



Pressemitteilung

Mit der Kampagne „Wieviel hat das gekostet?“ legt ALDI den Fokus auf den niedrigen Preis für einen gut gefüllten Einkaufswagen.

Erpe-Mere, den 18. Mai 2020 – **Das Konzept eines gut gefüllten Einkaufswagens zu einem niedrigen Preis hat während der Corona-Krise stark an Bedeutung gewonnen. Für einen kompletten und preiswerten Einkaufswagen sind Kunden bei ALDI an der richtigen Adresse. Die Kette fokussiert mit ihrer neuen Kampagne „Wieviel hat das gekostet?“ auf das vor Kurzem geänderte Verbraucherverhalten. Die Kampagne läuft bis Ende Juni.**

„*Wieviel hat das gekostet?*“ Diese Frage wird in vielen Familien nach dem Einkauf gestellt. Sicherlich in Corona-Zeiten gewinnt diese Frage an großer Bedeutung. Konsumenten machen sich auf der Suche nach der bestmöglichen Qualität zu einem niedrigen Preis.

In einer neuen Kampagne zeigt ALDI, dass Kunden dort an der richtigen Adresse sind. „Die Corona-Krise erschüttert den Markt und viele Kunden sind während dieser Krise über ihre finanzielle Zukunft unsicher geworden“, sagt Isabel Henderick, Managing Director Marketing & Communication bei ALDI. Wir stellen fest, dass niedrige Preise, Frischeartikel, Aktionen, schneller Einkauf und Nähe mehr als je zuvor für den Kunden von größter Bedeutung sind. ALDI erfüllt all diese Bedürfnisse.“

Kassenzettel im Mittelpunkt

Die neue Kampagne zeigt 4 erkennbare Familiensituationen: ein junges Paar mit Kindern, ein Paar ohne Kinder, ein älteres Paar und einen Single. Sie sind jedes Mal erstaunt über den niedrigen Preis auf dem Kassenzettel.

„Mit der neuen Kampagne bietet ALDI eine Antwort auf das stark zugenommene Interesse an der Endabrechnung auf dem Kassenzettel. Der Kunde wird vom Discounter immer angenehm überrascht: ein Wocheneinkauf zu einem niedrigen Preis“, fährt Henderick fort. Die in der Kampagne gezeigten Kassenzettel sind auch online verfügbar. „So kann der Kunde mit seinen eigenen Augen sehen, dass ALDI Wort hält“, sagt Henderick.

ALDI vermeidet endlose Preisdiskussionen auf Produktebene, indem sich der Discounter für einen Einkaufswagen entscheidet. „Wir wollen unseren (Nicht-)Kunden deutlich machen, dass der Einkauf bei ALDI eine kluge Wahl ist“, betont Henderick. „Sicherlich in diesem Moment“.

ALDI Holding

Keerstraat 4,
B-9420 Erpe-Mere

Tel.: +32(0)53.827.940

media@aldi.be

www.aldi.be



Qualität

Aber es gibt mehr als nur einen niedrigen Preis. Qualität bildet wie immer die Grundlage bei ALDI. Die Kampagne stellt die Eigenmarken der Gruppe in den Mittelpunkt. „Es ist bekannt, dass unsere Marken gleich gut wie die bekannten A-Marken bewertet werden“, sagt Henderick. „Unsere Produkte werden auch regelmäßig mit anerkannten Qualitätssiegeln ausgezeichnet. Auch über die verschiedenen Produktgruppen hinweg bleiben die Eigenmarken die Triebkraft der Kette.“

Die Kampagne wird mit TV-Spots, Radiospots sowie digital und über Printmedien unterstützt. ALDI wird, parallel zur Kampagne, starke Aktionen bezüglich seines Frischesortiments führen und die preisgekrönten ALDI-Produkte zusätzlich betonen.

+++

Entsprechende Bilder finden Sie hier: <https://we.tl/t-53kLKKTWx3>

+++

Nicht zur Veröffentlichung:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Dieter Snoeck

Corporate Communications Manager

Tel: +32 (0)53.82.79.40

E-Mail: dieter.snoeck@aldi.be

Über ALDI Belgien:

ALDI Belgien ist der führende Harddiscounter in Belgien. Mit 450 Verkaufsstellen im ganzen Land erreicht ALDI mehr als 80 Prozent der belgischen Bevölkerung. Die 7.000 Mitarbeiter von ALDI erfüllen täglich das Versprechen „Hohe Qualität zum ALDI-Preis“ und sichern einen wachsenden Marktanteil. ALDI Belgien gehört zur deutschen ALDI-Nord-Gruppe, einem der führenden Handelskonzerne in Europa.

Weitere Informationen unter <https://de.aldi.be>