

ten Monaten und Jahren auf dem Klimaschutz. Dazu gehört auch unsere Strategie zur Plastikreduktion, Forcierung der Kreislaufwirtschaft oder die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, aber auch erneuerbarer Energie. Aktuell sind bereits über 20 Photovoltaikanlagen auf den Filialen und Dächern der Logistikzentren in Betrieb, die umweltfreundlichen, grünen Strom produzieren. Auch das Thema E-Mobilität ist uns wichtig. Derzeit haben wir 38 Filialen mit kostenlosen E-Tankstellen für unsere Kunden und Mitarbeiter. Das Thema Klimaschutz wird weiter eine große Rolle spielen – Neues zu unserer Klima-Offensive wollen wir im Herbst präsentieren.

medianet: In den vergangenen Jahren hat die Discounter-Branche einen großen Imagewandel durchgemacht. Wie grenzt sich Lidl von den Mitstreitern aus dem Diskont-Bereich ab?

Wolf: Der Diskont hat sich in den vergangenen Jahren unheimlich weiterentwickelt – vor allem, was



© Lidl Österreich

die Themen Warenpräsentation, Vielfalt und Qualität oder das Frischeangebot betrifft. Mit unserem breiten Sortiment sind wir mittlerweile ein richtiger One-Stop-Shop und entwickeln uns hin zum Smart-Discounter. Eine Besonderheit sind beispielsweise auch unsere ‚Food-Expos‘ mit regelmäßig wechselnden, internationalen Länderaktionen. Hier können wir auf die gemeinsame Stärke der einzelnen Lidl-Länder innerhalb der Gruppe bauen und so die besten internationalen Produkte für unsere Kunden anbieten. Unsere alten Tugenden wie ein überragendes Preis-Leistungsverhältnis und ein konsequenter Frischeansatz sind geblieben. Und darauf kann man sich bei uns auch in Zukunft verlassen. Wir arbeiten immer

daran, noch besser zu werden. Wir sind offen für Neues und Innovationen, aber es muss eben auch zu unserem Format passen. Stichwort Digitalisierung – hier ist unsere Lidl-Plus-App ein perfektes Beispiel: Seit 2018 gibt es unsere digitale Vorteils-App, die den Einkauf für unsere Kunden noch einfacher und angenehmer macht.

medianet: Kürzlich eröffnete Lidl in Wien-Liesing seine österreichweit 255ste Filiale. Wird diese Zahl 2021 weiter wachsen? Und was hat sich Lidl sonst noch so vorgenommen?

Wolf: Unser Fokus in den nächsten beiden Jahren liegt eindeutig auf unserem bestehenden Filialnetz. Der österreichische Lebensmittelmarkt hat die höchste

Facelifting

Beim neuen Filialkonzept wurde viel Wert auf Übersichtlichkeit, Atmosphäre und Kundenfreundlichkeit gelegt.

Marktkonzentration in ganz Europa. Standorte, die am Ende des Tages auch wirtschaftlich Sinn machen, sind gar nicht so leicht zu finden. Aber es gibt noch einige weiße Flecken – und auch für uns noch Luft nach oben. Unser Ziel ist es, weiter zu wachsen – aber nicht um jeden Preis. Das heißt, wir werden bei der Standortsuche selektiver vorgehen. Für das Geschäftsjahr 2021 sind aktuell vier neue Filialen geplant, vier weitere Standorte werden komplett neu errichtet, außerdem werden wir die qualitative Expansion weiter vorantreiben. Darüber hinaus geht bereits im Mai unser neues, hochmodernes Logistikzentrum in Großebersdorf in Vollbetrieb. Damit schaffen wir bis zu 250 neue Arbeitsplätze und investieren mehr als 150 Millionen Euro in die Region. Mit dem neuen Logistikzentrum legen wir den Grundstein für die weitere Expansion. Es ist eines der größten und leistungsfähigsten Logistikzentren der gesamten Lidl-Gruppe und bringt zusätzliche Kapazitäten für die Belieferung unserer Filialen.



| Das Social Media-Tool für alle Branchen-Experten

Triple-Sieg bei ÖGVS-Test

Preis-Leistungs-Verhältnis in drei Kategorien top.

SALZBURG. Der „Branchenmonitor 2021“ der Österreichischen Gesellschaft für Verbraucherstudien (ÖGVS) ist das größte österreichweite Ranking in den Bereichen Kundenzufriedenheit, Kundenservice und Preis-Leistungsverhältnis.

Bei der heurigen Kundenbefragung gingen mehr als 320.000 Urteile zu insgesamt 1.877 Unternehmen ein.

Lidl Österreich holte in der Kategorie „Preis-Leistungsverhältnis“ einen Triple-Sieg und wurde in den Bereichen „Lebensmittel-Discounter“, „Mobilfunkanbieter“ und „Reiseportale“ gleich zum dreifachen „Branchenchampion“ gekürt. (red)

Alle Sieger unter: <https://www.qualitaetstest.at/awards/branchenmonitor-2021>



© Lidl Österreich