



IMMER
WIEDER
CLEVER

Presseinformation

ALDI-Magazin ab jetzt über den Milchkarton lesen

Erpe-Mere, den 18. August 2022 – **Das ALDI-Magazin wird ab jetzt digital über einen QR-Code auf den Milchkartons der ALDI-Eigenmarke Milsa verfügbar sein. Auf diese Weise will der Discounter die Zugänglichkeit zum digitalen Werbemagazin als Alternative zum Papier-Magazin vergrößern. ALDI ist der erste belgische Einzelhändler, der seine Produktverpackungen für dieses Ziel einsetzt.**

Der Discounter ALDI innoviert mit den Milchkartons seiner Eigenmarke Milsa. Ein QR-Code auf der Seite des Kartons Vollmilch, teilentrahmter Milch und Magermilch führt den Konsumenten direkt zur digitalen Version des bekannten ALDI-Magazins.

Diese Innovation könnte den endgültigen Durchbruch für das digitale Magazin bedeuten. Obwohl es schon seit Jahren besteht, findet nur eine Minderheit der Belgier den Weg zum digitalen Magazin. „Zurzeit strandet die Reichweite unseres digitalen Magazins auf ca. 10% der Reichweite unseres Papier-Magazins“, sagt Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication bei ALDI Belgien. „Es gibt aber ein großes Potential. Sobald die Konsumenten den Weg zum Online-Magazin finden, wird es durchschnittlich 3 bis 4 Minuten durchblättert. Das liegt erheblich über dem Referenzwert.“

Aus einer Marktforschung geht hervor, dass der Belgier digitale Magazine schwer zugänglich findet. „Indem wir einen QR-Code, der direkt zum Online-Magazin führt, auf unseren Milchkartons integrieren, wollen wir die Schwelle herabsetzen und die Konsumenten dazu anregen, das Magazin mehr digital zu lesen“, fährt Henderick fort.

Magazin in Griffnähe

ALDI hat nicht zufällig Milchkartons gewählt. Milch ist zu verschiedenen Zeiten des Tages unverzichtbar: Frühstück, Kaffeepause, Snack für die Kinder, beim Kochen,... Außerdem ist ALDI eine absolute Referenz für Milch. Fast *1 von 4 Litern Milch**, die in Belgien verkauft wird, stammt aus einem ALDI- Geschäft. Mit einem QR-Code auf dem Milsa-Karton hat der Konsument das ALDI-Magazin immer in Griffnähe.

Denn der belgische Konsument und sein Werbemagazin bleiben ein Traumpaar. Für mehr als 7 von 10 Belgiern ist das Werbemagazin ein wöchentliches Treffen. Preise vergleichen (49%), Aktionen finden (44%) und den Wocheneinkauf einplanen (35%) sind die wichtigsten Gründe, ein Werbemagazin durchzublätern. Werbemagazine sind kurzum ein Hilfsmittel, um die Kaufkraft zu wahren, so geht aus einer Forschung des Forschungsinstituts iVOX im Auftrag von ALDI hervor.

ALDI Holding

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



IMMER
WIEDER
CLEVER

Herausforderungen

Laut ALDI hat das Werbemagazin tatsächlich eine Zukunft. „Werbemagazine sind immer noch der wichtigste Kommunikationskanal mit dem Konsumenten“, sagt Henderick. „Wir stellen fest, dass unsere Kunden es als ein beliebtes wöchentliches Treffen betrachten. Dies zeigt sich für ALDI in den Titel *Bestes Magazin des Jahres*, jetzt schon zum dritten Mal in Folge.“

Aber das Papier-Magazin steht vor großen Herausforderungen. Die Kosten für sowohl das Drucken, die Gemeindesteuern als auch für die Verteilung haben in den letzten Jahren stark zugenommen. „Als Discounter ist es nicht mehr als normal, dass wir ständig darüber nachdenken, wie wir die Kosten senken können und so niedrige Preise für unsere Kunden garantieren können“, sagt Henderick.

Testphase

ALDI ist der erste Einzelhändler in Belgien, der seine Produktverpackungen einsetzt in einem Versuch, den Konsumenten zum digitalen Magazin zu führen. „Was die Zukunft bringt, ist auch für uns unsicher“, schließt Henderick. Wir geben diesem Projekt alle Chancen und Zeit, um es danach gründlich zu evaluieren.“ Im Moment bleibt das Papier-Magazin von ALDI allerdings weiter erhalten.

Bilder finden Sie über den folgenden Link: <https://we.tl/t-YIT5ih4uTy>

Nicht zur Veröffentlichung:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Jason Sevestre

Manager External Communication

Mobil: + 32 (0)494 58 39 00

Mail: media@aldi.be

Dieter Snoeck

Director Internal & External Communication

Tel: + 32 (0)53 827 940

Mail: media@aldi.be

Über ALDI Belgien:

ALDI ist der führende Discounter in Belgien. Mit 440 Geschäften im ganzen Land, die von 7 Regionalgesellschaften verwaltet werden, erreicht ALDI Belgien mehr als 80 Prozent der belgischen Bevölkerung. Mehr als 7.900 Mitarbeiter bilden das Herzstück dieser wachsenden Gruppe.

ALDI Nord ist einer der führenden internationalen Einzelhandelskonzerne. Der Discounter setzt auf qualitativ hochwertige Produkte zu niedrigen Preisen. Der Schlüssel zum Erfolg der Gruppe sind die mehr als 77.000 Mitarbeiter in Deutschland, Belgien, Dänemark, Frankreich, Luxemburg, den Niederlanden, Polen, Portugal und Spanien. Mehr Informationen unter <https://www.aldi.be/de/>

Über iVOX Umfrage: Online-Umfrage, die vom Forschungsbüro iVOX im Auftrag von Aldi zwischen dem 4. und 11. Juli 2022 unter 1.000 Belgiern durchgeführt wurde, repräsentativ nach Geschlecht, Sprache, Alter und Bildungsabschluss. Die maximale Fehlermarge für 1.000 Belgier beträgt 3,02 %.

*This calculation is based on data reported by NielsenIQ through its Retail Measurement Service for the Milk category for the 12-month period ending July 17th, 2022 for the Belgium total retail market (Copyright © 2022, NielsenIQ)