



# Pressemitteilung

## Qualitätskampagne: ALDI räumt mit Vorurteilen auf

- Am 31.07.2021 startet eine neue Qualitätskampagne von ALDI.
- ALDI Nord und ALDI SÜD setzen sich faktenreich und pointiert mit Vorurteilen auseinander, die über das Sortiment der beiden Discounter kursieren.
- Im Fokus der Kampagne stehen unter anderem die Themen Bio, Frische und Tierwohl.

**Essen/Mülheim a. d. Ruhr (30.07.2021) ALDI Nord und ALDI SÜD räumen mit gängigen Discounter-Vorurteilen auf und zeigen in ihrer aktuellen Kampagne, dass sich niedrige Preise und hohe Qualität keinesfalls ausschließen. Dafür gehen die beiden Discounter selbstbewusst und offen mit Vorurteilen unter anderem zu Frische, Bio oder Tierwohl um und stellen diese mit zahlreichen Fakten richtig.**

Meinungsfreiheit ist unbezahlbar. Qualität nicht. Dieser Gedanke bestimmt die ALDI Qualitätskampagne von ALDI Nord und ALDI SÜD. „Wir nehmen unsere Kunden und ihre Ansprüche ernst. Deshalb gehen wir konkret auf Vorbehalte ein – faktenbasiert, pointiert und selbstbewusst“, sagt Lars Klein, Managing Director Customer Interaction & Buying bei ALDI SÜD. Zum klaren Kurs der von der Agentur „Zum goldenen Hirschen“ konzipierten Kampagne gehört, dass die Vorurteile über ALDI ungeschönt ausgesprochen werden: genauso wie im Alltag. „Als Erfinder des Discounts steht ALDI seit jeher für die beste Qualität zum bestmöglichen Preis“, sagt Lukas Kaiser, kommissarischer Managing Director Marketing and Communications bei ALDI Nord. „Mit unserer neuen Kampagne möchten wir zeigen, dass auf dieses Leistungsversprechen Verlass ist und zusätzlich das ein oder andere Vorurteil entkräften.“

### **Mit überzeugenden Fakten nah an den Menschen**

Eine Marktforschung hat gezeigt, dass die größten Vorbehalte gegenüber ALDI in den Bereichen Bio und Frische bestehen. Zentrales Element der Kampagne sind deshalb Spots, in denen Menschen diese Vorbehalte konkret ansprechen: Die junge Mutter Christina, die nicht glauben will, dass echte Bio-Qualität so günstig wie bei ALDI sein kann. Der Taxifahrer Tom, der die Schokoladen-Qualität bei ALDI bezweifelt oder die Studentin Amelie, die nicht glaubt, dass Obst und Gemüse täglich frisch in den Filialen angeliefert werden. So fundiert der Inhalt, so

**ALDI Einkauf SE & Co. oHG,**

Unternehmenskommunikation, Ruhrallee 307-309, 45136 Essen, [aldi-nord.de](http://aldi-nord.de)

**ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,**

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim a. d. Ruhr, [aldi-sued.de](http://aldi-sued.de)



entspannt und ideenreich ist der Stil der Kampagne. „Wir möchten, dass die Kunden genauer hinschauen und so die ALDI Qualität zum ALDI Preis für sich entdecken“, sagt Lars Klein.

### **Bio-Qualität und Frische bei ALDI**

Als Antwort auf die Behauptung „Bio von ALDI? Das ist doch kein richtiges Bio!“ klären ALDI Nord und ALDI SÜD beispielsweise über das europäische Bio-Logo sowie das deutsche Bio-Siegel auf, die den ALDI Kunden zertifizierte Bio-Qualität garantieren. Die Bandbreite von 450 Bio-Artikeln bei ALDI SÜD und rund 380 Bio-Artikeln bei ALDI Nord reicht von Joghurt über Apfelschorle und Mozzarella bis zu Bacon, Hähnchenbrustfilets und Hafercookies.

Auch mit den Zweifeln an der Frische ihres Sortiments räumen die Discounter auf: „Unsere Kunden finden in unseren Märkten tagtäglich über 100 frische Obst- und Gemüseartikel. Dafür sorgen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Logistik und in unseren Filialen jeden Tag aufs Neue“, erklärt Lukas Kaiser bei ALDI Nord. Der Fakt, dass jede der über 4000 ALDI Filialen täglich mit frischen Produkten beliefert werde, sei aber noch nicht bekannt genug.

Eine Übersicht aller Thesen und Fakten beispielsweise zum Thema Tierwohl und dem #Haltungswechsel bei ALDI Nord und ALDI SÜD liefern der [ALDI SÜD Blog](#) oder die [Website von ALDI Nord](#).

### **ALDI Qualität im Alltag sichtbar**

Die 360-Grad Kampagne „Meinungsfreiheit ist unbezahlbar. Qualität nicht.“ startet am 31. Juli und läuft sechs Wochen. Die Kampagne wird in TV-, Online- und Radio-Spots sowie auf Social-Media-Kanälen und in Printmedien präsent sein. Mit Plakaten und Murals bringt ALDI das Thema ins Straßenbild. Die TV- und Online-Spots sind vorab auf den YouTube-Kanälen von ALDI Nord unter <https://youtu.be/cxfdAi3-EXo> und von ALDI SÜD unter [https://youtu.be/0snSQ\\_zliq4](https://youtu.be/0snSQ_zliq4) abrufbar.

### **Pressekontakt:**

**Unternehmensgruppe ALDI Nord:** Christian Salmen, [presse@aldi-nord.de](mailto:presse@aldi-nord.de)

**Unternehmensgruppe ALDI SÜD:** Nastaran Amirhaji, [presse@aldi-sued.de](mailto:presse@aldi-sued.de)

**ALDI Einkauf SE & Co. oHG,**  
Unternehmenskommunikation, Ruhrallee 307-309, 45136 Essen, [aldi-nord.de](http://aldi-nord.de)

**ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,**  
Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim a. d. Ruhr, [aldi-sued.de](http://aldi-sued.de)