

ESCP-EAP Working Paper

Nr. 46
Juni 2009

Die Internationalisierung von Aldi und Lidl – Möglichkeiten und Grenzen bei der Übertragung von im Inland erfolgreichen Geschäftsmodellen auf das Ausland

Stefan Schmid
Tobias Dauth
Thomas Kotulla

ESCP-EAP

LONDON PARIS BERLIN
MADRID TORINO

European School of Management

Autoren:

Prof. Dr. Stefan Schmid
Dipl.-Betw. Tobias Dauth
Dipl.-Kfm. Thomas Kotulla
Lehrstuhl für Internationales Management
und Strategisches Management
ESCP-EAP
Europäische Wirtschaftshochschule Berlin
Heubnerweg 6
14059 Berlin
Deutschland
T: +49 (0) 30 / 3 20 07-136
F: +49 (0) 30 / 3 20 07-107
stefan.schmid@escp-eap.de

Herausgeber:

ESCP-EAP
Europäische Wirtschaftshochschule Berlin
Heubnerweg 6
14059 Berlin
Deutschland
T: +49 (0) 30 / 3 20 07-147
F: +49 (0) 30 / 3 20 07-108
workingpaper-berlin@escp-eap.de
www.escp-eap.de

ISSN: 1619-7658

Inhaltsverzeichnis

1 Aldi und Lidl innerhalb der Lebensmitteldiscounterbranche.....	1
1.1 Die Lebensmitteleinzelhandelsbranche.....	1
1.2 Die Lebensmitteldiscounterbranche	4
1.3 Der Lebensmitteldiscounter Aldi.....	9
1.4 Der Lebensmitteldiscounter Lidl	11
2 Die Strategien bei der Internationalisierung von Aldi und Lidl	13
2.1 Die internationalen Marktpräsenzstrategien von Aldi und Lidl.....	13
2.2 Die internationalen Markteintrittsstrategien von Aldi und Lidl.....	14
2.3 Die internationalen Timingstrategien von Aldi und Lidl.....	16
2.4 Die internationalen Leistungsstrategien von Aldi und Lidl	20
3 Die Schwierigkeiten bei der Internationalisierung von Aldi und Lidl	22
3.1 Die Schwierigkeiten bei der Internationalisierung von Aldi.....	22
3.2 Die Schwierigkeiten bei der Internationalisierung von Lidl	25
4 Ausblick	27
Literaturverzeichnis	29