



Gutes für alle.

# Pressemitteilung

## ALDI SÜD erzählt wahre Geschichten seiner Kund:innen

**Mülheim an der Ruhr (07.10.2024) Die besten Geschichten schreibt das Leben. Dabei hat so gut wie jeder Mensch eine persönliche Geschichte, die mit ALDI verbunden ist. Genau diese Stories rückt der Discounter in einer neuen Kampagne mit vielen Emotionen nun in den Vordergrund.**

Auf der Suche nach den persönlichen ALDI Stories hat ALDI SÜD viele Anekdoten, aber auch komplette Lebensläufe entdeckt, die sich mit und durch die Produkte entwickelten. Ob über Zeitungsarchive, Social Media Posts oder andere Kanäle: Schnell wurde deutlich, dass ALDI SÜD über all die Jahre Leben und Menschen auf überraschende, emotionale, lustige und inspirierende Weise berührt hat. Denn fast jede:r hat seine eigene ALDI Story. So fährt Laurentius jedes Jahr mit seiner Familie im Camper nach Italien und hat stets bis zu 10 Kilogramm Spaghetti und Pesto von ALDI SÜD dabei. Nur dank der günstigen Produkte kann Laurentius sich den jährlichen Camper-Trip nach Italien leisten und seinen lang ersehnten Urlaub verwirklichen.

### Basierend auf wahren Geschichten

Drei dieser besonderen und persönlichen Geschichten werden ab dem 7. Oktober im Rahmen einer neuen Kampagne in den Mittelpunkt gestellt. Neben Laurentius und seiner Italien-Story erzählt zum Beispiel Can, dass die Nussknacker Schokolade der ALDI Eigenmarke CHOCEUR ein beliebtes Geschenk für Familien und Bekannte in der Heimat ist. Ebenso hatte der Medion mp3 Player von ALDI SÜD einen bedeutenden Einfluss auf den weiteren Lebensweg von Sedef. Als erfolgreiche DJ hält sie noch heute gerne an den Erinnerungen an ihren ersten mp3 Player fest. [Hier](#) geht es zu den ALDI Stories.

Die Filme mit den persönlichen ALDI Stories werden sukzessiv über Social-Media, Digital OOH-Displays, die ALDI SÜD Webseite und App ausgespielt. Produziert wurde die Kampagne von LE BERG, die Idee und Umsetzung stammt von der Leadagentur antoni\_99.

Christian Göbel, stellvertretender Geschäftsführer Marketing & Communication bei ALDI SÜD: „Es macht uns wahnsinnig stolz, Teil des Lebens unserer Kund:innen sein zu dürfen. Auch uns berührt es, wenn wir beispielsweise von Milchmäuse Fan-Clubs hören - genau dafür steht ‚Gutes für alle.‘. Es gibt so viele kleine und große Geschichten, die es verdient haben, erzählt zu werden.“

### Weitere ALDI Stories gesucht

Unter dem Motto „Jeder hat eine. Erzähl uns deine. #ALDIStory“ ist ALDI SÜD auch weiterhin auf der Suche nach inspirierenden Erlebnissen und möchte den Geschichten eine Bühne geben. Diese können über die Social Media Kanäle [Instagram](#) und [TikTok](#) und über [WhatsApp](#) direkt eingereicht werden. Einige Stories sollen sogar auch im nächsten Jahr verfilmt werden.

**Unternehmensgruppe ALDI SÜD:** Julia Leipe, [presse@aldi-sued.de](mailto:presse@aldi-sued.de)  
**Pressematerial:** [aldi-sued.de/presse](http://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 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 1.000 Bio-Artikelsorten.