



Pressemitteilung

ALDI SÜD punktet fünf Mal beim German Brand Award

Mülheim a. d. Ruhr (22.06.2018) Beim diesjährigen German Brand Award hat ALDI SÜD gleich fünf Auszeichnungen geholt. Die höchste Auszeichnung „Gold“ gab es für das ALDI Bistro Pop-up-Konzept sowie die Marke ALDI SÜD. Drei weitere Auszeichnungen in der Kategorie „Winner“ erhielt der Discounter für das Gesamtkonzept „Meine Weinwelt“, die Aktion „Krumme Dinger“ und die Employer Branding-Kampagne „IT-Jobs ohne Bugs“. An der Verleihung nahmen in Berlin 600 geladene Gäste teil.

ALDI SÜD hatte gestern Abend im Deutschen Historischen Museum in Berlin Grund zum Feiern: Der Discounter gehörte mit fünf verschiedenen Preisen zu den Gewinnern des Abends. Alle Preise bestätigen das Unternehmen darin, dass es sich lohnt, neue Wege zu gehen und Markenerlebnisse für ALDI SÜD Kunden zu schaffen.

Zwei Mal Gold für das ALDI Bistro und die Marke ALDI SÜD

Einen German Brand Award in Gold erhielt der Discounter für die Marke ALDI SÜD in der Kategorie „Industry Excellence in Branding – Trade, Retail & e-Commerce“. „Die Marke ALDI SÜD hat an ihrem Auftritt gefeilt und sich mit der Leitidee ‚Einfach an deiner Seite‘ als Versorger für alle strategisch perfekt positioniert. Eine bis ins Detail professionell durchdeklinierte Markenarbeit, mit der sich das Unternehmen nicht nur zeitgemäß, freundlich und modern präsentiert, sondern der Marke auch genügend Raum für einen flexibleren Einsatz in der analogen und digitalen Kommunikation lässt“, heißt es dazu in der Jurybegründung.

Eine weitere Gold-Auszeichnung belohnt das ALDI Bistro Pop-up-Konzept. Damit würdigt die Jury das ganzheitliche Markenerlebnis mit emotionalem Mehrwert, das im vergangenen Jahr für die Kunden durch das ALDI Bistro geschaffen wurde.

Preise würdigen Modernisierungsmaßnahmen von ALDI SÜD

Für die Employer Branding-Kampagne „**IT-Jobs ohne Bugs**“ erhielt ALDI SÜD einen Winner-Award. Die Kampagne, die speziell auf die Bedürfnisse von IT-Fachkräften zugeschnitten ist, soll die Bekanntheit und Attraktivität von ALDI SÜD als IT-Arbeitgeber erhöhen.

Einen weiteren Winner-Award gab es für die Aktion „Krumme Dinger“. ALDI SÜD bietet seit Mitte vergangenen Jahres Obst und Gemüse mit kleinen Schönheitsfehlern an und setzt damit ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. Ein dritter Winner-Award würdigt die Aktivitäten



von ALDI SÜD rund um „Meine Weinwelt“. Mit Informationen über die Rebe und das Weinsortiment schafft ALDI SÜD digital Markenerlebnisse auf dem Onlineportal [meine-weinwelt.de](https://www.meine-weinwelt.de). Der Wein-Pop-Up-Store lud die Kunden zudem 2017 zur kostenlosen Weinprobe und verschaffte den Besuchern so direkte Nähe zum umfangreichen Weinsortiment.

„Wir sind sehr stolz auf die Auszeichnungen. Auch wenn die Preise jeweils unterschiedliche Bereiche honorieren, so teilen sie eine wichtige Gemeinsamkeit: Sie alle stehen für ein modernes ALDI SÜD, das auf unterschiedliche Art und Weise an die Kunden herantritt“, erklärt Kirsten Geß, Leiterin Kommunikation bei ALDI SÜD.

Der German Brand Award wird seit 2016 vergeben. Mit dem Award zeichnen der Rat für Formgebung und das German Brand Institute erfolgreiche Marken, konsequente Markenführung und nachhaltige Markenkommunikation aus.

Pressekontakt: Kirsten Geß, presse@aldi-sued.de

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