



Pressemitteilung

ALDI Nord und ALDI SÜD führen Eigenmarken zusammen

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (12.03.2020) ALDI Nord und ALDI SÜD harmonisieren ihre Sortimente und führen bis Ende des Jahres rund 100 Eigenmarken zusammen. Nach dem Motto „Alles bleibt besser“ übernimmt ALDI Nord dabei teilweise Eigenmarken von ALDI SÜD und umgekehrt. Die Umstellung betrifft in erster Linie Markennamen und Verpackungsdesign. Die Modernisierung der Eigenmarken ist für ALDI ein konsequenter Schritt, um seine Marktposition zu festigen, die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und die Preisführerschaft auszubauen.

„Mit der Harmonisierung unserer Eigenmarken stellen wir sicher, dass wir unseren Kunden heute und in Zukunft Qualität zum besten Preis anbieten können“, sagt Tobias Heinbockel, Managing Director Category Management bei ALDI Nord. Für ALDI Kunden ergeben sich daraus auch günstigere Preise: Durch effizientere Prozesse, gemeinsame Verpackungen und Marketingmaßnahmen erzielen ALDI Nord und ALDI SÜD Kostenvorteile. „Es ist Tradition, dass ALDI Einsparungen – wo immer möglich – an Kunden weitergibt. Dem bleiben wir treu“, sagt Simon Gelzer, Managing Director Corporate Buying bei ALDI SÜD.

Großteil des Sortiments bis Ende des Jahres angeglichen

Bereits Ende 2020 soll der Großteil der Eigenmarken im Standardsortiment und bei den Aktionsartikeln identisch sein. „Wir wollen unseren Kunden das geben, was sie sich wünschen – einen einfachen Einkauf und ein Sortiment, das sie begeistert. Mit einem einheitlicheren Angebot können wir ihnen genau das bieten, unabhängig davon, ob sie bei ALDI Nord oder ALDI SÜD einkaufen“, so Heinbockel.

Gleiche ALDI Marken in ganz Deutschland

„Die Eigenmarken gehören zur DNA von ALDI. 90 Prozent unseres Sortiments besteht aus Marken, die es exklusiv nur bei ALDI gibt. Zukünftig finden unsere Kunden überall die gleichen ALDI Marken – egal, ob in Hamburg oder in München, in Berlin oder in Köln“, erklärt Gelzer.

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Eckenbergstr. 16, 45307 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,

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



Im Zuge der Harmonisierung prüfen die beiden Discounter bei jedem Produkt genau, welche Eigenschaften übernommen werden oder wo Verbesserungen erfolgen können. Je nach Warengruppe hat dies unterschiedliche Auswirkungen. „Bei einigen Produkten kann es sein, dass lediglich die Verpackung neu gestaltet wird. Andere Segmente gestalten wir komplett um – neuer Markenauftritt, neue Sorten und teilweise eine optimierte Rezeptur“, so Gelzer weiter.

ALDI Nord und ALDI SÜD gehen weiterhin auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden ein und haben nach wie vor eigene Artikel in ihrem Sortiment, darunter viele regionale Produkte. Die hohen ALDI Qualitätsstandards bleiben unverändert. Das wird durch fest definierte Anforderungen an Lieferanten, ein engmaschiges Prüfsystem und regelmäßige Kontrollen sichergestellt.

Optimierung der Prozesse

Auch für Lieferanten und Partner bringt die Bündelung der Kompetenzen von ALDI Nord und ALDI SÜD Vorteile. So wird es einheitliche Anforderungen und Prozesse geben. „Wir wollen die Synergie-Potentiale überall, wo möglich, nutzen“, sagt Heinbockel. Dazu zähle auch, dass man Verpackungen optimiert und nach Möglichkeit reduziert. Die Restbestände der bisherigen Marken werden abverkauft. Begleitend werden die neuen Eigenmarken deutschlandweit schrittweise eingeführt.

Ein Überblick über die neuen ALDI Eigenmarken ist ab Samstag, 14. März, auf den Webseiten von [ALDI Nord](#) und [ALDI SÜD](#) zu finden.

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, Eckenbergstr. 16, 45307 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,

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