



Gutes für alle.

# Pressemitteilung

## **Alles außer Beilage: ALDI SÜD gibt Georg und Gustav von Tokio Hotel die große Bühne**

**Mülheim an der Ruhr (08.07.2024) Obst und Gemüse sind selten der Star auf dem Teller, sondern oft nur Beilage oder gar Deko. Diesen Spieß dreht ALDI SÜD jetzt um und stellt frisches Obst und Gemüse in seiner neuen Social-Media-Kampagne „Alles außer Beilage“ in den Mittelpunkt. Das macht der Discounter mit prominenter Unterstützung: ALDI SÜD gibt Gustav und Georg von Tokio Hotel die große Bühne und legt so den Fokus auf die Frische und Qualität von Beilagen. Unter dem Motto „Alles außer Beilage“ ist die neue Kampagne mit den Stars von Tokio Hotel ab dem 08. Juli auf den Social-Media-Kanälen und weiteren Touchpoints von ALDI SÜD zu sehen.**

Statt Roastbeef mit Bohnen und Kartoffeln, gibt es jetzt Bohnen und Kartoffeln mit Roastbeef. Über sämtliche Kanäle hinweg dreht sich in der neuen Social-Media-Kampagne von ALDI SÜD alles um frisches Obst und Gemüse. Auf charmante Art und Weise gehen Gustav und Georg von der erfolgreichen Band Tokio Hotel in der neuen Kampagne auf die unterschätzte Rolle der Beilagen ein.

„Wir wissen ganz genau, wie sich frisches Obst und Gemüse jeden Tag fühlen, wenn sie nur im Hintergrund stehen. Daher wird es Zeit, dass Schnitzel und Steak jetzt in den Backstage-Bereich gehen“, sagt Gustav. „Wir kochen beide privat auch gerne und freuen uns sehr, gemeinsam mit ALDI SÜD zeigen zu können, wie gut sich Obst und Gemüse in der Hauptrolle machen. Die gemeinsame Kampagne hat Riesen-Spaß gemacht und das große Highlight kommt ja noch“, ergänzt Georg.

### **Das erste Beilagenrestaurant Deutschlands - „RoyALDI“**

Als Höhepunkt der Kampagne eröffnet ALDI SÜD am 22. Juli das erste Beilagenrestaurant Deutschlands: „RoyALDI“ in Köln. Dabei führen Gustav und Georg gemeinsam mit einigen reichweitenstarken Influencer:innen als Gastgeber durch den Abend. Tickets gibt es nur auf den ALDI SÜD Social-Media-Kanälen, damit alle die gleiche Chance haben, teilzunehmen. Frisches Obst und Gemüse sind an dem Abend natürlich „Alles außer Beilage“ und werden in verschiedenen Gerichten zum Star auf dem Teller. Ab 08. Juli ist die Kampagne u.a. auf [YouTube](#), [Instagram](#), [TikTok](#) und weiteren Touchpoints zu sehen. Konzipiert und umgesetzt wurde sie von der Berliner Kreativagentur DOJO, Regie führte Niels Münter. Der erste Spot zu ["Alles außer Beilage"](#) ist bereits abrufbar.

„Wir freuen uns sehr über die erneute Zusammenarbeit mit Bandmitgliedern von Tokio Hotel. Es macht ausgesprochen viel Spaß, Projekte mit ihnen umzusetzen. Mit Gustav und Georg an unserer Seite brechen wir jetzt mit Klischees und zeigen, dass

man Beilagen nicht unterschätzen sollte“, sagt Christian Göbel, stellvertretender Geschäftsführer Marketing & Communication bei ALDI SÜD.

**Pressekontakt:**

**Unternehmensgruppe ALDI SÜD:** Jasmin Wüstenberg, [presse@aldi-sued.de](mailto: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 besten Preis**. Der Discounter ALDI SÜD mit Sitz in Mülheim an der Ruhr betreibt rund 2.000 Filialen in Süd- und Westdeutschland und ist Arbeitgeber von über 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, GUT bio, MOSER ROTH 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 600 Bio-Produkte.