
Lidls Metropolfiliale: So sieht es dort aus

Tagged as : [Kundenfreundlichkeit](#), [POS](#), [Shopper Insights](#), [stationärer Handel](#), [Supermarkt](#), [Warenpräsentation](#)

Um Kunden auf kleinen Innenstadtfächen trotzdem ein riesiges Warenangebot zu liefern, hat Lidl gestern seine erste Metropolfiliale in Frankfurt eröffnet. Mit dem zweistöckigen Konzept gelingt es, große Einkaufsflächen mit einem ausreichenden Parkplatzangebot zu kombinieren. In Deutschland geht Lidl erstmals diesen Weg. Man zeigt damit, wie man die Grundstücksfläche zugunsten einer ansprechenden Warenpräsentation extrem gut nutzen kann. Wir haben uns in der Filiale in der Frankfurter Bürostadt bereits umgesehen und bieten hier Einblicke in die Pionier- und Vorzeigefiliale.

Mit seinen riesigen Glasflächen gliedert sich die neue Metropolfiliale von Lidl perfekt in das Bürostadt-Flair ein.



Die Filiale wartet mit 1800 Quadratmeter Verkaufsfläche im Obergeschoss auf. Das bedeutet sehr viel Platz für die etwa 3800 Artikel des Stammsortiments. Damit hat der Discounter, wie die Lebensmittelzeitung [\[1\]](#) berichtet, seine frühere Verkaufsfläche von 800 qm mehr als verdoppelt. So präsentiert sich die neue Filiale mit breiten Gängen, modernen Kühlschränken, einem sehr großen To-Go- und Convenience-Sortiment sehr ansprechend.



Viel Raum für Obst und Gemüse:

Auch für Backwaren ist viel Platz:



Auf einer großen Plakatfläche wurden die wichtigsten Punkte rund ums Thema „Nachhaltigkeit bei Lidl“ aufgegriffen. Die verschiedenen Ladenbauelemente aus Holz untermalen hierbei das Thema und sorgen für einen natürlichen Eindruck.



Nicht unerheblich in der so Parkplatz armen Frankfurter Bürostadt: Es gibt genügend Parkflächen im Erdgeschoss. Sogar Schnellladesäulen für Kunden mit E-Fahrzeugen sind dort zu finden.



Wir sind begeistert und gespannt auf weitere Filialen mit diesem Konzept.

[1] [„Lidl eröffnet erste Metropolfiliale in Frankfurt“, lebensmittelzeitung.net](#)