



Gutes für alle.

## **#Haltungswechsel: ALDI bezieht bereits 40 Prozent der Trinkmilch aus den Haltungsformen 3 und 4**

**Essen/Mülheim a. d. Ruhr (29.11.2022) ALDI geht beim #Haltungswechsel weiter voran und erreicht den nächsten Meilenstein ein Jahr früher als geplant. Das zeigt, dass die Nachfrage nach tierwohlgeren Produkten weiter anhält. Auch im Bereich Frischfleisch setzt ALDI weitere Maßnahmen für mehr Tierwohl um.**

ALDI hat mit dem #Haltungswechsel verbindliche Ziele für mehr Tierwohl definiert. Über 40 Prozent der Frischmilch, die bei ALDI verkauft wird, stammen inzwischen aus den tierwohlgeren Haltungsformen 3 (Außenklima) und 4 (Bio/Premium).<sup>1</sup> Damit haben die Discounter einen wichtigen Meilenstein ihres Tierwohlversprechens bereits ein Jahr früher erreicht als geplant.

Beim Frischfleischsortiment machen Artikel aus höheren Haltungsformen inzwischen fast 20 Prozent des Umsatzes aus.<sup>2</sup> Im November hat ALDI SÜD auf Wochenbasis beim Frischfleischsortiment sogar erstmals einen Umsatzanteil von mehr als 25 Prozent aus den Haltungsformen 3 und 4 erreicht.

„ALDI hat sich mit dem #Haltungswechsel ambitionierte Ziele für mehr Tierwohl gesetzt. Dass wir den nächsten Milch-Meilenstein bereits heute erreicht haben, zeigt uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und motiviert uns, diesen Weg weiterzugehen“, sagt Dr. Julia Adou, Director Corporate Responsibility bei ALDI SÜD. „Trotz anspruchsvoller äußerer Rahmenbedingungen setzen wir auch weiterhin konsequent auf den Ausbau höherer Haltungsformen – sowohl beim Frischfleisch als auch bei der Trinkmilch. Ein besonderer Dank gilt dabei unseren Kundinnen und Kunden, die diese Ware entsprechend nachfragen“, so Katrin Beyer, Business Unit Director Category Management bei ALDI Nord.

### **Weitere Tierwohl-Maßnahmen im Frischfleischbereich**

Auch beim Frischfleisch setzt ALDI weitere Maßstäbe auf dem Weg zu mehr Tierwohl. So bezieht ALDI konventionelles Schweinefleisch inzwischen nach dem 5D-Prinzip.<sup>3</sup> Das bedeutet, dass jeder einzelne Schritt der gesamten Wertschöpfungskette (Geburt, Aufzucht, Mast, Schlachtung und Zerlegung/Verarbeitung) in Deutschland stattfindet.

Zudem können Kundinnen und Kunden bei ALDI SÜD ab sofort Rindfleischprodukte aus der höheren Haltungsform 3 kaufen. Insgesamt werden zehn Artikel unter der ALDI Tierwohl-Eigenmarke FAIR & GUT angeboten – pro Regionalgesellschaft vier bis fünf unterschiedliche Artikel.

<sup>1</sup> Bezogen auf Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord & ALDI SÜD) in Deutschland mit Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel.

<sup>2</sup> Bezogen auf Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord & ALDI SÜD) in Deutschland mit Frischfleisch der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlartikel.

<sup>3</sup> Ausgenommen internationale Spezialitäten, Bio-Produkte, Filet und Tiefkühlartikel

### **Der #Haltungswechsel – Das Tierwohlversprechen von ALDI**

Mit dem #Haltungswechsel unterstützt ALDI den Umbau der deutschen Landwirtschaft zu mehr Tierwohl und Nachhaltigkeit und gibt Landwirten und Lieferanten über Jahre hinweg Planungssicherheit und schafft einen starken Absatzkanal für Tierwohlware. Damit dies gelingt, bedarf es eines Umdenkens entlang der gesamten Lieferkette sowie eines klaren ordnungspolitischen Rahmens.

Für die Umsetzung des Tierwohlversprechens folgt ALDI einem Stufenplan mit klar definierten Meilensteinen. Bis 2030 stellen die Discounter das komplette Frischfleisch<sup>2</sup>- und Trinkmilch<sup>1</sup>-Sortiment auf die höheren Haltungsformen 3 und 4 um. Damit ermöglicht ALDI die Verfügbarkeit von Tierwohl-Ware in der Breite zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis und macht nachhaltiges Einkaufen für so viele Menschen wie möglich leistbar.

Mehr Informationen zum #Haltungswechsel finden Sie auf den Websites von [ALDI Nord](#) und [ALDI SÜD](#).

#### **Pressekontakt:**

**Unternehmensgruppe ALDI Nord:** Joachim Wehner, [presse@aldi-nord.de](mailto:presse@aldi-nord.de)

**Unternehmensgruppe ALDI SÜD:** Linda van Rennings, [presse@aldi-sued.de](mailto:presse@aldi-sued.de)

**ALDI Einkauf SE & Co. oHG,**

Communications Deutschland, Eckenbergstraße 16b, 45307 Essen, [aldi-nord.de](http://aldi-nord.de)

**ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,**

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, [aldi-sued.de](http://aldi-sued.de)