



WIRTSCHAFTSMOTOR LIDL ÖSTERREICH: HEIMISCHE LEBENSMITTELBETRIEBE ERZIELEN REKORDWERTSCHÖPFUNG VON ÜBER 1,2 MRD. EURO

- **7,5 % Steigerung bei Wertschöpfung für Lebensmittelbetriebe**
- **Starker Exportpartner: Immer mehr heimische Waren gehen in das internationale Lidl-Netz**
- **Heimische Molkereiprodukte sind im Export besonders gefragt**

Die Partnerschaft mit Lidl Österreich erweist sich für die heimische Wirtschaft weiterhin als verlässlicher Wachstumstreiber. Vor allem Landwirtschaft und Lebensmittel-Produzenten profitieren von Steigerungen im In- und Ausland: Im vergangenen Kalenderjahr generierten österreichische Lebensmittel-Unternehmen durch die Zusammenarbeit mit Lidl Österreich erstmals eine Rekordwertschöpfung von über 1,2 Mrd. Euro - fast 600 Millionen davon über Exporte in andere Lidl Länder. Besonders gefragt sind Molkereiprodukte aus Österreich: Mit einem Zuwachs von fast 25 % kletterte die Exportquote auf ein neues Rekordniveau!

„Die enge Verbundenheit und langjährige Zusammenarbeit mit unseren heimischen Betrieben sind zentrale Pfeiler unserer Sortimentsstrategie. Die neuerliche Rekordwertschöpfung beweist, dass die Qualität aus Österreich seit Jahren überzeugt – bei uns im Land und weit über die Grenzen hinaus“, erklärt Michael Kunz, CEO von Lidl Österreich.

Allein im vergangenen Jahr wurden in den Lidl Filialen im In- und Ausland über eine Milliarde heimische Lebensmittel verkauft. Für österreichische Lebensmittelbetriebe bedeutet das erstmals einen Handelsumsatz von mehr als 1,2 Mrd. Euro und damit ein deutliches Plus von rund 90 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr. Von der Zusammenarbeit mit Lidl Österreich profitieren über 300 österreichische Lebensmittelbetriebe und mehr als 1.700 Bauern und Landwirte.



PRESSEINFORMATION

Österreichische Qualität als Exportschlager

Für viele heimische Produzenten ist die Zusammenarbeit mit Lidl Österreich auch ein Sprungbrett nach Europa: Fast 600 Mio. Euro wurden im vergangenen Kalenderjahr über den Export in andere Lidl Länder erwirtschaftet - eine Steigerung von 8,3 %. Darunter finden sich beliebte österreichische Marken, aber auch Frisch-Geflügel oder Wein. Besonders gefragt sind Molkereiprodukte aus Österreich. Sie machten 2025 mit über 150 Millionen Umsatz rund 26 % der gesamten Export-Wertschöpfung für heimische Molkereibetriebe aus.

„Die internationale Partnerschaft mit Lidl ist für uns von großer Bedeutung und zeichnet sich durch ein überdurchschnittliches Wachstum im europäischen Markt aus“, so Peter Salzinger, Leitung Verkauf Export, NÖM AG.

Heimisches Sortiment weiter im Fokus

Auch hierzulande ist österreichische Qualität weiter stark gefragt: Über 60 % der verkauften Lebensmittel in den heimischen Lidl Filialen stammen mittlerweile aus Österreich. Dabei liefern die Hersteller nicht nur bekannte Markenartikel, sondern produzieren auch die hochwertigen Lidl Österreich Eigenmarken wie „Alpengut“, „Wiesentaler“ oder „Ein gutes Stück Heimat“. Die Namen des jeweiligen Lieferanten stehen transparent auf den Verpackungen. So können sich die Kund:innen informieren, wer die Produkte produziert und wo sie genau herkommen. Bei Preis-Aktionen für österreichische Eigenmarken übernimmt Lidl Österreich die Preisdifferenz selbst, so erhalten Lieferanten stets den langfristig vereinbarten Einkaufspreis.

Fast alle Artikel der österreichischen Eigenmarken tragen außerdem das AMA-Gütesiegel. Das gilt auch für Brot und Gebäck aus dem Backshop. Ein Großteil der Backwaren mit Herkunft aus Österreich ist mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet. Diese konsequente Kennzeichnung macht die heimische Wertschöpfung auch bei frischen Backwaren unmittelbar sichtbar und bietet den Kund:innen eine klare Orientierung beim täglichen Einkauf.

„Gerade bei Brot und Gebäck entscheiden viele Kund:innen spontan. Eine klare Kennzeichnung wie das rot-weiß-rote AMA-Gütesiegel hilft dabei, Qualität aus Österreich auf einen Blick zu erkennen. Dass Lidl diese Kennzeichnung sichtbar macht, stärkt das Vertrauen



in die geprüfte Herkunft und Qualität und unterstützt regionale Betriebe", so Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing.

Diese Presseaussendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: *Heimische Unternehmen erwirtschafteten 2025 durch die Zusammenarbeit mit Lidl über 1,2 Mrd. Euro – fast 600 Mio. Euro durch Exporte in andere Lidl Länder. (Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl Österreich)*

Über Lidl Österreich

Wir bieten unseren Kunden einen einfachen und schnellen Einkauf zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Seit dem Start 1998 haben wir uns erfolgreich am heimischen Lebensmittelmarkt etabliert. Heute arbeiten bereits rund 5.800 Mitarbeiter bei uns: in der Salzburger Zentrale, in den drei Logistikzentren in Laakirchen, Wundschuh und Großebersdorf und in über 250 Filialen.

Außerdem wurden wir auch heuer wieder zum „Besten Händler des Jahres“ in Österreich gewählt: In unserem smarten Sortiment mit über 2.400 Artikeln gibt es alles für den täglichen oder wöchentlichen Familieneinkauf. Vieles davon kommt AMA-zertifiziert oder in Bio-Qualität von heimischen Lieferanten. Ein durchdachtes Logistikkonzept ermöglicht neben Frische ein Angebot von jährlich rund 6.000 zusätzlichen Artikeln, darunter heimische Schmankerl und internationale Spezialitäten. Mit den beiden Geschäftsfeldern Lidl-Reisen und Lidl-Connect haben wir weitere attraktive Angebote für Lidl-Kunden. www.lidl-reisen.at, www.lidl-connect.at

Verantwortung lohnt sich.

Nachhaltiges Wirtschaften ist fester Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Dabei geht es um mehr Bewusstsein für ein verantwortungsvolles Handeln gegenüber Konsumenten:innen, Lieferant:innen, Partner:innen, Mitarbeiter:innen, unserer Umwelt und der gesamten Gesellschaft. Im Zuge unserer „Net Zero Strategie“ schützen wir das Klima, indem wir unsere Treibhausgas-Emissionen bis 2050 so weit wie möglich reduzieren. Wir fördern die Gesundheit, indem wir unser Sortiment entlang der „planetary health diet“ entwickeln. Dabei bieten wir unseren Kund:innen eine umfangreiche Auswahl für eine bewusste Ernährung zum besten Preis. Mit dem „Rette mich Sackerl“, der „Rette mich Box“, gezielten Rabattierungen und Spenden an gemeinnützige Organisationen setzen wir aktiv Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung. Im Rahmen unserer Plastikstrategie „REset Plastic“ gestalten wir Produkte und Verpackungen so, dass sie recyclingfähig sind. Wir schließen Kreisläufe und schonen dadurch Ressourcen. Durch den verantwortungsvollen Einkauf unserer Waren achten und schützen wir die Biodiversität. Mehr Infos zum nachhaltigen Engagement gibt's auf www.lidl.at/verantwortung

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:



PRESSEINFORMATION

Lidl Österreich
Hansjörg Peterleitner
Unternehmenskommunikation
Tel.: +43/(0)662/44 28 33 - 1310
E-Mail: presse@lidl.at