

## De Lidl online shop 1 jaar en 13 miljoen bezoekers later....

**Merelbeke, 29 maart 2017 – De Lidl online shop is er voor iedereen die telt. Zo gingen er 3.500 mensen skiën in een Lidl outfit, 21% van ons klusmateriaal wordt door vrouwen besteld en 34% van het huishoudgerief werd door mannen gekocht. En de Sint bracht dit jaar 14.000 Lidl pakketjes thuis. Na 1 jaar telt de online shop van Lidl meer dan 250.000 bezoekers per week.**

### **On- en offline gaan samen.**

Het non-food aanbod in de winkels is ook online te verkrijgen. Dit biedt een groot voordeel voor de klanten die dan net niet in de winkel geraken. Daarnaast wordt het assortiment online uitgebreid met extra “web-only” aanbiedingen. En het assortiment blijft groeien.

Matthias Kymers, hoofd E-commerce: *“Een jaar geleden gingen we live met ongeveer 200 producten, vandaag telt ons assortiment meer dan 3.000 artikelen. Lidl blijft ook gewoon Lidl online, geen keuzestress en uiterst scherpe prijzen. En ook online zullen we blijven verrassen met nieuwe producten. Zo kan ik al meegeven dat er binnenkort zelfs sauna’s te koop zullen zijn op onze webshop.”*

### **1 jaar in cijfers:**

- Ongeveer 250.000 bezoeken per week.
- De gemiddelde prijs op de webshop is €14.95
- Meer dan 3000 artikelen (inclusief wijn)
- Evenveel mannelijke als vrouwelijke bezoekers

### **Leuke weetjes:**

- De Lidl-shop is populair bij alle leeftijdsgroepen. Heel veel 50 en 60-plussers vinden hun weg naar de online shop.
- Op maandag en donderdag wordt het meest besteld. Dit valt samen met folderactiedagen.
- 21% van alle klusmateriaal wordt door vrouwen besteld.
- 34% van het huishoudmateriaal (reinigen, wassen en drogen) wordt door mannen gekocht.
- De Sint heeft vorig jaar meer dan 14.000 pakketjes thuis geleverd.
- Meer dan 3.500 mensen kochten hun Lidl ski-outfit online.



**Meer info:**

GSM: +32 477 40 23 63

T: +32 9 320 67 59

[Isabelle.Colbrandt@lidl.be](mailto:Isabelle.Colbrandt@lidl.be)

Lidl België is een supermarktketen met bijna 300 filialen in België en Luxemburg. De ruim 7000 werknemers zetten zich dagdagelijks in om verse groenten, fruit en sterke eigen merken aan te bieden voor de hoogste kwaliteit aan de laagste prijs. De Belgische onderneming vertaalt eenvoud en klantgerichtheid in budgetvriendelijk winkelen – zonder afbreuk te doen aan kwaliteit. Bovendien zet Lidl duurzaamheid voorop en werkt het onder het credo 'Op weg naar morgen' aan een betere toekomst voor mens en milieu.