

Lidl ziet nog brood in e-commerce

15-03-2018 08:30



Lidl mikt dit jaar op een internationale e-commerceomzet van meer dan een miljard euro. Vorig jaar kwam de supermarktketen uit op zo'n 750 miljoen euro, meldt vakblad [Handelsblatt](#) op basis van bronnen.

Lidl schraptte vorig jaar zijn plannen voor de click & collect-winkel Lidl Express en stopte met de verkoop van voedsel in zijn webshop, omdat er geen winst werd gemaakt. Verder vertrokken e-commercebaas Heiko Hegwein en een aantal andere kopstukken bij Lidl, waardoor het leek alsof de retailer zijn handen aftrok van de online markt.

Toch is de online omzet het afgelopen boekjaar met meer dan de helft toegenomen ten opzichte van een jaar eerder. Die groei wil Lidl voortzetten, zegt directeur Thorsten Reichle van Lidl Digital. "De relevantie van e-commerce voor Lidl neemt toe."

Het e-commerceoffensief van Lidl focust zich in Europa vooral op de uitbreiding van de non-foodactiviteiten. In de Verenigde Staten houdt het Duitse bedrijf een pilot met het bezorgen van verse boodschappen. Op die manier verzamelt Lidl volgens Reichle 'belangrijke ervaringen', maar die zijn niet één-op-één over te dragen naar eigen land. Het grote verschil zou zijn dat Amerikaanse consumenten wel bereid zijn te betalen voor levering tot in de koelkast.

In Nederland zijn er volgens een woordvoerder nog geen concrete plannen om dagelijkse boodschappen toe te

voegen aan de webshop, waar nu alleen non-food en wijn worden verkocht. Wanneer daar verandering in komt, kan ze niet zeggen. "Het spreekt voor zich dat wij de markt met grote interesse volgen."