



Lidl-Frankreich: Bis zu 100 % Rückerstattung – die Einzelhandelskette zieht alle Register

Der Marktanteil von Lidl im französischen Einzelhandel ist rückläufig. Die deutsche Supermarktkette beginnt nun damit, besondere Aktionen durchzuführen, um wieder mehr Kunden anzulocken.

Lidl hat in Frankreich Marktanteile verloren. Die Supermarktkette, die seit 2017 nonstop höhere Kundenzahlen melden konnte, hat in letzter Zeit jedoch an Boden verloren und verzeichnet in der neuesten Kantar Worldpanel P11-Umfrage, die am Donnerstag veröffentlicht wurde, einen Marktanteil von 7,9 %, was einem Rückgang von 0,3 Prozentpunkten im Jahresvergleich entspricht. Leclerc führt weiterhin mit einem Marktanteil von 23,7 % vor Intermarché mit 16,1 % und Super U mit 11,8 %.

Parts de marché : @Leclerc humilie à nouveau ses concurrents
Ici >> <https://t.co/NaaAskWIAq>

— Olivier Dauvers (@Dauvers70) November 16, 2023

Der Direktor für Einkauf und Marketing von Lidl-Frankreich ist – zumindest öffentlich – noch nicht beunruhigt über die Situation. „Die Inflation betrifft alle. Unsere Kunden besonders, da sie oft wirtschaftlich verletzlicher und daher immer auf der Suche nach dem besten Preis sind“, erklärte Thiago Almeida in der Zeitung Le Parisien.

Die deutsche Handelskette hat jetzt beschlossen, hart zuzuschlagen, um neue Kunden anzulocken. Vom 6. bis 12. Dezember werden Rabattgutscheine im Wert von 5 € verteilt, die ab einem Einkaufswert von 50 € eingelöst werden können. Jeder Kunde, der die Lidl Plus-App heruntergeladen hat, erhält automatisch einen solchen Gutschein, und in jedem Prospekt wird ein Coupon beigelegt. Es werden Rabattgutscheine im Wert von insgesamt 100 Millionen Euro verteilt.

Eine weitere neuartige Maßnahme: Die Küchenmaschine Monsieur Cuisine Plus Smart, die für 360 € verkauft wird, wird zu 100 % erstattet. Jeder Kunde, der sie gekauft hat, erhält im Jahr 2024 jeden Monat einen Gutschein über 30 €, der ohne Mindestkaufsumme beliebig eingelöst werden kann. 30 € entspricht einem durchschnittlichen Einkauf bei Lidl. „Das bedeutet, dass diese Kunden einmal im Monat kostenlos bei uns einkaufen“, erklärt Thiago Almeida und versichert: „Wir haben das beste Preis-Leistungs-Verhältnis“.

Es bleibt jedem Kunden selbst überlassen, sich eine Meinung zu bilden.