



## MEDIENMITTEILUNG

Schwarzenbach, 25.06.2026

### **Der Schweizer Detailhandel fragt sich erneut: «Wie macht ALDI SUISSE das nur?»**

**Mit einer neuen Kampagne verschärft ALDI SUISSE seine Positionierung als Preisführer im Schweizer Detailhandel. Für die Kundinnen und Kunden bedeutet das dauerhafte Tiefstpreise. Doch wie macht der Schweizer Discounter das, fragt sich die Konkurrenz erneut. Die einfache Antwort lautet: keine Loyalty-App, keine Sammelpunkte, kein Chichi!**

ALDI SUISSE besinnt sich zurück auf seine Wurzeln als wahrer Discounter. Hinter dieser strategischen Positionierung stecken Massnahmen des Unternehmens, die sich ganz einfach zusammenfassen lassen: Der Schweizer Discounter verzichtet auf allen unnötigen Schnickschnack. Die Einsparungen kommen der Kundschaft direkt mit günstigen Preisen zugute.

#### **Kein Preisdruck in der Lieferkette**

Der Discounter spart konkret bei unnötigem Chichi wie teuren Kundenbindungsprogrammen, hochpreisigen Filialstandorten oder absoluten Nischenartikeln. Das ermöglicht Preissenkungen, die nicht Produzentinnen und Produzenten tragen müssen. Denn faire Partnerschaften sind ALDI SUISSE sehr wichtig. Zudem legt der Discounter bei der Produktauswahl den Fokus noch stärker auf Schweizer Produkte. Das Ergebnis ist ein straffes und klar auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtetes Sortiment mit den günstigsten Preisen am Schweizer Markt, auch bei Bio-Produkten. Besonders bei Eigenmarken können Kundinnen und Kunden von günstigen Preisen profitieren.

#### **Über 700 Preissenkungen**

Seit Anfang dieses Jahres hat ALDI SUISSE mehr als 700 Produkte im Preis gesenkt. Damit hat der Schweizer Discounter wieder einmal das Versprechen gegenüber seiner Kundschaft eingehalten: Bei ALDI SUISSE gibt es das beste Preis-Leistungs-Verhältnis der Schweiz. Das liegt eindeutig in der DNA des Discounters, der seit Jahren bekannt für sein erfolgreiches Discount-Prinzip ist.

#### **Bewusster Verzicht auf aufwändige und teure Kundenbindungsprogramme**

Anstatt Geld in Loyalty-Programme zu investieren, senkt ALDI SUISSE lieber dauerhaft die Preise. Der Discounter benötigt keine persönlichen Daten und schützt damit die Privatsphäre seiner Kundschaft. Diese kann darauf vertrauen, jederzeit den günstigsten Preis zu bekommen, ohne persönliche Daten preisgeben zu müssen oder durch Kundenbindungsprogramme im Einkaufsverhalten beeinflusst zu werden. «Unsere Kundinnen und Kunden können frei entscheiden, was sie einkaufen. Sie müssen keine Punkte sammeln oder Aktionen nachjagen. Sie können darauf vertrauen, dass sie jederzeit den günstigsten Preis erhalten», sagt Jérôme Meyer, Country Managing Director von ALDI SUISSE. «Dafür setzen wir uns tagtäglich ein, denn wir sind der wahre Discounter der Schweiz. Nichts Unnötiges, kein Chichi – einfach tiefste Preise!»

#### **Kontakt**

ALDI SUISSE AG  
Medienstelle  
Niederstettenstrasse 3

#### **ALDI SUISSE AG**

Niederstettenstrasse 3 | 9536 Schwarzenbach | [aldi-suisse.ch](http://aldi-suisse.ch)



# MEDIENMITTEILUNG

9536 Schwarzenbach  
Tel: +41 71 980 20 10  
[media@aldi-suisse.ch](mailto:media@aldi-suisse.ch)

---

## Über ALDI SUISSE

ALDI SUISSE ist ein Schweizer Detailhändler mit Hauptsitz in Schwarzenbach (SG). Er gehört zur Unternehmensgruppe ALDI SÜD mit Standorten in elf Ländern weltweit. Seit dem Markteintritt 2005 baut ALDI SUISSE sein Filialnetz in der ganzen Schweiz kontinuierlich aus. Aktuell betreibt das Unternehmen 242 Filialen und beschäftigt rund 3800 Mitarbeitende. Das Sortiment besticht durch Top-Qualität zum besten Preis. Im ALDI-Regal zu finden sind hochwertige Produkte aus der Schweiz, ein breites Frischeangebot und der höchste Bio-Standard auf dem Schweizer Markt. Zudem steht ALDI SUISSE für Fairness, sowohl gegenüber seiner Kundschaft sowie Partnerinnen und Partnern als auch gegenüber seinen Mitarbeitenden.