



«Future Store»

24. Mai 2016 10:10; Akt: 24.05.2016 10:29

# Neue Lidl-Filiale – folgen bald digitale Preisschilder?

*von S. Spaeth - Viel Tageslicht, zwei Stockwerke und Bildschirme statt Plakate: So sieht die 5 Mio. Franken teure neue Lidl-Filiale aus. Bei Mitarbeitern will Lidl mit einem Lounge-Bereich punkten.*

Grosse Bildschirme statt aggressive Plakate, Tageslicht und LED-Lampen statt Leuchtstoffröhren, Holz-Design: So präsentiert sich die Lidl-Filiale der neusten Generation, die in Teilen erstmals zweistöckig ist. Der Laden auf einem ehemaligen Parkplatz des Maschinenherstellers Rieter in Winterthur wird am Donnerstag eröffnet. Er hat zwar nicht mehr Verkaufsfläche als eine Standardfiliale, der Verkaufsraum aber ist um einiges höher. «Das Raumgefühl ist viel besser, die Filiale wirkt hochwertiger und übersichtlicher», sagt Lidl-Geschäftsleitungsmitglied Marco Landolt auf einem Rundgang mit 20 Minuten.

Der im Jahr 2009 in der Schweiz gestartete Discounter bezeichnet die neue Filiale als «Future Store». 5 Millionen Franken hat sie gekostet, 550'000 Franken mehr als die bisherigen Standard-Läden. Auffällig für die Kunden sind neben den im letzten Jahr vorgestellten neuen Kassen mit Nachlaufband sieben bis zu 55 Zoll breite Bildschirme: So erwarten die Kunden am Eingang neben dem Automaten mit 50-Rappen-Kafi Touch-Screens, auf denen Lidl seine Aktionen anpreist oder die Nachhaltigkeitsstrategie erklärt.

## Wann kommt das digitale Preisschild?

«Der Kunde nimmt die Botschaften auf den Screens laut Tests nicht besser wahr, wir sparen aber Druckkosten», sagt Landolt, der bei Lidl für Bau und Expansion zuständig ist. Zudem hätten sich viele Kunden an der Flut der Preisplakate gestört. Wird Lidl nach den grossen Bildschirmen bald digitale Preisschilder einführen? «Wir haben uns noch nicht mit diesem Thema befasst», lautet Landolts offizielle Antwort.

«Die digitalen Preisschilder sind ein logischer Schritt. Die Händler können schneller reagieren und sparen Kosten», sagt Detailhandelsexperte Gotthard F. Wangler zu 20 Minuten. Er vermutet, dass die grossen Schweizer Anbieter bis Ende 2019 auf diesen Trend aufspringen. Den Grund für die aktuelle Zurückhaltung sieht Wangler in der negativen Wahrnehmung dynamischer Preise durch die Konsumenten. Darum ist es

zentral, wie der Detailhändler kommuniziert. Dynamische Preise funktionieren in beide Richtungen.

Vorreiter beim digitalen Preisschild in der Schweiz ist Media-Markt. Der Elektronikhändler setzt sie seit Mitte 2015 in allen Schweizer Filialen ein. Und zwar als Effizienzmassnahme: Die Mitarbeiter sparen viel Zeit, weil das Drucken und Auswechseln der Preisschilder entfällt.

### **Bessere Karten im Kampf um Mitarbeiter**

Von der gehobenen Atmosphäre in der neuen Lidl-Filiale profitieren auch die Mitarbeiter. Im Obergeschoss befinden sich Büros und Schulungsräume, eine Raucher-Terrasse sowie ein grosszügiger Pausenraum. Dieser ist mit einer Lounge und einer Bar ausgestattet. «Natürlich wollen wir nicht, dass unsere Mitarbeiter irgendwo zwischen Kartonkisten und Paletten ihre Pausen verbringen müssen», sagt Landolt. Die gute Atmosphäre werde Lidl auch im Kampf um die besten Mitarbeiter stärken.

Auch mit dem edleren Filialdesign will Lidl seinem Konzept treu bleiben: «Unsere Preise werden nicht höher, wir bieten weiterhin das beste Preis-Leistungs-Verhältnis», betont Landolt. Dafür hat Lidl die neue Filiale nochmals weiter auf Effizienz getrimmt, das Schlagwort heisst «Laufwegoptimierung». So müssen die Mitarbeiter in der Bäckerei weniger Strecken zu Fuss zurücklegen, weil die Theke nicht mehr gerade, sondern L-förmig angelegt ist.

### **Investitionen zahlen sich aus**

Der Lidl-Markt der neusten Generation erfüllt den Minergiestandard und verbraucht 50 Prozent weniger Energie als eine bisherige Filiale. Zudem soll bis ins Jahr 2020 pro Quadratmeter Filialfläche ein Fünftel weniger CO<sub>2</sub> verbraucht werden. Möglich wird dies durch eine Photovoltaikanlage auf dem Dach sowie der Nutzung der Abwärme der Kühlanlage.

Diese Investitionen lohnen sich auf längere Sicht aber auch finanziell, weil der Detailhändler Strom und Gaskosten spart. «Laut Berechnungen unserer Ingenieure sind die Mehrkosten nach 17 Jahren amortisiert», sagt Landolt. Die Lebensdauer einer Filiale wird auf 30 Jahre veranschlagt. Neben der Filiale in Winterthur will Lidl in diesem Jahr noch mit dem Bau von drei weiteren solchen Filialmodellen beginnen. Zurzeit zählt der Detailhändler in der Schweiz 105 Standorte