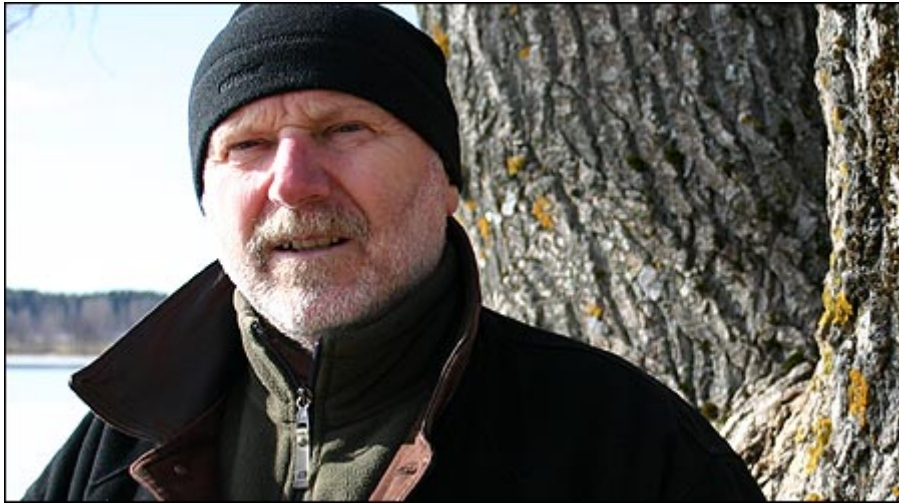




# Centerordföranden upprörd över Lidl's marknadsföring

**Publicerad:** 2 mars 2005

**Författare:** Fredrik Norman

---

Ett sätt att lura folket. Så beskriver Centerpartiets ordföranden Kurt Scharnke den marknadsföring Lidl i dagarna fört angående en stor realisation. Många hade säkert hoppats på att handla en TV billigt – men först till kvarn är en underdrift, menar Kurt. Endast tre apparater fanns ute för försäljning i butiken. Men tusentals kunder nåddes av reklamen.

”- Skärpning”, inleder Kurt Scharnke sin kritiska insändare med.

Centerpartiets Kurt Scharnke skriver:

## **Skärpning Lidl.**

Idag är det dags för årets stora rea, rea, rea

Det var rubriken i Lidl's helsidesannons i Bergslagsposten den 24 februari 2005 samt i ett utskickat reklamblad till hushållen i Bergslagen.

Speciellt exponerade man en 28-tums TV för 1499 kr, som tidigare kostat 2990 kr. Problemet var bara det att man endast hade tre apparater, vilket naturligtvis inte framgick av reklambladen och ej heller vid förfrågan till Lidl's kundtjänst. Det handlar naturligtvis, enligt mitt sätt att se, om en osund och vilseledande marknadsföring på gränsen till lurendrejeri.?

Hur många kunder har inte åkt långväga och förgäves i tron att kunna köpa sig en billig TV.

Är företaget kapabel till dylikt oseriöst handlande kan man naturligtvis fundera över hur sortimentet är i övrigt.

Som förslag skulle undertecknad ge Lidl rådet att lotta ut de få lockvarorna till kunderna så slipper man bevittna den förnedring och irritation som uppstår vid tävlandet att kunna slita åt sig en lockvara.

Ps. Upplysningsvis kan jag omnämna att de mc-låsen ni sålde för ett tag sedan inte är godkända av försäkringsbolagen till det de är avsedda för, vilket inte framgick av förpackningen eller vid förfrågan.

Kurt Scharnke, Lindesberg

2005-03-02

---

Källa: LindeNytt.com

<https://lindenytt.com/nyheter/centerordforanden-upprord-over-lidls-marknadsforing/>