

‘Aldi en Lidl moeten niet met toplijnen komen’

11-12-2007 00:00

De prijsvechters Aldi en Lidl kunnen maar beter geen toplijnen binnen het feestdagenassortiment lanceren, want zij vertroebelen hiermee hun formule. Dat zegt huismerk-kenner Koen de Jong in het Brabants Dagblad.

De Jong plaatst er een kanttekening bij dat Aldi en Lidl zich in de aanloop naar de feestdagen profileren met hun luxe assortiment. Het staat volgens De Jong op gespannen voet met hun filosofie om de basisbehoeftes aan te bieden. Volgens De Jong past een feestlabel meer bij een omgeving waar je voor de fun gaat shoppen. "En die omgeving vind je niet bij Aldi en Lidl."

Bijna alle supermarktketens komen in de aanloop naar kerst met een premium lijn feestelijke producten. Albert Heijn en Super de Boer waren een van de eerste ketens met Excellent en Supérieur. Onder meer Plus (Appetit), Jumbo (Exclusief) en C1000 (A la Maison) deden dit voor het eerst met de nieuwe labels. De introductie van toplijnen is een trend die vanuit Engeland is komen overwaaien. Volgens De Jong zit er op de toplijnen een hogere marge dan op producten van andere huislijnen.