



ALDI Nord
CR-Programme 2020





CR-PROGRAMM 2020 – INTERNATIONAL

KUNDE & PRODUKT

| | 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. | |
| 30 % Recyclingmaterial in Eigenmarkenverpackungen aus Kunststoff bis 2025 | 30 % Recyclingmaterial in Eigenmarkenverpackungen aus Kunststoff bis 2025 (spätestens und im Durchschnitt). | Neues Ziel. | |
| 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. | |
| 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. | |
| 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. | |
| 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. | |
| 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. | |



KUNDE & PRODUKT

| | 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, Strohhalme, 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 |



KUNDE & PRODUKT

| | 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. | 2.1.1 Nährstoffzusammensetzung 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. | 2.1.1 Nährstoffzusammensetzung 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. | 12.6 NACHHALTIGE WIRTSCHAFTSWEISE 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. | 12.6 NACHHALTIGE WIRTSCHAFTSWEISE 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. | 17.1.1 NÄHRSTOFFZUSAMMENSETZUNG 17.16 |

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



| | Beschreibung des Ziels & Umfang | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|--|--|--|--------------|
| Einführung von Produkten aus überschüssigen Lebensmitteln bis Ende 2021 | Entwickeln von Produkten aus Speiseresten und Einführung von mindestens einem Produkt in definierten Warengruppen bis Ende 2021 bei ALDI Nord. | Projekt fortlaufend. | |
| 100 % Kennzeichnung aller nationalen Produkte (aller neuen Produkte/Einkäufe) bis Ende 2021 | 100 % Kennzeichnung aller neu eingekauften/neu gelisteten nationalen Produkte (z. B. mit der Nationalflagge) bis Ende 2021 in allen ALDI Gesellschaften. Umfang: Obst und Gemüse, Milchprodukte, Frischfleisch und -Fisch. | Projekt fortlaufend. | 12.8 |
| Entwicklung regionaler Sortimente in jedem ALDI Land bis Ende 2021 | Entwicklung regionaler Sortimente in jedem ALDI Land bis Ende 2021. Geltungsbereich: Obst und Gemüse, Milchprodukte, Frischfleisch und -Fisch. | Projekt fortlaufend. | |
| 100 % vegetarische und vegane Produkte auf Sojabasis mit nachhaltigem Soja bis Ende 2021 | Umstellung von 100 % der vegetarischen und veganen Eigenmarkenprodukte auf Sojabasis auf Soja europäischen Ursprungs oder zertifiziertes Soja und Unterstützung von Sojaalternativen – z. B. Produkte auf Erbsenbasis – bis Ende 2021 bei ALDI Nord. | Projekt fortlaufend. | |
| 100 % RSPO-zertifiziertes Palmöl bis Ende 2019 | Umstellung auf physisch-RSPO-zertifiziertes Palmöl (Round-table on Sustainable Palm Oil – RSPO) für sämtliche palmölhaltigen Eigenmarkenprodukte bis Ende 2019 (ehemals 2018) bei ALDI Nord. | 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 | Umstellung auf zertifiziert nachhaltigen Kaffee (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade, Bio) für definierte Eigenmarkenartikel bis Ende 2020 bei ALDI Nord. | Ziel erreicht. | 12.2 |
| 40 % zertifiziert nachhaltige Rohwaren bei Kräuter- und Früchtetees bis Ende 2020 | Erhöhung des Anteils zertifiziert nachhaltiger Rohwaren (UEBT/UTZ, EU-Bio-Logo, Fairtrade- oder UTZ/Rainforest Alliance Certified™-Label) bei Kräuter- und Früchtetees für Eigenmarkenartikel auf 40 % bis Ende 2020 bei ALDI Nord. | Ziel erreicht. | 12.2 |
| 100 % nachhaltig zertifiziertes Holz bis Ende 2020 | Umstellung sämtlicher Holz- und holzbasierter Produkte auf nachhaltig zertifizierte Materialien (FSC®, PEFC™, EU-Umweltzeichen oder vergleichbare Standards) bis Ende 2020 bei ALDI Nord. | 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 | Einsatz nachhaltiger Baumwolle (z. B. GOTS, OCS 100/Mischung, Fairtrade, recycelte Baumwolle, BCI, CmiA) für sämtliche Bekleidungs- und Heimtextilien in allen ALDI Gesellschaften 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 |



| | 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. 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



| | Beschreibung des Ziels & Umfang | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|--|---|---|--|
| 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, HRIs) durchführen und auch veröffentlichen – mindestens eine Prüfung für jede risikoreiche Lieferkette. Wir werden mit der Durchführung von 3 HRIs 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 |
| 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. |  7.2  13.3 |
| Installation von Photovoltaikanlagen auf Filial-Dächern | Erhöhung des Anteils der ALDI Filialen, die mit Photovoltaikanlagen ausgestattet sind. |  ∞ Projekt fortlaufend. 777 der Filialen sind mit Photovoltaikanlagen 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. |  2019 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. |  ∞ 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 | Ermutigung von Lieferanten, die mindestens 75 % der Scope-3-Emissionen der Kategorie 1 verursachen, bis 2024 eigene wissenschaftsbasierte Ziele festzulegen. |  2024 Neues Ziel. | |



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 | 12.2 12.5 |
| 99 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2023 | 99 % des Verpackungsvolumens der belgischen und luxemburgischen Standardsortimente recyclingfähig bis Ende 2023. | 2023 | 12.2 12.5 |
| Alternative Materialien für Einwegplastik | Fortlaufende Suche nach alternativen Materialien oder Produkten für Einwegkunststoffe in Belgien und Luxemburg. | ∞ | 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. | 2024 | 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. |
| 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. |


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, Frühstücks-cerealien, 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 Photovoltaikanlagen bis Ende 2020 | Erhöhung der Anzahl der belgischen und luxemburgischen Filialen mit Photovoltaikanlagen 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 CO ₂) anstelle von synthetischen Kältemitteln – in neuen Filialen und bei größeren Renovierungen in Belgien und Luxemburg 2020. Projekt wird 2021 fortgesetzt. | Ziel erreicht. CO ₂ -Kältemittel in 21 Filialen (Ende 2020) eingeführt. | 12.4 |
| | Erhöhung der Anzahl der Filialen mit Photovoltaikanlagen um 50 % bis Ende 2021 | Die Anzahl der belgischen und luxemburgischen Filialen mit Photovoltaikanlagen wird bis Ende 2021 um 50 % erhöht (Basisjahr 2020). Eröffnung der 100. Filiale mit Photovoltaikanlage. | 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 CO ₂ -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 CO ₂ -Kälteanlagen in mehr Filialen, um durch den Einsatz von natürlichen Kältemitteln die CO ₂ -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 Kinderarmutsfonds. | |



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI DÄNEMARK

| | Beschreibung des Ziels & Umfang | 2024 | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|-----------------|--|------|---|------------------|
| KUNDE & PRODUKT | <p>100 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2024 (ehemals 2025)</p> <p>Erhöhung der Recyclingfähigkeit von dänischen Eigenmarkenverpackungen: 100%ige Verwendung von recycelbaren, wiederverwendbaren oder kompostierbaren Verpackungsmaterialien bis Ende 2024 (ehemals 2025).</p> | | <p>Projekt fortlaufend.</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 |
| | <p>15 % weniger Verpackungen bis Ende 2024 (ehemals 2025)</p> <p>Reduzierung des Gesamtgewichts von Verpackungen in Dänemark um 15 % bis Ende 2024 (Basisjahr: 2020).</p> | | <p>Projekt fortlaufend. Folgeziel, sobald das Recyclingziel erreicht ist. Zwischenstand:</p> <ul style="list-style-type: none"> Einweg-Plastikbesteck, -Strohhalme, -Tassen und -Teller bereits ausgelistet. Verstärkte Verwendung von recyceltem Kunststoff in Verpackungen. | 12.2 12.5 |
| | <p>40 % unverpacktes Obst und Gemüse bis 2024</p> <p>Erhöhung des Anteils unverpackter Artikel im Obst- und Gemüsebereich auf mindestens 40 % bis Ende 2024.</p> | | <p>Neues Ziel.</p> | 12.5 |
| | <p>Lebensmittelabfallprogramm bis Ende 2020</p> <p>Bis Ende 2020 müssen alle dänischen Filialen ein Lebensmittelabfallprogramm eingerichtet haben – zum Beispiel den Verkauf von „Magic Bags“ mit Lebensmitteln, die sonst entsorgt würden, über einen externen Partner oder eine Lebensmittelpende an soziale Organisationen.</p> | | <p>Ziel erreicht. 100 % der Filialen verkauften Tüten mit Obst und Gemüse über den Partner Too Good To Go.</p> <p>110 Filialen spendeten im Jahr 2020 regelmäßig oder gelegentlich Lebensmittel. Hinzu kamen Spenden aus den Lagern und der Zentrale.</p> | 12.3 12.5 |
| | <p>50 % weniger Lebensmittelabfälle bis Ende 2030 (ehemals 80 %)</p> <p>Seit 2020 ist ALDI Dänemark Teil der Initiative „Denmark Against Food Waste“ („Dänemark gegen Lebensmittelverschwendungen“). Bis 2030 sollen Lebensmittelabfälle um 50 % reduziert (Basisjahr 2019) und jährlich über Lebensmittelabfälle berichtet werden.</p> | | <p>Projekt fortlaufend.</p> <ul style="list-style-type: none"> Methode zur Berechnung unserer Lebensmittelabfälle erstellt. Lebensmittelabfälle für 2019 und 2020 berechnet (in kg). <p>Das Ziel wurde nach dem Beitritt zur Initiative „Denmark Against Food Waste“ im Jahr 2020 angepasst.</p> | 12.3 12.5 |


ALDI DÄNEMARK

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

KUNDE & PRODUKT

| | 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 Eigenmarkenproduktarten 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: <ul style="list-style-type: none">▪ 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: <ul style="list-style-type: none">▪ 11 Photovoltaikanlagen▪ 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 Auslistung von Frischfleischprodukten mit Haltungsform 1 und Erhöhung des Anteils von Frischfleischprodukten der Eigenmarke mit Haltungsform 2, 3 oder 4. | | 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. |
| LIEFERKETTE & RESSOURCEN | Verzicht auf Kükentöten bei Schaleneiern bis Ende 2022 Schrittweise Umstellung der gesamten Lieferketten für Boden-, Freiland- und Bio-Eier bis Ende 2022 deutschlandweit, um das Töten von männlichen Küken in der Schaleneier Produktion zu beenden. | | 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. |
| KLIMA & UMWELT | Alle Trinkmilchprodukte stammen aus Deutschland Schrittweise Umstellung aller Trinkmilchprodukte auf deutsche Herkunft, einschließlich H-Milch und Bio-Milch. | | Neues Ziel. Alle FAIR & GUT Milchprodukte stammen bereits aus Deutschland sowie der größte Teil unserer Frischmilch. |
| | 50 % zertifiziert nachhaltiger Kaffee bis Ende 2020 Übergang zu zertifiziert nachhaltigem Kaffee (UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade, Bio) für definierte Eigenmarkenprodukte in Deutschland bis Ende 2020. | | Projekt fortlaufend. Im Jahr 2020 49,5 % erreicht. |
| | Erhöhung der Eigennutzungsquote für die selbsterzeugte Energie Erhöhung der Eigennutzungsquote der selbstgewonnenen Energie in Deutschland durch Fotovoltaikanlagen in Filialen durch Kombination mit Kälte-Wärme-Verbundanlagen Konzepten und einer bedarfsgerechten Ausrichtung der Fotovoltaikanlagen. | | Projekt fortlaufend. Eigennutzungsquote für 2020 beträgt 67,1 %. |

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 Ausweitung des ALDI Transparenz Code (ATC) auf alle Eigenmarkenprodukte in Frankreich, die mindestens 3 % Fleisch enthalten 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 Kennzeichnung aller Eigenmarkenartikel mit mindestens 5 % Fleischanteil mit dem ATC. | | Verlängerung des bisherigen Ziels und Änderung des Umfangs zur Angleichung an das internationale Ziel. 75 % der Sortimentsprodukte waren Ende 2020 mit ATC gekennzeichnet. |


ALDI FRANKREICH

KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

| | Beschreibung des Ziels & Umfang | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|--|--|--|---|
| 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. |  Projekt fortlaufend. 61,66 % (mengenmäßig) der 2020 verkauften Äpfel und 74,4 % der Birnen mit BEE FRIENDLY-Zertifizierung. |  15.5 |
| 100 % der Eigenmarkenprodukte werden bis Ende 2023 mit dem Nutri-Score gekennzeichnet | Kennzeichnung aller Eigenmarkenartikel mit dem Nutri-Score bis Ende 2023. |  Neues Ziel. Erste Marken wurden in 2020 auf der Französischen Nutri-Score Plattform angemeldet. Es ist geplant alle weiteren Marken bis Ende 2021 dort anzumelden, damit diese bis Ende 2023 gekennzeichnet werden können. |  2.2 12.8 |
| 100 % zertifizierter Kakao bis Ende 2020 | Umstellung aller französischen Eigenmarkenprodukte auf zertifizierten Kakao (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance und Bio) bis Ende 2020. |  Ziel nicht erreicht. 2020 waren 93,5 % der kakaohaltigen Artikel zertifiziert. |  12.2 |
| 75 % zertifiziert nachhaltige Fisch- und Meeresfrüchteprodukte bis Ende 2019 | Umstellung von 75 % der französischen Eigenmarkenprodukte im Bereich Fisch- und Meeresfrüchte auf zertifiziert nachhaltige Produkte bis Ende 2019. |  Ziel nicht erreicht. 2020 waren 54,1 % der Fisch- und Meeresfrüchteartikel nach den Standards ASC, MSC, GLOBALG.A.P. und Bio zertifiziert.* *72 % aller Fischprodukte waren nach den Standards ASC, MSC, GLOBALG.A.P., BIO, Dolphin Safe, Pavillon France, Label Rouge, IGP oder Friend of the Sea zertifiziert. |  12.2 14.4 |
| Verbot von Käfigeiern ab 2020 | <ul style="list-style-type: none"> Beendigung der Verwendung von Käfigeiern in verarbeiteten Produkten in Frankreich bis Ende 2020. Beendigung des Verkaufs von Käfigeiern in Frankreich (frische Eier) bis Ende 2025. |  Projekt fortlaufend. 54 % aller Schaleneier stammten 2020 aus käfigfreier Haltung. Das Ziel wurde im März 2021 erreicht: Seitdem werden keine frischen Eier aus Käfighaltung mehr verkauft. 79 % aller eihaltigen Eigenmarkenartikel wurden mit Eiern aus käfigfreier Haltung produziert (2019: 67 %). Das Ziel wird 2021 weiterverfolgt. | |
| Verpflichtung zum European Chicken Commitment | Bis Ende 2026 werden alle Eigenmarken-Hähnchenprodukte (rohe und verarbeitete, frische und tiefgekühlte Produkte, die mehr als 50 % Hähnchenfleisch enthalten) die Kriterien des European Chicken Commitment (ECC) erfüllen. Darüber hinaus werden 20 % unseres Verkaufsvolumens in diesem Produktsortiment bis 2026 aus Betrieben stammen, die den Hühnern Zugang zu einem Außenbereich oder Freilandhaltung garantieren. |  Neues Ziel. | |
| 120 Photovoltaikanlagen bis Ende 2021 | Installation von 120 Photovoltaikanlagen auf neuen Filialen in Frankreich bis Ende 2021. |  Projekt fortlaufend. 2020 waren 79 Photovoltaikanlagen in Frankreich installiert. |  7.2 9.4 |

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). | 2025 | Projekt fortlaufend. |
| 100 % recycelbare Kunststoffverpackungen bis Ende 2025 | 100 % recycelbare Eigenmarken-Produktverpackungen in den Niederlanden bis Ende 2025. | 2025 | Projekt fortlaufend. Wir haben zusammen mit Lieferanten begonnen, die Recyclingfähigkeit zu verbessern. |
| 35 % recycelter Kunststoff in Verpackungen bis Ende 2025 | Einsatz von 35 % recyceltem Kunststoff für Kunststoffverpackungen unserer Eigenmarken bis 2025 in den Niederlanden. | 2025 | Projekt fortlaufend. Anstieg der Produktverpackungen mit Recyclinganteil, z. B. Getränke- und Reinigungsmittelflaschen, Salatbehälter und Fleisch- und Fischschalen. Weitere Projekte werden folgen. |
| 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. | 2020 | 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. |
| 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. 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. |
| 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. | 2019 | Ziel erreicht. |
| Kein Kindermarketing für ungesunde Produkte bis Ende 2020 | Kein Kindermarketing für ungesunde Produkte in den Niederlanden bis Ende 2020. | 2020 | Ziel erreicht. |

Legende
 Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI NIEDERLANDE

KUNDE & PRODUKT

KLIMA & UMWELT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Beschreibung des Ziels & Umfang

Status 2020 & nächste Schritte

SDGs

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



12.8

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.



7.3

Einführung eines Energiemanagementsystems bis Ende 2018

Landesweite ISO 50001-Zertifizierung bis Ende 2018.



Bis auf Weiteres vertagt.



8.4

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.



3.4

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI POLEN

| | Beschreibung des Ziels & Umfang | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|----------------------------|---|--------------------------------|--|
| KUNDE & PRODUKT | <p>Verpackungsstrategie bis Ende 2020</p> <p>Veröffentlichung der polnischen Nationalen Verpackungsstrategie bis Ende 2020.</p> | | <p>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.</p> |
| LIEFERKETTE & RESSOURCEN | <p>Lebensmittelspenden in allen Filialen bis Ende 2020</p> <p>100 % der polnischen Filialen sollen bis Ende 2020 nicht mehr verkaufs-, aber noch verzehrfähige Lebensmittel an karitative Einrichtungen spenden.</p> | | <p>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.</p> |
| MITARBEITER & GESELLSCHAFT | <p>Veröffentlichung von CR-Magazinen</p> <p>Jährliche Veröffentlichung von CR-Magazinen zu Umweltthemen und damit zusammenhängenden Informationen für Verbraucher.</p> | | <p>Neues Ziel. Im Jahr 2020 haben wir zwei Magazine für unsere Kunden veröffentlicht. Jedes Jahr werden wir Bildungsmagazine veröffentlichen.</p> |
| | <p>Nationale Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2020</p> <p>Veröffentlichung der polnischen Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2020.</p> | | <p>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.</p> |
| | <p>Umfassendes Schulungsprogramm für Berufseinsteiger, inklusive Einführung in alle Unternehmensabteilungen und Übergabe eines Willkommenspaketes</p> <p>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.</p> | | <p>Neues Ziel.</p> |

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



12.2



2.1



12.3



4.4



CR-PROGRAMM 2020 – ALDI PORTUGAL

| KUNDE & PRODUKT | Beschreibung des Ziels & Umfang | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs | |
|-----------------|---|---|------|--------------|
| | | | 2021 | 12.2 12.5 |
| | Umsetzung eines Kreislaufwirtschaftsprojektes bis Ende 2021 | Umsetzung eines Kreislaufwirtschaftsprojekts in Zusammenarbeit mit Lieferanten bis Ende 2021, um die Kreislaufwirtschaft und den Ressourceneinsatz zu verbessern. | 2021 | Neues Ziel. |
| | Weiterentwicklung der Kooperation mit APCOI (Associação Portuguesa de Combate à Obesidade Infantil) bis Ende 2021 | Kooperation mit APCOI zur Verbesserung der aktuellen Produktpalette und Kundeninformation bis Ende 2021. | 2021 | Neues Ziel. |
| | 100%ige Kennzeichnung aller nationalen Produkte mit dem Logo „Sou Português“ („Ich bin portugiesisch“) bis Ende 2021 | 100%ige Kennzeichnung aller nationalen Eigenmarkenprodukte mit dem Logo „Sou Português“ („Ich bin portugiesisch“) bis Ende 2021; Hauptgeltungsbereich: Obst und Gemüse, Molkereiprodukte, Frischfleisch und -fisch. | 2021 | Neues Ziel. |
| | Erhöhung des Anteils unverpackter Artikel im Obst- und Gemüsebereich auf mindestens 50 % bis Ende 2021 | Mindestens 50 % der Obst- und Gemüseprodukte werden in unseren Filialen bis Ende 2021 unverpackt sein. Für Produkte, die eine Verpackung benötigen, verwenden wir weiterhin weniger Kunststoffverpackungen und streben nachhaltigere und umweltfreundlichere Verpackungen an. | 2021 | Neues Ziel. |
| | Einführung des Nährwert-Labels im Jahr 2021 | Einführung des Nutri-Score auf Eigenmarkenprodukten im Jahr 2021, mit Fokus auf die Warengruppen Frühstück, Milchprodukte, gekühlte Convenience-Produkte, Tiefkühlprodukte und alkoholfreie Getränke. | 2021 | Neues Ziel. |
| | Abschaffung von schwarzen oder farbigen Plastikschalen für das Eigenmarkensortiment von frischem Fleisch bis Ende 2021 | Abschaffung der schwarzen und farbigen Kunststoffschalen und Umstellung auf transparente oder weiße R-PET-Kunststoffschalen für das Eigenmarkensortiment Frischfleisch bis Ende 2021. | 2021 | Neues Ziel. |
| | Erhöhung des Anteils der mit dem ALDI Transparenz Code (ATC) gekennzeichneten Fleischprodukte um 25 % bis Ende 2021 | Ausweitung des ALDI Transparenz Codes (ATC) auf Eigenmarkenprodukte, die mindestens 5 % Fleisch enthalten, bis Ende 2021. | 2021 | Neues Ziel. |
| | 100 % zertifiziert nachhaltige Seehecht-Fischprodukte bis Ende 2022 | Umstellung von 100 % der Seehecht-Eigenmarkenprodukte in Portugal auf zertifiziert nachhaltige Rohware bis Ende 2022. | 2022 | Neues Ziel. |



ALDI PORTUGAL

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

| | Beschreibung des Ziels & Umfang | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|--|---|--------------------------------|-----------|
| Neue nationale Einkaufspolitik für Fisch und Meeresfrüchte bis Ende 2021 | Aktualisierung der Nationalen Einkaufspolitik für Fisch und Meeresfrüchte bis Ende 2021, um die Nachhaltigkeit von Fisch- und Meeresfrüchteartikeln in Zusammenarbeit mit Lieferanten und Organisationen zu verbessern. | Neues Ziel. | 12.2 14.4 |
| 100 % der Einlagen für loses Obst und Gemüse sollen bis Ende des 2. Quartals 2021 aus Karton sein | 100 % der Einlagen für loses Obst und Gemüse von Marken und Eigenmarken werden bis zum Ende des 2. Quartals 2021 aus Karton sein. | Neues Ziel. | 12.5 |
| Installation von Photovoltaikanlagen auf den Dächern aller neuen Filialen im Jahr 2021 | Der Anteil der mit Photovoltaikanlagen ausgestatteten ALDI-Filialen wird durch die Installation solcher Anlagen auf den Dächern aller neuen Verkaufsstellen im Jahr 2021 erhöht. | Neues Ziel. | 7.2 |
| Einrichtung von Fahrradparkplätzen bis Ende 2021 | Einrichtung von Fahrradständern an allen Filialen bis Ende 2021 (Ausnahmen an Orten mit öffentlichen Einschränkungen), um umweltfreundlichere Verkehrsmittel zu fördern. | Neues Ziel. | |
| Schulungsprogramme für Mitarbeiter im Jahr 2021 | Fortführung der Schulungsprogramme für Mitarbeiter zur Kompetenzentwicklung (ALDI Akademie) im Jahr 2021. | Neues Ziel. | 4.4 |
| Fortführung der Mitarbeiterkommunikation im Jahr 2021 | Die Kommunikation zur Einbindung der Mitarbeiter wird im Jahr 2021 fortgeführt, z. B. über unseren Mitarbeiter-Newsletter oder unseren Online-Auftritt. | Neues Ziel. | |

CR-PROGRAMM 2020 – ALDI SPANIEN

KUNDE & PRODUKT

| | Beschreibung des Ziels & Umfang | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|---|--|---|-----------|
| Förderung von wiederverwendbaren Taschen | 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 | Kennzeichnung aller gluten- und laktosefreien Produkte in Spanien auf Grundlage anerkannter Zertifizierungsanbieter (ELS oder Adilac) 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 | 2018 | Status 2020 & nächste Schritte | SDGs |
|---|--|------|--|---|
| Nationale Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2018 | Vorbereitung und Veröffentlichung der Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik für Spanien bis Ende 2018. | 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. |   12.2 14.4 |
| 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). | 2021 | Neues Ziel. |   7.2 9.4 |
| Installation neuer Photovoltaikanlagen bis Ende 2021 | Erhöhung des Anteils von ALDI Verkaufsstellen mit Photovoltaikanlagen durch Installation von 20 weiteren Photovoltaikanlagen auf den Dächern spanischer Filialen. | 2021 | 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. | 2021 | Neues Ziel. |   7.3 9.4 |
| Natürliche Kältemittel in allen Verkaufsstellen bis Ende 2021 | Einsatz von CO ₂ als natürliches Kältemittel in allen neuen Verkaufsstellen als Alternative zu synthetischen Kältemitteln (die ein höheres Treibhauspotenzial aufweisen). | 2021 | 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. | 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. | 2021 | Neues Ziel. |  9.4 |
| Schulungsprogramme für Mitarbeiter bis Ende 2021 | Kontinuierliches Schulungsprogramm für alle Mitarbeiter. | 2021 | Neues Ziel. |  4.4 |
| Ausbildung von neuen Schulungsreferenten bis Ende 2021 | Ausbildung von Mitarbeitern zu internen Schulungsreferenten für neue Mitarbeiter. | 2021 | 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. | 2021 | 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 Hochköppeler

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.