

## „AZ ÉV UGRÁSA”: ARMAND DUPLANTIS ÁTUGROTT EGY 5,5 MÉTER MAGAS, LIDL-TERMÉKEKBŐL ÁLLÓ FALAT



*A csúcsteljesítmény találkozik a csúcsvásárlókkal: Armand Duplantis, a rúdugrás jelenlegi világrekordere harmadik kísérletre ugrott át egy Lidl saját márkás termékekből épített falat.*

Budapest, 2026. június 1. – **Armand „Mondo” Duplantis, a rúdugrás világrekordere Stockholmban vállalkozott egy egészen különleges kihívásra, rászolgálva „Az év ugrása” címre. A Lidl felkérésére a 15 világrekordot tartó sportoló ezúttal nem egy hagyományos lécezt ugrott át, hanem egy 5,5 méter magas, 12 méter széles és 30 centiméter mély falat, amelyet a diszkontlánc széles saját márkás kínálatából építettek fel.**

Az impozáns fal több mint 3000 Lidl-termékből állt: friss zöldségek és gyümölcsök, valamint olyan népszerű Lidl saját márkák alkották, mint a VEMONDO, a Crownfield és az Alesto, de helyet kaptak benne non-food termékek is, például a SILVERCREST, a PARKSIDE és a CRIVIT kínálat. A termékfal a diszkontlánc sokszínű választékát szimbolizálta, amely több mint 30 országban nap mint nap milliók számára biztosít kiváló minőségű termékeket kedvező áron.

**A csúcsteljesítmény találkozása a csúcsvásárlókkal: Három próbálkozás, maximális izgalom**



---

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

A Lidl egy Instagramon küldött közvetlen üzenetben hívta ki Armand Duplantist erre az ugrásra, miután a profi atléta a sanghaji Gyémánt-ligán ismét bizonyította ügyességét. Az alapötlet egy páratlan sportoló és a diszkontlánc széles termékkínálatának összecsapása volt.

A többszörös világcsúcstartó motiváltan vágott bele a különleges rekordkísérletbe, a stockholmi Sättra Friidrottshall sportcsarnokban nézett szembe a Lidl termékekkel. Bár a csarnokot a mindennapi edzései helyszínéként jól ismerte, a fal teljesen új kihívást jelentett számára. Miközben a hagyományos versenyugrások során csupán egy vékony lécet kell átugrani, ezúttal azonban egy masszív, kézzelfogható fal leküzdése volt a cél, ami a nekifutás, az elrugaszkodás és a földet érés során is lényegesen nehezebbé tette a tájékozódást.

Armand Duplantis nekifutott, és az első kísérletnél ledöntötte a falat. Miután újra felépítették, a rúdugró felkészült a második kísérletre, de közvetlenül a fal előtt megállt. A sportszakértők jól tudják: Duplantis a hivatalos versenyeken is gyakran használja arra az első két ugrását, hogy ne csak fizikailag, hanem mentálisan is teljesen ráhangolódjon az adott magasságra. Harmadik nekifutásra végül sikeresen teljesítette a kihívást, és átugrotta az 5,5 méter magas Lidl-termékfalat.

[Az ugrásról készült videó ide kattintva tekinthető meg.](#)

### **„Egy rekord, amit soha senki nem fog megdönteni: A Lidllel közösen történelmet írtam”**

Közvetlenül a földet érés után Armand Duplantis euforikus hangulatban ugrott le a matracról, és így foglalta össze a pillanat egyediségét:

*„Pályafutásom során már sok magasságot meghódítottam, de ez az ugrás teljesen más volt. Egy valódi, Lidl-termékekből álló fal előtt állni egészen új mentális élményt és sportkihívást jelentett számomra. Az utolsó próbálkozásig rendkívül feszült volt a helyzet, de pontosan ez motivált engem. Meggyőződésem, hogy olyan rekordot állítottunk fel, amelyet egyhamar senki nem fog megismételni. A Lidllel együtt sporttörténelmet írtunk, és erről még évek múlva is mesélni fogok a gyerekeimnek” – mondta Armand Duplantis.*

A kivételes sportoló Instagram-oldalán nap mint nap több mint 1,5 millió követőt inspirál, akiknek most is exkluzív betekintést nyújtott az ugrásba és az azt megelőző felkészülésbe.

*„Az ‘Év ugrása’ kampánnyal azt szeretnénk megmutatni, hogy saját márkás termékeink mögött valódi csúcsteljesítmény áll. Lenyűgöző volt látni, ahogy Armand Duplantis megküzdött az 5,5 méter magas Lidl-termékfallal. Ez sokkal több volt egy egyszerű akadállynál – szimbolizálja kínálatunk szélességét és sokszínűségét, amelyre rendkívül büszkék vagyunk. Közösen egy olyan ikonikus pillanatot hoztunk létre, amely bizonyítja: ha túl akarsz szárnyalni önmagadon, erős*



---

## SAJTÓKÖZLEMÉNY

*partnerre van szükség az oldalon – a sportban és a mindennapokban egyaránt” – mondta Robin Ruschke, a Lidl International marketingigazgatója.*

*„Armand Duplantisszal közösen szeretnénk elhozni a világrekordok szellemiségét vásárlóinkhoz, és megmutatjuk, mit is képviselnek saját márkáink: kompromisszumok nélküli minőséget. Az a sokszínű kínálat, amelyet Armand Duplantis szó szerint átugrott, nap mint nap megtalálható üzleteink polcain is. Ezzel a kampánnyal egyértelmű üzenetet küldünk magyar vásárlóinknak is: kiváló minőségű termékeket kínálunk mindenki számára elérhető áron” – mondta Kovács Tibor, a Lidl Magyarország marketing- és ügyfélművelés igazgatója.*

### **Sportsiker és társadalmi felelősségvállalás**

Ezzel a rendkívüli kampánnyal a Lidl felelős diszkontláncként betöltött szerepét is hangsúlyozza: olyan sokszínű termékínálatot biztosít, amely egyszerűvé és megfizethetővé teszi a tudatos táplálkozást mindenki számára. A Lidl az egészséges életmód partnereként tekint önmagára, és rendszeresen használja a sport világot arra, hogy a kiegyensúlyozott étrendre és egy jobb életre inspirálja az embereket.

A látványos kihívással a Lidl a fenntarthatóság és az élelmiszer-pazarlás elleni fellépés mellett is egyértelmű üzenetet fogalmazott meg. Az esemény után az ugráshoz felhasznált összes terméket a Matmissionen társadalmi élelmiszerüzlet-hálózat számára ajánlották fel, amelyet a *Stockholms Stadsmision* alapított. A *Stockholms Stadsmision* élelmiszersegéllyel, szociális tanácsadással és hosszú távú integrációs programokkal támogatja a nehéz helyzetben élő embereket Stockholmban.

-----

#### **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: nemcsak 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 beszállítóira, 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.