

Bio und Tierwohl im Fokus: ALDI SÜD trommelt für Nachhaltigkeitsengagement

Mülheim an der Ruhr (08.10.2025) ALDI SÜD legt in seiner neuen Kampagne erneut einen Fokus auf eine bewusste und nachhaltige Ernährung und zeigt, dass Nachhaltigkeit beim Preisführer schon ganz normal ist. Egal, ob bei Tierwohl oder bei Bio: Gemeinsam mit seinen Kund:innen, die immer nachhaltigere Kaufentscheidungen treffen, macht der Discounter Nachhaltigkeit zur normalsten Sache der Welt.

Nachdem ALDI SÜD bereits am 22. September eine [Kampagne für mehr Ernährungsbildung](#) gestartet und sein Engagement bei dem Bildungsprogramm GemüseAckerdemie von Acker e.V. beleuchtet hat, legt der Discounter jetzt nach. Seit dem 6. Oktober rückt ALDI SÜD weitere Aspekte seines nachhaltigen Engagements in den Fokus. Im Mittelpunkt stehen die Themen Tierwohl und Bio. So zeigt der [Bio-Händler Nr. 1](#) im eigenen Vertriebsgebiet¹ ein Motiv mit einer klaren Bio-Botschaft: „Mit deinem Einkauf die Natur schonen? Normal“. Dazu bietet ALDI SÜD bereits jetzt über 1.000 Bio-Produkte² in seinem Sortiment an. Zudem macht der Tierwohl-Vorreiter mit einem weiteren Motiv auf seine Erfolge beim [#Haltungswechsel](#) aufmerksam. „Mit deinem Glas Milch Tierwohl fördern? Normal“, heißt es dort. Um das seinen Kund:innen zu ermöglichen, hat ALDI SÜD die Eigenmarken-Trinkmilch bereits vollständig auf die höheren Haltungsformen 3, 4, und 5 umgestellt.

Die ALDI Leadagentur antoni_99 konzipierte unter anderem in Zusammenarbeit mit der PHD Media Germany die 360-Grad-Kampagne. Die Motive und die dazu passenden Video-Clips werden flächendeckend und über verschiedene Kanäle gespielt, z.B. direkt in der Filiale mithilfe von Plakaten und Indoor-Screens, auf Social Media und über verschiedene Out-of-Home-Maßnahmen. Zudem weist der Discounter mithilfe von Display Ads, Online-Audio-Aktivitäten sowie im Handzettel und auf seiner Webseite auf sein Engagement im Bereich Nachhaltigkeit hin. Die Maßnahmen laufen noch bis zum 26. Oktober und geben den Bestrebungen von ALDI SÜD in den Bereichen Bio und Tierwohl eine verdiente Bühne.

¹ Quelle: NielsenIQ Homescan, Food Bio inkl. Frische Bio O&G, MAT September 2023, Absatz Pack, LEH+DM im Aldi Süd-Vertriebsgebiet Deutschland.

² Über das Jahr 2024 verteilt im Standard-, Saison- und Aktionssortiment, bezogen auf Produktsorten.

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Sarah Gaspers, presse@aldi-sued.de

Pressematerial: [aldi-sued.de/presse](https://www.aldi-sued.de/presse)

ALDI – Gutes für alle. Seit mehr als 110 Jahren steht der Name ALDI für **Qualität zum Original ALDI Preis**. Der Discounter ALDI SÜD betreibt rund 2.000 Filialen in Süd- und Westdeutschland und ist Arbeitgeber von ca. 50.000 Mitarbeiter:innen. Der wirtschaftliche Erfolg beruht auf einem ausgewählten Sortiment, das zu 90 Prozent aus exklusiven ALDI Eigenmarken wie z.B. NUR NUR NATUR, MILSANI, BIO oder MYVAY besteht. Nachhaltigkeit ist ein Grundpfeiler des unternehmerischen Handelns, was Initiativen wie der **#Haltungswechsel** für mehr Tierwohl und der **#Ernährungswechsel**, der eine bewusste Ernährung für alle leistbar macht, immer wieder aufzeigen. Darüber hinaus ist ALDI SÜD **Bio-Händler Nr.1** in seinem Verkaufsgebiet und führt über das Jahr verteilt mehr als 1.000 Bio-Produkte. ALDI belegt den ersten Platz im BrandIndex **Preis-Leistungs-Ranking 2025** von YouGov und Handelsblatt, das 32 Produkt-Kategorien in den Bereichen Lebensmittel, FMCG und Technologie bewertet.