



Gutes für alle.

# Pressemitteilung

## **Darüber diskutiert Deutschland: Klare Haltung zu App-Rabatten löst gesellschaftliche Debatte aus**

**Mülheim an der Ruhr (19. August 2026).** Am 20. Juli hat sich ALDI SÜD erstmals klar gegen Bonus-Apps positioniert. Seitdem findet in der Öffentlichkeit und den sozialen Medien eine intensive Diskussion rund um das Thema statt.

Als ALDI SÜD sich vor einem Monat gegen Bonus-Apps und für den besten Preis für alle positioniert hat, stieß der Discounter den Beginn einer gesellschaftlichen Diskussion rund um die weit verbreiteten, exklusiven App-Rabatte an. Auf Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, LinkedIn und weiteren Plattformen reagieren tausende Verbraucher:innen mit einer weiterwachsenden Anzahl an Posts und Kommentaren.

### **So äußern sich Kund:innen und Nutzer:innen in den sozialen Medien:**

- „In einer Zeit, in der man gefühlt für jeden Laden eine eigene App installieren, Coupons aktivieren und an der Kasse das Smartphone zücken soll, ist der Einkauf bei euch pure Erholung. Danke, dass man bei euch einfach reingehen, gute Preise bekommen und wieder rausgehen kann – ganz ohne Datenpreisgabe (...).“ (Kundennachricht)
- „Durch die Rabatt-Apps ist es undurchsichtiger geworden, was ich für welches Produkt zu welchem Preis bekomme. Der finanzielle Vorteil wird dadurch weniger wahrgenommen. Da hält ALDI dagegen. Der Preis ist immer klar. Und es ist noch dazu der ALDI-Preis. Das vermittelt Verlässlichkeit. Was aus meiner Sicht das bessere Programm ist.“ (LinkedIn)
- „Einer der Gründe warum ich bei ALDI einkaufe, weil man nicht seine ganzen Daten abgeben muss, nur um einen fairen Preis zu bekommen.“ (Instagram)
- „Ich sehe es nicht ein, für ein paar Cents, die es mit diversen Apps und Karten gibt, die Industrie mit meinen Daten zu versorgen.“ (Instagram)
- „Durch den Verzicht auf Rabatt-Apps kann jeder profitieren! Vor allem älteren Menschen wird somit der Zugang zu günstigeren Waren nicht verwehrt.“ (TikTok)
- „Ich möchte keine weitere App auf dem Handy haben und gezwungen sein, dann genau das zu kaufen und davon zwei Stück, damit ich spare und Punkte bekomme. Dabei spart man nicht.“ (Facebook)
- „Erholsam, eine Einkaufsstätte, die ich ohne privates ‚Rechenzentrum‘ aufsuchen kann und ohne, dass ich für die Ablehnung der App-Flut mit höheren Preisen bestraft werde.“ (Facebook)
- „Wenn man wie ich für 5 Leute einkauft, ist es wirklich hilfreich, wenn man weiß, man bekommt keinen besseren Preis mit irgendeiner App. -> kein Fomo. Danke dafür!“ (LinkedIn)



Gutes für alle.

# Pressemitteilung

- „Ich gehe nun viel öfter zum ALDI, weil ich durchsichtige Preispolitik für wichtig halte.“ (Instagram)

Die Diskussion zeigt, dass sich viele Menschen in Zeiten wachsender Komplexität mehr Einfachheit wünschen. „Den ALDI Preis muss man nicht aktivieren, er gilt für alle. Der breite Zuspruch zeigt uns: Das ist genau das, was sich Verbraucher:innen wünschen“, erklärt ALDI SÜD.

## **Der einfache Einkauf als Kontrast zum App-Stress**

Seit dem 20. Juli begleitet ALDI SÜD seine Haltung mit Werbekampagnen, die das Versprechen an ihre Kund:innen unterstreichen und zeigen, wie Einkaufen auch einfach geht, ganz ohne Bedingungen.

### **Pressekontakt:**

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

**Pressematerial:** [aldi-sued.de/presse](https://aldi-sued.de/presse)

**ALDI – Gutes für alle.** Seit mehr als 110 Jahren steht der Name ALDI für **gute Qualität zum besten Preis**, ohne Bedingungen und Bonus-App. Der ALDI Preis gilt für alle. Der Discounter ALDI SÜD betreibt rund 2.000 Filialen in Süd- und Westdeutschland und ist Arbeitgeber von ca. 50.000 Mitarbeiter:innen. Der wirtschaftliche Erfolg beruht auf einem ausgewählten Sortiment, das zu 90 Prozent aus exklusiven ALDI Eigenmarken wie z.B. NUR NUR NATUR, MILSANI, BIO oder MYVAY besteht. Darüber hinaus ist ALDI SÜD **Bio-Händler Nr.1** in seinem Verkaufsgebiet und führt über das Jahr verteilt mehr als 1.000 Bio-Produkte. ALDI belegt den ersten Platz im BrandIndex **Preis-Leistungs-Ranking 2026** von YouGov und Handelsblatt, das 32 Produkt-Kategorien in den Bereichen Lebensmittel, FMCG und Technologie bewertet.