



ALTIJD SLIM

Persbericht

Nieuwe imagocampagne countert vooroordelen over ALDI als werkgever

Erpe-Mere, 3 mei 2023 – **ALDI lanceert voor het eerst een campagne om zijn sterktes als werkgever in de verf te zetten. De imagocampagne gaat vooroordelen over werken bij ALDI tegen met betrekking tot 4 pijlers die cruciaal zijn in de zoektocht naar een job: loonpakket, woon-werkafstand, werksfeer en carrièremogelijkheden.**

Met ruim 8.000 werknemers is ALDI een belangrijke werkgever in België. Toch blijkt uit een jaarlijkse studie van Randstad en een marktonderzoek van ALDI dat mensen een verkeerd beeld hebben over werken bij ALDI.

“Het valt op dat er een mismatch bestaat tussen de perceptie van ALDI als werkgever en wat ALDI effectief te bieden te heeft”, zegt Dimitri Bataillie, Managing Director Human Resources bij ALDI België. “ALDI heeft vele troeven. Een werkzoekende doet er dus goed aan ALDI te overwegen tijdens zijn zoektocht.”

4 centrale pijlers

In zijn gloednieuwe imagocampagne focust ALDI op 4 sterktes: het loonpakket, woon-werkafstand, de werksfeer en carrièremogelijkheden. Deze 4 pijlers zijn niet zomaar gekozen maar zijn voor werknemers vandaag cruciaal in de zoektocht naar een job en in de keuze van een werkgever.

“We weten dat we bij ALDI wél goed scoren op elk van deze pijlers, maar veel mensen weten dat onvoldoende”, vervolgt Bataillie. “Zo kan je bij ALDI een mooie carrière uitbouwen. Heel wat winkelmedewerkers groeien door tot winkelmanager. Ook qua woon-werkafstand scoren we zeer goed. Er is met 440 ALDI-winkels en 7 regionale hoofdkantoren en distributiecentra steeds een job in de buurt binnen de verschillende afdelingen.”

Voor ALDI ligt er zo een mooi potentieel om de perceptie te wijzigen en zijn aantrekkelijkheid als werkgever te verhogen.

#vandenALDI

ALDI wil zich onderscheiden met deze campagne. Hiervoor trekt de discounter resoluut de kaart van de typisch Vlaamse uitspraak ‘vandenALDI’. “Al wordt dit in de volksmond vaak lacherig gebruikt, we zien ‘vandenALDI’ als een absolute krachtterm waarmee we onze ALDI-familie uniek en authentiek maken”, zegt Bataillie.

ALDI Holding

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



ALTIJD SLIM

Het zijn dan ook de eigen medewerkers, de zogenaamde Toppers #vandenALDI, die een centrale rol spelen in de campagne. De gemiddelde anciënniteit bij ALDI bedraagt bijna 12 jaar. De eigen medewerkers zien ALDI als een stabiele werkgever met een goede balans werk-privé. "In deze campagne laten onze medewerkers zelf zien dat de jobs #vandenALDI heel wat voordelen bieden", besluit Bataillie.

De campagne is van start gegaan op 1 mei en loopt tot begin juni. Uitwerkingen zullen te zien zijn op diverse socialmediakanalen, OOH, in print en online. Voor deze campagne sloeg ALDI de handen in elkaar met d-artagnan.

Bijhorend beeld- en videomateriaal van de campagne via deze link: <https://mft2.aldi-nord.de/download.xhtml?id=d34a41fe615947e2b1b8992b6e874ef2>

Wachtwoord: ALDI-HRcampagne1

Niet voor publicatie:

Voor meer info kan u terecht bij:

Jason Sevestre

Manager External Communication

Tel: + 32 (0)53 827 188

Mail: media@aldi.be

Over ALDI België:

ALDI is de leidende discounter in België. Met 440 winkels over het hele land, beheerd door 7 regionale hoofdkantoren, bereikt ALDI België meer dan 80 procent van de Belgische bevolking. Ruim 8.000 medewerkers vormen het kloppende hart van deze groeiende groep bedrijven. ALDI Nord is één van de toonaangevende internationale retailgroepen. De discounter focust op producten van hoge kwaliteit tegen een lage prijs. De sleutel tot het succes van de groep is het personeelsbestand dat meer dan 77.000 medewerkers telt in Duitsland, België, Frankrijk, Luxemburg, Nederland, Polen, Portugal en Spanje.

Meer info op <https://www.aldi.be/nl/>