



Gutes für alle.

Pressemitteilung

Ohne Kompromisse: ALDI zeigt, wie Eigenmarke geht

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (08.09.2023) GUT bio, MILSANI, MOSER ROTH, TANDIL, rio d'oro – Eigenmarken gehören zur DNA von ALDI. Grund genug, sie zum Star der gemeinsamen Marketingkampagne von ALDI Nord und ALDI SÜD zu machen. Unter dem Motto „Teuer? Nee, ALDI. So geht Eigenmarke.“ werden die Eigenmarken und ihre Qualität zum Original ALDI Preis ab dem 9. September gekonnt in Szene gesetzt.

Die Kampagne legt den Fokus auf eine hochwertige Bildsprache. In zweigeteilten Motiven beweist die Kampagne, dass ausgezeichnete Qualität nicht teuer sein muss. Auf der einen Seite zeigt ALDI ein hochwertig inszeniertes Gericht oder einen Drink, beispielsweise einen leckeren Cocktail oder ein hochwertiges Pasta-Gericht. Auf der anderen Seite erfolgt die Auflösung: Das Gericht besteht komplett aus den günstigen ALDI Eigenmarken. Mit dieser Mechanik spielt ALDI bewusst mit dem Überraschungsmoment, dass hochwertige Gerichte nicht teuer sein müssen.

„ALDI steht als Erfinder des Discounts für gute Qualität zum besten Preis. Über 90 Prozent unseres Sortiments bestehen aus unseren ALDI Eigenmarken. Indem wir uns auf das Wesentliche konzentrieren, ist Gutes für alle leistbar, denn unsere Eigenmarken sind zum Teil über die Hälfte günstiger als andere Marken - und das ohne Kompromisse bei der Qualität“, sagt Erik Döbele, Managing Director Buying & Customer Interaction bei ALDI SÜD. „Dass unsere Eigenmarken teilweise sogar eine bessere Qualität als andere Marken haben, bestätigen regelmäßige, unabhängige Prüfungen wie Stiftung Warentest und ÖKO-TEST. Aus diesem Grund fokussieren wir uns mit unseren Kommunikationsmaßnahmen komplett auf unsere ALDI Eigenmarken. In der 360-Grad-Kampagne zeigen wir unseren Kundinnen und Kunden, dass sie sich auf die Qualität unserer Eigenmarken verlassen können“, ergänzt Gianfranco Brunetti, Managing Director Marketing & Communications bei ALDI Nord.

Aufmerksamkeitsstarke Media-Kampagne

Die ALDI Leadagentur antoni_99 konzipierte unter anderem in Zusammenarbeit mit der Accenture Song sowie der PHD Media Germany die 360-Grad-Kampagne, die auf sämtlichen Kanälen ausgespielt wird, darunter Print, Funk, Online, Out-of-Home,

ALDI Einkauf SE & Co. oHG,

Communications Deutschland, Eckenbergstraße 16, 45307 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de



Gutes für alle.

PoS und Social Media. Auch in einem neuen TV-Spot zeigt ALDI ab dem 9. September, dass gute Produkte nicht teuer sein müssen. Der TV-Spot ist auf den YouTube-Kanälen von [ALDI Nord](#) und [ALDI SÜD](#) abrufbar.

Darüber hinaus stattet ALDI Nord verschiedene Ferienwohnungen und Campingdörfer mit Duschgel, Lotionen, Kosmetik und Kaffee der ALDI Eigenmarken aus. ALDI SÜD betont mit dem [neuen Social-Media-Film](#) unter dem Motto #entkrümmteuch zudem, dass man sich für gute und günstige Produkte in der ALDI SÜD Filiale nicht krumm machen muss.

Kampagnenwebsites:

aldi-nord.de/eigenmarken

aldi-sued.de/eigenmarken

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI Nord: Emily Rosberger, presse@aldi-nord.de

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Julia Leipe, presse@aldi-sued.de

ALDI Einkauf SE & Co. oHG,

Communications Deutschland, Eckenbergstraße 16, 45307 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de