

## Schnäppchenjagd für Fortgeschrittene

VON DANIELA ROM | 09. Dezember 2009, 15:11



### Gewinnspiel

derStandard.at verlost vier Exemplare



Der Autor des "Hoferissimo", Hagen Rudolph, erklärt im Gespräch mit derStandard.at, wie und warum er den "Hoferissimo" schreibt und was der Diskonter mit Kult zu tun hat.

### Passionierte Aktionstiger planen im Voraus, der "Hoferissimo" kann das erleichtern - derStandard.at verlost vier Exemplare

Oft lohnt sich die Retrospektive, um daraus auf die Zukunft schließen zu können. "Nacher" immer schlauer als vorher zu sein, gehört schließlich zu den Grundfesten menschlichen Handelns, und auch zu den größten Mankos. Beim Einkaufen ist das auch nicht anders. Passionierte Aktionstiger planen im Voraus. Sie wissen, wo es gerade die gute Soja-Sauce billiger gibt, welcher Supermarkt Weißwein im Angebot hat, und was nächste Woche im Diskonter-Sortiment zu finden ist.

All jene, die die Schnäppchenjagd auch zur Kür erhoben haben, werden sich über den jüngst erschienen "Hoferissimo 2010/11 - Der Einkaufsplaner für Schnäppchenjäger" freuen. Der Autor, Hagen Rudolph, macht sich schon seit Jahren die Mühe, sammelt laufend die Hofer-Prospekte und bereitet anhand dessen eine Vorschau für das kommende Jahr vor.

Mit Hofer beziehungsweise Aldi hat Rudolph, außer dass er selbst Kunde ist, nichts zu tun, um seine "Arbeitsmaterialien" muss er sich selber kümmern. "Ich habe versucht, mit den Unternehmen in Kontakt zu treten. Aber die verfolgen eine relativ verschlossene Firmenpolitik, längerfristige Daten werden nicht zugänglich gemacht", erklärt er. Dass die Veröffentlichung der Bücher aber im Interesse des Diskonters ist, davon ist Rudolph überzeugt. Hofer selbst hält sich zu Rudolphs Einkaufsplanern sehr bedeckt. Es handele sich um eine "Privatinitiative, zu der wir keine Angaben über die Qualität der Aussagen geben können", heißt es auf derStandard.at-Anfrage vom Diskonter.

Auch wenn es Hofer weder bestätigen noch dementieren will, eine gewisse Regelmäßigkeit

der Angebote im Sortiment ließ Hagen Rudolph genauer hinschauen. Der studierte Sozialökonom und Hobbybierbrauer aus Norddeutschland sah sich selber mit der erforderlichen geschickten Planung der Einkäufe konfrontiert. "Gerade als meine Kinder auf die Welt kamen und wir jede Menge Klamotten kaufen mussten, wurde es immer wichtiger, sich genau umzusehen. Schon während meines Studiums habe ich beobachtet, dass sich die Aldi-Angebote wiederholen", erzählt er im Gespräch. Damals habe Rudolph bemerkt, dass es jedes Jahr zu Beginn des Sommersemesters Iglu-Zelte,

Schlafsäcke und andere Campingsachen gegeben haben. "Sowas interessierte mich seinerseits und daraus entstand meine Aufmerksamkeit für dieses Phänomen."

### **Alles da, alles drin**

Vor zwölf Jahren dann schrieb Rudolph den ersten "Aldidente" - das deutsche Pendant zum "Hoferissimo", der heuer zum siebenten Mal erscheint. In einer Art "Gebrauchsanleitung" macht der Autor seine Leser darauf aufmerksam, dass es - trotz aller Regelmäßigkeiten im Sortiment - "stets Verschiebungen und Änderungen" gibt. Sorgfältig nach Wochen aufgelistet finden sich in "Hoferissimo" 3.267 Artikel von der Tortenglocke bis zur Schlagbohrmaschine - zur leichteren Handhabung gibt es auf den hinteren Seiten des Buches auch ein Register, mit dem nach konkreten Produkten gesucht werden kann.

Neben dem nicht zu vernachlässigenden Marketingaspekt untermauere "Hoferissimo" oder "Aldidente" sicher auch den Kultcharakter der Unternehmen, ist sich Autor Rudolph sicher. "Ungefähr seit Mitte der 1990er Jahre lässt sich zumindest in Deutschland ein Umschwung in der Stimmung gegenüber Aldi feststellen, der es allmählich aus der 'Schmuddelecke' rausgeholt hat und zum Kult werden ließ", meint der Autor. Aus dieser Zeit stamme auch das "Aldidente-Kochbuch", der Namensgeber für den Schnäppchenführer. Österreicher hätten ihm als Feedback zum "Hoferissimo" von ihren Odysseen beim Diskonter-Einkauf erzählt: "Die sind in den Nachbarort zum Einkaufen gefahren, um nur ja nicht von Bekannten oder Freunden gesehen zu werden. Und da haben sie dann genau diese getroffen, weil es eben jeder so gemacht hat." (Daniela Rom, derStandard.at, 9.12.2009)

### **Gewinnspiel**

derStandard.at verlost vier Exemplare

### **Link**

[www.hagenrudolph.de](http://www.hagenrudolph.de)

---

© derStandard.at GmbH 2009 -

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.  
Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.