

Lidl gooit promotie verse voeding over een andere boeg

Klanten van Lidl kunnen even schrikken bij het zien van de nieuwe reclamecampagne die 1 kilo wortelen aanprijst voor ruim 100.000 euro en op een kilo appels een prijskaartje van anderhalf miljoen euro kleeft. De achterliggende boodschap is dat verse producten veel waard zijn. “Doel is aan te geven dat het effect van verse voeding veel meer waarde geeft aan je leven dan je zou denken”, zegt Isabelle Colbrandt, hoofd communicatie bij Lidl in Het Belang van Limburg. Met deze campagne tapt de grootwarenhuisketen uit een gans ander vaatje dan de stuntpromoties uit het verleden die tegen het zere been van de landbouworganisaties waren.

19 SEPTEMBER 2019 – LAATSTE UPDATE 14 SEPTEMBER 2020 14:51

Lees meer over:

distributie

consument



Klanten van Lidl kunnen even schrikken bij het zien van de nieuwe reclamecampagne die 1 kilo wortelen aanprijst voor ruim 100.000 euro en op een kilo appels een prijskaartje van anderhalf miljoen euro kleeft. De achterliggende boodschap is dat verse producten veel waard zijn. “Doel is aan te geven dat het effect van verse voeding veel meer waarde geeft aan je leven dan je zou denken”, zegt Isabelle Colbrandt, hoofd communicatie bij Lidl in Het Belang van Limburg. Met deze campagne tapt de grootwarenhuisketen uit een gans ander vaatje dan de stuntpromoties uit het verleden die tegen het zere been van de landbouworganisaties waren.

“Wij wilden verrassend uit de hoek komen”, vertelt de woordvoerder van Lidl, “en dat is gelukt, gezien de vele reacties op de sociale media.” Dinsdag doken de eerste affiches van de nieuwe reclamecampagne op in het straatbeeld. Lidl probeert de consument te verleiden om een kilo wortelen te kopen voor de som van 100.650 euro. “Het is een campagne waarmee we de waarde van verse voeding willen onderstrepen”, zegt Isabelle Colbrandt van Lidl. Ondertussen zijn er nog meer varianten publiek gemaakt met torenhoge prijzen voor onder meer appels en champignons.

“Er zijn veel vragen over deze campagne en dat is de bedoeling. Eigenlijk is het een teaser, want volgende week gaan er nog meer acties volgen op tv, radio, op de sociale media, onze website, ... Verse producten zijn veel waard. Dat bewijzen wij hiermee. Gelukkig kan je ze bij Lidl voordelig kopen”, aldus Colbrandt in de kranten. In de tv-spots zal uitgelegd worden hoe Lidl op “de onschatbare waarde” van verse voeding toch een bedrag heeft proberen klevan.

Tussen 2013 en 2015 haalde Lidl ook de kranten met zijn reclamecampagnes voor verse voeding. Toen om een heel andere reden, want met stunts voor onder meer asperges en gehakt had de grootwarenhuisketen zich de woede van de landbouworganisaties op de hals gehaald. Boerenbond en het Algemeen Boerensyndicaat pikten het niet dat de waarde van voedingsproducten gebagatelliseerd werd. Ten tijde van die kritiek ondertekende Lidl de gedragscode van het ketenoverleg in de Belgische agrovoedingsindustrie. Niettemin was er vorig jaar opnieuw wrevel naar aanleiding van de opening van een pop-up restaurant van Lidl in Gent, waar studenten terechtkunnen voor een spotgoedkope maaltijd.

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra