



# Pressemitteilung

## **ALDI SÜD startet auf TikTok**

**Mülheim a. d. Ruhr (12.08.2021) ALDI SÜD geht auf den Social-Media-Kanälen einen Schritt weiter und erweitert mit einem eigenen TikTok-Kanal seine Social-Media-Aktivitäten. Ziel ist es, künftig noch stärker die jungen Zielgruppen anzusprechen. Nach Facebook und Instagram nimmt der Discounter nun auch die TikTok-User in seiner Social-Media-Strategie ins Visier und gestaltet interaktiven Content für Millennials und die Generation Z.**

Seit diesem Monat kreiert ALDI SÜD Content für die Kurzvideo-Plattform TikTok, die in Deutschland eine stetig wachsende Fangemeinde hat. „TikTok stellt für uns eine äußerst attraktive Plattform dar und wir sehen sie für die Interaktion mit der jungen Zielgruppe als essenziell an. Wir freuen uns deshalb, dass wir von nun an eine Bühne bespielen, die uns neue Möglichkeiten bietet, Content aufzubereiten. Auf TikTok sind wir kürzer, schneller und nicht in der klassischen Markensprache unterwegs“, sagt Christoph Hauser, Director Customer Interaction bei ALDI SÜD.

### **TikTok bietet bisher ungenutztes Potenzial**

Die 2016 an den Start gegangene App gilt als eine der am schnellsten wachsenden Social-Media-Plattformen weltweit. Schon seit 2020 ist ALDI Nord auf TikTok aktiv und auch ALDI SÜD sammelte im November 2020 bereits erste Erfahrungen auf der Plattform. Jetzt möchte der Discounter die Plattform voll ausschöpfen und vor allem das kreative Potenzial seitens der so genannten Creator nutzen. Dafür plant ALDI SÜD langfristig Partnerschaften mit InfluencerInnen einzugehen. Inhaltlich sollen kurze, humorvolle Videos aus dem Filialalltag sowie produktbezogener Content im Fokus der mehrmals wöchentlich geplanten Videos stehen.

### **Erste Kampagne zu Social-Media-Drink**

Die erste Kampagne realisiert ALDI SÜD gemeinsam mit ALDI Nord und rückt passenderweise zusammen mit TikTok Content Creators den Energydrink „Engie“ in den Mittelpunkt. TikToker haben „Engie“ konzipiert und der Drink gilt als „verifiziert über diverse Tastings mit TikTok-InfluencerInnen“. Die Influencer Skatschie..Moviezzz, Videozeugs und How2Shirli sind bekannte TikToker und bewerben das Trendgetränk. Zusammen haben sie fast vier Millionen Abonnenten auf TikTok.

### **Pressekontakt:**

**Unternehmensgruppe ALDI SÜD:** Nastaran Amirhaji, [presse@aldi-sued.de](mailto:presse@aldi-sued.de)

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