

Die Logik des Discounts



Logik des Discounts



Lidl lohnt sich.

➔ LIDL STELLT SICH VOR

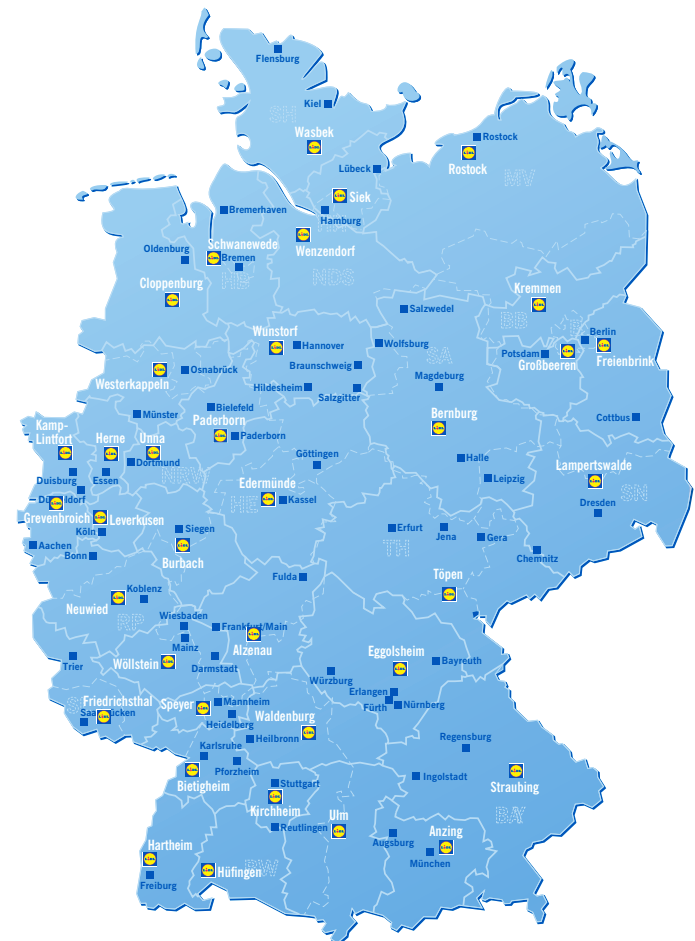
➔ SORTIMENTSGESTALTUNG

➔ LIDL LOHNT SICH

➤ deutschland
➤ heute

Lidl heute Deutschland

- Lidl betreibt 36 Regionalgesellschaften mit angegliedertem Logistikzentrum in Deutschland
- Lidl hat deutschlandweit mehr als 3.000 Filialen
- Über 50.000 Mitarbeiter/-innen arbeiten in Deutschland bei uns



➤ ziel

➤ strategie

➤ qualität

Zielsetzung unserer Sortimentsgestaltung

Angebot eines standortgerechten Sortiments, insbesondere Produkte des täglichen Bedarfs mit bester Qualität zum günstigsten Preis.



Logik des Discounts



Lidl lohnt sich.

→ LIDL STELLT SICH VOR

→ SORTIMENTSGESTALTUNG

→ LIDL LOHNT SICH

→ ziel

→ strategie

→ qualität

Positive Verbundwirkung

Eigenmarken-Sortiment



Marken-sortiment



Impuls-sortiment (Zusatz)



➔ ziel

➔ strategie

➔ qualität

Die Strategie unserer Sortimentsgestaltung

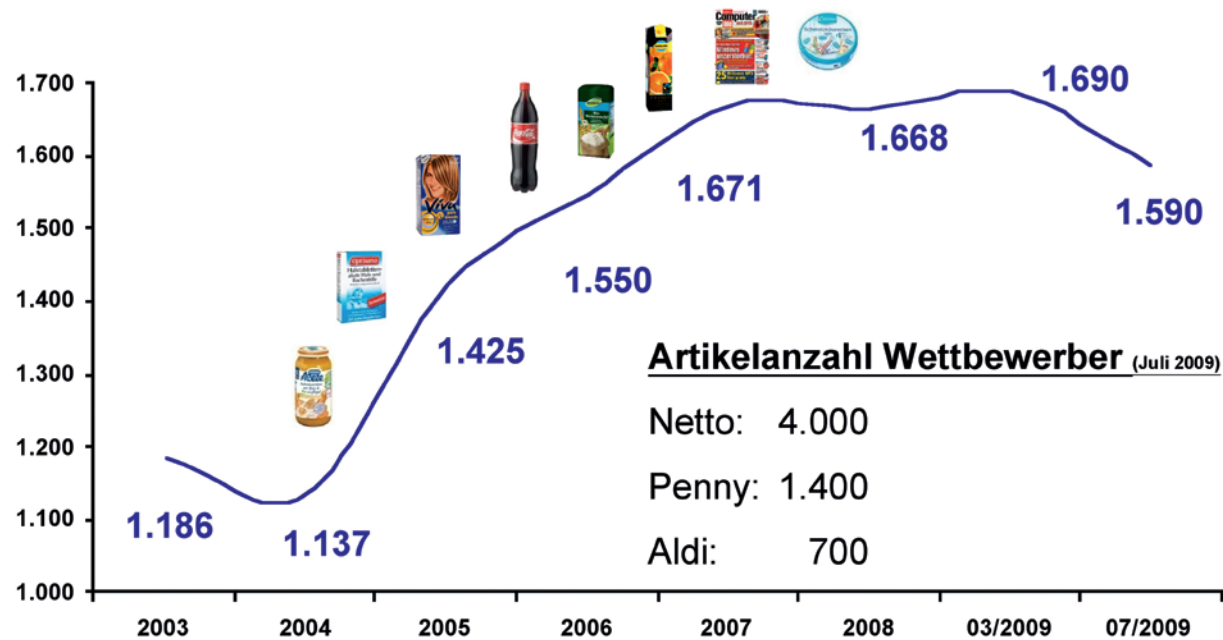
- Sortimentstiefe und -breite
- Faktoren, die das Sortiment begrenzen
- Umschlaggeschwindigkeit, Flächenproduktivität
- zu erzielender Deckungsbeitrag
- ständige Sortimentsanpassung (neue Trends)
- Kontinuität in Sortimentsgestaltung





- ziel
- strategie
- qualität

Lidl und die Wettbewerber: Artikelanzahl



Logik des Discounts



Lidl lohnt sich.

➔ LIDL STELLT SICH VOR

➔ SORTIMENTSGESTALTUNG

➔ LIDL LOHNT SICH

➔ ziel

➔ strategie

➔ qualität

Qualitätsstrategie

Beispiel für Umsetzung unserer Qualitätsstrategie in unsere Sortimentspolitik:

Bio-Sortiment



MSC Fisch



Fairglobe-Artikel





→ ziel

→ strategie

→ qualität

Markenpolitik

Qualitätsorientierung mit Hilfe einer restriktiven Eigenmarkenpolitik: Konsequente Führung von Eigenmarken soll soweit reichen, dass diese den Status von klassischen Markenartikeln erreichen

Markenkategorien

- Eigenmarken aus Eigenproduktion
- Eigenmarkenprodukte unter Lidl Marke
- Exklusivmarken



Logik des Discounts



Lidl lohnt sich.

➔ LIDL STELLT SICH VOR

➔ SORTIMENTSGESTALTUNG

➔ LIDL LOHNT SICH

- ➔ ziel
- ➔ strategie
- ➔ qualität



Markenpolitik

- Die Eigenmarkenstrategie bestimmt das Profil unseres Sortiments: Eine kontinuierliche und langfristige Markenpflege, mit dem Ziel, den Kunden eine klare und unverwechselbare Vorstellung von Qualität und Preis des Lidl-Sortiments zu vermitteln
- Ein Sortimentsstil, der unserer Unternehmenspolitik entspricht und somit als imageförderndes Element wirken kann



Lidl lohnt sich.