

ALDImania im Metaverse: ALDI SÜD überrascht mit neuer Kollektion für den Festival-Sommer

Bunt, bunter, ALDImania: Die kultige Textil-Kollektion von ALDI SÜD ist zurück, mit einer farbenfrohen Unisex-Festival-Kollektion. Und wer die neue Kollektion vorab an seinem digitalen Zwilling testen möchte, kann dies erstmals im Metaverse tun.

Mülheim a. d. Ruhr 24.07.2023 – Die Festivalsaison 2023 hat begonnen und immer mehr Line-Ups werden bekanntgegeben – so auch bei ALDI SÜD. Ab dem 31. Juli bringt der Discounter seine neue, saisonale Kollektion in die Filialen, die thematisch auf die aktuelle Festivalsaison abgestimmt ist.

Die ALDImania-Kollektion bietet eine Vielzahl an Produkten wie T-Shirts, Shorts und Pantoletten in verschiedenen Designs und Größen und liefert damit wieder kultige Styles für ALDI-Fans zu den gewohnt günstigen Preisen.

ALDImania erstmals im Metaverse

Um die junge, festivalbegeisterte Zielgruppe anzusprechen, setzt der Lebensmitteleinzelhändler als erste Marke in Deutschland auf ein großformatiges MPX-Metaverse-Fireplace-Ad, ein spezielles Produkt der Omnicom Media Group, das programmatisch an die Zielgruppe ausgeliefert wird. Darin wird ein Vorschaubild einer Metaverse-Umgebung angezeigt. Durch Klick auf die Bildvorschau gelangt man in einen virtuellen Showroom, in dem die ALDImania-Produkte ausgestellt sind und der sich mittels eines Avatars erkunden lässt.

Die Kollektion jetzt schon digital anprobieren

Ab dem 24. Juli gibt es zudem erstmals die Möglichkeit, die neue Kollektion vorab virtuell anzuprobieren. Über einen Teaser-Link innerhalb von MPX-Anzeigen und Social Media-Ads kann jeder Fan der ALDI SÜD-Fashion mithilfe der Metaverse-Technologie von ReadyPlayerMe in Sekundenschnelle einen eigenen 3D-Avatar erstellen. Dazu genügt es, ein Foto von sich selbst hochzuladen und es mithilfe der Plattform-Tools anzupassen. Neben der Modellierung von Frisur, Haaren und Hautfarbe stehen alle Teile der ALDImania-Kollektion virtuell zur Verfügung.

Darüber hinaus ermöglicht ALDI SÜD der GenZ nicht nur die Nutzung des Avatars für Social Media, sondern auch die Integration des Avatars in das heimische Wohnzimmer. Durch die Aktivierung einer Augmented Reality-Funktion innerhalb der Avatar-Erstellung kann der virtuelle Zwilling über das Smartphone in die eigenen vier Wände transportiert werden.

Digitale Out-of-Home-Screens

Zusätzlich zu virtuellen Showrooms auf Smartphones und Avataren in Wohnzimmern erobert ALDImania auch das Düsseldorfer Stadtbild. An stark frequentierten Plätzen wird ein

ALDI-Avatar-Modell über aufmerksamkeitsstarke 3D-Digital-Out-of-Home-Screens die Festivalkollektion direkt im urbanen Raum präsentieren.

"ALDImania ist ein absolutes Herzensprojekt für uns, und wir gehen mit jeder Kollektion einen Schritt weiter. Mit der Festival-Kollektion zeigen wir nicht nur, dass wir kultige Kleidung zu günstigen Preisen anbieten, sondern auch als erster Lebensmittelhändler mit einer digitalen Kollektion im Metaverse präsent sind", sagt Christian Göbel, Group Director Customer Interaction Marketing und Communication bei ALDI SÜD.

„Durch einen geschickten Mix aus einfachem User-Onboarding, Integration der physischen ALDImania-Produkte und Gamification-Mechaniken schaffen wir ein immersives Erlebnis für unsere Zielgruppen. Community-Building und das Erstellen von digitalen Identitäten sind noch unterschätzte Potenziale, die wir mit dieser Kampagne für ALDI SÜD gezielt nutzen. Neben den Utilities sind insbesondere Aktivierung und Demokratisierung entscheidend für den Erfolg – und an dieser Stelle kommen wir als Mediaagentur ins Spiel“, ergänzt Stephan Winter, Chief Strategy Officer bei PHD Germany.