



Pressemitteilung

ALDI Preis, Preis Baby: Discounter feiern gemeinsame Eigenmarken

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (13.03.2020) ALDI Nord und ALDI SÜD gleichen ihre Sortimente an. Deshalb erhalten viele ALDI Marken nach und nach ein neues Design, manche sogar einen neuen Namen. Das Ergebnis: Jede Menge Sparpotential für die Kunden. Das nehmen die beiden Discounter zum Anlass, eine Hymne auf die neuen Eigenmarken und die günstigen Preise herauszubringen. Mit der Kampagne „ALDI Preis, Preis Baby“ feiern sie das gemeinsame ALDI Sortiment – auch mit einem gleichnamigen Song.

Rund 100 Eigenmarken werden im Zuge der Markenharmonisierung von ALDI Nord und ALDI SÜD vereinheitlicht. Dabei übernimmt ALDI Nord teilweise Eigenmarken von ALDI SÜD und umgekehrt. ALDI Kunden profitieren hierdurch gleich doppelt: Sie erhalten ein einheitlicheres Sortiment, unabhängig davon, ob sie bei ALDI Nord oder ALDI SÜD einkaufen. Und aus der Markenharmonisierung ergeben sich Preisvorteile, die ALDI an seine Kunden weitergibt.

Die Marke ALDI steht für Qualität zu besten Preisen. Darauf können sich unsere Kunden seit mehr als 100 Jahren verlassen. Die Unternehmensgruppen bauen seit jeher sehr stark auf ihre Eigenmarken – 90 Prozent des Sortiments besteht aus ALDI Marken. Die Zusammenführung der Marken bedeutet: Gemeinsames Design. Gemeinsame Qualität. Zu diesem Anlass haben ALDI Nord und ALDI SÜD eine umfangreiche 360-Grad-Kampagne entwickelt, die Kunden auf unterhaltsame Weise auf die neuen Eigenmarken und die neuen Preise aufmerksam machen soll. Es wird weiterhin Marken und Artikel geben, die exklusiv bei ALDI SÜD oder ALDI Nord erhältlich sind, darunter auch regionale Produkte.

„Mit den gemeinsamen Eigenmarken wird es für unsere Kunden jetzt noch günstiger“, sagt Sabine Zantis, Managing Director Marketing and Communications bei ALDI Nord. „ALDI Preis, Preis Baby“ soll genau das kommunizieren. Der Song basiert auf dem Hit „Ice Ice Baby“ des amerikanischen Rappers Vanilla Ice aus dem Jahr 1990. „Mit ‚ALDI Preis, Preis Baby‘ nutzen wir einen bekannten Ohrwurm, um unsere Botschaft auf humorvolle Weise an unsere Kunden zu transportieren.“

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Ruhrallee 307-309, 45136 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Luxemburger Allee 8, 45481 Mülheim a. d. Ruhr, aldi-sued.de



360 Grad Kommunikation

Die übergeordnete Botschaft lautet: Alles bleibt besser. „Für unsere Kunden möchten wir mit der Kampagne vor allem eins – Transparenz schaffen“, sagt Marco Ganser, Director Marketing bei ALDI SÜD. „Sie sollen wissen, dass sie sich auch weiterhin auf ALDI verlassen können, sei es bei der Qualität oder beim Preis.“ Die „ALDI Preis, Preis Baby“ Kampagne startet heute, der TV-Spot wird erstmals am 15. März auf allen großen TV-Sendern ausgestrahlt. Zusätzlich werden Kunden über mehrere Monate hinweg an allen Touchpoints über die neuen ALDI Eigenmarken informiert: in Tageszeitungen, via Radio, Out-of-Home-Werbung, Social Media sowie auf den Webseiten von ALDI Nord und ALDI SÜD. Dazu kommen zahlreiche Kommunikationsmaßnahmen am Point of Sale deutschlandweit in allen ALDI Filialen.

Für die Kreation der Kampagne zeichnet die Werbeagentur McCann verantwortlich. Weitere Informationen zur "ALDI Preis, Preis Baby"-Kampagne und den gemeinsamen Eigenmarken gibt es auf den Webseiten von [ALDI Nord](#) und [ALDI SÜD](#).

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI Nord: Serra Schlesinger, presse@aldi-nord.de

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Anamaria Inden, presse@aldi-sued.de

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG,
Unternehmenskommunikation, Ruhrallee 307-309, 45136 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,
Unternehmenskommunikation, Luxemburger Allee 8, 45481 Mülheim a. d. Ruhr, aldi-sued.de