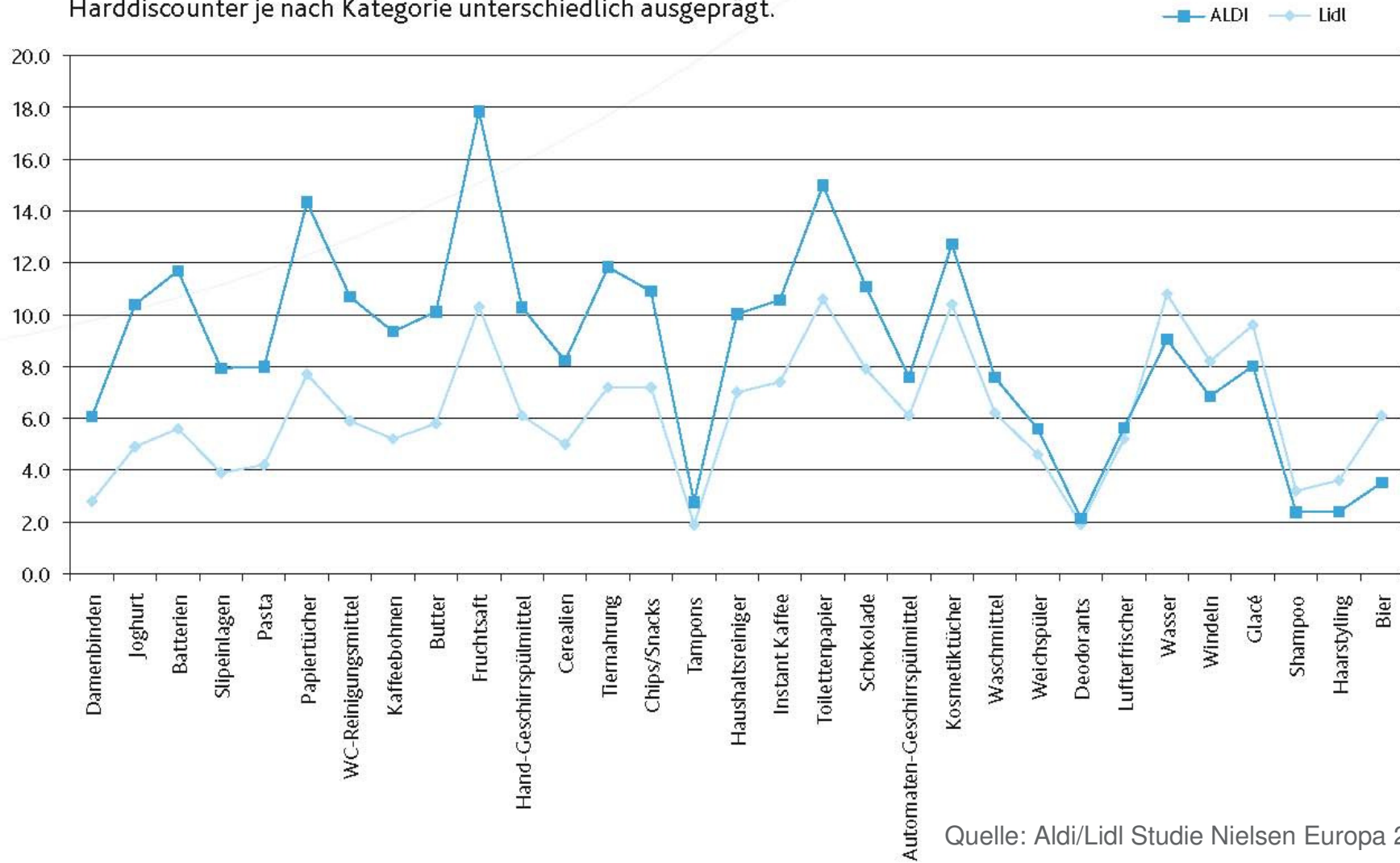


Wertmässiger Kanalanteil 2007 in Prozent in den europäischen Ländern, in denen ALDI und Lidl vertreten sind

Trotz Erfolg von ALDI und Lidl in den meisten Ländern ist die Stärke der Harddiscounter je nach Kategorie unterschiedlich ausgeprägt.



Quelle: Aldi/Lidl Studie Nielsen Europa 2007