



Pressemitteilung

Weihnatskampagne: ALDI setzt zu Weihnachten auf Klassiker

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (8.11.2019) Was wäre das Fest der Liebe ohne Traditionen? Bestimmte Lieder, der gemeinsame Kirchengang aber auch die Auswahl des Festessens gehören an Weihnachten einfach dazu. In der diesjährigen Weihnachtskampagne von ALDI SÜD und ALDI Nord dreht sich alles um genau diese geliebten Weihnachtsklassiker. Die breit angelegte Werbekampagne startet morgen mit einem TV-Spot.

Egal ob Kartoffelsalat, Raclette oder knusprige Gans – bei 96 Prozent der Deutschen landet an Heiligabend eines dieser klassischen Gerichte auf dem Tisch*. Und auch TV-Weihnatsklassiker wie „Kevin allein zu Haus“ oder „Tatsächlich Liebe“ sind aus vielen Wohnzimmern nicht wegzudenken. In diesem Jahr nutzt ALDI diese Filmklassiker, um seine Weihnachtskampagne zum Leben zu erwecken.

„Mit unseren diesjährigen Weihnatsspots möchten wir auf humorvolle Weise auf unser vielfältiges Angebot zur Weihnachtszeit aufmerksam machen“, sagt Astrid Bertl, Director Marketing bei ALDI Nord. „Dafür lassen wir Filmszenen aus einigen der beliebtesten Weihnatsfilme in einer ALDI Filiale stattfinden und verbinden diese mit unserem Sortiment.“ Die Botschaft: Bei ALDI gibt es alle Klassiker für ein gelungenes Fest.

„KEVIN! Wir haben Kevin vergessen“

Zu den wohl bekanntesten Filmklassikern gehört „Kevin allein zu Haus“. Im Originalfilm verweist die Familie ohne zu merken, dass sie ihren Jüngsten zu Hause vergessen hat. Im neuen TV-Spot von ALDI fahren die Eltern gerade vom Filialparkplatz, als die Mutter erschreckt feststellt: „KEVIN! Wir haben Kevin vergessen.“ Kevin sitzt derweil inmitten von ALDI Regalen und zieht es vor, die geliebten Schokoladen-Lebkuchen zu vernaschen. Einer von vielen Klassikern, die

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



es jedes Jahr zur Weihnachtszeit bei ALDI gibt. Neben diesem Filmklassiker nutzt ALDI auch bekannte Sequenzen aus „Tatsächlich Liebe“ und „Stirb langsam“.

„Traditionen sind für viele Verbraucher stark mit Essen verbunden. Klassiker wie Christstollen, Kartoffelsalat mit Würstchen, der Gänsebraten oder auch ein guter Schluck Wein landen jedes Jahr auf den Festtafeln der Deutschen. Ohne sie wäre Weihnachten nicht Weihnachten. Qualitativ hochwertige Klassiker sind bei uns genauso erhältlich wie ein breite Auswahl an Gourmet Produkten für die Festtage – natürlich zum ALDI Preis“, erklärt Marco Ganser, Director Marketing bei ALDI SÜD.

Breit angelegte Werbekampagne

Neben den klassischen Kanälen wie TV, Radio, OoH, POS und Anzeigen in Tages- und Publikumszeitungen wird die Kampagne „Weihnachtsklassiker“ breit über sämtliche digitale Kanäle verlängert. Im ALDI SÜD Gebiet läuft zudem ein Kino-Spot.

Die Kreativagentur McCann zeichnet für die Kreation der Kampagne verantwortlich. Die Produktion erfolgte durch die e+p films GmbH.

Der TV-Spot ist vorab auf den YouTube-Kanälen von [ALDI SÜD](#) und [ALDI Nord](#) abrufbar.

** Quelle: RetailMeNot 2018*

Pressekontakt:

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

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Lina Binder, 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