nieuws

Delhaize plaatst boter en salami in gesloten koelkasten

nieuws

Wie bij Delhaize een stukje kaas of pakje boter uit de koelafdeling wil, zal voortaan een glazen deur moeten openen. Vanaf volgend jaar wil de supermarktketen de open koeltogen vervangen door gesloten koelkasten. "Dat moet ons 35% energie besparen tegen 2020", zegt woordvoerder Liesbeth Rogiers.

15 OKTOBER 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:09

Lees meer over:
distributie
consument
energie
marketing

Wie bij Delhaize een stukje kaas of pakje boter uit de koelafdeling wil, zal voortaan een glazen deur moeten openen. Vanaf volgend jaar wil de supermarktketen de open koeltogen vervangen door gesloten koelkasten. "Op die manier willen we 35 procent energie besparen tegen 2020", zegt woordvoerder Liesbeth Rogiers.
Delhaize plaatst zuivel, charcuterie, bereide schotels en voorverpakte groenten voortaan in gesloten koelkasten. Enkel nog vers vlees, gevogelte, verse vis en verse groenten en fruit vindt de consument in de gekende open koeltogen."Dat zijn producten die onze klanten willen vastpakken en waarvan ze het gewicht willen kennen", zegt Liesbeth Rogiers, woordvoerder van Delhaize.
De afgesloten koelkasten zouden tot 30 procent minder energie verbruiken. Delhaize moet ook haar winkels zelf minder verwarmen want de koude van die open koeltogen verspreidt zich niet langer naar de rest van de winkel. "Dat moet ons tegen 2020 35 procent minder energie doen verbruiken ten opzichte van 2005", aldus Rogiers.
Vraag is wat de klanten ervan denken. Uit onderzoek van Delhaize zelf blijkt dat ze positief reageren. Er is minder achtergrondlawaai van ronkende koeltogen en de

gevoelstemperatuur in de winkel is aangenamer. "We verkopen er alleszins niet minder door", zegt Liesbeth Rogiers. "Volgend jaar volgen nog 20 winkels".
Consumentenpsychologe Ellen Loix van de Vrije Universiteit Brussel ziet nog meer voordelen. "Consumenten ervaren afgesloten deuren als hygiënischer dan een graaibak, waarin iedereen alles zomaar kan aanraken. Producten achter glas lijken ook exclusiever; iets waarvoor de Delhaize-klant niet ongevoelig is. Gesloten koelkasten zijn overzichtelijker en maken het kiezen dan ook makkelijker".
"Impulsaankopen zullen allicht dalen maar daar tegenover staat dat een klant meer oog zal hebben voor de producten die in de buurt staan van het gewenste product. Hierdoor ontdekt hij sneller nieuwigheden".

Bron: Het Nieuwsblad

VILT vzw
Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact
M • info@vilt.be

Volg ons op:
screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright