

Colruyt opent aanval op Aldi en Lidl

28-09-2007 00:00

Colruyt is in merkproducten ruim tien procent goedkoper dan Lidl en Aldi. Dat zegt commercieel directeur van Colruyt Jean-Pierre Roelands. Om dat extra kracht bij te zetten, zet Colruyt op de kassabonnen voortaan ook het prijsvoordeel tegenover Aldi en Lidl. Eerder werd ook al het prijsvoordeel ten opzichte van Carrefour of Delhaize vermeld. De supermarkt wil daarmee aantonen dat ze de goedkoopste is en dat het prijsvoordeel toegenomen is.

De Belgische supermarktketen bepaalt elke maand een prijsindex. Klanten kunnen zo de ontwikkeling van prijzen over een langere periode volgen. Daarvoor kunnen ze de website van het bedrijf raadplegen.

Roelands ergert zich aan de 'hocus-pocusmarketing' in de sector. "Er wordt niet meer over prijzen gesproken, maar over punten en allerlei randvoordelen die men kan krijgen als men bepaalde producten koopt. Er verschijnen zelfs reclamefolders zonder prijzen", stelt hij vast.

Colruyt probeert bij de indexberekening al dat soort voordelen mee te nemen. Aanbiedingen met een tweede aankoop voor halve prijs of onvoorspelbare kortingsbonnen aan de kassa, zijn volgens Roelands alleen bedoeld om er voor te zorgen dat de consument niet meer weet hoeveel hij betaalt voor een product.