



Persbericht

ALDI focust met 'Hoeveel was 't?'-campagne op lage prijs voor goed gevulde winkelkar

Erpe-Mere, 18 mei 2020 – **Het belang van een goed gevulde winkelkar voor een lage prijs is tijdens de coronacrisis fors gegroeid. Klanten kunnen bij ALDI terecht voor een complete én goedkope kar. De keten focust met zijn nieuwe campagne "Hoeveel was 't?" op het recent gewijzigde consumentengedrag. De campagne loopt tot eind juni.**

"Hoeveel was 't?". Dé vraag die in veel gezinnen gesteld wordt na het boodschappen doen. Zeker in tijden van corona wint ze aan groot belang. Consumenten gaan op zoek naar een lage prijs voor een zo hoog mogelijke kwaliteit.

In een nieuwe campagne toont ALDI dat klanten bij hen aan het juiste adres zijn. "De coronacrisis schudt de markt stevig door elkaar en heel wat klanten zijn tijdens de coronacrisis onzeker geworden over hun financiële toekomst", zegt Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication bij ALDI. "We stellen vast dat de klant meer dan ooit belang hecht aan lage prijzen, verse producten, promoties, snel winkelen en proximateit. ALDI beantwoordt aan al deze noden."

Focus op kassaticket

De nieuwe campagne toont 4 herkenbare gezinssituaties: een jong gezin met kinderen, een koppel zonder kinderen, een seniorenkoppel en een single. Telkens is de verrassing groot bij het zien van de lage prijs op het kassaticket.

"Met de nieuwe campagne speelt ALDI in op de fors toegenomen interesse in de eindafrekening op het kassaticket. De klant wordt bij de discounter steeds aangenaam verrast: boodschappen voor een volledige week tegen een lage prijs", vervolgt Henderick. De kassatickets die in de campagne getoond worden, zijn ook online raadpleegbaar. "Zo kan de consument zelf zien dat ALDI woord houdt", zegt Henderick.

Door te kiezen voor een winkelkar vermijdt ALDI eindeloze prijsdiscussies op productniveau. "We willen aan onze (niet-)klanten duidelijk maken dat shoppen bij ALDI een slimme keuze is", benadrukt Henderick. "Zeker op dit moment."

ALDI Holding

Keerstraat 4,
9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



Kwaliteit

Maar er is meer dan een lage prijs alleen. Kwaliteit is zoals steeds bij ALDI het vertrekpunt. De campagne focust op de huismerken van de groep. "Het is gekend dat onze merken niet moeten onderdoen voor het gekende A-merk", zegt Henderick. "Onze producten worden dan ook regelmatig bekroond met erkende kwaliteitslabels. Over de verschillende productgroepen heen, blijven de eigen merken het kloppend hart van de keten."

De campagne zal ondersteund worden met tv-spots, via de radio, digitaal en print. Samen met de campagne zal ALDI straffe promo's voeren op zijn versassortiment en worden prijswinnende ALDI-producten extra in de verf geplaatst.

+++

Bijhorend beeldmateriaal vindt u hier: <https://we.tl/t-53kLKKTWx3>

+++

Niet voor publicatie:

Voor meer info kan u terecht bij:

Dieter Snoeck - ALDI

Corporate Communications Manager

Tel: +32 (0)53.82.79.40

Mail: dieter.snoeck@aldi.be

Over Aldi België:

ALDI België is de leidende hard discounter in België. Met 450 filialen over het hele land bereikt ALDI meer dan 80 procent van de Belgische bevolking. De 7.000 medewerkers van ALDI maken dagelijks de belofte 'Hoge kwaliteit voor een ALDI-prijs' waar en zorgen voor een groeiend marktaandeel. ALDI België behoort tot de Duitse ALDI Nord-groep, een van de toonaangevende retailgroepen in Europa.

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