

ALDI SUISSE Kampagne

Herausforderung

ALDI SUISSE eröffnete 2009 ihre 100. Filiale. Der Schweizer Bevölkerung sollte mit einer gross angelegten Kampagne die Dichte des Filialnetzes, und damit die Nähe von ALDI SUISSE aufgezeigt werden. Gleichzeitig sollte, wenn möglich, die Frische der Produkte dargestellt werden.



ALDI SUISSE Kampagne

Lösung

intelligent

In den Mittelpunkt unserer Kampagne stellten wir klar die Eröffnung der 100. ALDI SUISSE-Filiale. Dieses fact kommunizierten wir simpel und unmissverständlich mittels der Zahl 100. Ausserdem versuchten wir, als Nebenbotschaften die Frische der ALDI-Produkte und die Nähe der ALDI-Filialen mit in die Kampagne aufzunehmen.

emotional

Indem wir die «100» clever mit den Nebenbotschaften «Frische» und «Nähe» kombinierten, entstanden Sujets, auf denen die «100» mit knackig-frischen ALDI-Produkten arrangiert wurden. Zusätzlich setzten wir auf eine Schweizer Karte, welche die Standorte sämtlicher Filialen aufzeigte. Weil es ALDI SUISSE auch ein Anliegen war, den Mitarbeitenden für ihre Arbeit zu danken, zeigten wir auf einem zusätzlichen Sujet hunderte von Schweizer ALDI-Mitarbeitenden, welche die «100» vor das Logistikzentrum in Embrach zeichneten.

powerful

Die Kampagne wurde während zweier Wochen schweizweit auf 4'500 Plakatstellen gefahren. Eine Jubiläumsbroschüre mit den Werten und der Historie von ALDI in der Schweiz wurde dem Wochenmagazin beigelegt, und an über zwei Millionen Haushalte verteilt. In allen grossen Tageszeitungen wurden ausserdem ganzseitige Inserate geschaltet. Ausserdem gab es spezielle Filial-Plakate und auch auf www.aldi-suisse.ch wurde die 100. Filiale gefeiert. Mit diesem Mediamix konnten die Botschaften mit einer geballten Power kommuniziert werden.

