

Ünnepeljünk teljes erőbedobással: 30 éves a PARKSIDE

Harminc éve támogatja a PARKSIDE a barkácsolókat és projektjeiket. A márka egész Európában jubileumi kampánnyal ünnepli a meghatározó évfordulót.

Budapest, 2026. június 25. – Fontos mérföldkőhöz érkezett a PARKSIDE: a márka 2026-ban ünnepli fennállásának 30. évfordulóját. Az 1996-ban alapított márka három évtized alatt Európa legnagyobb számban értékesített barkácsoló márkájává nőtte ki magát. Az „ÜNNEPELJÜNK TELJES ERŐBEDOBÁSSAL!” jubileumi mottó jegyében a márka egyedülálló növekedési múltjára tekint vissza.

30 év az otthoni barkácsolás és alkotás szolgálatában

Legyen szó nagyszabású barkácsprojektekről, professzionális műhelymunkákról vagy a zöldterületek gondozásáról, a PARKSIDE mára Európa-szerte vezető barkácsoló márkává nőtte ki magát. Küldetése változatlan: segíteni az embereket abban, hogy önállóan és sikeresen valósítsák meg elképzeléseiket.

Manapság egyre többen döntenek úgy, hogy a ház körüli vagy kerti munkákat saját kezűleg végzik el. A fenntarthatóság, a tudatos fogyasztás és az erőforrások megóvása iránti igény, valamint az önállóságra való törekvés sokakat ösztönöz arra, hogy felújítsák vagy megjavítsák meglévő bútoraikat és eszközeiket, új életet adva azoknak. A PARKSIDE a kezdetektől fogva megbízható partnerként áll a barkácsolók mellett, kiváló minőségű szerszámokat kínálva kedvező áron.

Egy évforduló, számtalan emlékezetes pillanattal

A PARKSIDE márka tavaly egy különleges Guinness-rekorddal írta be magát a történelembe, amikor egy akkumulátoros fűrőgép elhúzta a világ legnagyobb utasszállító repülőgépét, egy Airbus A380-ast. Miközben a márka a következő látványos rekordkísérletre készül, a 30. évforduló újabb kiemelkedő mérföldkő ebben a sikertörténetben. Az ünnepi év alkalmából a PARKSIDE „ÜNNEPELJÜNK TELJES ERŐBEDOBÁSSAL!” mottóval átfogó, 360 fokos kampányt indít, amely nemcsak a múltja előtt tiszteleg, hanem a barkácsoló közösséget is a fókuszba helyezi. Ebből az alkalomból a Lidl különleges ajánlatokkal és közösségi média aktivitásokkal várja a vásárlókat, akik így maguk is részeseivé válhatnak a PARKSIDE összetartó közösségnek.

A jubileumi promóciók július közepén indulnak: szeptember végéig elérhetőek lesznek a limitált kiadású, arany színű PARKSIDE termékek (Gold Edition), valamint számos Lidl-árucikk különleges, a márkára jellemző dizájnnal készült ünnepi változata is. A kampány nemcsak az elmúlt 30 év sikereit ünnepli, hanem magabiztosan tekint a jövőbe is.

„A PARKSIDE 30 éve egyértelmű bizonyítéka annak a minőségnek, amelyet vásárlóink nap mint nap megtapasztalhatnak a Lidlnél. Sikertörténet a barkácsolást a fókuszba emelnünk, miközben a „PARKSIDEREK”, vagyis a termékek lelkes használói valódi közösséget hoztak létre, folyamatosan inspirálják egymást, és hasznos tippekkel, trükkökkel adnak lendületet az újabb

otthoni projektekhez. Hálásak vagyunk annak a több millió vásárlónak, akik három évtizede bizalmat szavaznak nekünk, és minden nap bizonyítják: együtt minden sikerülhet!” – mondta Robin Ruschke, a Lidl Stiftung & Co. KG marketingvezetője.

A PARKSIDE sikertörténete

A PARKSIDE márkát 1996-ban alapították, nevét a londoni Parkside Streetről kapta, amelynek közelében a brit Lidl központja működött. A kezdetben elsősorban barkácsolóknak szánt termékkínálat idővel folyamatosan bővült, és ma már a kerti eszközök széles választékát is magában foglalja. A PARKSIDE PERFORMANCE almárka még nagyobb teljesítményt kínál a haladó barkácsolók és szakemberek komolyabb projektjeihez.

2023-ban a márka együttműködésre lépett Arnold Schwarzeneggerrel, aki azóta is a PARKSIDE egyik meghatározó nagykövete. A közös kampányok célja, hogy minél több embert ösztönözzenek arra, hogy megvalósítsák álmaikat. Időközben a „PARKSIDEREK” valódi közösséggé kovácsolódtak össze, és a márka ma már minden releváns platformon aktívan képviselteti magát.

A dinamikus növekedés egyik legfontosabb mérföldköve volt, amikor az Euromonitor a PARKSIDE-ot a legnagyobb mennyiségben értékesített barkácsmárkaként ismerte el. 2022-ben a PARKSIDE a Lidl egyik önálló stratégiai márkájává vált, és a vállalat hat kiemelt non-food termékkategóriájának egyikét képviseli. A termékek 2023 óta a Kaufland kínálatában is megtalálhatók.

A PARKSIDE-ről

A PARKSIDE olyan barkács- és kerti termékeket kínál, amelyekkel bárki gyorsan és egyszerűen elvégezheti a ház körüli, kerti vagy műhelymunkákat. A PARKSIDE PERFORMANCE termékcsalád a tapasztaltabb, magasabb elvárásokat támaztó barkácsolók igényeire kínál megoldásokat. Kiemelkedő ár-érték arányának, széles termékkínálatának és megbízható minőségének köszönhetően a PARKSIDE világszerte elnyerte a barkácsolók bizalmát. További információk: <https://parkside-diy.com/hu>

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 toplista 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 2026-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.