

Lidl neemt met nieuwe indeling winkels afstand van rivaal Aldi

Discounter zet productgroepen die bij elkaar passen nadrukkelijker bij elkaar

HILVERSUM – Lidl test in een aantal filialen een nieuwe routing. Onder meer in het filiaal aan de Lorentzweg in Hilversum zijn opvallende wijzigingen doorgevoerd. 'De klant komt nu een rustiger en constanter winkelbeeld tegen', zegt woordvoerder Selma Nederhoed namens Lidl.

door Pascal Kuipers

Met de nieuwe routing heeft Lidl een indeling die op verschillende onderdelen afwijkt van de standaard die de Duitse discounter internationaal gebruikt. In alle Lidl's staan de wijnen meteen in het eerste straatje. In Hilversum wordt het eerste gangpad echter gedomineerd door een speciaal aangelichte broodpresentatie die naar voren is gehaald.

Naast het brood staat logischerwijs het broodbeleg. De schappen tegenover het brood zijn nu ingeruimd voor een assortiment chocolade en zoetwaren. De wijnpresentatie die er eerst stond, is verschoven naar een positie middenin de winkel. Daar vormen de wijnen, de frisdranken en de bieren een geheel met zoutjes en snacks.

Logische combinatie

'Net zoals broodbeleg naast het brood is dit ook een logische combinatie', zegt supermarktexpert Erik Hemmes. 'Lidl voert dit consequent door. Zo heeft Lidl op de koel- en diepvriesmeubels speciale rekjes aangebracht waar sauzen en marinades worden aangeboden. Dat zoetwaren en chocolade nu vooraan in de winkel ligt is uniek in Nederland. Ik heb vernomen dat dit in Duitsland nu ook het geval is.'

Signalement

Naam: Lidl
Adres: Lorentzstraat 59
Plaats: Hilversum
Oppervlakte: 1100 m²
Kassa's: 6

Ook opvallend is de wijze waarop Lidl het non-food presenteert. Voorheen was dat – zoals internationaal gebruikelijk – in één lange presentatie die de winkel als het ware in tweeën verdeelde. Nu staat non-food in twee rijen naast elkaar achterin de winkel compact gepresenteerd. 'Het kan zijn dat klanten niet de moeite namen om de non-food-schappen over de gehele lengte af te lopen', meent Hemmes. 'Nu staat het compacter gepresenteerd en trekt het meer de aandacht.'

Met schaplabels waarop staat 'Nieuwsgierig? Dan kijkt u toch gewoon even aan de andere kant' wijst Lidl de klant nadrukkelijk op de nieuwe indeling van de non-food presentatie.

Aartsrivaal

Naar verluidt is de nieuwe routing een gevolg van een test die Lidl in Duitsland heeft gedaan. Hiermee neemt de discounter afstand van aartsrivaal Aldi, die qua indeling erg veel gelijkenissen met Lidl vertoonde. Bovendien sluit dit beter aan bij de presentatie die klanten in service-supermarkten gewend zijn. 'We hebben dit sinds enkele weken in meerdere filialen ingezet', zegt Selma Nederhoed namens Lidl.

'Als de consument positief reageert op de nieuwe indeling, zullen we dit gefaseerd invoeren in al onze winkels. Het voordeel van de nieuwe indeling is, dat de klant nu een rustiger en constanter winkelbeeld tegenkomt. Zo zijn de bulkpresentaties sappen en frisdrank naar een ander gangpad verplaatst. Dat geeft meer rust bij binnenkomst van de winkel.' *



Non-food staat nu in twee kortere rijen naast elkaar gepresenteerd, achterin de winkel. Dit vergroot de aandacht van de klant voor dit assortiment. Boven de schappen wijst Lidl op meer assortiment aan de andere zijde van het schap.

FOTO'S TON KASTERMANS



De bulkpresentaties van dranken heeft Lidl bij de ingang van de winkel weggehaald, om meer rust te creëren voor de klant die de winkel betreedt. Frisdrank staat nu in de buurt van wijn en bier midden in de winkel.



Zoutjes, snacks en bier. Een logische combinatie in de drankenstraat bij Lidl.



Opvallend aanwezig een standaard met plastic zakjes om op de agf-afdeling los fruit af te wegen.



De speciaal aangelichte broodpresentatie domineert het eerste gangpad. Daarnaast staat het broodbeleg. Deze presentatie staat ook plaatsing van een bake off-oven toe.