



Pressemitteilung

Neue ALDI Kampagne: Endlich wieder Weihnachten – mit allem, was dazugehört

- **Die diesjährige Weihnachtskampagne von ALDI rückt in den Mittelpunkt, was letztes Jahr gefehlt hat: die gemeinsame Zeit mit der ganzen Familie.**
- **Kampagnenheld Kai Karotte setzt als guter Geist alles daran, das Weihnachtsfest so schön wie möglich zu machen.**
- **Sonderideen wie Podcasts, Murals und Medienkooperationen runden die Kampagne ab.**

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (12.11.2021) „Endlich wieder Weihnachten – mit allem, was dazu gehört“ lautet das Motto der diesjährigen ALDI Weihnachtskampagne. Und dazu gehören an diesem Weihnachtsfest auch all die Dinge und natürlich unsere Liebsten, die uns an Weihnachten gerne mal auf die Weihnachtspalme bringen. Die Kampagne mit Schwerpunkt auf TV, Online-Bewegt看 und Social Media startet ab dem 13. November.

Dieses Jahr gibt es endlich wieder viel gutes Essen von Mutter, der Onkel macht nicht ganz korrekte Witze und die Oma hat immer einen gutgemeinten Ratschlag parat. Alles was an Weihnachten dazugehört, zeigt ALDI in kleinen humorvollen Episoden in vier TV-Spots rund um die bereits bekannte Familie von Kai Karotte. Was an Weihnachten natürlich nicht fehlen darf ist das hochwertige ALDI Weihnachtssortiment, mit allem was für ein vielfältiges Festtagsmenü benötigt wird – natürlich zum besten ALDI Preis.

Storytelling in Bewegtbild

„Die Szenen in den Spots symbolisieren auf humorvolle Weise, was echtes Weihnachten ausmacht“, sagt Lars Klein, Managing Director Customer Interaction and Buying bei ALDI SÜD. „Jedes Familienmitglied hat Eigenarten und Marotten, die zum Fest einfach dazugehören – die wir letztes Jahr schmerzlich vermisst haben.“

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

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,
Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de



Kai Karotte beobachtet in den TV-Spots dabei als guter Geist die Situationen und versucht kleine Missgeschicke zu verhindern. „Mit unserer diesjährigen Weihnachtskampagne möchten wir unterstreichen, wie wichtig Familie und Zusammenhalt sind. Daher fangen wir alle Momente ein, die zum Weihnachtsfest dazugehören: die lauten und fröhlichen, aber auch die leisen und emotionalen“, sagt Lukas Kaiser, kommissarischer Managing Director Marketing and Communications bei ALDI Nord.

Crossmediale Kampagne mit Sonderwerbformen

Neben TV-, Kino- und Online-Spots wird die Kampagne hauptsächlich online und über die sozialen Medien ausgespielt, begleitet von klassischen Print- und PoS-Maßnahmen. Darüber hinaus realisiert ALDI auch neue Sonderwerbformen. Unter anderem gibt es erstmals mit Kai Karotte einen Podcast und die Zusammenarbeit mit dem Kindersender TOGGO. Auch großflächige Murals auf Hauswänden sind Teil der Weihnachtskampagne. Sie werden zusammen mit anderen Werbemedien als Mirriads – also als nachträglich platzierte native Adverts – in drei deutschen Daily Soaps verlängert. An einigen Orten können sich Kunden zudem über City Light Säulen voller liebevoll arrangierter Plüsch-Kais im Schneegestöber freuen.

Für die Kampagne verantwortlich ist die Kreativagentur McCann. Federführend bei der Ausarbeitung des Digitalkonzepts ist die Agentur Scholz & Volkmer. Für das Social-Media-Konzept ist die Agentur Kolle Rebbe verantwortlich. Die Mediaagentur PHD Germany zeichnet verantwortlich für die Media-Strategie und -planung. Der erste TV-Spot ist vorab auf den YouTube-Kanälen von ALDI SÜD unter <https://youtu.be/OSZbDf1qLds> und von ALDI Nord unter <https://youtu.be/T74bNMgPX8k> abrufbar.

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-SE & Co. oHG,
Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de