



Belg bespaart op z'n winkelkar voor een financieel extraatje

Erpe-Mere, 4 maart 2024 – **Het aantal Belgen dat op hun winkeluitgaven let, stijgt verder. Uit een iVOX-enquête in opdracht van ALDI blijkt dat consumenten zich nog meer richten op huismerken, promo's en prijsverlagingen om extra budgetruimte te creëren. De vrijgekomen euro's gaan naar vrije tijd en plezieraankopen. Om de koopkracht van de Belg verder te ondersteunen, verlaagt ALDI 120 producten in prijs.**

Reizen naar de zon en culturele uitstapjes zitten opnieuw in de lift, maar op andere vlakken houdt de Belgische consument ook dit jaar de vinger op de knip. Uit een representatieve iVOX-enquête bij 1.000 Belgen in opdracht van ALDI blijkt dat de overgrote meerderheid (88%) van de Belgen bezorgd is over zijn koopkracht.

Minder besparen op plezier en vrije tijd

Terwijl 9 op de 10 Belgen aangeeft vorig jaar al op het budget te hebben gelet, is quasi iedereen (97%) dit van plan voor 2024. Bijna de helft plant nog meer te besparen dan vorig jaar. De andere helft zal dit in dezelfde mate doen als in 2023.

Hoe plannen consumenten te bezuinigen? Naast een lagere energiefactuur (66%) wordt er vooral naar de winkelkar (56%) gekeken als belangrijkste besparingspost. Er zal weinig bespaard worden op plezieraankopen en vrijetijdsbestedingen. Slechts een minderheid overweegt om te snoeien in het budget om uit eten te gaan (35%), voor evenementen (25%) of om te reizen (22%).

97%

*van de Belgen let
op zijn budget*

Huismerken winnen verder aan belang

De aandacht van de consument in de supermarkt gaat in 2024 vooral naar promoties, huismerken en het vergelijken van prijzen. Huismerken winnen verder aan belang. Sinds de opstoot van inflatie koopt ruim 7 op de 10 Belgen vaker huismerken. Bijna 9 op de 10 is van plan dit te blijven doen.

Eén van de redenen om te kiezen voor huismerken is de hoge tevredenheid over de prijs-kwaliteitsverhouding, zo blijkt uit de enquête. 80% van de respondenten is ervan overtuigd dat huismerken de kwaliteit van A-merken evenaren.

ALDI Holding NV

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



Meer dan de helft van de respondenten geeft bovendien aan dat huismerken zorgen voor extra ruimte in hun budget om te spenderen aan plezier- en impulsaankopen. Vooral jongeren (60%) geven vaker aan dat ze het uitgespaarde budget kunnen besteden aan verwenmomentjes en minder essentiële kosten.

Nieuwe golf prijsverlagingen bij ALDI

Consumenten hebben duidelijke verwachtingen van supermarkten. Prijsverlagingen zijn volgens respondenten de belangrijkste manier waarop een supermarkt hen kan helpen besparen op hun huishoudbudget.

ALDI luistert naar de klant en kondigt een nieuwe reeks prijsverlagingen aan. In totaal verlaagt de discounter de prijs van 120 producten. Het gaat om een brede waaier aan producten, van confituur en sportdrank tot hondenvoeding en keukenpapier.

“Ons principe is steeds om onze prijzen te verlagen zodra het kan. Met deze prijsverlagingen geven we de koopkracht van consumenten een extra duwtje in de rug”, zegt Natalie Duthoy, Managing Director Procurement bij ALDI België. “De combinatie van kwalitatieve huismerken en onze wekelijkse promoties, maken ALDI steeds de beste keuze voor het budget van de Belg.”

Bijhorend beeldmateriaal via deze link: <https://we.tl/t-Si3ztfGW7n>

Niet voor publicatie:

Voor meer info kan u terecht bij:

Tine De Keersmaker

Specialist External Communication

Tel: + 32 (0)70 98 12 99

Mail: media@aldi.be

Over de enquête:

Online onderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau iVOX in opdracht van ALDI tussen 4 januari 2024 en 10 januari 2024 bij 1000 Belgen representatief op taal, geslacht, leeftijd en diploma. De maximale foutenmarge bij 1.000 Belgen bedraagt 3,02%.

Over ALDI België:

ALDI is de leidende discounter in België. Met 440 winkels verspreid over het hele land, beheerd door 7 regionale hoofdkantoren, bereikt ALDI België meer dan 80 procent van de Belgische bevolking. Ongeveer 8.500 werknemers vormen het hart van ALDI.

ALDI maakt deel uit van ALDI Nord, een van de toonaangevende internationale retailergroepen. Met een traditie die meer dan 110 jaar teruggaat, is ALDI de uitvinder van de discountformule. ALDI Nord focust zich op de essentie en biedt producten van hoge kwaliteit aan tegen de laagst mogelijke prijzen, en dit in 8 Europese landen. De sleutel tot het succes is het personeelsbestand dat meer dan 91.000

PERSBERICHT



werknemers telt in België, Frankrijk, Duitsland, Luxemburg, Nederland, Polen, Portugal en Spanje. Meer info op <https://www.aldi.be/nl/>