



PRESSEINFORMATION

VOLLE POWER FEIERN! - PARKSIDE FEIERT 30-JÄHRIGES JUBILÄUM

Seit 30 Jahren begleitet die Heimwerker-Marke PARKSIDE Menschen und ihre Projekte. Zum Jubiläum feiert PARKSIDE in ganz Europa.

Ein Meilenstein für PARKSIDE: Die Marke feiert im Jahr 2026 ihr 30-jähriges Bestehen. Was 1996 begann, hat sich drei Jahrzehnte später zur meistverkauften DIY-Marke Europas entwickelt. Unter dem Jubiläums-Motto "VOLLE POWER FEIERN!" blickt die Marke auf eine beispiellose Wachstumsgeschichte zurück.

Ob ambitioniertes DIY-Projekt, professionelle Werkstatt-Anwendung oder die Pflege des heimischen Gartens - die Marke PARKSIDE hat sich als europaweiter Marktführer im Heimwerken etabliert und verfolgt ein klares Ziel: Heimwerker dabei zu unterstützen, ihre Projekte eigenständig und erfolgreich umzusetzen. Insbesondere in Zeiten gestiegener Lebenshaltungskosten entscheiden sich viele Menschen dafür, Arbeiten im Haus oder Garten selbst umzusetzen. Und auch eine Entwicklung hin zu Nachhaltigkeit, bewusstem Konsum und Ressourcenschonung gepaart mit dem Wunsch nach Selbstbestimmung motiviert Menschen dazu, gebrauchte Möbel zu reparieren und ihnen ein zweites Leben zu schenken. Von Anfang an ist PARKSIDE für viele Menschen die Marke der Wahl, um ihre Projekte anzupacken - und das mit Werkzeug in höchster Qualität zum besten Preis.

Ein Jubiläum voller Highlights

Nach dem erfolgreichen Guinness World Record von "THE PULL", bei dem ein PARKSIDE Akkuschrauber das größte Passagierflugzeug der Welt, einen Airbus A380 gezogen hat, und den aktuellen Vorbereitungen eines erneuten Stunts, markiert das 30-jährige Jubiläum für PARKSIDE nun den nächsten Meilenstein. Zu diesem Anlass startet die Marke eine 360-Grad-Kampagne unter dem Motto "VOLLE POWER FEIERN!", die nicht nur die Markengeschichte würdigt, sondern auch die DIY-Community in den Mittelpunkt stellt. Mit verschiedenen Aktionsangeboten, Social Media Aktionen und Gewinnspielen können Kunden



PRESSEINFORMATION

gemeinsam mit PARKSIDE "VOLLE POWER FEIERN!" und Teil einer starken Community werden. Die Jubiläumsaktionen starten Mitte Juli. Bis Ende September bietet PARKSIDE dabei die "PARKSIDE Gold Edition" sowie limitierte Auflagen verschiedener Lidl-Produkte im PARKSIDE Design an. Mit der Jubiläumskampagne zelebriert PARKSIDE nicht nur 30 Jahre Erfolg, sondern blickt mit voller Power in die Zukunft.

„30 Jahre PARKSIDE sind ein Beweis für unsere Qualität. Wir haben das Heimwerken in die Mitte der Gesellschaft gebracht. Mittlerweile ist eine echte Community an PARKSIDERN entstanden, die sich gegenseitig inspiriert und mit Tipps und Tricks für das nächste DIY-Projekt motiviert. Unser Dank gilt den Millionen von Kunden, die uns seit drei Jahrzehnten ihr Vertrauen schenken und uns jeden Tag zeigen: Gemeinsam packen wir das!“, so Robin Ruschke, Head of Marketing bei Lidl Stiftung und Co. KG.

Der Erfolgsweg von PARKSIDE

Die Marke PARKSIDE wurde 1996 gegründet. Der Name der Marke leitet sich von der Parkside Street in London ab, in deren Nähe sich die britische Lidl Zentrale befand. Ausgehend von einem umfassenden Sortiment für Heimwerker wurde das Angebot kontinuierlich um Gartenprodukte erweitert. Die Untermarke PARKSIDE PERFORMANCE bietet zudem fortgeschrittenen Heimwerkern und Profis besonders hohe Leistung für anspruchsvolle Projekte.

Mit Arnold Schwarzenegger hat PARKSIDE sich 2023 einen starken Markenpartner an die Seite geholt, mit dem die Marke immer wieder aufmerksamkeitsstark zum Anpacken und Selbstmachen motiviert. Mittlerweile hat PARKSIDE eine echte Community an PARKSIDERN aufgebaut und ist als Marke auf relevanten Plattformen vertreten.

Ein Meilenstein der PARKSIDE Wachstumsgeschichte ist die Auszeichnung als meistverkaufte DIY-Marke durch Euromonitor. 2022 wurde PARKSIDE eine eigenständige Ankermarke und eine von mittlerweile sechs definierten Non-Food Themenwelt von Lidl. Die Produkte werden seit 2023 auch bei Kaufland angeboten.



PRESSEINFORMATION

Über PARKSIDE:

Die Marke PARKSIDE – erhältlich bei Lidl und Kaufland – bietet Heimwerker-Produkte, mit denen jeder Arbeiten im Garten, am Haus oder in der Werkstatt im Handumdrehen und in Eigenregie ausführen kann. PARKSIDE PERFORMANCE spricht darüber hinaus auch hoch ambitionierte, fortgeschrittene Heimwerker an. Mit einem unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis, einem breiten Sortiment und hoher Qualität konnte PARKSIDE bereits weltweit DIY-Fans überzeugen. Mehr Informationen unter: www.parkside-diy.com.

Diese Presseaussendung ist zur Verbreitung in Österreich bestimmt.

Bild: PARKSIDE feiert 30-jähriges Jubiläum. 2022 wurde PARKSIDE eine eigenständige Ankermarke und eine von mittlerweile sechs definierten Non-Food Themenwelt von Lidl.
(Abdruck für Presse Zwecke honorarfrei, Fotocredit: Lidl)

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 Großbeersdorf 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

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



PRESSEINFORMATION

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