

LIDL ÖSTERREICH: SOLIDES GESCHÄFTSJAHR 2021

- RUND 1,5 MRD. EURO UMSATZ NETTO (+ 2 %)
- BIO-UMSATZ UM FAST 20% GESTEIGERT
- 150 NEUE ARTIKEL
- 870 MIO. EURO WERTSCHÖPFUNG FÜR HEIMISCHE LIEFERANTEN

Im Geschäftsjahr 2021 erwirtschaftete Lidl Österreich einen Umsatz von rund 1,5 Mrd. Euro netto, das bedeutet ein Plus von 2 % und eine leichte Steigerung des Marktanteils. 100 Millionen Euro wurden in Modernisierungen, Neubauten und Erweiterungen investiert. Auch heimische Unternehmen profitierten von der Zusammenarbeit mit Lidl Österreich: Die Wertschöpfung kletterte auf 870 Mio. Euro – rund 370 Mio. Euro davon allein über Exporte. 2022/23 will Lidl Österreich den erfolgreichen Weg fortsetzen.

„Die Pandemie hat die Wettbewerbssituation in Österreich weiter verschärft. Wir mussten uns ordentlich anstrengen. Am Ende haben wir den Umsatz leicht gesteigert und den Marktanteil leicht ausgebaut – und das bei einer nahezu gleichbleibenden Anzahl unserer Standorte und längeren Schließzeiten durch Umbauarbeiten“, zieht Alessandro Wolf, Vorsitzender der Geschäftsleitung, Resümee. Im Zuge der qualitativen Expansion wurden bereits über 180 der aktuell 255 Standorte modernisiert und auf ein neues Shop Design umgestellt. Bis Mitte 2023 sollen alle Filialen umgebaut sein – die Investitionen dafür liegen neuerlich bei rund 100 Mio. Euro.

Sortimentsoffensive

„Wir haben uns zum Smart Diskonter entwickelt. Das bedeutet, wir haben nicht das größte, sondern das richtige Sortiment und ansprechende Filialen – das alles zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis“, so Karsten Kremer, Geschäftsleiter Einkauf & Marketing. Allein im vergangenen Jahr wurden ca. 150 neue Artikel eingelistet. „Mit über 2.100 Produkten im dauerhaften Sortiment sind wir jetzt noch regionaler, noch vielfältiger und damit eine

Haupteinkaufsstätte für den täglichen und wöchentlichen Familieneinkauf. Unser Frischeangebot ist deutlich breiter, ebenso wie das Bio-Angebot. Und der Erfolg gibt uns recht: Allein im Bio-Bereich ist der Umsatz um fast 20 % gestiegen.“

Wertschöpfung für heimische Lieferanten

Davon profitieren auch heimische Betriebe: Mehr als die Hälfte aller verkauften Lebensmittel in den Filialen stammt von österreichischen Lieferanten. Im vergangenen Jahr waren das über 400 Mio. Artikel und eine Rekord-Wertschöpfung von mehr als 870 Mio. Euro. Allein über den Export zu anderen Lidl Landesgesellschaften haben heimische Lebensmittellieferanten rund 370 Mio. Euro erwirtschaftet. „Unser Fokus liegt weiterhin auf Regionalität und Bio-Qualität. Hier haben wir uns das Ziel gesetzt, jeden Eckartikel auch in Bio-Qualität anzubieten. Aktuell kommen wir bereits über 280 Bio-Produkte, bis Ende 2023 werden es 350 sein“, so Wolf. In den kommenden Jahren soll auch der fleischlose Sektor wachsen: „Bis 2025 werden wir hier auf über 400 Produkte aufstocken. Unser Ziel ist klar, im Diskontbereich beim veganen Angebot die Nummer eins zu sein.“

Neuerliche Anhebung des Mindestlohns – Bestzahler in der Branche

Über 5.800 Mitarbeiter:innen arbeiten bei Lidl Österreich in den über 250 Filialen, drei Logistikzentren und zentralen Stellen. Mit 1. März erhöhte Lidl Österreich ein weiteres Mal das Mindestgehalt auf Vollzeitbasis für alle Filial-Mitarbeiter:innen auf 2.090 Euro brutto, das sind 16 % über dem Kollektivvertrag. Noch in diesem Jahr testet Lidl Österreich darüber hinaus eine Vier-Tage-Woche für ausgewählte Büroarbeitsplätze. Bereits fix eingeführt wurde eine sechste Urlaubswoche für Mitarbeiter:innen mit Pauschalverträgen.

Lidl Klima-Offensive: Unserer Erde zuliebe

Auch in Sachen Nachhaltigkeit hat Lidl Österreich ambitionierte Ziele: So wurde 2021 in Kooperation mit der WWF Climate Group eine eigene Klimastrategie veröffentlicht. „Mit der Lidl Klima-Offensive stellen wir Taten vor Worte und arbeiten klimafreundlicher als je zuvor“, so Wolf. Der Aktionsplan ist vielschichtig und umfasst alle Unternehmensbereiche: vom gezielten Einsatz von Photovoltaikanlagen für Filialen und Logistikzentren über den verantwortungsvollen Umgang mit Plastikverpackungen bis hin zur klimaschädlichen

Lebensmittelverschwendung. Beispielsweise haben fast alle Filialen in Österreich eine Kooperation mit einer oder mehreren sozialen Einrichtungen, die nicht verkäufliche Lebensmittel regelmäßig abholen.

Neuerungen bei Mobilfunktarif Lidl Connect

Seit Start von Lidl Connect 2019 ist es das oberste Ziel das beste Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten, dieses wurde heuer zum dritten Mal von der Österreichischen Gesellschaft für Verbraucherstudien (ÖGVS) und SMARTPHONE Magazin mit einem Siegel bestätigt. Das hat sich bezahlt gemacht: Bereits über 140.000 SIM-Karten sind im Umlauf. Dieser Strategie bleibt Lidl Österreich mit allen Lidl Connect Tarifen auch 2022 treu und legt mit dem beliebten Highlight Tarif „Lidl Connect Black“ noch eins drauf. Die Corona Pandemie hat genau gezeigt, wo Bedarf bei den Kund:innen besteht: Schnelles, günstiges, mobiles Breitband-Internet für Homeoffice, Homeschooling oder Gaming für alle Österreicher:innen. Um diesen Bedarf bestmöglich abzudecken, wird Lidl Connect die neue 5G Technologie zum Einsatz bringen und plant daher noch im Geschäftsjahr 2022 einen 5G Tarif für das Mobile Breitband Internet – und wie immer zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Bild: *Mehr Auswahl, mehr Bio, mehr heimische Produkte. Auch 2022 hat Lidl Österreich viel vor.*
(Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl Österreich)

Diese Presseaussendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

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 über 5.800 Mitarbeiter bei uns: in der Salzburger Zentrale, in den drei Logistikzentren in Laakirchen, Wundschuh und Großebersdorf und in über 250 Filialen. Wir wollen der beste Arbeitgeber der Branche sein. Das Great Place to Work Institute hat uns bereits acht Mal in Folge als einer der besten Arbeitgeber in Österreich ausgezeichnet.

Pressestelle Lidl Österreich

Hansjörg Peterleitner · Unter der Leiten 11, 5020 Salzburg · 0662 - 44 28 33 1310 ·

presse@lidl.at

In unserem smarten Sortiment mit über 2.100 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

Auf dem Weg nach morgen

Nachhaltiges Engagement und verantwortungsvolles Wirtschaften sind uns wichtig. Dabei geht es um mehr Bewusstsein für ein verantwortungsvolles Handeln gegenüber Konsumenten, Lieferanten, Partnern, Mitarbeitern, Umwelt und der Gesellschaft. Wo möglich sagen wir „Pfiat di Plastik“ und reduzieren oder verzichten auf Kunststoff. Wo dies nicht sinnvoll ist, achten wir auf gute Recyclingfähigkeit und hohe Recyclinganteile. Großen Wert legen wir außerdem auf die Reduktion der Lebensmittelverschwendung: Mit unserer „Rette mich Box“ und gezielten Rabattierungen um bis zu 50% retten wir Lebensmittel vor der Biotonne. Grünstrom und Photovoltaikanlagen auf unseren Filialen vermeiden zusätzliche CO₂-Emissionen und leisten damit einen Beitrag zum Klimaschutz. Mit der Lidl Klimaoffensive als Teil unserer ganzheitlichen CSR-Strategie stellen wir Taten vor Worte und setzen uns ehrgeizige, ambitionierte Ziele. Mehr Infos zum nachhaltigen Engagement gibt's auf www.aufdemwegnachmorgen.at

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

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