



Pressemitteilung

HR Excellence Award für TikTok-Kampagne von ALDI SÜD

Mülheim a. d. Ruhr (25.11.2019) Über 1 Millionen Impressions, 50.000 Views und 20.000 Likes in nur vier Tagen: Die TikTok-Kampagne, mit der ALDI SÜD im Sommer Schülerinnen und Schüler für eine Ausbildung begeisterte, war ein voller Erfolg. Nun wurde das Konzept bei den HR Excellence Awards 2019 in Berlin als Sieger in der Kategorie „Konzerne Azubi-Marketing“ ausgezeichnet.

ALDI SÜD ist in Bewegung. Der Wandel zeigt sich nicht nur in der Weiterentwicklung des Filial-Designs und des Sortiments. Er findet ebenso Ausdruck in der neuen Employer Branding Kampagne „Für mich. Für uns. Für morgen.“, die auf Authentizität und Glaubwürdigkeit setzt. Überraschend kreativ präsentierte sich das Unternehmen als erster Lebensmitteleinzelhändler auf dem Videoportal TikTok Schülern als Ausbilder und attraktiver Arbeitgeber.

Aktuell bildet ALDI SÜD rund 4700 Auszubildende in den Bereichen Verkauf, Verwaltung, Logistik und IT aus. Jährlich werden rund 2000 neue Azubis gesucht. „Diese Stellen jedes Mal wieder zu besetzen, ist eine große Herausforderung. Deshalb versuchen wir im Azubimarketing, zielgruppenspezifische Trends frühzeitig zu erkennen und diese direkt im Recruiting umzusetzen“, sagt Kamila Kwasny, Corporate HR Director bei ALDI SÜD. „Auf unser Kurzvideo bei TikTok haben wir sehr viel positives Feedback bekommen. Das zeigt einmal mehr, dass wir mit unserer Employer Branding Kampagne auf einem guten Weg sind.“

Jede Menge Jobs und Informationen zur Arbeit bei ALDI SÜD gibt es auf karriere.aldi-sued.de.

Pressekontakt

ALDI SÜD, Anamaria Inden, presse@aldi-sued.de

Pressematerial: aldi-sued.de/presse