



Gutes für alle.

Pressemitteilung

ALDI erobert als erster Discounter die Anime-Welt

Essen/Mülheim an der Ruhr (26.06.2024) Mit über 50 Livestreams und 2,4 Millionen Zuschauer:innen auf Twitch hat sich ALDI Gaming, die gemeinsame Marke von ALDI Nord und ALDI SÜD, in der Gaming-Szene einen Namen gemacht. In der neuen Kampagne "Into the ALDIverse" hat ALDI Gaming nun als First Mover im Lebensmitteleinzelhandel seine Produkte ins Anime-Universum gebracht. Dabei arbeitet ALDI Gaming mit bekannten Creator:innen wie Dilara (9,8 Mio. Follower:innen bei TikTok) zusammen und setzt auch die ALDI Eigenmarken im Anime-Look in Szene.

Das Genre Anime ist längst auch in Deutschland zu einem absoluten Hype-Thema geworden und durch seine popkulturelle Relevanz und die große Schnittmenge zwischen Gaming und Anime-Fans für ALDI Gaming nicht mehr wegzudenken. Einer [Studie](#) zufolge ist die Generation Z eine der großen treibenden Kräfte hinter der Popularität von Animes. Rund 42 Prozent der Befragten gaben an, dass sie mindestens einmal pro Woche Animes konsumieren.

Into the ALDIverse

Im neuen Spot von ALDI Gaming taucht die Creatorin Dilara in ein Anime-Paralleluniversum ab. Von ihrem gewohnten Streaming-Setup wird sie durch die Nutzung der sogenannten „ALDI-Gaming-Box“ ins ALDIverse befördert, wo sie als Anime-Character einen der erfolgreichsten Streamer Deutschlands NoWay4u und seine Freunde trifft. Ganz nach dem Kampagnen-Claim "Good Game für alle Welten" beweisen sie gemeinsam, dass Spaß und Teamplay beim Gamen das Wichtigste ist. Die starke Community-Bindung bringt ALDI Gaming nicht zuletzt beim gemeinsamen Siegerschmaus mit den ALDI Eigenmarken zum Ausdruck.

Für Strategie und Konzeption zeigt sich die Agentur Accenture Song verantwortlich. Um einen authentischen japanischen Anime zu produzieren, hat ALDI mit dem Animationsstudio Parasol Island und dem in Tokio ansässigen namhaften Animationsstudio D'Art Shtajio zusammengearbeitet, das jede einzelne Szene per

ALDI Nord Deutschland Stiftung & Co. KG,

Communications Deutschland, Eckenbergstraße 16, 45307 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de



Gutes für alle.

Hand zeichnete. D'Art Shtajio war unter anderem schon für die weltbekannte Serie „The Boys: Diabolical“ und den Musiker „The Weeknd“ tätig.

Neben dem Film wird es im Rahmen der Kampagne zahlreiche weitere Highlights geben wie große Livestreams sowohl auf den Kanälen der Creator:innen als auch einen Playground auf dem ALDI Gaming Twitch-Kanal am 19. Juli. Zusätzlich sind Gewinnspiele auf den Instagram-Kanälen von ALDI Nord und ALDI SÜD geplant.

ALDI Gaming mischt den Gaming-Markt auf

Mit vereinter Gaming-Kompetenz, echter Liebe zur Community und den richtigen Produkten zum Snacken, Kochen und Gamen ist ALDI Gaming DIE Marke für die Gaming Community. ALDI Gaming zeigt sich im eigenen Twitch-Kanal, auf YouTube und Social Media mit unterhaltenden Formaten ganz nah an der Community. Dazu zählt zum Beispiel die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Gaming-Influencer:innen und mit Jugendzentren, um Jugendliche mit ihren Streaming-Idolen in Kontakt zu bringen und mit ihnen gemeinsam zu zocken oder auch zu kochen. Auch auf der gamescom war ALDI Gaming zweimal vertreten und präsentierte dort u. a. im gamescomCamp Highlights auf der Eventstage. Zusätzlich gibt es bei ALDI auch immer die passende Gaming-Ausstattung, zum Beispiel im ALDI ONLINESHOP.

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI Nord: Jana Freund, presse@aldi-nord.de

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Julia Leipe, presse@aldi-sued.de

ALDI Nord Deutschland Stiftung & Co. KG,

Communications Deutschland, Eckenbergstraße 16, 45307 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de