



Pressemitteilung

ALDI setzt auf den besten Preis für alle und verzichtet deshalb auf App-Rabatte

Essen/Mülheim an der Ruhr (20.07.2026) ALDI macht das Discount-Geschäftsmodell zur Markenbotschaft: Einfachheit, Fokus auf das Wesentliche und der dauerhaft beste Preis für alle. Jeden Tag, auch ohne Kundenbindungsapp. ALDI bezieht damit klar Stellung zur wachsenden Verbreitung von Bonus-Apps und Treueprogrammen im Lebensmitteleinzelhandel und gegen eine Zweikassengesellschaft.

Ob Coupons sammeln oder Rabatte aktivieren: Der Aufwand rund um Loyalty-Programme wächst und die Komplexität beim Einkaufen steigt. Wer kein Smartphone besitzt oder keine App nutzen möchte, zahlt vielerorts mehr für dasselbe Produkt. Kundenbindungs-Apps und Couponpreise verleiten Kundinnen und Kunden zudem oft zu Mehrausgaben – und das von bis zu 30 Prozent¹.

ALDI setzt dem ein einfaches Modell entgegen: den besten Preis für alle, ohne Bedingungen. „In einer Zeit, in der alles komplexer wird, ist Einfachheit wichtiger denn je. Und genau das ist unser Geschäftsmodell. Den ALDI Preis muss man nicht aktivieren, suchen oder freischalten. Er gilt für alle“, erklären ALDI Nord und ALDI SÜD. Damit positionieren sich die Discounter klar gegen exklusive App-Rabatte.

Echte Ersparnisse für alle

ALDI steht für ein Einkaufserlebnis ohne Umwege: ein übersichtliches Sortiment von rund 2.000 Artikeln, klare Preise direkt am Regal und Filialen, in denen man in 15 Minuten auf rund 1.000 Quadratmetern alles für den Wocheneinkauf findet. Im Vergleich: Klassische Supermärkte führen im Schnitt 12.000 Artikel (sechsmal so viel) und sind mindestens doppelt so groß. Kostenvorteile aus schlanken Prozessen und langfristigen Partnerschaften mit Lieferanten geben die Discounter direkt an ihre Kundinnen und Kunden weiter. Dass das funktioniert, bestätigen unabhängige Auszeichnungen: Zum 16. Mal in Folge wurde ALDI als Preissieger im

¹ [Loyalty Report Deutschland - Insights über das Kaufverhalten in Deutschland](#)

Kundenmonitor² und zum sechsten Mal Sieger im Handelsblatt-Ranking³ ausgezeichnet.

Rund 90 Prozent des Sortiments von ALDI bestehen aus Eigenmarken, die im Schnitt 50 Prozent günstiger sind als vergleichbare Markenprodukte⁴. Abstriche bei der Qualität müssen Verbraucherinnen und Verbraucher dabei nicht machen. Laut einer unabhängigen Studie des Marktforschungsunternehmens Ipsos und der Lebensmittel Zeitung sehen mehr als zwei Drittel Eigenmarken und Markenprodukte bei der Produktqualität auf Augenhöhe⁵. Dies bestätigen auch regelmäßige Testergebnisse von Stiftung Warentest und ÖKO-TEST.

Der einfache Einkauf als Kontrast zum App-Stress

Ab dem 20. Juli begleiten [ALDI Nord](#) und [ALDI SÜD](#) ihre Haltung mit Werbekampagnen, die das Versprechen an ihre Kundinnen und Kunden unterstreichen und zeigen, wie Einkaufen auch einfach geht, ganz ohne Bedingungen.

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI Nord: Nadine Aniol, presse@aldi-nord.de

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Sarah Gaspers und Miriam Weiss, presse@aldi-sued.de

² ALDI wurde vom [Kundenmonitor 2025](#) bereits zum 16. Mal in Folge zum Preissieger unter den Discontnern gekürt.

³ Beim [Ranking der internationalen Data & Analytics Group YouGov in Kooperation mit Handelsblatt 2025](#) wurde ALDI SÜD zum sechsten Mal in Folge als Preisleistungssieger ausgezeichnet.

⁴ [SWR](#), 2025

⁵ [Ipsos/LZ](#), Handelsmarkenmonitor 2026