



Pressemitteilung

Zum 17. Mal Preissieger: ALDI behauptet beim Kundenmonitor seine Führungsposition und genießt größtes Vertrauen

Essen/Mülheim an der Ruhr (17. September 2026) ALDI sichert sich im aktuellen „Kundenmonitor 2026“ 23 Erstplatzierungen und ist erneut Preissieger, zum 17. Mal in Folge. Damit behauptet der Erfinder des Discounts seine Führungsposition im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. ALDI belegt zudem den ersten Platz in der Kategorie Vertrauen.

Mit starken Eigenmarken und dem ALDI Preis, der für alle gilt, erreicht der Erfinder des Discounts auch 2026 in der großen Branchenstudie „Kundenmonitor“ als einziger 23 Top-Platzierungen¹. Auch in diesem Jahr bleibt ALDI Preissieger im deutschen Lebensmitteleinzelhandel – und das zum insgesamt 17. Mal in Folge². Der beste Preis gilt dabei für alle, ganz ohne Bedingungen oder Hürden. Der Kundenmonitor Deutschland ist eine repräsentative Befragung der ServiceBarometer AG. Die Studie erfasst deutschlandweit bei ca. 9.000 Verbraucher:innen die Zufriedenheit mit und das Image von Lebensmitteleinzelhändlern.

ALDI genießt hohes Vertrauen

Auch in der Kategorie Vertrauen liegt ALDI ganz vorne. Gleichzeitig überzeugt der Discounter mit seinem Bio-Angebot und erreicht bei der Qualität der Bioprodukte ebenfalls den Spitzenplatz. Die Auszeichnungen unterstreichen den Anspruch von ALDI Nord und ALDI SÜD, hochwertige und ökologisch erzeugte Produkte zu dauerhaft günstigen Preisen anzubieten.

„Unsere Kund:innen können bei ALDI darauf vertrauen, für jeden Bedarf das passende Produkt in verlässlich hoher Qualität zum besten Preis zu finden“, sagt Volker Schulz, Managing Director Procurement bei ALDI Nord Deutschland. „Daran arbeiten wir jeden Tag. Die Spitzenplatzierungen im Kundenmonitor bestätigen unseren hohen Anspruch an unser Sortiment und dessen Qualität.“ „Dass ALDI zum

¹ Auszeichnungen beziehen sich auf die Branche „Lebensmittelmärkte – Discounter“. Quelle: Kundenmonitor® Deutschland 2026 (www.kundenmonitor.de/26-026-2); ServiceBarometer AG, München.

² Auszeichnung bezieht sich auf die Branche „Lebensmittelmärkte – Discounter“. Preise im Vergleich zum Wettbewerb. Quelle: Kundenmonitor® Deutschland 2026 (www.kundenmonitor.de/26-026-2); ServiceBarometer AG, München.

17. Mal in Folge Preissieger ist, ist kein Zufall, sondern Ausdruck unserer ALDI DNA und das Ergebnis kontinuierlicher Arbeit. Uns ist wichtig, dass der ALDI Preis für alle gilt. Das schafft Vertrauen bei den Kund:innen“, sagt Simon Gelzer, Managing Director National Buying bei ALDI SÜD.

ALDI erzielt insgesamt Top-Platzierungen in den Kategorien:

- Preissieger im Wettbewerbsvergleich
- Preis-Leistungs-Verhältnis insgesamt sowie des Eigenmarkensortiments
- Qualität und Auswahl an Bio-Produkten
- Qualität von Fleisch und Wurst
- Qualität und Auswahl der Eigenmarken und Non-Food Aktionsartikel
- Auswahl an Gesundheitsprodukten und Drogerieartikeln
- Gestaltung der Märkte und Übersichtlichkeit des Warenangebots
- Umwelterorientierung
- Schnelligkeit an der Kasse
- Weiterempfehlung
- Vertrauen
- Sympathie
- Nachhaltigkeit
- Zukunftsorientierung
- Globalzufriedenheit
- Wettbewerbsvorteile

Die Ergebnisse des diesjährigen Kundenmonitors und das positive Abschneiden von ALDI vor allem in den Bereichen Preis, Vertrauen und Eigenmarkensortiment reihen sich in die Ergebnisse vorangegangener Untersuchungen ein. ALDI wurde 2026 bereits zum sechsten Mal in Folge als Preis-Leistungs-Sieger in der Kategorie „Lebensmitteleinzelhandel“ im Ranking von YouGov und dem Handelsblatt ausgezeichnet³. Zudem haben erst kürzlich unabhängige Shopper-Daten der App MarkenDetektive gezeigt, dass [ALDI der Lieblingsmarkt der Deutschen](#) ist. Dabei wurden rund 150.000 unabhängige Shopper-Angaben aus der App MarkenDetektive analysiert⁴.

Pressekontakt:

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

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

³ Die Ergebnisse des [Preis-Leistungs-Rankings](#) basieren auf mehr als 1.000.000 Online-Interviews, die YouGov von Dez. 2024 bis Nov. 2025 geführt hat. Die Befragten beurteilten dabei rund 852 Marken in 32 Kategorien. Ausgewertet wurden nur Marken mit einer gestützten Bekanntheit von mindestens 20 Prozent. Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden zwei Fragen gestellt: „Welche Marke steht für ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis?“ und „Welche Marke steht für ein schlechtes Preis-Leistungs-Verhältnis?“

⁴ Quelle: MarkenDetektive-App, Auswertung von 149.449 Nutzerangaben (Onboarding & App-Einstellungen), Erhebungszeitraum 4. August 2025 – 3. August 2026.