

ALDI Nord
CR-Programme 2020





CR-PROGRAMM 2020 – INTERNATIONAL

Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte		SDGs	
20 % weniger Kunststoff-Neumaterial für Eigenmarkenverpackungen bis 2025	Reduktion des Gesamtgewichts von Eigenmarkenverpackungen aus Kunststoff-Neumaterial bei ALDI Nord um 20 % (ausgenommen sind Obst- und Gemüseverpackungen) – proportional zu den Verkäufen – bis Ende 2025 (spätestens, Bezugsjahr ist das Jahr 2020).		Neues Ziel.		12.2 12.5
30 % Recyclingmaterial in Eigenmarkenverpackungen aus Kunststoff bis 2025	30 % Recyclingmaterial in Eigenmarkenverpackungen aus Kunststoff bis 2025 (spätestens und im Durchschnitt).		Neues Ziel.		12.2 12.5
100 % nachhaltig zertifizierte Materialien und/oder recycelte Materialien für alle Produktverpackungen bis Ende 2020	Umstellung aller neu eingekauften Produktverpackungen bei ALDI Nord auf nachhaltig zertifizierte Materialien (FSC®, PEFC™, EU Ecolabel oder vergleichbare Standards) oder auf Materialien mit mindestens 70 % Recyclinganteil – je nach Verfügbarkeit – bis Ende 2020. Die Anforderung bezieht sich auf alle Eigenmarkenprodukte innerhalb der Standard-sortimente, saisonale Produkte und Food-Spezialitäten.		Ziel nicht erreicht. 70 % der Verpackungen waren 2020 zertifiziert. Projekt fortlaufend.	 	12.2 12.5 15.2
100 % wiederverwendbare, recycelbare oder kompostierbare Verpackungen bis Ende 2025	100 % der Eigenmarkenverpackungen bei ALDI Nord sollen bis Ende 2025 wiederverwendbar, recycelbar oder kompostierbar sein.		Projekt fortlaufend.		12.2 12.5
15 % weniger Verpackungen bis Ende 2025	Reduzierung des Gesamtgewichts des Verpackungsmaterials von Eigenmarken (ohne Obst und Gemüse) bei ALDI Nord um 15 % – relativ zum Umsatz – bis Ende 2025 (Basisjahr 2020).		Projekt fortlaufend.		12.2 12.5
Wiederverwendbare Netze für Obst und Gemüse	Einführung von wiederverwendbaren Netzen für Obst und Gemüse in allen Filialen der ALDI Gesellschaften.		Projekt fortlaufend. Angeboten werden die Netze bereits in Deutschland, Dänemark, Portugal und Spanien.		12.2 12.5
Keine Einweg-Plastiktragetaschen (außer Knotenbeutel) mehr bis Ende 2021	Keine Einweg-Plastiktragetaschen (außer Knotenbeutel) mehr bis Ende 2021: Um dieses Ziel zu erreichen, soll das Sortiment der Mehrweg-Tragetaschen erweitert werden. Diese Taschen sollen reparierbar und/oder waschbar und unter Berücksichtigung von Haptik und Tragekomfort als wiederverwendbar erkennbar sein. Taschen, die diese Anforderungen nicht erfüllen, fallen nicht unter dieses Ziel. Papiertaschen werden gesondert betrachtet.		Projekt fortlaufend. Ausschließlich wiederverwendbare Tragetaschen wurden in Belgien, Dänemark, Deutschland, Frankreich (gem. französischer Gesetzgebung), Luxemburg, den Niederlanden und Polen umgesetzt. In Umsetzung befindet sich das Ziel derzeit noch in Portugal und Spanien. Hier werden die letzten Einwegtragetaschen im Jahr 2021 verkauft.		12.2 12.5

Legende

Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend


















Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte		SDGs	
Verbot von Einwegprodukten aus Kunststoff bis Ende 2020	Auslistung von Einwegprodukten aus Kunststoff wie Teller, Besteck, Becher, Strohhalm, Rührstäbchen und Wattestäbchen in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2020. Unentbehrliche Artikel sollen durch umweltfreundlichere Alternativen oder wiederverwendbare Varianten ersetzt werden.		Ziel erreicht.		12.2 12.5
100 % unverpacktes Bio-Obst und -Gemüse oder Verwendung umweltfreundlicher Verpackungsalternativen bis Ende 2023	100 % unserer Bio-Produkte (Bio-Obst und -Gemüse) werden bis Ende 2023 in allen ALDI Gesellschaften unverpackt oder umweltfreundlich verpackt sein. Die Nutzung von Plastik soll – unter Berücksichtigung von Produktqualität und Lebensmittelverlusten – auf ein Minimum reduziert werden.		Projekt fortlaufend.		12.2 12.5
Ausweitung des Anteils unverpackter Artikel im Obst- und Gemüsebereich auf mindestens 40 % bis Ende 2025	Mindestens 40 % der Obst- und Gemüseprodukte werden bis Ende 2025 in den Filialen aller ALDI Gesellschaften unverpackt sein. Für Produkte, die verpackt werden müssen, werden nur nachhaltige und umweltfreundliche Verpackungen verwendet.		Projekt fortlaufend. Das Ziel wurde bereits in Portugal und Polen erreicht.		12.2 12.5
Keine Plastikeinlagen in Kisten bis Ende 2021	100 % aller Plastikeinlagen in Obst- und Gemüsekisten in allen ALDI Gesellschaften werden bis Ende 2021 entfernt.		Projekt fortlaufend. Das Ziel wurde in den Niederlanden bereits erreicht. In Belgien sind bereits 95 % der Plastikeinlagen in Obst- und Gemüsekisten auf Einlagen aus Pappe umgestellt.		12.2 12.5
Optimierung der Zusammensetzung bei 100 % der Produkte für Kinder bis Ende 2021	Standardisierung der Kriterien für Produkte für Kinder bei ALDI Nord nach nationalen Richtlinien. Die Einhaltung der WHO-Empfehlungen wird angestrebt. Produkte für Kinder, die diese nicht erfüllen, werden bis Ende 2021 ausgelistet oder neu ausgezeichnet. Optimierung aller Produkte für Kinder, unabhängig von der Warengruppe.		Projekt fortlaufend.		
Vermeidung von Kindermarketing für ungesunde Produkte und Förderung gesünderer Produkte für Kinder bis Ende 2021	Vermeidung von Vermarktung ungesunder Produkte für Kinder; Förderung und Werbung für gesunde Produkte (einschließlich Obst und Gemüse) in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2021 mit Ausnahme von Aktionsangeboten z. B. zu Weihnachten.		Projekt fortlaufend.		2.2
Einführung von Eigenmarkenprodukten für Kinder bis Ende 2021	Einführung und Vermarktung einer neuen ALDI Kindermarke bis Ende 2021.		Projekt fortlaufend.		
Bis Ende 2021 mindestens mit einem Partner auf nationaler oder internationaler Ebene bei den Sortimenten für Kinder zusammenarbeiten	Kooperationen mit Lieferanten, Organisationen und Experten zur Verbesserung der aktuellen Sortimente für Kinder und zur gemeinsamen Arbeit an Innovationen für alle ALDI Gesellschaften bis Ende 2021.		Projekt fortlaufend.		17.16

Legende

Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend



Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
Optimierte Nährstoffzusammensetzung in 100 % der definierten Warengruppen bis Ende 2022	Produkte durch optimierte Nährstoffzusammensetzung aufwerten (z. B. Verringerung des Salz-, Zucker-, Fettgehalts oder Erhöhung des Ballaststoffgehalts) und bis Ende 2022 in allen ALDI Gesellschaften zuverlässige Sortimente für Kunden mit besonderen Ernährungsbedürfnissen in den Warengruppen Frühstück, Milchprodukte, gekühlte Fertigprodukte, Tiefkühlprodukte und alkoholfreie Getränke anbieten.	 Projekt fortlaufend.	 2.2
Ausweitung der Nährwertkennzeichnung	Einführung von Nährwertkennzeichnungen (z. B. Nutri-Score, The Keyhole) in allen ALDI Ländern für Eigenmarkenprodukte.	 Projekt fortlaufend. ALDI Frankreich und ALDI Belgien haben 2020 mit der Verwendung begonnen. Anfang 2021 haben ALDI Nord Deutschland, ALDI Spanien und ALDI Portugal die ersten Marken registriert. Diese werden im Laufe des Jahres in den Handel gebracht.	  2.2 12.8
Verbesserung der Kennzeichnung und Kommunikation nachhaltiger Mehrwerte	Verbesserung der Kennzeichnung und Kommunikation nachhaltiger Mehrwerte (z. B. Tierwohl, vegan, ökologische Erzeugung, verbesserte Nährwertkennzeichnung und soziale Projekte) in allen ALDI Gesellschaften.	 Projekt fortlaufend.	 12.8
Ausweitung des Bio-Sortiments	Identifizierung der Lücken im Bio-Sortiment in jedem ALDI Land und jeder Warengruppe sowie Einlistung der fehlenden Produkte im Sortiment.	 Projekt fortlaufend. 1.290 Produkte im Jahr 2020; +9,5 % im Vergleich zum Vorjahr.	
Ausweitung des vegetarischen und veganen Sortiments	Erweiterung der Sortimente an vegetarischen und veganen Produkten einschließlich Zertifizierungen (z. B. V-Label) in allen ALDI Gesellschaften.	 Projekt fortlaufend. 633 Produkte im Jahr 2020; +27,4 % im Vergleich zum Vorjahr.	
Einführung einer Eigenmarke für vegetarische und vegane Produkte für alle neuen Produkte/Einkäufe bis Ende 2021	Einführung einer Eigenmarke für vegetarische und vegane Produkte für alle neu eingekauften/neu gelisteten Produkte in allen ALDI Ländern bis Ende 2021.	 Projekt fortlaufend.	
Kennzeichnung von 100 % der vegetarischen und veganen Produkte für alle neuen Produkte/Einkäufe ab 2021	Kennzeichnung aller vegetarischen und veganen neu eingekauften/neu gelisteten Produkte (V-Label/Veganblume) in allen ALDI Gesellschaften mit dem Schwerpunkt auf Kosmetik/Körperpflege/Körperhygiene ab 2021.	 Projekt fortlaufend.	 12.8
Leitfaden für den Umgang mit Nahrungsmittelverlusten bis Ende 2020	Einführung einer Richtlinie zum Umgang mit nicht mehr verkaufsfähigen Lebensmitteln in den ALDI Filialen bis Ende 2020 (ehemals 2017).	 Ziel erreicht. Die Veröffentlichung der Richtlinie fand im März 2021 statt.	
Integration von 100 % der Filialen in eine Partnerschaft zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen bis Ende 2021	100 % aller ALDI Filialen in Kooperationen mit NGOs einbinden, um Lebensmittelabfälle bis 2021 zu reduzieren (z. B. Tafel, Too Good To Go, ReFood). Das Ziel ist erreicht, wenn jede Filiale regelmäßig* mit einem oder mehreren definierten potenziellen Partnern zusammenarbeitet.	 Projekt fortlaufend. 80,9 % aller Filialen haben nicht mehr verkaufsfähige Lebensmittel gespendet. +6,2 % im Vergleich zum Vorjahr.	 17.16

*Regelmäßig bedeutet, so oft wie möglich von beiden Seiten zu spenden.

Legende

 Neu  In Bearbeitung  Ziel erreicht  Fortlaufend



KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
KUNDE & PRODUKT	Einführung von Produkten aus überschüssigen Lebensmitteln bis Ende 2021	Projekt fortlaufend.	
	100 % Kennzeichnung aller nationalen Produkte (aller neuen Produkte/Einkäufe) bis Ende 2021	Projekt fortlaufend.	12.8
	Entwicklung regionaler Sortimente in jedem ALDI Land bis Ende 2021	Projekt fortlaufend.	
	100 % vegetarische und vegane Produkte auf Sojabasis mit nachhaltigem Soja bis Ende 2021	Projekt fortlaufend.	
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	100 % RSP0-zertifiziertes Palmöl bis Ende 2019	Ziel erreicht. 99,3 % im Jahr 2020. Die Zahl bezieht sich auf physisch zertifiziertes Palmöl, Palmkernöl und Derivate. Während wir stets bestrebt sind, diesen Anteil zu erhöhen, sind Derivate und Fraktionen nicht immer in physisch zertifizierter Qualität verfügbar und werden daher von uns über Book & Claim-Zertifikate abgedeckt.	12.2 15.2
	Ausweitung von zertifiziert nachhaltigem Kaffee bis Ende 2020	Ziel erreicht.	12.2
	40 % zertifiziert nachhaltige Rohwaren bei Kräuter- und Früchtetees bis Ende 2020	Ziel erreicht.	12.2
	100 % nachhaltig zertifiziertes Holz bis Ende 2020	Ziel erreicht. 93,2 % im Jahr 2020. Wir sehen unser Ziel als erreicht an, da Ausnahmefälle geprüft werden und die Einhaltung unserer Anforderungen sowie Umstellungen gefordert werden.	12.2 15.2
	100 % nachhaltige Baumwolle bis Ende 2025	Projekt fortlaufend. Veröffentlichung der Internationalen Baumwoll-Einkaufspolitik 2020; 64,1 % im Jahr 2020; +27,9 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.	12.2

Legende

Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend



Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
100 % zertifizierte Blumen und Pflanzen	Kontinuierliche Erhöhung des Anteils zertifiziert nachhaltiger Pflanzen und Blumen (z. B. GLOBALG.A.P. in Kombination mit GRASP oder ähnlichen Standards) in allen ALDI Gesellschaften.	Projekt fortlaufend.	12.2
Sozialevaluierung von allen Produzenten/Erzeugern von Obst und Gemüse	Kontinuierliche Erhöhung des Anteils von zertifiziert nachhaltigem Obst und Gemüse (z. B. GLOBALG.A.P. in Kombination mit GRASP oder vergleichbaren Standards) in allen ALDI Gesellschaften.	Projekt fortlaufend.	
Erweiterung der Tierschutzkriterien	Kontinuierliche Ausweitung von Prüf- und Zertifizierungssystemen sowie eigenen Standards in allen ALDI Gesellschaften, die über das gesetzliche Maß hinausgehen und Tierwohl-Aspekte beinhalten.	Projekt fortlaufend. Es wurden intensive Anstrengungen unternommen, um das Tierwohl 2020 auf breiter Ebene weiter zu verbessern. Wir werden 2021 eine Aktualisierung der Internationalen Tierwohleinkaufspolitik veröffentlichen. Mit Veröffentlichung betrachten wir dieses Ziel als erreicht.	
Verbot aller definierten chemischen Substanzen bis Ende 2020 und fortlaufend	Verbot bestimmter Gruppen chemischer Substanzen bei der Herstellung von Eigenmarkenprodukten in den Warengruppen Bekleidung, Heimtextilien und Schuhe bis Ende 2020 und fortlaufend (ALDI Detox Commitment) in allen ALDI Ländern.	Projekt fortlaufend. Es wurde deutlich, dass die Industrie ihre Verpflichtungen aus dem Detox Commitment 2020 nicht erfüllen wird. Im Anschluss an die verabschiedete Roadmap wurden mehrere Detox-Fortschrittsberichte und der Abschlussbericht veröffentlicht. Die Herausforderungen sind jedoch beträchtlich, sodass die Arbeit mit den Partnern in der Versorgungskette fortgesetzt wird, um das Chemikalienmanagement in den kommenden Jahren zu verbessern und die definierten Ziele zu verfolgen. Nach dem Ende des ALDI Detox Commitments wird ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess verfolgt, um weitere Fortschritte bei der schrittweisen Beseitigung gefährlicher Chemikalien innerhalb der Lieferketten zu erzielen. Aufgrund der Komplexität wird es kontinuierliche Arbeit erfordern, um das Ziel Schritt für Schritt zu erreichen. Deshalb werden wir neue Ziele definieren, die zu diesem Ziel beitragen.	3.9 6.3 12.4
Teilnahme an Sektorinitiativen	Ausweitung des Dialogs mit wesentlichen Anspruchsgruppen, insbesondere durch Teilnahme an Sektorinitiativen in allen ALDI Ländern.	Projekt fortlaufend.	17.16

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte		SDGs	
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	Identifizierung von Auswirkungen auf die Menschenrechte und Umsetzung einer transparenten Berichterstattung gemäß unserer Sorgfaltspflichtstrategie	Wir wollen bis Ende 2025 bis zu 12 Menschenrechtsverträglichkeitsprüfungen (Human Rights Impact Assessments, HRIAs) durchführen und auch veröffentlichen – mindestens eine Prüfung für jede risikoreiche Lieferkette. Wir werden mit der Durchführung von 3 HRIAs bis Ende 2021 beginnen.	2025	Neues Ziel.	8.8
	Einführung von Beschwerdemechanismen	Einführung von Beschwerdemechanismen in allen Hochrisiko-Lieferketten bis 2025.	2025	Neues Ziel.	8.8
	Weitere Implementierung von Corporate Responsibility Lieferantenbewertungen	Ausrollen der Corporate Responsibility Supplier Evaluation (CRSE) auf alle Hochrisiko-Lieferketten bis 2027.	2027	Neues Ziel.	8.8
KLIMA & UMWELT	Reduzierung der Treibhausgasemissionen bis Ende 2021 um 40 %	Reduzierung der Treibhausgasemissionen in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2021 um 40 % gegenüber dem Basisjahr 2015.	2021	Projekt fortlaufend. Reduzierung der Treibhausgasemissionen 2020 um 31 % im Vergleich zum Basisjahr 2015. Der Schwerpunkt lag auf der Effizienzsteigerung. In einem nächsten Schritt werden weitere Effizienzmaßnahmen geplant und mit einem verstärkten Fokus auf Ökostrom umgesetzt.	7.2 7.3 13.3
	Installation von Fotovoltaikanlagen auf Filial-Dächern	Erhöhung des Anteils der ALDI Filialen, die mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet sind.	∞	Projekt fortlaufend. 777 der Filialen sind mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet. +34 % im Vergleich zum Vorjahr.	7.2 9.4
	LED-Beleuchtungssysteme in allen neuen Filialen bis Ende 2019	Einführung von LED-Beleuchtungssystemen in allen neuen ALDI Filialen (Innen- und Außenbeleuchtung) bis Ende 2019.	100%	Ziel teilweise erreicht. LED-Beleuchtungstechnik wird seit 2016 in allen Ländern in neuen Filialen installiert. Wir setzen die Arbeit bei der Außenbeleuchtung fort.	8.4 9.4
	LED-Beleuchtungssysteme in Bestandsfilialen	Prüfung der Umrüstung der bestehenden ALDI Filialen auf LED-Beleuchtungssysteme.	100%	Ziel erreicht.	8.4 9.4
	LED-Beleuchtungssysteme in Logistikzentren	Prüfung der Umrüstung von ALDI Logistikzentren auf LED-Beleuchtungssysteme.	∞	Projekt fortlaufend. In Belgien, Dänemark und Deutschland ist die Umrüstung bereits abgeschlossen. In Frankreich, den Niederlanden, Polen und Spanien ist die Umstellung auf LEDs in den Logistikzentren geplant beziehungsweise in der Umsetzung.	8.4 9.4
	ALDI Nord ermutigt die strategischen Lieferanten, die für 75% der Emissionen in der Lieferkette verantwortlich sind, sich wissenschaftsbasierte Reduktionsziele zu setzen	Ermütigung von Lieferanten, die mindestens 75 % der Scope-3-Emissionen der Kategorie 1 verursachen, bis 2024 eigene wissenschaftsbasierte Ziele festzulegen.	2024	Neues Ziel.	
















Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

KUNDE & PRODUKT

Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte	SDGs	
10 % weniger Verpackungen bis Ende 2025	Reduzierung des Gesamtgewichts von Eigenmarkenverpackungen aus den Standardsortimenten in Belgien und Luxemburg um 10 % bis Ende 2025 (Basisjahr 2015).	 2025	Projekt fortlaufend. Start der ALDI Verpackungsmission im Jahr 2019. Reduktion des Gesamtgewichts im Jahr 2020: ca. 9 %. Dieses nationale Ziel wird künftig durch das internationale Ziel ersetzt.	 12.2 12.5
99 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2023	99 % des Verpackungsvolumens der belgischen und luxemburgischen Standardsortimente recyclingfähig bis Ende 2023.	 2023	Projekt fortlaufend. 2020 wurden 97,5 % recyclingfähiges Verpackungsvolumen erreicht. Dieses nationale Ziel wird künftig durch das internationale Ziel ersetzt.	 12.2 12.5
Alternative Materialien für Einwegplastik	Fortlaufende Suche nach alternativen Materialien oder Produkten für Einwegkunststoffe in Belgien und Luxemburg.	 ∞	Projekt fortlaufend. Einige Einwegkunststoffprodukte wurden ausgelistet oder durch nachhaltigere Alternativen ersetzt. Das Ziel wird kontinuierlich weiterverfolgt und durch weitere Ziele auf internationaler Ebene ergänzt.	 12.2 12.5
Laufende Optimierung der Nährstoffzusammensetzung von Produkten	Ausweitung der Bemühungen in Belgien und Luxemburg zur Erhöhung des Ballaststoffgehalts und zur Verringerung des Salz-, Fett- und Zuckergehalts in Eigenmarkenprodukten.		Ziel teilweise erreicht. Jedes Jahr werden zusätzliche Produkte evaluiert und angepasst. Das Ziel wird fortan durch die nachfolgende Zielsetzung ersetzt.	 2.2
Laufende Optimierung der Nährstoffzusammensetzung von Produkten	Die Zusammensetzung von 75 % der Kinderprodukte wird bis Ende 2021 optimiert, gemäß den Ernährungskriterien der freiwilligen Selbstverpflichtung EU-Pledge.	 ∞	Neues Ziel.	
30 % mehr vegetarische Artikel im Jahr 2020	30 % mehr vegetarische Artikel in belgischen und luxemburgischen Filialen.	 2020	Ziel erreicht. Die Zielsetzungen zu „vegetarisch/vegan“ sind jetzt international.	
Einführung des Nutri-Scores und Roll-out bis Ende 2021	Einführung des Nutri-Scores 2020 und Roll-out in Belgien und Luxemburg bis Ende 2021.	 2021	Einführung geschafft. Roll-out läuft.	 2.2  12.8
50 % der PET-Getränkeverpackungen aus recyceltem Material bis 2024	Bis Ende 2021 werden 25 % unserer PET-Getränkeverpackungen aus recyceltem PET hergestellt sein. Bis Ende 2024 werden es 50 % sein.	 2024	Neues Ziel.	
Erhöhung des Anteils an Obst und Gemüse aus belgischer Herkunft um 3-5 % bis Ende 2021	Bis Ende 2021 werden wir den Anteil unserer Obst- und Gemüseartikel aus belgischer Herkunft um 3-5 % erhöht haben.	 2021	Neues Ziel.	

Legende

 Neu  In Bearbeitung  Ziel erreicht  Fortlaufend



ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

Beschreibung des Ziels & Umfang

Status 2020 & nächste Schritte

SDGs

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

100 % zertifiziertes Holz, Pappe und Papier in Produktverpackungen bis Ende 2019

100 % zertifiziertes Holz, Pappe und Papier in Produktverpackungen der belgischen und luxemburgischen Standardsortimente bis Ende 2019.



Ziel erreicht. 97,2 % im Jahr 2020. Wir sehen unser Ziel als erreicht an, da Ausnahmefälle geprüft werden und die Einhaltung unserer Anforderungen sowie Umstellungen gefordert werden.



12.2

Umstellung von UTZ- bzw. RA-zertifiziertem auf Fairtrade-Kakao (FSI) für bestimmte Produkte bis Ende 2022

Umstellung von UTZ- bzw. RA-zertifiziertem auf Fairtrade-Kakao (FSI) bis Ende 2022 für alle national beschafften Produkte aus folgenden Bereichen: Moser Roth, Frühstückscerealien, saisonale Süßwaren und Haselnussaufstriche.



Neues Ziel.



12.2

Einführung mindestens eines Eigenmarken-Schokoladenproduktes, das die Prinzipien der sogenannten Open Chain (deutsch „offene Lieferkette“) berücksichtigt

Einführung mindestens eines Eigenmarken-Schokoladenproduktes in das Standardsortiment oder als Aktionsartikel bis Ende 2021, das die Prinzipien von Tony's Open Chain berücksichtigt.



Neues Ziel.



12.2

100 % erneuerbare Energien bis Ende 2020

100 % erneuerbare Energien durch Eigenerzeugung in Belgien und bei Bedarf durch den Kauf von Zertifikaten.



Ziel erreicht.



7.2

30 % mehr Filialen mit Fotovoltaikanlagen bis Ende 2020

Erhöhung der Anzahl der belgischen und luxemburgischen Filialen mit Fotovoltaikanlagen um 30 % bis Ende 2020 (Basisjahr 2019); Projekt wird 2021 fortgesetzt.



Ziel erreicht (86 Filialen zum Ende des Jahres 2020).



7.2

Natürliche Kältemittel im Jahr 2020 einführen

Einführung von natürlichen Kältemitteln (Propan und CO₂) anstelle von synthetischen Kältemitteln – in neuen Filialen und bei größeren Renovierungen in Belgien und Luxemburg 2020. Projekt wird 2021 fortgesetzt.



Ziel erreicht. CO₂-Kältemittel in 21 Filialen (Ende 2020) eingeführt.



12.4

Erhöhung der Anzahl der Filialen mit Fotovoltaikanlagen um 50 % bis Ende 2021

Die Anzahl der belgischen und luxemburgischen Filialen mit Fotovoltaikanlagen wird bis Ende 2021 um 50 % erhöht (Basisjahr 2020). Eröffnung der 100. Filiale mit Fotovoltaikanlage.



Neues Ziel. Ende 2020 waren 86 Filialen ausgestattet. Rund 66 geplant in 2021.

7.2
9.4

10 % mehr Filialen mit Wärmerückgewinnungstechnologie bis Ende 2021

Einführung von Wärmerückgewinnungsanlagen in mehr Filialen, wodurch weniger Gas zum Heizen benötigt wird und CO₂-Emissionen reduziert werden können.



Neues Ziel. Ende 2020 waren bereits 125 Filialen ausgestattet. Rund 12 geplant in 2021

7.3
9.4

80 % mehr Filialen mit CO₂-Kältetechnik bis Ende 2021

Einführung von CO₂-Kälteanlagen in mehr Filialen, um durch den Einsatz von natürlichen Kältemitteln die CO₂-Emissionen zu reduzieren.



Neues Ziel. Ende 2020 waren bereits 22 Filialen ausgestattet. Für das Jahr 2021 sind rund 25 geplant.

7.3
9.4

Einführung einer App für Mitarbeiter im Jahr 2021

Verbesserung der internen Kommunikation zur weiteren Einbindung der ALDI Mitarbeiter durch Einführung einer Mitarbeiter-App im Jahr 2021.



Neues Ziel.

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Jährliche nationale Wohltätigkeitsaktion

Jährliche nationale belgische Wohltätigkeitsaktion.



Projekt fortlaufend. Die Auftaktveranstaltung fand 2019 statt. 2020 eine Aktion für den Kinderarmuttsfonds.











Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht ∞ Fortlaufend



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI DÄNEMARK

KUNDE & PRODUKT

Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte	SDGs	
100 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2024 (ehemals 2025)	Erhöhung der Recyclingfähigkeit von dänischen Eigenmarkenverpackungen: 100%ige Verwendung von recycelbaren, wiederverwendbaren oder kompostierbaren Verpackungsmaterialien bis Ende 2024 (ehemals 2025).		Projekt fortlaufend. ■ Beginn der Umweltbewertung von Verpackungen 2021. ■ Implementierung eines Standardverfahrens zur Erfassung von Verpackungsdaten für neue Produkte. ■ Teil einer internationalen Evaluierung der Möglichkeiten des Datenaustauschs mit anderen ALDI Ländern.	 12.2 12.5
	15 % weniger Verpackungen bis Ende 2024 (ehemals 2025)		Projekt fortlaufend. Folgeziel, sobald das Recyclingziel erreicht ist. Zwischenstand: ■ Einweg-Plastikbesteck, -Strohhalme, -Tassen und -Teller bereits ausgelistet. ■ Verstärkte Verwendung von recyceltem Kunststoff in Verpackungen.	 12.2 12.5
	40 % unverpacktes Obst und Gemüse bis 2024		Neues Ziel.	 12.5
	Lebensmittelabfallprogramm bis Ende 2020		Ziel erreicht. 100 % der Filialen verkauften Tüten mit Obst und Gemüse über den Partner Too Good To Go. 110 Filialen spendeten im Jahr 2020 regelmäßig oder gelegentlich Lebensmittel. Hinzu kamen Spenden aus den Lagern und der Zentrale.	 12.3 12.5
	50 % weniger Lebensmittelabfälle bis Ende 2030 (ehemals 80 %)		Projekt fortlaufend. ■ Methode zur Berechnung unserer Lebensmittelabfälle erstellt. ■ Lebensmittelabfälle für 2019 und 2020 berechnet (in kg). Das Ziel wurde nach dem Beitritt zur Initiative ‚Denmark Against Food Waste‘ im Jahr 2020 angepasst.	 12.3 12.5

Legende

 Neu
  In Bearbeitung
  Ziel erreicht
  Fortlaufend



ALDI DÄNEMARK

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
100 % zertifiziertes Holz bis Ende 2020	Bis Ende 2020 Umstellung der Holz- und holzbasierten Eigenmarkenprodukte in Dänemark auf 100 % nachhaltige, zertifizierte Materialien.	Projekt fortlaufend. Bis Ende 2020 wurden 95 % der Holz- oder holzbasierten Produkte zertifiziert.	
100 % zertifiziertes Soja für definierte Eigenmarkenprodukte bis Ende 2025	Unser Ziel ist 100 % nachhaltiges Soja bis Ende 2025 – sowohl direkt als auch indirekt genutzt in unseren Eigenmarkenprodukten der Kategorien Frischfleisch, Milchprodukte einschließlich Ei, gefrorene und gekühlte fleischhaltige Produkte. In einem ersten Schritt werden wir die Menge an Soja 2020 durch den Kauf von Credits des „Runden Tisches für verantwortungsvolles Soja“ (Round Table on Responsible Soy – RTRS) kompensieren.	Projekt fortlaufend. Status 2020: ■ Berechnung unseres Fußabdrucks ■ Plan für den Kauf von Credits im Jahr 2021 für 2020	 12.2 15.2
100 % erneuerbare Energien bis Ende 2021	Kauf von 100 % Ökostrom bis Ende 2021.	Projekt fortlaufend. Status 2020: ■ 11 Fotovoltaikanlagen ■ 3 % Strom aus Eigenerzeugung ■ 0 % Strom direkt gekauft	 7.2

CR-PROGRAMM 2020 – ALDI NORD DEUTSCHLAND

KUNDE & PRODUKT








	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
30 % weniger Verpackung bis Ende 2025	Reduzierung des Gesamtgewichts von Eigenmarken-Produktverpackungen in Deutschland um 30 % – relativ zum Umsatz – bis Ende 2025 (Basisjahr 2015).	Projekt fortlaufend. 15,46 % Einsparungen an Verpackungsmaterialien Ende 2020 gegenüber 2015.	 12.2 12.5
100 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2022	Recyclingfähigkeit aller Eigenmarken-Produktverpackungen in Deutschland bis Ende 2022 sichergestellt.	Projekt fortlaufend. Nach einer ersten Erhebung sind bereits rund zwei Drittel unserer Verpackungen als recyclingfähig eingestuft.	 12.2 12.5
Verbot von Mikroplastik in kosmetischen Produkten bis Ende 2022	Ersatz aller kosmetischen Eigenmarkenprodukte mit festem Mikroplastik oder flüssigen synthetischen Kunststoffen in Deutschland durch umweltfreundliche Alternativen bis Ende 2022.	Projekt fortlaufend. Seit 2014 schrittweise Eliminierung von Mikroplastik in Kosmetik- und Körperpflegeprodukten und Reinigungsmitteln; 2019: 180 Produkte ohne feste Mikrokunststoffe oder flüssige synthetische Kunststoffe bei ALDI. Eine detaillierte Abfrage zur Anzahl der Artikel wird zukünftig erneut erfolgen.	 12.2 12.5
Ausweitung der Tierschutz-Kennzeichnung Haltungsform	Ausweitung der Tierschutz-Kennzeichnung Haltungsform auf andere Produkte und Warengruppen in Deutschland.	Ausweitung auf verarbeitete Fleischprodukte (Aufschnitt, Tiefkühl- und Dosenfleisch) beginnt Mitte 2021.	 12.8

Legende



Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend



ALDI NORD DEUTSCHLAND

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
KUNDE & PRODUKT	Auslistung von Frischfleischprodukten mit Haltungsform 1	 Projekt fortlaufend. Die meisten unserer Produkte sind derzeit mit Haltungsform 1 und 2 gekennzeichnet. Mit der Fortsetzung des Engagements in der Initiative Tierwohl wird die Haltungsform 2 Mitte 2021 deutlich erhöht.	
	Verzicht auf Kükentöten bei Schaleneiern bis Ende 2022	 Projekt forlaufend. Seit 2017 bieten wir bereits Schaleneier aus dem sog. Bruderhahn-Projekt unter unserer Eigenmarke Henne & Hahn an. Erste Lieferanten ziehen bereits männliche Küken auf.	
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	Alle Trinkmilchprodukte stammen aus Deutschland	 Neues Ziel. Alle FAIR & GUT Milchprodukte stammen bereits aus Deutschland sowie der größte Teil unserer Frischmilch.	
	50 % zertifiziert nachhaltiger Kaffee bis Ende 2020	 Projekt fortlaufend. Im Jahr 2020 49,5 % erreicht.	 12.2
KLIMA & UMWELT	Erhöhung der Eigennutzungsquote für die selbsterzeugte Energie	 Projekt fortlaufend. Eigennutzungsquote für 2020 beträgt 67,1 %.	 7.2 7.3

CR-PROGRAMM 2020 – ALDI FRANKREICH

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
KUNDE & PRODUKT	100%ige Kennzeichnung aller Fleischprodukte mit ATC bis Ende 2020	 Ziel nicht erreicht. Wir werden das Ziel von 100 % ATC-gekennzeichneten Fleischprodukten weiter verfolgen, siehe aktualisiertes Ziel unten.	
	100%ige Kennzeichnung aller Fleischprodukte mit ATC bis Ende 2022	 Verlängerung des bisherigen Ziels und Änderung des Umfangs zur Angleichung an das internationale Ziel. 75 % der Sortimentsprodukte waren Ende 2020 mit ATC gekennzeichnet.	

Legende

 Neu
  In Bearbeitung
  Ziel erreicht
  Fortlaufend



ALDI FRANKREICH

	Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte		SDGs
KUNDE & PRODUKT	100 % BEE FRIENDLY-zertifizierte Äpfel und Birnen bis Ende 2021	100 % europäische BEE FRIENDLY-zertifizierte Äpfel und Birnen in den französischen Filialen bis Ende 2021.	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div>		














Legende

Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI NIEDERLANDE

KUNDE & PRODUKT

Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2020 & nächste Schritte		SDGs	
20 % weniger Kunststoffverpackungen bis Ende 2025	Reduzierung des Gesamtgewichts von Kunststoffverpackungen für Eigenmarkenprodukte in den Niederlanden um 20 % bis Ende 2025 (Basisjahr 2017).		Projekt fortlaufend.		12.2 12.5
100 % recycelbare Kunststoffverpackungen bis Ende 2025	100 % recycelbare Eigenmarken-Produktverpackungen in den Niederlanden bis Ende 2025.		Projekt fortlaufend. Wir haben zusammen mit Lieferanten begonnen, die Recyclingfähigkeit zu verbessern.		12.2 12.5
35 % recycelter Kunststoff in Verpackungen bis Ende 2025	Einsatz von 35 % recyceltem Kunststoff für Kunststoffverpackungen unserer Eigenmarken bis 2025 in den Niederlanden.		Projekt fortlaufend. Anstieg der Produktverpackungen mit Recyclinganteil, z. B. Getränke- und Reinigungsmittelflaschen, Salatbehälter und Fleisch- und Fischschalen. Weitere Projekte werden folgen.		12.2 12.5
Alternative Tragetaschenkonzepte bis Ende 2020	Alle Filialen, die unverpacktes Obst und Gemüse verkaufen, sollen bis Ende 2020 Knotenbeutel für Obst und Gemüse auf biologischer Basis und einen Mehrwegbeutel anbieten.		Ziel teilweise erreicht: Alle niederländischen Verkaufsstellen, die unverpacktes Obst und Gemüse verkaufen, bieten Einwegknotenbeutel für Obst und Gemüse auf biologischer Basis für 0,01 € an.		12.2 12.5
Reduzierung von Salz- und Zuckergehalt	Stärkere Bemühungen den Salz- und Zuckergehalt in weiteren Eigenmarkenprodukten zu reduzieren.		Projekt fortlaufend. 2020 wurden Salz- und Zuckergehalt in vielen Produktgruppen (z. B. Frühstücks-Cerealien, Saucen und herzhafte Snacks) reduziert.		2.2
			Im Jahr 2021 wird der Fokus auf die Reduktion des Zuckergehalts in Softdrinks und Molkereiprodukten gelegt. Bei Süßwaren, Schokolade und Keksen werden kleinere Portionsgrößen umgesetzt.		
			Alle beschriebenen Reduktionen wurden von allen Supermärkten und Lebensmittelherstellern in den Niederlanden umgesetzt.		
100 % PlanetProof ausgezeichnetes niederländisches Obst und Gemüse bis Ende 2019	Kennzeichnung aller in den Niederlanden angebauten Obst- und Gemüseprodukte mit dem Gütesiegel PlanetProof bis Ende 2019.		Ziel erreicht.		12.2 12.8
Kein Kindermarketing für ungesunde Produkte bis Ende 2020	Kein Kindermarketing für ungesunde Produkte in den Niederlanden bis Ende 2020.		Ziel erreicht.		

Legende

Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend



ALDI NIEDERLANDE

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
KUNDE & PRODUKT	100 % Beter Leven-Kennzeichnung von tierischen Produkten	Umstellung von Produkten in den Niederlanden, die Rohstoffe tierischen Ursprungs oder verarbeitete tierische Rohstoffe enthalten, auf das Anforderungsniveau „ein Stern“ vom Gütesiegel Beter Leven (Mindeststandard).	Projekt fortlaufend. 2020 haben wir unser Angebot an Fleischprodukten mit dem Siegel Beter Leven erweitert
	Ausweitung von Fleischprodukten mit ATC	Ausweitung des ALDI Transparenz Codes (ATC) in den Niederlanden für Eigenmarkenprodukte im Bereich Aufschnitt.	Projekt fortlaufend. Im Jahr 2020 wurden die ersten Eigenmarkenprodukte im Bereich Aufschnitt mit dem ATC eingeführt. Für 2021 erwarten wir eine Ausweitung.
KLIMA & UMWELT	Einführung eines Energiemanagementsystems bis Ende 2018	Landesweite ISO 50001-Zertifizierung bis Ende 2018.	Bis auf Weiteres vertagt.
MITARBEITER & GESELLSCHAFT	Förderung des Gesundheitsbewusstseins	Fortsetzung und Ausweitung der Bemühungen in den Niederlanden zur Förderung des Gesundheitsbewusstseins bei Kunden und Mitarbeitern.	Projekt fortlaufend. Das Hauptaugenmerk lag 2020 darauf, gesunde Lebensmittel für Kinder zu fördern, z. B. durch die Einführung einer Eigenmarke mit gesunden Artikeln für Kinder (mit Disney-Charakteren gekennzeichnet), Brotspenden für die Aktionswoche „National School Ontbijt“ (Nationales Schulfrühstück) und ein Pilotprojekt für höheren Gemüseverzehr in Kindertagesstätten.

Legende

Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI POLEN

Beschreibung des Ziels & Umfang

Status 2020 & nächste Schritte

SDGs

Verpackungsstrategie bis Ende 2020

Veröffentlichung der polnischen Nationalen Verpackungsstrategie bis Ende 2020.



Ziel nicht erreicht. Aufgrund eines immer breiter werdenden ökologischen Verständnisses in Polen und erwarteter gesetzlicher Änderungen konnte das Ziel nicht in der geplanten Zeit erreicht werden. Wir arbeiten weiter an diesem wichtigen Ziel und hoffen, es im nächsten Jahr zu erreichen.

12.2
12.5

Lebensmittelspenden in allen Filialen bis Ende 2020

100 % der polnischen Filialen sollen bis Ende 2020 nicht mehr verkaufs-, aber noch verzehrfähige Lebensmittel an karitative Einrichtungen spenden.



Ziel teilweise erreicht. Status 2020: 93 % der Filialen spenden Lebensmittel. Dies entspricht im Vergleich zum Vorjahr einem Plus von 125 %. Nicht alle Filialen können eine Spendenpartnerschaft mit karitativen Einrichtungen eingehen, beispielsweise aufgrund ihrer ländlichen Lage. Wo möglich werden wir jedoch weiter daran arbeiten, alle Filialen einzubinden.

2.1
12.3

Veröffentlichung von CR-Magazinen

Jährliche Veröffentlichung von CR-Magazinen zu Umweltthemen und damit zusammenhängenden Informationen für Verbraucher.



Neues Ziel. Im Jahr 2020 haben wir zwei Magazine für unsere Kunden veröffentlicht. Jedes Jahr werden wir Bildungsmagazine veröffentlichen.

Nationale Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2020

Veröffentlichung der polnischen Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2020.



Ziel nicht erreicht. Das Ziel konnte nicht in der geplanten Zeit erreicht werden. Wir tauschen uns mit den Lieferanten aus, um unsere Anforderungen an die geplanten Maßnahmenentwürfe anzupassen. Wir arbeiten weiter an diesem wichtigen Ziel und hoffen, es im nächsten Jahr zu erreichen.

Umfassendes Schulungsprogramm für Berufseinsteiger, inklusive Einführung in alle Unternehmensabteilungen und Übergabe eines Willkommenspakets

Neue Mitarbeiter absolvieren ein umfassendes Schulungsprogramm. Ihnen wird eine Einführung in alle Abteilungen des Unternehmens gegeben und ein Willkommenspaket bereitgestellt. Das Programm soll den Start im Unternehmen erleichtern und neue Beschäftigte unterstützen.



Neues Ziel.



4.4

KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Legende



Neu



In Bearbeitung



Ziel erreicht



Fortlaufend



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI PORTUGAL












	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
KUNDE & PRODUKT	Umsetzung eines Kreislaufwirtschaftsprojektes bis Ende 2021	Neues Ziel.	12.2 12.5
	Weiterentwicklung der Kooperation mit APCOI (Associação Portuguesa de Combate à Obesidade Infantil) bis Ende 2021	Neues Ziel.	3.4
	100%ige Kennzeichnung aller nationalen Produkte mit dem Logo „Sou Português“ („Ich bin portugiesisch“) bis Ende 2021	Neues Ziel.	
	Erhöhung des Anteils unverpackter Artikel im Obst- und Gemüsebereich auf mindestens 50 % bis Ende 2021	Neues Ziel.	12.5
	Einführung des Nährwert-Labels im Jahr 2021	Neues Ziel.	2.2 12.5
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	Abschaffung von schwarzen oder farbigen Plastikschaten für das Eigenmarkensortiment von frischem Fleisch bis Ende 2021	Neues Ziel.	12.5
	Erhöhung des Anteils der mit dem ALDI Transparenz Code (ATC) gekennzeichneten Fleischprodukte um 25 % bis Ende 2021	Neues Ziel.	
	100 % zertifiziert nachhaltige Seehecht-Fischprodukte bis Ende 2022	Neues Ziel.	12.2 14.4

Legende





Neu
 In Bearbeitung
 Ziel erreicht
 Fortlaufend



ALDI PORTUGAL

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	Neue nationale Einkaufspolitik für Fisch und Meeresfrüchte bis Ende 2021	 Neues Ziel.	  12.2 14.4
	100 % der Einlagen für loses Obst und Gemüse sollen bis Ende des 2. Quartals 2021 aus Karton sein	 Neues Ziel.	 12.5
KLIMA & UMWELT	Installation von Fotovoltaikanlagen auf den Dächern aller neuen Filialen im Jahr 2021	 Neues Ziel.	 7.2
	Einrichtung von Fahrradparkplätzen bis Ende 2021	 Neues Ziel.	
MITARBEITER & GESELLSCHAFT	Schulungsprogramme für Mitarbeiter im Jahr 2021	 Neues Ziel.	 4.4
	Fortführung der Mitarbeiterkommunikation im Jahr 2021	 Neues Ziel.	

CR-PROGRAMM 2020 – ALDI SPANIEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2020 & nächste Schritte	SDGs
KUNDE & PRODUKT	Förderung von wiederverwendbaren Taschen	 Ziel erreicht. In unseren Verkaufsstellen sind verschiedene Arten von wiederverwendbaren Tragetaschen verfügbar. Auch für frisches Obst und Gemüse gibt es wiederverwendbare Taschen. Weitere Alternativen werden derzeit geprüft.	 12.2 12.5
	Kennzeichnung aller gluten- und laktosefreien Produkte bis Ende 2018	 Ziel teilweise erreicht. Durch die interne Anpassung der Kennzeichnungskriterien, die eine erhöhte Flexibilität mit sich bringen, ist dieses Ziel nicht mehr gültig. Die Zertifizierung von glutenfreien und laktosefreien Produkten wird jedoch weiterhin umgesetzt.	 2.2

Legende

 Neu
  In Bearbeitung
  Ziel erreicht
  Fortlaufend



ALDI SPANIEN

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Beschreibung des Ziels & Umfang

Status 2020 & nächste Schritte

SDGs

Nationale Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2018

Vorbereitung und Veröffentlichung der Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik für Spanien bis Ende 2018.



Ziel teilweise erreicht. 2020 wurden mehrere Maßnahmen zur Verbesserung des Tierschutzes umgesetzt. Eine Veröffentlichung der Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik ist für Mitte 2021 geplant, zeitgleich mit der aktualisierten internationalen Tierschutzpolitik.

35 % nachhaltig zertifizierte Fisch- und Meeresfrüchteprodukte bis Ende 2021

35 % zertifizierte Fisch- und Meeresfrüchteprodukte bis Ende 2021 (MSC für Wildfang sowie ASC, EU-Bio oder GlobalGAP für Aquakultur).



Neues Ziel.



12.2
14.4

Installation neuer Fotovoltaikanlagen bis Ende 2021

Erhöhung des Anteils von ALDI Verkaufsstellen mit Fotovoltaikanlagen durch Installation von 20 weiteren Fotovoltaikanlagen auf den Dächern spanischer Filialen.



Neues Ziel.



7.2
9.4

LED-Beleuchtung in Bestandsfilialen bis Ende 2021

Die Verkaufsflächenbeleuchtung in 120 Bestandsfilialen und die Außenbeleuchtung auf 30 Parkplätzen werden auf LED-Beleuchtung umgestellt.



Neues Ziel.



7.3
9.4

Natürliche Kältemittel in allen Verkaufsstellen bis Ende 2021

Einsatz von CO₂ als natürliches Kältemittel in allen neuen Verkaufsstellen als Alternative zu synthetischen Kältemitteln (die ein höheres Treibhauspotenzial aufweisen).



Neues Ziel.



7.3
9.4

100 % Grünstrom bis Ende 2021

Bezug von 100 % Grünstrom für den Bedarf der Verkaufsstellen, Lager und Bürogebäude bis Ende 2021.



Neues Ziel.



7.2

Energie- und Domotik-Steuerungssystem bis Ende 2021

Implementierung eines Energie- und Domotik-Steuerungssystems in allen neuen Filialen sowie in 10 bestehenden Filialen im Jahr 2021.



Neues Ziel.



9.4

Schulungsprogramme für Mitarbeiter bis Ende 2021

Kontinuierliches Schulungsprogramm für alle Mitarbeiter.



Neues Ziel.



4.4

Ausbildung von neuen Schulungsreferenten bis Ende 2021

Ausbildung von Mitarbeitern zu internen Schulungsreferenten für neue Mitarbeiter.



Neues Ziel.



4.4

Förderung des FP (Formación Profesional)-Dual-Programms

Das Duale Programm FP (Formación Profesional) soll gefördert werden. Es richtet sich an junge Menschen und soll einen Einfluss auf die Gesellschaft und die eigenen Mitarbeiter haben.



Neues Ziel.



4.4

Sprachprogramm (Englisch) bis Ende 2021

Implementierung eines Sprachprogramms (Englisch) als Angebot für Mitarbeiter.



Neues Ziel.



4.4

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



IMPRESSUM & KONTAKT

HERAUSGEBERIN

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16A
45307 Essen

VERANTWORTLICH

Rolf Buyle

Managing Director
International Buying
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

PROJEKTMANAGEMENT

Dr. Nora Verfürth

Director
Corporate Responsibility
Quality Assurance International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Judith Hochköppler

Manager
Corporate Responsibility
Quality Assurance International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

KONTAKT

cr-reporting@aldi-nord.de

KONZEPT/REDAKTION/GESTALTUNG

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

REDAKTIONSSCHLUSS

31. März 2021

Haftungsausschluss

Dieser Bericht enthält Aussagen, die sich auf die zukünftige Entwicklung von ALDI Nord beziehen. Diese Aussagen stellen Einschätzungen dar, die auf Basis der ALDI Nord zum gegenwärtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen wurden. Die tatsächlichen Entwicklungen können von den derzeitigen Einschätzungen abweichen. Daher kann ALDI Nord keine Haftung für diese Aussagen übernehmen.