nieuws

Lidl introduceert korting tegen voedselverspilling

nieuws

Met een uitgestelde korting wil Lidl de strijd tegen voedselverspilling opvoeren. Het principe werkt als volgt: wie wel van een korting wil genieten, maar er niet meteen gebruik van wil maken kan aan de kassa een coupon vragen die de klant de mogelijkheid geeft om ook de week erna van dezelfde korting te kunnen profiteren. “Je hoeft niet meer te kopen dan wat je deze week op krijgt”, aldus Pieterjan Rynwalt, woordvoerder van de supermarktketen.

20 AUGUSTUS 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:31

Lees meer over:
distributie



Met een uitgestelde korting wil Lidl de strijd tegen voedselverspilling opvoeren. Het principe werkt als volgt: wie wel van een korting wil genieten, maar er niet meteen gebruik van wil maken kan aan de kassa een coupon vragen die de klant de mogelijkheid geeft om ook de week erna van dezelfde korting te kunnen profiteren. “Je hoeft niet meer te kopen dan wat je deze week op krijgt”, aldus Pieterjan Rynwalt, woordvoerder van de supermarktketen.
Supermarktketen Lidl wil het mogelijk maken om tijdelijke promoties een week te verlengen als de klant dat wil. “Met het verhaal "1 nu, 1 later" willen we klanten stimuleren om bewuster om te gaan met hun voorraadkast", zegt Pieterjan Rynwalt, woordvoerder van Lidl. “Als discounter zijn we bekend voor onze wekelijkse promoties. Mensen maken daar gretig gebruik van, maar soms kopen ze meer dan ze kunnen consumeren. En zo belanden producten in de vuilnisemmer. Dat willen we voorkomen. Door aan de kassa een coupon te vragen, hoef je niet meer te kopen dan wat je deze week op krijgt.”
Voortaan duidt Lidl in zijn promofolder minstens één vers product aan - van brood over verse slaatjes en gesneden groenten tot vruchtensap - waarvoor u aan de kassa een gratis bon kunt vragen waarmee u hetzelfde product ook de week daarop nog kunt kopen tegen diezelfde verlaagde prijs.
“Zeer slim”, volgens hoogleraar marketing Patrick De Pelsmacker van de Universiteit Antwerpen. “Maar die actie tegen voedselverspilling en vóór bewuster consumeren is maar één kant van het verhaal. Eigenlijk stimuleert Lidl hier vooral een vervolgbezoek. Goed wetend dat wie zo'n bon heeft, tegelijk ook andere dingen zal meenemen. En wat je bij Lidl koopt, haal je niet meer bij een concurrent. Lidl wint dus twee keer.”

Bron: De Standaard

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
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada