

'Einde aan opmars van Lidl'

26-10-2015 13:58

Lidl heeft in augustus voor het eerst marktaandeel ingeleverd ten opzichte van een jaar eerder. Waar Lidl vorig jaar nog 9,9 procent van de Nederlandse markt in handen had, lag dat percentage afgelopen augustus op 9,8 procent. Dat meldt [Distrifood](#) op basis van cijfers van onderzoeksbureau Nielsen.

Lidl beschikte eind 2014 nog over 10,4 procent marktaandeel, het hoogste percentage sinds zijn introductie in Nederland. Verder blijkt uit de vertrouwelijke cijfers dat de omzet van servicesupermarkten Albert Heijn, Jumbo en Plus harder groeit dan die van Lidl en Aldi. Die trend zou inmiddels al vier maanden duren.

Desondanks is de totale omzet van Lidl dit jaar gegroeid, weet een ingewijde. "Maar dat heeft de keten te danken aan de opening van nieuwe winkels." Het winkelbestand van de Duitse supermarktketen in ons land is sinds augustus vorig jaar met zestien winkels uitgebreid tot 388 filialen.

Lidl presteert sterk in vers, maar zou hebben ingeleverd in groepen waar A-merken sterk vertegenwoordigd zijn. Dat verklaart volgens Distrifood de meest recente reclamecampagne van de retailer, waarin zijn eigen producten worden afgezet tegenover bekende A-merken als Coca-Cola en Calvé.

Verder test Lidl sinds deze maand een winkel met nieuwe elementen in ons land. In de pilotstore in Halsteren is plek voor negen kassa's, een toilet voor klanten en een nieuwe kleurstelling.