



Pressemitteilung

„Entdecke den keinen Unterschied“: ALDI Kampagne betont Eigenmarken-Kompetenz

- **Neue Marketingkampagne stellt Marken und Eigenmarken gegenüber**
- **Regelmäßige Top-Ergebnisse bei ÖKO-TEST und Stiftung Warentest zeigen hohe Qualität der ALDI Marken**

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (04.06.2021) Die ALDI Eigenmarken können es locker mit Markenprodukten aufnehmen - das betonen ALDI Nord und ALDI SÜD in ihrer aktuellen Kampagne. Mit dem Claim „Entdecke den keinen Unterschied“ stellen die Discounter selbstbewusst Marken und Eigenmarken aus ihrem Standard-Sortiment gegenüber.

Milka oder Choceur? Persil oder Tandil? In den neuen TV-Spots „spiegelt“ ALDI sein Markenangebot mit den ALDI Eigenmarken. „Mit unserer Kampagne zeigen wir, dass sich die ALDI Marken nicht hinter Markenartikeln verstecken müssen - im Gegenteil: sie bieten höchste Qualität und ein überragendes Preis-Leistungsverhältnis“, so Lars Klein, Managing Director National Buying & Services und Customer Interaction bei ALDI SÜD.

In der Tat punkten ALDI Eigenmarken regelmäßig mit Top-Ergebnissen bei unabhängigen Testern wie Stiftung Warentest und ÖKO-TEST. Demnach ist der Griff ins ALDI Regal für Kunden oft eine smarte Lösung: Gleiches Produkt, gleiche Menge, besserer Preis. Und weil ALDI gemeinsam mit seinen oft langjährigen Lieferanten stets intensiv an Mehrwerten arbeitet, werden die Eigenmarken immer wieder im Sinne des Kunden auf den Prüfstand gestellt. So werden etwa laufend Parameter wie die Nachhaltigkeit oder Nutzerfreundlichkeit der Verpackung, die Qualität und die Herkunft von Inhaltsstoffen, die mögliche Reduzierung von unnötigen Inhaltsstoffen, der Geschmack oder die Sensorik getestet und optimiert.

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

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,
Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim a. d. Ruhr, aldi-sued.de



Kampagnenstart am 5. Juni: Kreative Side-by-Side-Lösung

Bei der aktuellen Kampagne setzt ALDI auf einen kreativen Side-by-side Ansatz: Auf einem Splitscreen läuft die gleiche Szene gespiegelt ab: Ein Papa kocht seinen Kindern Spinat, ein weißhaariger Hipster schlüpft in seine frisch gewaschene und blütenweiße Kleidung, eine Frau genießt beim Yoga kopfüber hängend ein Stück Schokolade. Auf den ersten Blick sind es die exakt gleichen Bilder, doch am Ende werden Markenprodukt und ALDI Eigenmarke eingeblendet. Denn ob Spinat, Waschmittel oder Schokolade: Es handelt sich um ähnliche Produkte, jedoch mit dem k(l)einen Unterschied: Die ALDI Marke gibt's stets zum besseren Preis.

„Unsere neue Kampagne soll unseren Kundinnen und Kunden mit einem Augenzwinkern zeigen, dass sie bei einem Einkauf bei ALDI nichts falsch machen können“ sagt Lukas Kaiser, kommissarischer Managing Director Marketing and Communications bei ALDI Nord. „Ob mit unseren starken Eigenmarken oder unserem großen Angebot an Markenprodukten – unsere Kunden können sich darauf verlassen, dass sie bei ALDI einfach ins Regal greifen können und immer beste Qualität zum Top-Preis erhalten“, so Kaiser.

Umgesetzt wurde die Kampagne von der Agentur Zum Goldenen Hirschen München. Die Kampagne wird auf den unterschiedlichen Kanälen von ALDI Nord und ALDI SÜD ausgespielt. Zu den Maßnahmen zählen neben TV- und Radio-Spots auch Anzeigen sowie Podcast-Ads. Auch auf den Social-Media-Kanälen der Discounter sowie Digital wird die Kampagne umfangreich begleitet. Als Mediaagentur fungiert PHD.

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI Nord: Verena Lissek, presse@aldi-nord.de

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Nastaran Amirhaji, presse@aldi-sued.de

ALDI Einkauf SE & Co. oHG,

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

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim a. d. Ruhr, aldi-sued.de