



Gutes für alle.

Pressemitteilung

ALDI SÜD legt nach: Neue Kampagne zeigt, warum hinter Bonus-Apps kleine Monster stecken

Mülheim an der Ruhr (22. Oktober 2026) Bonuspunkte, Coupons und Treueprogramme können tückisch werden und sich zu nervigen, kleinen Monstern entwickeln: Denn was angeblich beim Sparen helfen soll, führt oft zu Mehrausgaben und verkompliziert den Einkauf. Mit neuen Social-Media-Spots thematisiert ALDI SÜD genau das und setzt seine Mission für einfaches Einkaufen fort.

Die Social-Media-Spots von ALDI SÜD zeigen auf, was für viele Menschen Alltag ist: Die auf dem Smartphone installierten Bonusprogramme entwickeln ein regelrechtes Eigenleben und drängen sich immer tiefer in den Alltag. Die sinnbildlichen Bonuswesen erscheinen auf Smartphones, verlangen persönliche Daten für exklusive Rabatte und aktivieren ungewollt Push-Nachrichten, die zu ungeplanten Käufen animieren. Aus digitalen Verlockungen werden in der neuen ALDI SÜD Social-Media-Kampagne reale Kreaturen, die ständig neue Entscheidungen erzwingen. Die Bonuswesen sind eine Metapher für eine Welt, in der digitale Bonus-App-Angebote längst um jede Sekunde unserer Aufmerksamkeit kämpfen. Dabei könnte alles so einfach sein. Die neue Kampagne zeigt auf humorvolle Weise, wie stressig die Jagd nach Bonuspunkten werden kann. ALDI SÜD bietet eine klare Alternative: einfaches Einkaufen zum ALDI Preis. Und das ganz ohne Bonus-App.

Alle drei Sekunden eine Entscheidung

Aktuell müssen Menschen täglich tausende Entscheidungen treffen. [Forschende](#) schätzen, dass alle drei Sekunden eine Entscheidung fällt.¹ Dazu kommen beim Einkaufen oft noch Coupons, Bonus-Apps oder Treueprogramme, die immer mehr Aufmerksamkeit fordern. Wie wichtig dagegen Einfachheit und Kontrolle beim Einkauf sind, zeigt eine [tiefenpsychologische Studie](#) des rheingold Instituts im Auftrag der Continuity Company (TCC). Sie belegt, dass klare Strukturen, niedrige Regale und eine übersichtliche Auswahl den Einkauf erleichtern. Kund:innen können sich so auf das Wesentliche konzentrieren und ihren Einkauf effizient und einfach erledigen.²

ALDI SÜD bietet in Zeiten der digitalen Reizüberflutung einen Ort, an dem Einkaufen einfach bleibt. Übersichtliche Filialen, ein fokussiertes Sortiment, kurze Wege und ein einheitlicher Preis für alle machen den Einkauf unkompliziert. Im Juli [positionierte sich der Discounter erstmals klar gegen Bonus-Apps](#) und für den besten Preis für alle – und löste damit eine [lebhaft Diskussion in der Öffentlichkeit und den so-](#)

¹ Verhaltensökonomin Dr. Verena Utikal: „Kopf und Bauch? Wie das Gehirn Entscheidungen trifft“, abgerufen am Oktober 2026

² rheingold Institut im Auftrag der Continuity Company, Studienauswertung zur Seelenlage und Händlerwahl, Oktober 2026.

[zialen Medien](#) aus. Nun legt der Discounter mit einer neuen, humorvollen Social-Media-Kampagne zu Halloween nach, die zeigt, dass Einkaufen nicht noch mehr mentalen Ballast schaffen muss. Die Social-Media-Spots sind ab dem 22. Oktober auf Instagram, TikTok, YouTube und Facebook zu sehen. Entwickelt und umgesetzt wurde die Kampagne mit der Agentur DOJO.

Pressekontakt:

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

Pressematerial: 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.