



ALTIJD SLIM

Pressemitteilung

Auffallend mehr Belgier wählen Eigenmarken als Antwort auf steigende Inflation

Erpe-Mere, den 24. März 2022 – **Eigenmarken sind beliebter denn je. Mehr als 7 von 10 Belgiern wählen in dieser Zeit der steigenden Inflation öfter Eigenmarkprodukten im Supermarkt. Sie betrachten es als eine der Lösungen, um das Familienbudget im Griff zu halten. Dies geht aus einer Umfrage von iVOX für ALDI Belgien hervor.**

Die Mehrheit der Belgier ist seit der steigenden Inflation der letzten Monate mehr als je zuvor auf der Suche nach Möglichkeiten, um die Kosten zu senken. Die Suche nach niedrig(er)en Preisen und billigeren Alternativen spiegelt sich im Einkaufsverhalten des Konsumenten wider. Aus einer repräsentativen iVOX-Umfrage geht hervor, dass für mehr als 4 von 5 Belgiern der Preisvergleich zur täglichen Routine gehört. Auch was im Einkaufswagen landet, ändert sich.

Feste Gewohnheit

Eigenmarken sind groß im Kommen. Mehr als 7 von 10 Belgiern geben an, seit der Steigerung der Inflation öfter Eigenmarken zu kaufen. Es fällt auf, dass Eigenmarken in Flandern (75%) beliebter sind als im Süden des Landes (96%).

Eigenmarken können jetzt auch eine neue Verbrauchergruppe ansprechen. Mehr als die Hälfte der Befragten, die vor einigen Monaten selten oder sogar nie Eigenmarken kauften, legen jetzt (mehr) Eigenmarken in den Einkaufswagen.

Das Hauptmotiv für die Wahl von Eigenmarken im Einkaufswagen ist die Entlastung der Haushaltskasse. Junge Menschen (<= 34J: 77%) sind noch aufmerksamer darauf als ältere (55+: 66%).

Die Beliebtheit von Eigenmarken setzt sich auch langfristig fort. Nicht weniger als 3 von 4 Belgiern beabsichtigen, weiterhin Eigenmarken zu kaufen, auch wenn die Inflation weniger spürbar wird.

Vor allem junge Menschen (= < 34 Jahre) sind überzeugt: mehr als 4 von 5 jungen Menschen geben an, dass sie in Zukunft öfter Eigenmarken wählen werden.

ALDI Holding

Keerstraat 4,
B-9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



Nur halb so teuer

In den kommenden Wochen rechnet ALDI den Verbrauchern den Preisvorteil seiner Hausmarken vor. „Jede Woche werden wir den Preisunterschied zwischen einem gleichen Warenkorb A-Marken bei ALDI und ALDI-Eigenmarken zeigen. So wollen wir allen Belgiern dabei helfen, budgetfreundliche Entscheidungen zu treffen“, sagt Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication bei ALDI. „Konsumenten werden schnell merken, dass es clever ist, Eigenmarken zu wählen. Mehr als 90% des festen Sortiments bei ALDI besteht aus Eigenmarken. Außerdem sind diese Eigenmarkenprodukte oft nur halb so teuer wie die A-Marken, und das spürt man am Ende des Monats.“

Zugehörige Bilder finden Sie über diesen Link: <https://we.tl/t-xtzDCHigfy>

Nicht zur Veröffentlichung:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Jason Sevestre

Sprecher

Mobil: + 32 (0)494 58 39 00

E-Mail: media@aldi.be

Über die Umfrage:

Online-Umfrage, die das Forschungsinstitut iVOX im Auftrag von ALDI Belgien zwischen dem 4. März 2022 und dem 11. März 2022 unter 1.000 Belgiern durchgeführt hat (repräsentative Stichprobe in Bezug auf die Variablen Sprache, Geschlecht, Alter und Bildungsniveau).

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 7.700 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/>