magyarországról**

A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 220 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 beszállókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be. A Lidl Magyarország 2026-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.