

Arbeits- und Informationsmaterial zum Film *Die ALDI-Brüder*

Gründer von Aldi ist tot

Essen - Selbst Konkurrenten würdigen ihn als eine der großen Unternehmerpersönlichkeiten des Landes. Der in der Öffentlichkeit kaum präsente Aldi-Gründer Theo Albrecht ist mit 88 Jahren gestorben.

Theo Albrecht, einer der beiden Gründer des Discount-Riesen Aldi, ist tot. Albrecht starb bereits am Samstag im Alter von 88 Jahren in seinem Geburtsort Essen. Am Mittwoch wurde er dort beerdigt, teilte die Unternehmensgruppe Aldi Nord mit. Theo und sein zwei Jahre älterer Bruder Karl gelten als Erfinder der Discount- Idee im Einzelhandel. Theo Albrecht scheute seit einer Entführung 1971 die Öffentlichkeit, Fotos von ihm gibt es nur ganz wenige. Er starb im Kreis seiner Familie. Albrecht hatte sich im vergangenen Jahr bei einem Sturz schwer verletzt und nicht mehr richtig davon erholt. Die Albrecht-Brüder hatten aus einem kleinen Geschäft der Mutter in Essen-Schonnebeck das Aldi-Imperium aufgebaut.

In den 50 Jahren bis heute entstanden weltweit mehr als 9000 Filialen mit mehr als 50 Milliarden Euro Umsatz. Der Grundsatz, preiswerte und gute Ware in Massen ohne große Dekoration zu verkaufen, hat weiter Bestand. Aldi, zwar getrennt in Süd und Nord, gilt immer noch in Deutschland als Marktführer, auch wenn Konkurrenten wie Lidl aufholen. Seit Jahren stehen Karl (Süd) und Theo Albrecht (Nord) in den Listen der reichsten Männer und Frauen im Land mit an der Spitze - auch wenn dies nur Schätzungen sind. Von Seiten des größten Konkurrenten, dem Discounter Lidl, kam dann auch das wohl größte Lob für Theo Albrecht. Als Pionier der Branche habe er gemeinsam mit seinem Bruder mit kaufmännischem Geschick, Mut, Engagement und Verlässlichkeit eine Discount-Vertriebsform entwickelt, die erfolgreicher nicht sein könne. "Wir zollen seiner Lebensleistung tiefen Respekt", hieß es in Neckarsulm.



Theo Albrecht



Die Brüder Karl Albrecht (links) und Theo Albrecht (rechts), 1973. - Foto: © ZDF / Privatfoto

Seine letzte Ruhe findet Albrecht auf dem Essener Prominentenfriedhof im gediegenen Stadtteil Bredeney. Hier liegt auch der Industrielle Friedrich Alfred Krupp. Das breite Grab des Discount-Königs - noch ohne Grabstein - wirkt eher schlicht und spartanisch. Gleich am Eingang des Friedhofs gelegen ist es mit sechs Kränzen auf Ständern geschmückt, und am Kopfende des Grabes liegt ein Kranz mit Schleife. "Deine Cilly" steht darauf - der letzte Gruß seiner Frau.

Würdigungen kamen aus dem eigenen Unternehmen und von vielen Organisationen. "Aldi trauert um einen Menschen, der gegenüber seinen Geschäftspartnern und Mitarbeitern bescheiden auftrat und sie immer mit großem Respekt behandelte", schreibt die Unternehmensführung. Albrecht habe seit Beginn seines unternehmerischen Handelns auf "uneingeschränkte finanzielle Solidität" gesetzt. "Aus diesem Grund hat die Unternehmensgruppe Aldi Nord bis heute keinerlei Verbindlichkeiten." Der Firmengründer habe bereits zu Lebzeiten eine Nachfolgeregelung für die Zukunft der Gruppe gefunden. Seit einigen Jahren werde das Unternehmen von Managern geführt, "die unabhängig von Theo Albrecht und seiner Familie alle operativen Entscheidungen treffen".

Die nordrhein-westfälische Regierung um Ministerpräsidentin Hannelore Kraft (SPD) beschrieb Theo Albrecht als einer der bedeutendsten Unternehmerpersönlichkeiten des Landes. "Das Ruhrgebiet hat in seiner Geschichte viele bedeutende Unternehmer und innovative Gründer hervorgebracht. Mit Theo Albrecht verliert es eine seiner profiliertesten Persönlichkeiten", hieß es in Düsseldorf. Rewe-Chef Alain Caparros sagte: "Er hat mir persönlich sehr imponiert und ich habe sehr viel von ihm gelernt." Caparros hatte in den 90er Jahren für Aldi Nord gearbeitet und als Generaldirektor die Aktivitäten des Unternehmens in Frankreich aufgebaut. "Meine Zeit bei Aldi war für mich eine großartige Schule." Albrechts Genialität habe in der Einfachheit der Lösungen gelegen, die er für sein Unternehmen und alle Prozesse entwickelte. "Das Leben von Theo Albrecht beweist, dass man der Größte in der Handelsbranche sein und trotzdem mit größter Bescheidenheit leben kann - ein Vorbild für alle in den Vorstandsetagen."

Der Handelsverband Deutschland (HDE) würdigte Albrecht als "eine der prägendsten deutschen Unternehmerpersönlichkeiten". Er sei einer der wenigen Menschen gewesen, die einen ganzen Wirtschaftszweig geprägt hätten, sagte HDE-Hauptgeschäftsführer Stefan Genth am Mittwoch der Nachrichtenagentur dpa in Berlin. Mit der Gründung des Discounters Aldi habe Albrecht nachhaltig das Bild des Einzelhandels gestaltet.

(dpa)

Aldi-Gründer Theo Albrecht im Porträt

Essen - Er zählte zu den reichsten Männern der Welt, besaß halb so viel wie Bill Gates. Und doch kannte kaum jemand Aldi-Mitbegründer Theo Albrecht, der in aller Stille lebte und starb.

Fast jeder kennt Aldi. Theo Albrecht aber, der Mann hinter dem Discount-Riesen, lebte extrem zurückgezogen. Am Samstag starb der 88-Jährige im Kreis der Familie in seiner Heimatstadt Essen und fand am Mittwoch im noblen Bredeney im Süden der Stadt die letzte Ruhestätte - noch bevor die Öffentlichkeit von seinem Tod erfuhr. Der Unternehmensgründer und Multimilliardär machte aus seinem Leben ein so großes Geheimnis, dass nicht einmal der genaue Geburtsort und der Tag in der Öffentlichkeit bekannt waren. Aldi lüftete dieses Geheimnis nach dem Tod: Es war Essen. Der genaue Geburtstag ist wahrscheinlich der 13. März, vielleicht aber auch der 28. März. Auch aus seiner riesigen Discounterkette drangen nur selten Nachrichten.

Entscheidend für das zurückgezogene Leben von Theo Albrecht war wohl seine Entführung vor fast 40 Jahren. 1971 ereignete sich der spektakuläre Fall. Erst nach 17 Tagen und nach der Zahlung eines Lösegelds von sieben Millionen Mark wurde der Unternehmer wieder freigelassen. Wenige Jahre später erregte er noch einmal Aufsehen, als er vor dem Düsseldorfer Finanzgericht die volle steuerliche Absetzbarkeit seiner materiellen Entführungsschäden einklagte. Theo Albrecht hinterlässt ein Milliardenvermögen, das auch nach seinem Tod sicher verwaltet wird. Es ist in nicht auflösbaren Stiftungen gebunden. Theo und sein zwei Jahre älterer Bruder Karl galten jahrelang als die reichsten Deutschen mit zuletzt jeweils über 17 Milliarden Euro Vermögen, wie das "manager magazin" in seiner Liste der reichsten Deutschen im Oktober schrieb.

Der ältere Bruder hatte die Nase leicht vorn. Auch in der "Forbes"-Liste der reichsten Menschen der Welt landeten sie regelmäßig auf vorderen Plätzen. In der Forbesliste vom März dieses Jahres rutschten sie etwas ab. Karl Albrecht kam mit gut 17 Milliarden Euro auf Platz 10, Bruder Theo mit nur noch rund 12 Milliarden auf Platz 31. Handelsunternehmer Michael Otto sortierte sich mit fast 14 Milliarden auf Rang 21 dazwischen ein. Aufgewachsen sind die Brüder in bescheidenen Verhältnissen im Essener Bergarbeitervorort Schonnebeck. 1946 übernahmen sie den Lebensmittelladen der Mutter, die sich damit ein kleines Zubrot verdiente. Da der Vater wegen einer Staublunge nicht mehr als Bergmann arbeiten konnte und nur noch schlecht verdiente, war die Familie auf den Laden angewiesen. Aus dem Geschäft wurde im Nachkriegsdeutschland schon bald eine kleine Kette.

Den Aufstieg schafften die Brüder jedoch mit einer schlichten Idee, die den Einzelhandel bis heute prägt. 1962 wurde der erste Aldi-Markt - die Abkürzung von Albrecht-Discount - in Dortmund eröffnet, nachdem die Brüder ihr gemeinsam aufgebautes Ladennetz zuvor in zwei Teile getrennt hatten. Theo Albrecht gehörte der Norden. Man kann die Filialen am leicht unterschiedlichen Logo unterscheiden. Kompromisslos verschrieben sich die Brüder dem sonst unbekannten Discount-Prinzip und arbeiteten weiterhin eng zusammen. Statt aufwendiger Dekorationen und teurer Markenprodukte setzen die "Pfennigfuchser von der Ruhr" auf billige Holzregale und ein eingeschränktes Sortiment mit günstigen Preisen. Knapp zehn Jahre später überzog Aldi bereits rund 300 deutsche Städte mit einem Netz von 600 Filialen, an denen kaum ein bundesdeutscher Verbraucher vorbei kam. Gleichzeitig verschwanden die Brüder fast völlig von der Bildfläche. Theos Söhne arbeiten seit langem in der Unternehmensführung. Sonst ist so gut wie nichts über die genauen Familienverhältnisse bekannt, nur wenige Fotos existieren.

(dpa)

Familienunternehmen des Ruhrgebiets – Die Brüder Albrecht

Erschienen in Ruhr Revue Ausgabe 04 / 2009

Essen. Was wäre eine Artikelserie über Familienunternehmen des Ruhrgebiets ohne die Brüder Albrecht? Unvollständig, natürlich. Andererseits: Seit Jahrzehnten muss jeder Artikel über das Unternehmen Aldi ohne die Brüder Albrecht auskommen: Sie sagen nichts, und sie lassen sich nicht fotografieren.

Es gibt nur wenige Veröffentlichungen über die Albrechts; in Zeitungsartikeln wird notgedrungen manches voneinander abgeschrieben – auch Unklares und Falsches. Aber weitgehend einig ist man sich doch, dass die Geschichte des Supermarkt-Imperiums Aldi 1913 in Schonnebeck begann – das ist ein vom Bergbau geprägter Vorort Essens, der damals noch Teil der Bürgermeisterei Stoppenberg war. Karl Albrecht, Vater der später so reich gewordenen Albrecht-Brüder, war Bergmann. Vieles spricht dafür, dass er auf den Schonnebecker Zollvereinschächten 3/7/10 anfuhr, die lagen am nächsten. Möglich auch, dass er jeden Tag bis „Friedrich Joachim“ lief oder nach Kray zu „Bonifacius“.

In jedem Fall musste Karl Albrecht den Bergmannsberuf früh aus gesundheitlichen Gründen aufgeben. Er fand mehr schlecht als recht bezahlte Arbeit in einer Brotfabrik. Vermutlich handelt es sich um die Brotfabrik Stauffenberg, die heute im Nachbarort Gelsenkirchen-Rotthausen produziert – auch für Aldi, einen der größten Stauffenberg-Kunden.

Albrechts Kolonialwaren

Karls Frau Anna, so lesen wir, habe dann zusätzlich ein kleines Lebensmittelgeschäft gegründet. Wenn es tatsächlich Anna war, die das Geschäft betrieb, so tat sie es aber wohl unter dem Namen ihres Mannes. Welches genau das erste Albrecht-Geschäft war, bleibt undeutlich. Im Essener Adressbuch tauchen die Albrechts 1930 auf, nach der Eingemeindung Schonnebecks. „Karl Albrecht, Kolonialwaren“ steht da, mit der Adresse „Otto-Hue-Str. 89“, benannt nach dem Gewerkschafter. Zu NS-Zeiten lautet die Geschäftsadresse „Richthofenstraße 89“. Im Mai 1945 kommt der Gewerkschafter wieder zu Ehren, diesmal ohne Vornamen. Die Adresse des Geschäfts ist nun „Huestraße 89“, und dort findet sich noch heute ein schlichter Aldi-Laden. Ob es tatsächlich das allererste Albrecht-Geschäft von 1913 ist, bleibt im Nebel. Manche Autoren behaupten, es sei das zweite, größere Geschäft – eröffnet erst von den jungen Albrecht-Brüdern. Letzteres ist offensichtlich falsch, aber vielleicht haben die Eltern es schon vor 1930 als zweiten Laden betrieben.

Wie es damals bei Albrechts im Geschäft und daheim zugeht, darüber scheint es keinerlei schriftliche Zeugnisse zu geben. Man weiß gerade mal, dass 1920 und 1922 die Söhne geboren wurden – zuerst Karl Hans Albrecht, zwei Jahre später Theodor Paul Albrecht. Nach der Schule macht Karl eine Lehre beim – noch heute existierenden – Feinkostgeschäft Weiler in Essen, während Theodor, genannt Theo, sich im elterlichen Geschäft zum Kaufmann

heranbildet. Beide ziehen als einfache Soldaten in den Krieg; den einen verschlägt es nach Afrika, den anderen an die Ostfront. Zurückgekehrt, übernehmen sie das Geschäft der Mutter und erweitern es. 1948 schon, im Jahr der Währungsreform, beginnen sie daraus eine kleine Filialkette zu formen. 1950 gehören 13 Läden dazu.

Als sich 1948, „noch vor der Währung“, die 18-jährige Helga Galinnis mit abgeschlossener Lehre bei Albrecht in der Schonnebecker Huestraße vorstellt, geben dort schon Karl und Theo den Ton an. Karl ist es, der sie sofort als „Jungverkäuferin“ einstellt. Nach einem halben Jahr steigt sie schon zur Filialleiterin auf. Für 300 statt 120 Mark monatlich führt sie ein kleines Albrecht-Geschäft an der Ecke Saatbruchstraße/Nachbarnweg, nur ein paar Gehminuten vom Hauptgeschäft entfernt. „Ich war sehr stolz“, sagt sie 61 Jahre später, denn immerhin war sie ja blutjunge Anfängerin.

Typisch Tante Emma

Helga Galinnis malt Preise auf die Fensterscheibe ihrer kleinen Albrecht-Filiale in der "katholischen" Schonnebecker Saatbruchstraße. (c) RuhrRevue

Das Geschäft „war ein richtiger Tante-Emma-Laden, sehr klein.“ Aber sie habe etwas draus gemacht – zum Beispiel aktuelle Preise als Blickfang auf die Fenster gemalt. Aber bald nachdem Helga Galinnis 1952 Günther Schimanski heiratet und ihre Stelle aufgibt, wird das kleine Geschäft geschlossen. Ob es der allererste, kleine Laden der Albrechts war? Helga Schimanski weiß es nicht genau. Ihr Mann, waschechter Schonnebecker, hätte es gewusst. Er ist vor drei Jahren gestorben.

Und wie war es damals bei den Albrechts? Jedenfalls seien beide normale Lebensmittel-Läden gewesen. Vom Aldi-Prinzip hat Helga Galinnis noch nichts gemerkt, wenn die beiden Brüder auch sparsam waren, „die haben schon auf den Pfennig gesehen.“ So habe es in ihrem kleinen Laden zwar ein Öfchen gegeben, aber im Winter keine Kohlen. „Ziehen Sie sich dick an“, habe Theo gesagt. Ihr Verlobter habe dann schon mal einen Eimer Kohlen vorbeigebracht. Theo sei überhaupt im Umgang etwas schwierig gewesen. Er wohnte nur einen Steinwurf von dem Filialladen entfernt, und wenn Helga Galinnis krank wurde, sprang Theos Frau schon mal ein. Aber als seine Angestellte an einem Tag üble Zahnschmerzen hatte, ließ Theo Albrecht sich nicht erweichen – sie musste weiterarbeiten.

Insgesamt lässt Helga Schimanski nichts auf ihre damaligen Chefs kommen. Wenn sie von Karl Albrecht spricht, gerät Helga Schimanski fast ins Schwärmen: „Das war ein sehr guter Chef.“ Sie erinnert sich an einen Tag, da die Verkäuferinnen Wein aus einem Fass auf Flaschen füllten; „ich hab immer die Korken reingedrückt.“ Natürlich habe sie keinen Tropfen getrunken, aber trotzdem sei sie am Ende richtig benebelt gewesen. „Karl hat das bemerkt – und hat mich sofort mit seinem Auto nach Altenessen heimgefahren.“ Und als die Leute aus der „katholischen Saatbruchstraße“ sich erst weigerten, bei einer Nicht-Katholikin zu kaufen – „das sprach sich rum“ –, da hielt Karl Albrecht zu ihr: Die werden schon kommen.“ Das, obwohl Albrechts selbst „streng katholisch“ gewesen seien.

Mit Theo per Du

Mit ihren Filialen dehnen sich die Albrecht-Brüder über das Ruhrgebiet und weiter aus; sie selbst bleiben noch auf den Arbeiterstadtteil Schonnebeck konzentriert. Die Zentrale des „Karl Albrecht Lebensmittelfilialbetriebs“ (Adressbuch 1954) entsteht in der Gerhardstraße 3, ein paar hundert Meter vom Ur-Geschäft entfernt. Die Gebäude dienen später als Zweigniederlassung und stehen heute noch, gehören aber nicht mehr zu Aldi. Karl Albrecht junior wohnt laut Adressbuch mit seiner Mutter in der Huestraße 89, Bruder Theo gleich um die Ecke, in der Saatbruchstraße 2.

In jenen Jahren hätten die Albrechts in Schonnebeck richtig dazugehört, sagt Helga Schimanski. Karls Hochzeit und die Geburt seines ersten Sohnes waren Ereignisse, an denen man teilhatte. „Wir waren auch noch auf Theos Verlobung.“ Aber Theo habe sich damals schon distanziert. Irgendwann übernahm Günther Schimanski, dessen Familie eine Kartoffelhandlung hatte, für Albrechts mal eine Lastwagen-Fuhre. „Stell dir vor“, sagte er anschließend zu seiner Verlobten, „der Theo hat mich gesiezt.“ Dabei waren Günther und Theo in einer Schulklasse gewesen. „Theo, du kannst ruhig noch du zu mir sagen“, war die Antwort des Klassenkameraden. Vermutlich nicht zufällig ist Theo Albrecht dann als erster weggezogen – und das gleich in eine ganz andere Welt.

Das Geschäft der Albrechts ist da schon in einem Maß profitabel, das in krassem Gegensatz zur proletarischen Umgebung Schonnebecks steht. Und als die Brüder sich schließlich nach einer passenden Wohnlage umsehen, sparen sie sich Umwege über bürgerliche Wohnviertel, machen gleich Nägel mit Köpfen. Das Adressbuch 1955 verzeichnet „Theodor Albrecht, Kaufmann“ in der Essen-Bredeneyer Westerwaldstraße – dort entsteht ein Viertel mit den Villen derer, die das Wirtschaftswunder nach ganz oben getragen hat. 1957 kann man im Adressbuch lesen, dass „Karl Albrecht, Kaufmann“ am Hackenberghang wohnt, in einem abgelegenen und per Privatstraße erschlossenen Viertel beim Essen-Mülheimer Flugplatz. Die Siedlung mit Blick auf das Ruhrtal erinnert an eingezäunte „gated communities“ in Amerika, und man zögert, sie schön zu nennen. Aber zweifellos ist, wer sich dort 1957 niederlässt, reich. 1960 gibt es 300 Albrecht-Läden in Deutschland.

Preis ist die Werbung

Noch zu Schonnebecker Zeiten, 1953, beschreibt Karl Albrecht vor Kollegen im Lebensmittelverband, was offenbar damals schon als eine außerordentliche Erfolgsgeschichte angesehen wird. Es wird die letzte öffentliche Erläuterung der Albrechts zu ihren Geschäften sein. Das beschränkte Warenangebot, erklärt Karl Albrecht da, sei anfangs noch keine Strategie gewesen, sondern das Ergebnis knapper Finanzen: Die Albrechts sparen, weil sie Geld zum Aufbau der ersten Filialen brauchen: „Wir wollten unsere Filialen dann wie ein normales Einzelhandelsgeschäft mit einem breiten Lebensmittelsortiment eindecken.“ Sie tun es dann doch nicht, weil sie merken, dass auch so ein gutes Geschäft zu machen ist. Um die Kunden aber zu binden, führen die Brüder 1950 ein zweites Prinzip ein: „Wollten wir dem Kunden keine Auswahl bieten, so mussten wir ihm zumindest einen anderen Vorteil einräumen. Wir verkauften von der Zeit an unsere Ware entschieden billiger.“ Discount.

Kosten für Reklame halten Albrechts schon damals gering: „Unsere ganze Werbung liegt im billigen Preis.“ Zwar wird der Kunde bedient, aber Karl Albrecht gibt 1953 offen zu, „dass es sich nicht um ein normales Bedienen handelt, sondern um Massenabfertigung.“ Damit ist schon das ganze Albrecht-Prinzip beschrieben, nur dass man später nicht mehr „billig“ sagt. Und natürlich fehlt noch die Selbstbedienung.

Von den neuen Wohnadressen abgesehen sind Albrechts weit davon entfernt, ihren Wohlstand oder ihr Privatleben öffentlich vorzuführen, so wie das nicht wenige der neuen „Wirtschaftskapitäne“ im Nachkriegsdeutschland unbefangen tun. Obwohl sich die Lebensmittelkette über das ganze Land ausbreitet und die Albrechts immer wohlhabender werden, weiß sich niemand so recht ein Bild von den Personen zu machen. Hochzeiten, Kinder, Parties, Reisen – nichts davon findet sich in den Illustrierten wieder. Offenbar gibt es in jenen Zeiten ein Gleichgewicht: Wenn sich jemand nicht exponiert, dann wird er auch nicht belästigt. Dass die Läden der Albrechts wenig spannend sind, mag dazu beigetragen haben, dass man so viel gar nicht über die Besitzer wissen wollte.

Ein Geniestreich in Sachen Diskretion ist, dass 1962 in Dortmund der erste moderne Discount-Laden der Albrechts unter einem neuen Kürzel auftritt: Al-Di. Anfangs weiß noch jedermann, dass die vier Buchstaben für Albrecht Discount stehen. Und weil das so lustig klingt, kann es einem Knaben, der auf den Vornamen Albrecht getauft ist, in jenen Jahren passieren, dass er lange mit dem Spitznamen Aldi herumlaufen muss. Allmählich aber gerät die Bedeutung der Marke bei den meisten Leuten in Vergessenheit – für die Albrechts wird es um so leichter, sich vollkommen im Hintergrund zu halten.

Die deutsche Teilung

Das Jahr vor dem Erscheinen der neuen Aldi-Marke, 1961, geht in die Geschichte ein, weil Deutschland durch Mauer und Stacheldraht vollends zweigeteilt wird, in Ost und West. Im gleichen Jahr aber ziehen die Albrecht-Brüder einen weiteren Trennungsstrich. Warum genau, das weiß man nicht, aber Karl und Theo haben beschlossen, von nun an getrennte Wege zu gehen. Theo übernimmt den Norden des Landes, Karl den Süden. In vielen Dingen wie dem Einkauf machen sie allerdings weiterhin gemeinsame Sache, und für die meisten Kunden bleibt Aldi einfach Aldi – bis auf jene, die in der Nähe der sagenhaften Grenze wohnen, die besonders im Ruhrgebiet keineswegs einfach von Ost nach West läuft.

Bei uns nämlich verläuft der „Aldi-Äquator“ vorwiegend von Norden nach Süden. Er beginnt an der holländischen Grenze westlich von Borken, erreicht das Ruhrgebiet bei Dorsten, trennt Bottrop säuberlich von Gladbeck und Gelsenkirchen, Essen von Oberhausen und Mülheim, Velbert und Mettmann von Ratingen – und erst südlich von Solingen wendet er sich endlich tatsächlich mehr oder minder klar nach Osten. Die verwirrende Folge: Velbert gehört wie Essen zu Aldi Nord, Oberhausen und Bottrop gehören wie Mülheim zu Aldi Süd.

Essen und Mülheim sind die Hauptstädte der Imperien. Theo Albrecht etabliert die Zentrale von Aldi Nord in Essen-Kray, kaum zwei Kilometer von Schonnebeck entfernt. Karl Albrechts Aldi Süd residiert in Mülheim-Styrum. In den ersten Jahren sind sich wohl die wenigsten Kunden der Grenze bewusst. Später, als die Aldis sich optisch und im Warenangebot stärker zu unterscheiden beginnen, spielt es für hingebungsvolle Schnäppchenjäger eine große Rolle, auf welcher Seite des Äquators sie sich befinden.

1971 wird Theo Albrecht brutal aus seinem abgeschiedenen Dasein gerissen. Der verkrachte und verschuldete Rechtsanwalt Heinz-Joachim Ollenburg – er soll über das Thema „Die Entwicklung der Selbstbedienung in Deutschland“ promoviert haben – ist auf die Idee gekommen, sich mit einer gigantischen Selbstbedienung auf Kosten Theo Albrechts ein für alle Mal zu sanieren. Mit Hilfe des Panzerknackers Paul Kron („Diamanten-Paul“) setzt er den Plan in die Tat um. Am 29. November halten die beiden Theo Albrecht ihre Pistolen vor die Nase, als er vor der damaligen Hertener Hauptverwaltung in sein Auto steigen will. Weil ihnen der Anzug des Firmenchefs verdächtig billig vorkommt, lassen sie sich erst mal seinen Ausweis zeigen – um sicherzugehen, dass sie nicht versehentlich einen Buchhalter erwischte haben. Dann halten sie ihn für eine Nacht in einer Garage fest und anschließend noch über zwei Wochen lang in Ollenburgs Kanzlei, mitten in Düsseldorf.

Phantombrüder

In Verhandlungen mit dem Entführten und der Familie Albrecht „einigt“ man sich auf ein Lösegeld von sieben Millionen Mark; die Täter haben zeitweise wohl von hundert Millionen phantasiert. Aber auch mit sieben Millionen ist dies eine Entführung, die in Deutschland alle Maßstäbe sprengt. Die Polizei hält still, aus Furcht um das Leben des Entführten. Ruhrbischof Hengsbach übernimmt auf Wunsch der Familie die Lösegeldübergabe, auf einem Feldweg bei Breitscheid. Theo Albrecht kommt frei. Trotz manch skurriler Details war die Entführung sicher ein Alptraum, und man kann nur ahnen, wie Theo Albrecht die erzwungene Nähe zu den Unbekannten gequält hat. Davon abgesehen, ist schwer zu sagen, was ihn mehr schmerzt – der Verlust des Geldes oder die öffentliche Aufmerksamkeit. So wird nach seiner Freilassung ein Foto von dem 49-Jährigen geschossen, das dann immer wieder abgedruckt wird.

Vom Lösegeld bekommt er einige Jahre später die Hälfte zurück. Den öffentlich geäußerten Wunsch, dass „der ganze Rummel“ bald endlich vorbei sein und nichts mehr über seine Entführung berichtet werden möge, erfüllt er sich selbst, indem er sich noch mehr ge-gen die Außenwelt abschottet. Bruder Karl tut es ihm gleich. Kurios, dass sie trotzdem noch viele Jahre lang mit voller Adresse im Essener Adressbuch stehen. Aber ob sie in jenen Villen tatsächlich noch wohnen, wo sie andere Wohnsitze haben und wo sie sich jeweils gerade aufhalten, das wird mit den Jahren immer ungewisser. Karl und Theo Albrecht werden zu Phantomen, und Journalisten schreiben aus lauter Verzweiflung, wie sie in Essen-Bredeney, im Badischen (Karl) und auf der Insel Föhr (Theo) nichts finden und niemanden, der über die Brüder als Nachbarn klatschen mag. 1987 gelingt es einem Fotografen nach langem Lauern, beide in Paparazzo-Manier mehr schlecht als recht zu fotografieren. Das ist alles.

Aldi wird trendi

Zu Zeiten der Entführung gelten Aldi-Läden noch als Orte, die man nur ansteuert, wenn man muss. Wer auf sich hält, lässt sich nicht gern dabei beobachten, wie er beim Aldi Zucker, Nudeln und Dosentomaten aus Pappkartons greift. Das beginnt sich in den achtziger Jahren zu ändern. Vielleicht liegt es an Studenten, die mit Aldi magere Bafög-Zeiten durchgestanden haben; jedenfalls bekennen sich mehr und mehr gutsituierte Menschen zu Aldi. Dass die Qualität trotz niedriger Preise und fehlender Prestigemarken stimmt, spricht sich herum. Dass es sinnvoll sei, bei Aldi wenigstens Vorratsartikel zu kaufen, wird zur Binsenweisheit.

Und dann wird Aldi sogar schick, zumal das Sortiment um einige Produkte erweitert wird, die man auch als Trendsurfer gut gebrauchen kann. Zeitweise scheint es so, als könne man niemanden mehr mit Anstand bewirten ohne den guten Aldi-Champagner oder das Super-Olivenöl – wobei es durchaus *comme il faut* ist, nebenher auf den phantastisch niedrigen Preis hinzuweisen. Zum Thema, wie man bei Aldi einkauft und was man aus den erstandenen Lebensmitteln kochen kann, erscheint eine Flut von Büchern wie „aldidente“. Eine bessere Werbung können sich die Brüder gar nicht wünschen. Und sie heizen den „Kult“ weiter an. Durch „Non Food“-Artikel, die nur wenige Tage lang verkauft werden zum Beispiel. Um die Jahrtausendwende stehen Kunden frühmorgens Schlange für den neuesten Aldi-Computer und werden schon mal rabiat, wenn ihnen der letzte zu entgehen droht. Die enggedruckten Anzeigen „Aldi informiert“ sind für manche Leute das Wichtigste an ihrer Zeitung.

Kritiker beklagen sich bald über die Ausbreitung der Schnäppchen-Mentalität, über die „Aldisierung“ des Landes. Es ändert nichts. Obwohl die Discounter-Idee mehr und mehr Konkurrenten auf den Plan ruft, wächst das zweigeteilte Aldi-Reich. Aldi Süd hat heute rund 1700 Geschäfte in Deutschland, Aldi Nord 2500. Nach und nach taucht Aldi auch in europäischen Ländern auf, in den USA und selbst in Australien. Ob ein Land von Aldi Süd erobert wird oder von Aldi Nord, hängt von der Unternehmenslust der jeweiligen Gesellschaft ab und wird vorweg nicht abgesprochen. Wer zuerst da ist, mahlt zuerst. Heute liegt eine knappe Mehrheit der 9000 Aldi-Geschäfte außerhalb Deutschlands.

Alles nur geschätzt

Obwohl die beiden Aldi-Gesellschaften oft gemeinsam auftreten und handeln, etwa als Einkäufer, entwickeln sie sich doch unterschiedlich. Aldi Süd beginnt früher und stärker, das knappe Angebot zu erweitern, um Frischware etwa, Textilien und Computer. Auch werden im Süden neue, großzügigere Filialen gebaut, während man im Norden stärker an den kleinen, schlichten Läden mitten in den Stadtvierteln festhält – bestes Beispiel ist der Ur-Laden in der Schonnebecker Huestraße. Wenn Wirtschaftsmedien geschätzte Umsatzzahlen veröffentlichen, wie das „Manager Magazin“ vor einigen Wochen, liegt Theo Albrechts Nord-Reich beim Umsatz etwas zurück, obwohl es mehr Filialen betreibt. Manchmal wird ihm vorgeworfen, das Sparprinzip zu übertreiben und damit zu ruinieren. Nord-Freunde wiederum fürchten, dass der Süden sich allzu weit vom erfolgreichen Grundprinzip entferne. Tatsache ist, dass Aldi in Deutschland am Ende möglichen Wachstums angelangt scheint; es gibt sogar Umsatzrückgänge. Im Ausland dagegen ist das anders, und deshalb forcieren beide Unternehmen dort die Expansion.

Im übrigen gilt nach wie vor für alle Beobachter der beiden Reiche: Nichts Genaues weiß man nicht. Man weiß, dass Nord und Süd jeweils in über 30 Regionalgesellschaften aufgeteilt sind, zum Ärger aller, die gerne mehr wissen möchten, denn so bleibt das Imperium unübersichtlich und ist kaum zur Publizität verpflichtet. Man weiß, dass die beiden Aldi-Brüder ihr Vermögen jeweils in verschwiegene Stiftungen eingebracht haben, deren Hauptzweck nicht Karitatives ist, sondern die optimale Verwaltung und Sicherung der Vermögen. Man weiß, dass Karl Albrecht, heute 89, sich schon vor Jahren aus dem Tagesgeschäft zurückgezogen und das Management bei Aldi-Süd angestellten Chefs überlassen hat. Sohn Karl junior hat sich gesundheitlich als nicht robust genug erwiesen für das Geschäft. Einigen Einfluss dagegen haben laut „Manager Magazin“ Beate Heister, Tochter des Patriarchen, und ihr Sohn Peter Max Heister. Theo Albrecht, 87, hat sich bis in

die jüngste Vergangenheit aktiv um Aldi-Nord gekümmert. Die Söhne Theo junior und Berthold haben Sitze in Aufsichtsgremien, doch das eigentliche Geschäft leiten angestellte Manager.

Als öffentliche Personen sind die Albrechts so schattenhaft wie eh und je. Seit Jahren gelten sie als die reichsten Deutschen, und das US-Wirtschaftsmagazin „Forbes“ verzeichnet Jahr um Jahr getreulich die aktuelle Position der Albrechts auf seiner Milliardärs-Liste. 2009 stehen die Brüder weltweit besonders gut da und zählen zu den zehn reichsten Menschen der Welt. Karl belegt Platz sechs, Theo Platz neun. Die Verschwiegenheit der Brüder muss für die „Forbes“-Leute zuweilen frustrierend sein; aus der Redaktion hörte man, die Albrechts seien zurückgezogener als der Yeti.

Geschichte gemacht

Wie transparent ein Großunternehmen wie das Aldi-Reich sein sollte, muss uns hier nicht interessieren. Als Privatmenschen haben Karl und Theo Albrecht natürlich jedes Recht, sich Zudringlichkeiten zu verbitten. Und angesichts dessen, wie Prominente und Pseudo-Prominente sich heutzutage in den Medien und im Internet tagtäglich entblößen, kann man solch konsequente Zurückhaltung durchaus sympathisch finden. Andererseits: Die beiden Brüder haben Geschichte gemacht, haben Nachkriegsdeutschland geprägt. Sie haben unser aller Kaufverhalten, unser tägliches Leben verändert. Sie sind gleichsam in Millionen Wohnungen durch Produkte präsent, die letztlich ihren Namen tragen: „Al ...“, und sie haben gut davon gelebt. Da wünschte man sich schon, dass die beiden Herren als Vermächtnis endlich jemandem in die Feder und ins Aufnahmegerät diktieren – nein, nicht wo sie jetzt wie viel investiert haben und wo sie welche Villa besitzen. Aber wie das damals war in Schonnebeck, mit dem elterlichen Kolonialwarengeschäft, mit den ersten Filialen, wie sie das Aldi-Prinzip gefunden haben und wann sie gemerkt haben, dass es sie ganz hoch hinaus tragen würde – das würden wir schon gerne wissen. Und anders als irgendwelche Schlüsselloch-Neuheiten geht es uns auch etwas an. (na)

Der Aldi-Check (aus WDR: Der Markencheck, 08.07.13)

Aldi – die Mutter aller Discounter. Aus dem alltäglichen Einkaufsleben vieler Menschen sind die Filialen der Gebrüder Albrecht nicht mehr wegzudenken. Laut einer Studie des Instituts für Handelsforschung schenken die Deutschen von allen Lebensmittelhändlern Aldi Nord und Aldi Süd das größte Vertrauen. Der Discounter steht für ordentliche Qualität und niedrige Preise. Doch wird dieses Vertrauen vielleicht ausgenutzt? Geht das "Prinzip billig" zu Lasten der Qualität? Und was ist der Preis, den die Mitarbeiter im Arbeitsalltag dafür zahlen? Wir haben den Check gemacht.



Sieht man einem Aldi-Kleidung an? Ein Pärchen trägt Aldi, eines ein teures Marken-Outfit. | Bild: WDR / Klaus Görden

Erster Check: Vertrauen

Der erste Gang einer Aldi-Filiale sieht fast überall gleich aus. So wolle Aldi Gewohnheit schaffen und dem Kunden das Gefühl geben, sich immer zurecht zu finden, erklärt uns der ehemalige Aldi-Geschäftsführer Eberhard Fedtke. Aldi setzt demnach auf Verlässlichkeit. Wir wollen wissen: Wie gut kennen sich die Kunden bei Aldi aus?

Weil wir keine Drehgenehmigung bekommen, bauen wir unseren ersten Versuch direkt vor einer Filiale auf. Auf einem Spielbrett sollen treue Aldi-Kunden nachbauen, wie die Produkte im ersten Gang angeordnet sind. Und tatsächlich: Über die Hälfte der Testpersonen macht nur einen oder zwei Fehler. Zwei schaffen es sogar fehlerfrei.

Unsere Testpersonen sind also sehr vertraut mit Aldi, viele könnten quasi blind einkaufen. Könnte der Discounter das ausnutzen? Um das zu checken, bauen wir vor der Filiale ein typisches Regal mit Aldi-Produkten nach. Allerdings gibt es eine Besonderheit: wir tauschen drei Artikel aus. Wir ersetzen die Mayonnaise von Aldi durch die Mayonnaise von Netto, den

Reis und die Margarine von Aldi tauschen wir jeweils gegen die entsprechenden Konkurrenzprodukte von Lidl.

Unsere Testkunden sollen nun im nachgebauten Regal sieben Artikel "einkaufen", darunter die drei, die wir ausgetauscht haben. Die Testpersonen sind allesamt überzeugte Aldi-Kunden und trauen dem Discounter generell gute Qualität zu. Werden sie etwas bemerken? Das Ergebnis: Tatsächlich erkennt die Hälfte der Testpersonen unsere Täuschung nicht – sie greifen scheinbar blind ins Regal, erkennen die Konkurrenzprodukte nicht als solche. Aldi könnte ihnen wohl so manches unterjubeln.

Für Handelsforscher Thomas Roeb ist das keine Überraschung: "In der Regel kauft der Kunde, was er im Regal findet. Dabei ist egal, was draufsteht – einfach, weil er der Einkaufsstätte Aldi vertraut." Die allermeisten Kunden würden demnach auf Nachfrage nicht antworten "Ich habe den Rio-d'Oro-Saft gekauft", sondern "Ich habe den Saft von Aldi gekauft!".

Bei unserem Check am nachgebauten Regal erläutern uns treue Aldi-Kunden, dass der Preis wichtiger sei als der Name des Produktes. Diese Aussagen führen uns zu der Frage, ob man dem Discounter in diesem Punkt wirklich blind vertrauen kann. Tatsächlich kündigt Aldi Preissenkungen jede Woche auf seiner Internetseite groß an. Erhöhungen werden dagegen nicht erwähnt. Nach Erhebungen des Preisportals "Discounter-Preisvergleich" hat etwa Aldi Süd im letzten Jahr die Preise bei 54 Artikeln gesenkt – bei 65 jedoch erhöht.

Wir starten ein weiteres Experiment: Dazu erhöhen wir alle Preise an unserem nachgebauten Regal um rund ein Drittel. Die treuen Aldi-Kunden bekommen von uns nun zehn Euro geschenkt. Damit dürfen sie Produkte aus unserem Regal einkaufen. Dabei stellt sich heraus: Drei Viertel der Test-Kunden bemerken unsere heimlichen Preisaufschläge gar nicht. Eberhard Fedtke, früher Geschäftsführer bei Aldi, erklärt: "Wer sich bei Aldi einmal sozusagen 'eingekauft' hat, der macht nicht mehr diese Preisvergleiche. Der geht davon aus – und das ist gewachsen –, dass Aldi das preiswerteste Angebot hat." Solche Kunden wünscht man sich.

Unser Checkurteil: Das Vertrauen in Aldi ist übertrieben.

Zweiter Check: Frische

Früher gab es bei Aldi vor allem Konserven, heute bietet der Discounter Rundumversorgung mit viel Frischware an. Deshalb möchten wir bei unserem zweiten Check wissen, wie es um die Frische der Lebensmittel bei Aldi wirklich steht. Dafür kaufen wir erstmal Brote und Brötchen bei Aldi Süd und Aldi Nord, beim Discount-Bäcker und bei einer Bäckerei ein. Wir bezahlen bei Aldi Süd 85 Cent fürs Brot und 13 Cent fürs Brötchen, bei Aldi-Nord mit 1,15 Euro etwas mehr für das Brot, aber auch 13 Cent für das Brötchen. Beim Discount-Bäcker kostet das Brot 1,99 Euro und mit 15 Cent ist das Brötchen etwas teurer als bei Aldi. Deutlich mehr (2,95 Euro fürs Brot, 25 Cent fürs Brötchen) kosten die Backwaren in der Bäckerei. Dann lassen wir in einer Fußgängerzone Passanten Brot und Brötchen probieren.

Uns geht es darum, was ihnen am besten schmeckt. Dabei wissen die Testesser nicht, welche Backwaren von Aldi, vom Discount-Bäcker und von der Bäckerei sind. Auf Platz vier landet

am Ende der Discount-Bäcker. Aldi-Nord kommt auf Platz 3, Aldi-Süd schafft den 2. Platz. Am besten schmecken den Testern aber immer noch die Brote und Brötchen aus der Bäckerei.

Jetzt geht's zu André Bach nach Brühl bei Köln. Der Koch hat ein Event-Restaurant – Aldi kommt ihm eigentlich nicht ins Haus. Für uns soll er nun für 15 Gäste je zwei Menüs kochen – eins mit Zutaten von Aldi, eins mit Zutaten vom Supermarkt. Bei Real und Kaiser's kostete der Einkauf 136 Euro, bei Aldi Nord und Süd nur 101 Euro.

Die Produkte kommen nun bei André Bach auf den Küchentisch. Auf die eine Hälfte legen wir die Zutaten von Aldi, auf die andere Seite die vom Supermarkt. Unser Koch weiß natürlich nicht, welche Seite zu welchem Unternehmen gehört. Wir fragen ihn nun, welche Seite seiner Meinung nach besser aussieht. "Es sieht alles frisch aus. Ein kleiner Unterschied ist im Fleisch zu erkennen." Er glaubt, dass das besonders helle und rote Fleisch unter Schutzatmosphäre verpackt gewesen sei. Das dunklere Fleisch komme dagegen wahrscheinlich von der Kühltheke.

Uns fällt auf: Bei Aldi-Packungen steht auf der Rückseite: "Unter Schutzatmosphäre verpackt". Damit Fleisch bis zu zehn Tage haltbar ist, kommen die Schutzgase Kohlendioxid und Stickstoff zum Einsatz. Oft kommt auch Sauerstoff dazu. In hohen Konzentrationen lässt der das Fleisch rot aussehen, auch wenn es schon älter ist. Mit Haltbarkeit hat das aber wenig zu tun. Wir wollen wissen: Hilft auch Aldi mit Sauerstoff beim Frischeeindruck nach?

Wir lassen Aldi-Fleisch in der FH Münster untersuchen. Und schon bei der ersten Packung ein Volltreffer: Es werden 82 Prozent Sauerstoff gemessen. Professor Guido Ritter erklärt uns, dass man normalerweise versuche, Sauerstoff aus Lebensmitteln herauszuhalten: "Sauerstoff reagiert mit Fett, so dass es ranzig werden kann. Sauerstoff reagiert mit Eiweiß, so dass es zäh werden kann. Das sind alles Effekte, die mit dieser Verpackung passieren, so dass aus meiner Sicht die Optik mit der Frische auseinandergeht und wir eigentlich nur den optischen Effekt haben. Aus meiner Sicht ein Trick." In unserer Stichprobe finden wir überall Sauerstoff – oft mehr als 80 Prozent. Aldi sagt dazu, in Qualitätskontrollen sei keine Zähigkeit festgestellt worden.

Zurück bei André Bach in Brühl. Die Test-Esser sind da. Sie wissen ebenso wenig wie der Koch, welches das Aldi- und welches das Supermarkt-Menü ist. Sie sollen nun beurteilen, welches ihnen besser schmeckt. Pro Gang dürfen die Gäste einen Punkt vergeben. Zur Vorspeise gibt es Birnenschaumsüppchen. Das Hauptgericht ist Rinderhüftsteak mit Senfkruste an Spargel-Möhrengemüse mit überbackener Kartoffel. Abschließend wird noch ein Dessert serviert. Das Menü vom Supermarkt hat 9,01 Euro gekostet, das von Aldi 6,77 Euro. Der Supermarkt bekommt am Ende 34 Punkte, Aldi elf. Das sieht nach einem klaren Ergebnis aus. Aber viele Gäste haben lange überlegt, bis sie sich entschieden haben.

Unser Checkurteil: Die Frische bei Aldi ist alles in allem ordentlich.

Dritter Check: Schnäppchen

Wir machen eine Entdeckung: Ein Vertikutierer aus dem Aldi-Prospekt hat eine verblüffende Ähnlichkeit mit dem Markengerät des Herstellers Einhell. Dort kostet er knapp 120 Euro. Auf unsere Nachfrage bestätigt Einhell sogar, dass sie das Aldi-Gerät herstellen. Und nicht nur das: Das Discounterprodukt sei mindestens genauso gut wie das Original. Dabei kostet es bei

Aldi nur knapp 90 Euro! Wir sind neugierig und wollen wissen, ob es bei Aldi wirklich Schnäppchen mit Markenqualität gibt – nur günstiger. Dafür lassen wir Aldi-Produkte gegen richtig teure Markenprodukte antreten. Wie lange kann der Discounter da mithalten?

Zuerst checken wir den besagten Vertikutierer von Aldi Süd für knapp 90 Euro. Sein Gegner: der Vertikutierer von Gardena. Preis hier: 220 Euro. Auf einem Campingplatz in Dortmund-Hohensyburg treffen wir Horst Eckey, unseren Mann fürs Vertikutieren. Der frühere Hausmeister pflegt heute als Rentner liebevoll seinen Rasen und soll nun für uns die beiden Produkte checken. Als erstes muss er sie zusammenbauen. Den Gardena-Vertikutierer hat Horst in zehn Minuten fertig aufgebaut. Für das Aldi-Produkt braucht er deutlich länger. Nun geht's ans Vertikutieren. Die Schnittbreite ist beim Aldi-Gerät drei Zentimeter breiter, es hat zudem mehr Motorleistung als das Gardena-Gerät, ist dafür aber auch lauter. Beim Vertikutieren verliert das Aldi-Gerät im Eifer des Gefechts seinen Haltebügel. Das Fazit unseres Testers: Die Vertikutierleistung des Aldi-Geräts ist in Ordnung, das Markengerät sei aber leichter zu handhaben.

Unser nächster Check zur Markenqualität von Aldi-Schnäppchen ist ein Spezialauftrag – für eine sechsköpfige Pfadfindertruppe. Drei von ihnen sollen im knapp 50 Euro teuren Iglu-Zelt von Aldi Nord campen, drei im Markenzelt. Das ist von Jack Wolfskin und hat rund 300 Euro gekostet. Genau wie beim Vertikutierer checken wir zunächst den Aufbau. Und auch hier gewinnt die Marke. Das Discounterzelt steht erst nach 30 Minuten. Da waren die Pfadfinder mit dem Markenzelt schon längst fertig.

Laut Aldi ist das Iglu-Zelt wetterfest und wasserabweisend. Das wollen wir ausprobieren und unterziehen das Zelt mit einem überdimensionalen Haartrockner einem Belastungscheck. Von außen pustet das Gerät Luft gegen die beiden Zelte. Das Ergebnis: Jack Wolfskin hält dicht. Beim Aldi-Zelt monieren die Pfadfinder jedoch, dass die Luft quasi komplett durchkomme. Der nächste Check soll zeigen, wie es um die versprochene wasserabweisende Beschaffenheit der Zelte steht. Wir sprühen mit einem Wasserschlauch gegen die Zelte. Die Jack Wolfskin-Tester bleiben trocken: "Wir haben zwischen der Innenschicht und der Außenschicht einen großen Abstand und da kann die Feuchtigkeit gar nicht bis zur Innenschicht kommen. Man sieht das Wasser richtig abperlen", erklärt einer der Pfadfinder. Die Aldi-Tester hingegen merken eine Art "Sprühregen", der durch die Zeltwand kommt.

Sieht bis jetzt nicht gut aus für Aldi. Wir lassen die Pfadfinder nun alleine – sie sollen die Zelte ein ganzes Wochenende lang nutzen und dabei Videotagebuch führen. Das Ergebnis: Das Aldi-Zelt schneidet bei ihnen im Praxischeck nicht besonders gut ab. In einer verregneten Nacht hätten sie das Aldi-Zelt evakuieren müssen, erzählen die Pfadfinder – es stand voller Wasserpfüten. Die Jack Wolfskin-Tester hingegen sind zufrieden: "Für Taschen ist leider kein Platz, das ist schade – aber sonst war es sehr trocken, sehr warm, man hat den Wind nicht gemerkt." Das Aldi-Zelt ist bei uns damit durchgefallen.

Dritter Schnäppchencheck: Kleidung. Zwei Studenten bekommen dafür von uns ein Aldi-Outfit. Sie treten damit gegen ein Pärchen an, das wir mit Kleidung von Tommy Hilfiger ausgestattet haben. In dieser Montur geht es dann für die Vier ins Nachtleben. Der WDR-Radiosender 1Live hat in Bonn aufs Partyschiff geladen – und unsere "Models" mischen sich unters hippe Volk. Für die Hilfiger-Outfits haben wir insgesamt zehnmal so viel bezahlt wie für die zwei Aldi-Outfits. Aber kommen sie bei der Partygemeinde auch besser an? Wir

lassen die Gäste bewerten, welches Outfit sie besser finden. Ohne zu wissen, woher die Kleidung kommt, fällt das Urteil eindeutig aus: 28 zu 3. Für Aldi!

Für unsere letzte Schnäppchen-Recherche durchforsten wir Ausgaben von Stiftung Warentest. Auch dort werden immer wieder Aldi-Produkte unter die Lupe genommen. Und auch bei den Bewertungen von Stiftung Warentest gab es für Aldi Licht und Schatten. Die Aldi Nord-Angebote der letzten fünf Jahre kommen so zu einer Durchschnittsnote von 2,9, die von Aldi Süd zu einer 3,0.

Unser Checkurteil: Die Schnäppchen von Aldi sind Glückssache.

Vierter Check: Fairness

Wir wollen wissen, was ein Karriere-Versprechen bei Aldi wirklich wert ist. Ein ehemaliger Aldi Süd-Manager erzählt uns: "Bei Aldi gilt das Prinzip 'Jeder Mitarbeiter ist grundsätzlich verdächtig' und man geht davon aus, dass die Mitarbeiter faul sind, nicht arbeiten wollen, Geld unterschlagen wollen, Geld klauen wollen, sich auf irgendeine Weise bereichern wollen." Der ehemalige Manager sagt, er sei direkt nach seinem Universitätsabschluss zu Aldi gegangen. Er habe mehr als 80.000 Euro im Jahr verdient, nach zwei Jahren aber gekündigt. Denn was er bei Aldi erlebt hätte, habe ihn schockiert: "Die Aufgabe aller Führungskräfte, aller Ebenen, besteht darin die Mitarbeiter zu kontrollieren und am arbeiten zu halten", erinnert er sich.

Dabei scheint Aldi bei der Ausbildung auf den ersten Blick vorbildlich. Aldi Süd trommelt mit aufwändig gestalteten Filmen für die "Azubi-Filiale". Und Aldi Nord spricht vom "Azubi-Camp", einem "Trainingslager für eine spannende Zukunft". Aldi Nord sagt uns, junge Leute würden in der Tat recht bald Verantwortung übernehmen, dabei aber von erfahrenen Kollegen unterstützt.

Wir treffen Tanja M., 2008 hat sie ihre Ausbildung bei Aldi Nord begonnen. Sie gehörte zu den Besten ihres Jahrgangs und meint, die Ausbildung habe mit den Versprechen in den Aldi-Werbebrochüren nichts zu tun gehabt: "Man zählt nach zwei Wochen praktisch als vollwertiger Mitarbeiter. Man muss alles machen, von Kasse bis Einräumen, von Putzen bis Kundenbedienen. Im Endeffekt fast dieselben Sachen wie der Filialleiter, nur viel schlechter bezahlt", so Tanja.

Aldi-Führungskräfte und Gewerkschafter erklären uns unabhängig voneinander, dass Auszubildende oft mit nur einem weiteren Mitarbeiter den Laden schmeißen müssten. Eine Antwort auf diesen Vorwurf bleibt Aldi Nord schuldig. Dazu gibt es noch einen weiteren Vorwurf: unbezahlte Mehrarbeit. Tanja M. erzählt: "Wir haben immer mindestens eine halbe Stunde zu früh angefangen, immer mindestens eine Pause nicht gemacht. Wenn man das nicht mitmacht, ist man ein Kollegenschwein." Wir hören immer wieder von Mehrarbeit bei Aldi Nord. Das Unternehmen verweist auf eine Pauschale für ein gewisses Maß an Mehrarbeit – bei Verkäuferinnen bis zu drei Stunden die Woche. Doch von Aldi-Managern, Mitarbeitern und Gewerkschaftern hören wir: Dieses Maß werde häufig überschritten; aus Angst vor Repressalien würde das aber in Kauf genommen. Die Lösung wäre eine elektronische Arbeitszeiterfassung. Doch die will Aldi nicht. Man fragt sich, warum?

Und wie sieht es mit den Azubis bei Aldi Süd aus? Der ehemalige Manager behauptet, dass Auszubildende bei Aldi primär genutzt würden, weil sie konkurrenzlos günstig seien. Tatsächlich hat Aldi-Süd überraschend viele Auszubildende. Im Branchendurchschnitt sind 8 Prozent der Mitarbeiter einer Filiale Azubis. Bei Aldi-Süd sind es doppelt so viele: 16 Prozent. Wir bekommen interne Dokumente einer Aldi-Regionalgesellschaft – sie zeigen: In manchen Filialen gab es sogar vier Azubis.

Und was passiert nach der Ausbildung? Aldi Süd erklärt stolz, um die 80 Prozent der Azubis würden übernommen. Klingt erst einmal gut. Doch der ehemalige Aldi-Manager sagt, auch damit wolle Aldi vor allem Personalkosten sparen. "Die Azubis, die übernommen werden, werden seit einigen Jahren in neue Verträge überführt, wo sie aber auch verflücht wenig Geld verdienen und den älteren Mitarbeitern wiederum Konkurrenz machen", so der ehemalige Manager. Aldi Süd bestätigt spezielle Anschlussverträge, man zahle aber übertariflich.

Den Druck auf lang gediente Mitarbeiter? Den gibt es offenbar schon lange. Heinrich Birrenbach war Chef einer Aldi-Filiale bei München. Zu ihm und anderen Fällen möchte Aldi aus Datenschutzgründen keine Stellung beziehen. Heinrich Birrenbach erzählt, er habe etwas Seltsames erlebt. Zum 25-jährigen Dienstjubiläum bei Aldi habe man sich noch bei ihm für die gute und partnerschaftliche Zusammenarbeit bedankt, ein halbes Jahr später habe dann ein systematisches Mobbing begonnen. Birrenbach glaubt, seine Vorgesetzten hätten plötzlich Gründe für Abmahnungen gesammelt. Einmal habe man ihn angewiesen, die Tür zum Notausgang abzuschließen. Birrenbach sagt, er habe sich geweigert, denn es seien noch Kunden im Laden gewesen. Auch laut Aldis Sicherheitsrichtlinien müssten Fluchtwege offen bleiben. Doch zum Schluss bekommt er deswegen eine Abmahnung. Am Ende schickt ihm Aldi die Kündigung – ohne Begründung.

Wir hören: Gut verdienende Filialleiter sind für ihre Vorgesetzten oft ein Problem. Denn die Vorgesetzten stehen intern permanent unter Wettbewerbsdruck. Auf Ranglisten können sie ablesen, wie ihre Filialen gegen die ihrer Kollegen abschneiden, auch bei den Personalkosten. Andreas Straub war Manager bei Aldi Süd. Er erinnert sich, dass eine Möglichkeit, die Zahlen zu verbessern, diese gewesen sei: bei den Mitarbeitern sparen. "Zum Beispiel wird das erreicht, indem man teurere Mitarbeiter durch günstige ersetzt. Indem man zum Beispiel einen Filialleiter durch einen Stellvertreter ersetzt, der nur die Hälfte verdient. Je länger jemand dabei ist, desto teurer wird er für das Unternehmen und desto eher wird dann auch geschaut: Welche Fehler macht der eigentlich? Und wie kann man den auch mal auf Sicht gesehen loswerden?", so Straub. Aldi Süd bestreitet diese Darstellung entschieden.

Hubert Buffler erzählt, er war über 20 Jahre Chef einer Aldi-Filiale im Allgäu. War er am Ende zu teuer? Er sei mindestens jeden zweiten Tag mit Kritikpunkten müde gemacht worden, erzählt Buffler. Seine Vorgesetzten hätten zudem monatelang gezielt Gründe für Abmahnungen gesammelt. Irgendwann sei es zu einem Showdown gekommen, erinnert er sich: "Um 9 Uhr kamen die Bereichsleiterin und mein Verkaufsleiter, überfallartig, und sagten: 'So, Sie fahren jetzt mit mir in die Zentrale'", so Buffler. Da habe er einen Verhandlungsmarathon von sieben bis acht Stunden gehabt. Buffler sagt, der Verkaufsleiter sei aufgestanden und habe ihn angeschrien: "Ich will von ihnen absolute Kapitulation!" Am Ende habe Buffler einen Aufhebungsvertrag unterschrieben, erzählt er.

Aldi Süd sagt auf unsere Anfrage, Mobbing werde nicht geduldet. Andreas Straub hingegen sagt, er habe das als Aldi-Manager ganz anders erlebt. "Da wird man angehalten, dass jeder Mitarbeiter ein paar Schriftstücke in seiner Akte haben sollte, so dass – wenn es mal zu einer Auseinandersetzung kommt – Aldi auf jeden Fall etwas vorweisen kann", so Straub. Straub sagt, Aldi setze dazu Profis ein. Profis wie Wolfgang Paul. Jahrelang war er als Laden-Detektiv für Aldi Süd tätig, erzählt Paul. Er habe auch versteckte Kameras eingebaut. Kameras seien nur zum Schutz der Mitarbeiter da – und um Ladendiebstahl einzudämmen, sagt Aldi Süd. Wolfgang Paul erinnert sich anders: Er habe gezielt Mitarbeiter überwachen sollen. Der Detektiv sagt, die Aufträge seien mündlich erteilt worden. Nachts auf dem Parkplatz habe er sich mit dem Bereichsleiter getroffen. Paul erinnert sich so: "Der Bereichsleiter ruft mich an, dann macht man einen Termin aus, zum Beispiel nach Geschäftsschluss. Dann geht man rein, baut die Kameras ein, ab 22 oder 23 Uhr, quasi nachts, wenn keiner mehr da ist." Kann das alles sein? Aldi weicht aus und verweist allgemein auf das heutige – mit dem Datenschutzbeauftragten abgestimmte – Videoüberwachungskonzept.

Eine seiner Aufgaben, so erzählt uns der Detektiv, waren so genannte Testkäufe. Eigentlich solle damit überprüft werden, ob Kassiererinnen korrekt arbeiten. Doch oft sollten damit Gründe für Abmahnungen gefunden werden – sagt er. Aldi Süd bestreitet, dass mit Testkäufen Mitarbeiter schikaniert werden sollten.

Und was ist mit Testkäufen bei Aldi Nord? Eine langjährige Mitarbeiterin erhebt ähnliche Vorwürfe: "Es gab Zeiten, in denen ich jede Woche einen Testkauf hatte, der ganz gezielt für mich war. Das habe ich dann festgestellt, als ich mal nicht an der Kasse saß, sondern eine Kollegin. Da ist der Testkäufer wohl reingegangen, hat bei der Kollegin bezahlt, und dann kam der Bezirksleiter rein und hat ihm gesagt, den Testkauf könne er vergessen – der wäre nicht für die Kollegin gedacht, sondern für mich", so die langjährige Mitarbeiterin.

Laut Aldi Nord dienen Testkäufe vor allem dem Schutz der Kunden vor Fehlbuchungen. Außerdem würden alte Mitarbeiter nicht durch jüngere ersetzt, um Kosten zu sparen. Wir treffen jedoch einen stellvertretenden Filialleiter, der behauptet: "Überwiegend ältere Mitarbeiter möchte man loswerden, weil die zu teuer sind. Denn nach sieben Berufsjahren hat man die Höchststufe erreicht und ist praktisch der teuerste – und dann stellen sie lieber Leute dafür ein als Teilzeitkraft, die dann noch billiger sind. Man ist wie ein Wegwerfartikel – brauchen wir jetzt nicht, weg damit. Das Menschliche zählt nicht."

Dabei hatte die Karriere bei Aldi für viele so vielversprechend angefangen. Doch: Sind viele Auszubildende vor allem nur billige Arbeitskräfte? Beide Unternehmen konnten unabhängig voneinander gemachte Vorwürfe für uns nicht glaubwürdig entkräften. Und eine erfolgreiche Karriere bis ins Rentenalter erscheint vor allem bei Aldi Süd eher eine Seltenheit.

Der ehemalige Aldi-Manager Andreas Straub erzählt, es sei selten vorgekommen, dass ein Mitarbeiter bei Aldi Süd in den Ruhestand verabschiedet worden wäre. Aldi-Süd sagt uns, im Schnitt gingen jährlich 64 Mitarbeiter aus dem Verkauf in den Ruhestand.

64. Bei 25.500 Mitarbeitern.

Unser viertes Checkurteil: Die Fairness ist unzureichend.

Aldi, Lidl und die Stadt

(aus ARD, titel thesen temperamente vom 13.05.18)

Das neue Phänomen der Discounter-Wohnung



Discounterwohnungen | Video verfügbar bis 13.05.2019 | Bild: BR

Komm her, ruft die Großstadt. Allein München erwartet 200.000 Menschen in den kommenden Jahren. Doch wohin mit ihnen? Schon jetzt fehlen bundesweit fast zwei Millionen bezahlbare Wohnungen. Innenstädte werden zu Museen. Viel zu teuer zum Bewohnen. Immobilien wie Aktien. Kann man bestaunen.

Jetzt stellt man fest: Platz gibt es ja noch. Hier. Über den einstöckigen Discountern. Die steigen jetzt in den Wohnungsbau ein. In Berlin baut Aldi in den kommenden Jahren mehr als 2.000 Wohnungen über seinen Filialen. Das Versprechen: günstige Mieten. Weitere Konzerne folgen, auch in anderen Städten.

Charmante Idee – findet Münchens OB



Dieter Reiter, Oberbürgermeister von München | Bild: BR

"Das ist auf jeden Fall eine gute Nachricht", sagt Dieter Reiter, Oberbürgermeister von München. "Ich finde die Idee deshalb so charmant, weil wir keine weiteren zusätzlichen

Flächen versiegeln. Wir haben ein Raumproblem in München – und ich möchte alles, nur keine Grünflächen, also wirklich Wiesen zubauen. Und diese Flächen sind schon versiegelt und dann steht ein eingeschossiger Flachbau – das macht einfach keinen Sinn mehr. Und das ist ja nicht einer in München, sondern das sind hunderte."

Platz für 1 Million Wohnungen

Der Münchner Oberbürgermeister umwirbt Discounter, auch in seiner Stadt zu bauen. Deutschlandweit könnte dies den Wohnungsmarkt revolutionieren. Experten schätzen: Hier ist Platz für eine Million Wohnungen.

"Wichtig und richtig"



Reiner Nagel, Bundesstiftung Baukultur | Bild: BR

"Dass man von der Hand in den Mund lebt und jetzt auf solche zentralen Flächen angewiesen ist, ist vielleicht ein Zeichen, dass man auch nicht mehr einen richtigen Plan hat", sagt Reiner Nagel von der Bundesstiftung Baukultur. "Auf der anderen Seite: Dass diese Flächen jetzt drankommen, ist wichtig und richtig."

Die Frage der Wohn-Ästhetik

In London stehen schon Discounter-Bauten. 189 Wohnungen in einer Schachtel. Ausgezeichnet als "hässlichstes Gebäude Großbritanniens". Und in Deutschland? Wir hätten gern mit Aldi gesprochen – aber sie wollten "ttt" kein Interview geben. Klar ist: Günstiger Wohnraum entsteht so. Aber: Sollte Aldi auch über Wohn-Ästhetik entscheiden?

Wohnraum nur für die Statistik



Architekturtheoretiker Niklas Maak | Bild: BR

"Die Architektur, die da entsteht, ist keinesfalls eine Architektur, bei der man sagen würde: Das entspricht einer Idee von Stadt, die wir verfolgen und das ist ein Nachdenken über die Stadt der Zukunft", sagt der Architekturtheoretiker Niklas Maak. "Sondern da wird eigentlich sehr technokratisch Wohnraum geschaffen, damit man hinterher als Statistiker sagen kann: Wir haben Wohnraum geschaffen. Aber Wohnraum schaffen und vor allem Stadt schaffen heißt ja mehr, als dass man Kisten aneinander reiht, in denen man irgendwie hausen kann."

Ästhetik – betrifft sie nur einen Teil?



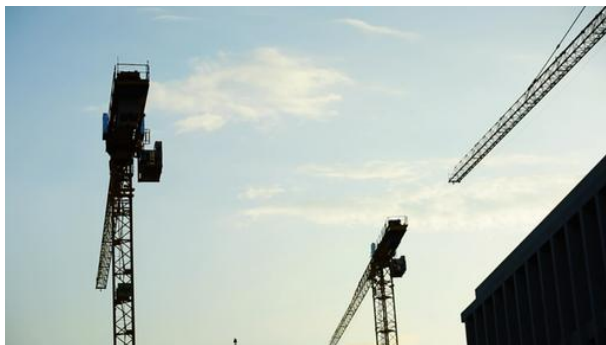
Luxus für alle? | Bild: BR

"Die Qualität schreiben wir nur in Grenzen vor", sagt Oberbürgermeister Reiter. "Aber ich glaube ganz ehrlich und das erlebe ich ja jeden Tag, dass Ästhetik ja etwas ist, was wirklich ernsthaft nur einen Teil der Münchner ernsthaft betrifft. Der Rest ist eher darauf angewiesen, dass er halbwegs bezahlbares Wohnen findet."

Bezahlbarer Wohnraum entsteht mit den Discounter. Vielleicht kann sich dann auch eine Kassiererin wieder in der Stadt eine Wohnung leisten. In einer Kiste. "Das ist natürlich die ultimative Form von Zynismus, zu sagen: Schönheit gibt es halt nur für Leute, die Geld haben – und der Rest wird schon klarkommen in den Regalbauten und in den Kisten", sagt Maak.

Und Nagel warnt: "Die Gefahr in den nächsten Jahrzehnten ist tatsächlich da, dass wir auch eine Segregation der Gesellschaft durch die baulichen Produkte sehen werden. Gated Communities einerseits – und dann Schlichtwohnungen andererseits."

Zeitgemäß sind sie jetzt schon nicht mehr



Discounterwohnungen | Bild: BR

Bauten sollten 100 Jahre überdauern, sagt man. In München besuchen wir eine Siedlung aus den Zwanzigern. Soziale Utopie mit architektonischem Anspruch. Noch heute sind diese

Wohnungen heißbegehrt. Bei den Discounter-Häusern: schwer vorstellbar. Zeitgemäß sind sie eigentlich schon jetzt nicht mehr.

"Architektur ist ja auch immer ein normativer Akt, der definiert, wie Gesellschaft aussehen soll", sagt Niklas Maak. "Und ich finde in all den Entwürfen, die ich jetzt gesehen habe – und die Discounter machen natürlich alles so wie immer, schon aus Kosten und Zeitgründen – ich sehe da keinen Entwurf, bei dem man sagen könnte, das trägt einer veränderten Gesellschaft Recht. Wir bauen immer noch für 'junge Familien', das verkauft sich gut. In den städtischen Ballungszentren sind Familien längst eine Minderheit. Wir kennen kaum Wohnmodelle, in denen drei Alleinerziehende mit Kindern und vielleicht ein befreundetes homosexuelles Paar und eine alleinstehende ältere Dame zusammenleben könnten."

Forderungen nach einer grundsätzlichen Reform

Dass Discounter jetzt das Wohnungsproblem lösen sollen, zeigt vor allem, wie schwierig die Situation für Städte ist. Deshalb fordert eine Initiative von Stadtplanern jetzt eine grundsätzliche Reform: Boden soll kein Privateigentum mehr sein. "Solange es Utopie ist, dass wir die Bodenpreise regulieren oder Gewinne teilweise abschöpfen können", sagt Reiter, "so lange braucht es so etwas wie auf Discounter zuzugehen, so lange braucht es so etwas wie eigene oder auch fremde Parkplätze zu überbauen: Damit wir eben auch weiterhin lebenswerte Städte sehen." Er hat es gerade vorgemacht: In München gibt es ein städtisches Wohnhaus, platzsparend über einem Parkplatz. Holzbauweise, lebenswert.

Die Ideen sind da!



Leben in der Gemeinschaft | Bild: BR

In Berlin entstand gutes Wohnen über dem Einzelhandel – nicht vom Discounter gebaut. Und Genossenschaften bauen nach menschlichen Bedürfnissen, für reale Lebenssituationen. Gemeinschaftswohnungen: Singles, Familien, Alleinerziehende – alle an einem Tisch, aber mit Rückzugsmöglichkeiten.

Die Ideen sind da. Liebe Discounter: Lasst euch inspirieren!

Autorin: Ronja Dittrich

Stand: 19.10.2018