



ALDI Nord
CR-PROGRAMME 2021





KLAR UND MESSBAR: UNSERE ZIELE

Unsere CR-Programme verknüpfen operative Ziele und Maßnahmen mit den Anforderungen unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir überprüfen die Zielerfüllung und kommunizieren unsere Fortschritte im Rahmen des Nachhaltigkeitsberichts. So können wir uns bei der Berichterstattung auf die Themen konzentrieren, die für uns und unsere

Stakeholder derzeit besonders wichtig sind. Im Rahmen unserer CR-Programme setzen wir uns für alle Bereiche, einschließlich der Schwerpunktthemen, klare und SMARTe Ziele.

Im Jahr 2021 wurden unsere CR-Programme grundlegend überarbeitet. Dazu haben wir in-

terne Anforderungen für die Aufnahmen von Zielen in die CR-Programme entwickelt, zum Beispiel „SMARTe Kriterien“. Ziele, die diese Anforderungen nicht erfüllen konnten, wurden teilweise gestrichen, andere wurden angepasst. Für den nächsten vollumfänglichen Nachhaltigkeitsbericht zum Berichtsjahr 2023 streben wir

an, dass alle Ziele den intern entwickelten Anforderungen entsprechen. ALDI Dänemark hat kein eigenes nationales CR-Programm, hier gilt ausschließlich das internationale CR-Programm.

CR-PROGRAMM INTERNATIONAL 2021

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & 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).	 2025	 12.2 12.5
30 % Recyclingmaterial in Eigenmarkenverpackungen aus Kunststoff bis 2025	30 % Recyclingmaterial in Eigenmarkenverpackungen aus Kunststoff bis 2025 (spätestens und im Durchschnitt).	 2025	 12.2 12.5
100 % nachhaltig zertifizierte 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 Standardsortimente, saisonale Produkte und Food-Spezialitäten.	 2020	 12.2 12.5 15.2

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



CR-PROGRAMM INTERNATIONAL 2021 (FORTSETZUNG)

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
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. Wir haben die ALDI International Recyclability Guideline veröffentlicht und arbeiten kontinuierlich an der Optimierung unserer Verpackungen, um die Recyclingfähigkeit zu erhöhen. In Belgien zum Beispiel wurde eine nicht recycelbare Kakaopulververpackung im März 2021 durch eine 100 % recycelbare Kunststoffverpackung ersetzt.	 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. Entwicklung alternativer Materialien zur Reduzierung von Verpackungen – unter Berücksichtigung von Lebensmittelverlusten, Produktqualität und -sicherheit. So wurden beispielsweise in Frankreich von allen gekühlten verzehrfertigen Salaten die Hartplastikdeckel entfernt. Dadurch verringerte sich das Gesamtgewicht der Verpackung um durchschnittlich 37 %, wodurch jährlich 120 Tonnen Kunststoff eingespart werden.	 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. Die Netze sind bereits in Deutschland, Dänemark, Portugal und Spanien verfügbar. In den anderen Ländern wird an der Einführung gearbeitet.	 12.2 12.5
Keine Einweg-Plastiktragetaschen (außer Knotenbeutel) mehr bis Ende 2021	Keine Einweg-Plastiktragetaschen (außer Knotenbeutel) mehr bis Ende 2021: Dazu 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. Aufgrund von Lieferproblemen bei Papier und wiederverwendbaren Taschen konnte dieses Ziel nicht in allen Ländern erreicht werden. Wir arbeiten daran, das Ziel so bald wie möglich zu erreichen.	 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. Wir arbeiten kontinuierlich an der Optimierung von Verpackungen, um Verpackungsmaterial zu reduzieren. Dabei liegt der Schwerpunkt auf Kunststoff. Darüber hinaus wollen wir eine bessere Wiederverwertbarkeit erreichen. In Spanien haben wir beispielsweise bereits eine Verpackungsoptimierung von 83,3 % und in den Niederlanden von 50 % erreicht.	 12.2 12.5

Legende

 Neu  In Bearbeitung  Ziel erreicht  Fortlaufend



CR-PROGRAMM INTERNATIONAL 2021 (FORTSETZUNG)

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
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.	2025	12.2
Keine Plastikeinlagen in Kisten bis Ende 2021	100 % aller Plastikeinlagen in Obst- und Gemüsekisten in allen ALDI Gesellschaften werden bis Ende 2021 entfernt.	2021	12.2
Optimierung der Zusammensetzung von 100 % der ALDI Eigenmarkenlebensmittel für Kinder bis Ende 2024*, **	Optimierung des ALDI Eigenmarkensortiments an Kinderprodukten nach der ALDI Nord Definition. Die Optimierung erfolgt nach definierten ALDI-internen Kriterien, zu denen u.a. das WHO-Nährwertprofilmodell gehört.	2024	
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.	2021	2.2
Einführung von Eigenmarkenprodukten für Kinder bis Ende 2021	Einführung und Vermarktung einer neuen ALDI Kindermarke bis Ende 2021.	2021	
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.	2021	17.6
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.	2022	2.2

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



CR-PROGRAMM INTERNATIONAL 2021 (FORTSETZUNG)

Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
100 % der ALDI Eigenmarken bis Ende 2024 für die Nutri-Score-Kennzeichnung registrieren*, **	Betrifft alle Lebensmittel-Eigenmarken. Außerhalb des Geltungsbereichs: begründete, intern definierte Ausnahmen. Die Definition der Ausnahmen stützt sich u.a. auf die Erwartungen der Kunden.	 Projekt fortlaufend. Die Umsetzung ist in allen Ländern in Arbeit.
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. Abgedeckt durch die Kennzeichnungsziele für regionale Lebensmittel, vegetarische und vegane Produkte sowie die Nutri-Score-Einführung.
Ausweitung des Bio-Sortiments	Identifizierung der Lücken im Bio-Sortiment in jedem ALDI Land und jeder Warengruppe sowie Einlistung der fehlenden Produkte in den Sortimenten.	 Projekt fortlaufend.
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.
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.	 Ziel erreicht. Wir haben einen kontinuierlichen Prozess zur Kennzeichnung neu gelisteter vegetarischer und veganer Produkte im Geltungsbereich eingeführt.
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. Regelmäßig bedeutet, die Verteilung von Nahrungsmittelüberschüssen so oft wie möglich auf beiden Seiten zu ermöglichen.	 Projekt fortlaufend. Das Ziel wurde in Portugal, Dänemark, Polen und Deutschland erreicht. In den übrigen Ländern wurde das Ziel aufgrund nationaler Herausforderungen (u. a. Infrastruktur, Expansion, strategische Prioritäten der Unternehmen) nicht erreicht. Diese Länder werden weiter an diesem Ziel arbeiten und im nächsten Bericht über die Fortschritte berichten.
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.	 Ziel erreicht. ALDI Nord Deutschland bot „Wetteräpfel“ und „Knödelkult“ aus überschüssigem Brot an. ALDI Portugal bot im August 2021 Brotbier aus überschüssigem Brot aus eigenen Filialen an und ALDI Spanien eine Tomatensauce und eine Marmelade aus Lebensmittelüberschüssen.
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.	 Ziel erreicht. Die Anforderung ist ab 2021 in die Einkaufsbedingungen integriert. Sie verlangt, dass alle nationalen Produkte nach dem neu entwickelten <u>Leitfaden für regionale Lebensmittel</u> gekennzeichnet sind.

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

 Neu  In Bearbeitung  Ziel erreicht  Fortlaufend



2.2



12.8



12.8



17.6



12.8



CR-PROGRAMM INTERNATIONAL 2021 (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
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.	2021	Ziel teilweise erreicht. Die Umsetzung erfolgt stetig nach dem neuentwickelten Leitfaden für regionale Lebensmittel , der eine klare Definition für regionale, nationale Produkte und weitere Unterformen enthält.
Bereitstellung von 100 % vegetarischen und veganen Milch-, Fleisch-, Fisch- und Ei-Alternativen auf Sojabasis (gekennzeichnet mit dem V-Label/Green Heart) mit europäischem und/oder zertifiziertem Soja*, ** bis Ende 2024	Produkte sind auf Sojabasis, wenn Soja ein Hauptbestandteil und/oder eine wesentliche Zutat ist. Texturiertes Sojaprotein (TSP) ist ebenfalls im Geltungsbereich enthalten. Akzeptierte Zertifizierungen und Standards sind RTRS, Pro Terra, ISCC+, SFAP Non-Conversion, CRS, BFA, Danube/Europe Soy, Cargill Triple S, ADM Responsible Soy Standard, Bunge Pro S.	2024	Ziel teilweise erreicht. Die Anforderung ist in die Einkaufsbedingungen integriert. Alle veganen und vegetarischen Produkte auf Sojabasis, die in den Geltungsbereich fallen, müssen europäisches und/oder zertifiziertes Soja enthalten.
Kompensation aller CO ₂ e-Emissionen für international eingekaufte vegane Fleisch-, Fisch- und Molkerei-alternativen (mit V-Label) bei ALDI Nord bis Ende 2023	Vegane Fleisch-, Fisch- und Molkereialternativen, die mit dem V-Label gekennzeichnet sind und von International Buying gekauft werden. Der Geltungsbereich umfasst auch vegetarische Sorten, wenn diese Teil einer gemischten Box sind, in der vegane Produkte angeboten werden.	2023	Neues Ziel. Die ersten klimaneutralen Produkte werden voraussichtlich im ersten Quartal 2023 auf den Markt kommen.
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. In einem nächsten Schritt werden wir uns auf die Harmonisierung des Monitoring-Ansatzes in allen Ländern konzentrieren, um zuverlässigere Daten zu erhalten, die eine klare Aussage über den Status des Ziels ermöglichen.
Sozialevaluierung von 100 % der Produzenten von Obst und Gemüse bis Ende 2023*, **	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.	2023	Projekt fortlaufend. Die Zertifizierung von Obst und Gemüse ist eine interne Anforderung an unsere Lieferanten für Länder mit mittlerem und hohem Risiko. Wir akzeptieren z.B. GRASP, Rainforest Alliance, Fairtrade. Die nächsten Schritte konzentrieren sich auf das Monitoring und die Verifizierung der Anforderung. Zu diesem Zweck entwickeln wir bis Ende 2023 ein Monitoring-System.
Erweiterung der Tierwohlkriterien	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. Im Jahr 2021 haben wir eine Aktualisierung unserer Internationalen Tierwohlpolitik veröffentlicht.

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.





CR-PROGRAMM INTERNATIONAL 2021 (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
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.	 2025 Projekt fortlaufend. 82,0 % im Jahr 2021; +18 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Die Einkaufsabteilung wird die Beschaffung von nachhaltiger Baumwolle weiter ausbauen.	 12 NACHHALTIGER VERbraUCH UND VERsUCHE
Weitere Implementierung von Corporate Responsibility Lieferantenbewertungen	Einführung von Corporate Responsibility Supplier Evaluations (CRSE) in allen risikobehafteten Lieferketten bis 2027.	 2027 Projekt fortlaufend. Im Jahr 2021 wurde das CRSE-Konzept überarbeitet: Daraus ging der CRSE 2.0 hervor, der die Vergleichbarkeit über verschiedene Warengruppen hinweg gewährleistet. Die ersten Audits auf Ebene der landwirtschaftlichen Betriebe (für Bananen und Ananas) wurden in die CRSE-Bewertung integriert; ein Pilotprojekt für Fisch und Meeresfrüchte wurde gestartet (Thunfischkonserven-Lieferanten). Außerdem haben wir ein CRSE-Pilotprojekt für Heimwerkerbedarfslieferanten gestartet. Die nächsten Schritte bestehen darin, die Bewertungen der CRSE 2.0-Pilotprojekte abzuschließen und die Instrumente nach Bedarf anzupassen.	 8 WACHSTUMS- UND LEbensMITTEL-SECURITY
Verpflichtung, die Abholzung und Umwandlung natürlicher Ökosysteme bis zum 31. Dezember 2030 aus unseren vorgelagerten Lieferketten zu eliminieren	Umfasst bis zu zehn Lieferketten mit Bezug zu Entwaldung. Begonnen wird mit Holz, Palmöl, Soja, Zucker, Bananen, Rindfleisch; weitere werden folgen.	 2030 Neues Ziel. Erster Schritt ist die Einführung von Anforderungen für Zucker und Rindfleisch.	 6 FAHREN WEG VON DER WILDE
Bis Ende 2022 Verpflichtung zur Veröffentlichung der Namen und Adressen der Tier-1-Lieferanten unserer risikobehafteten Lebensmittellieferanten	Der Geltungsbereich umfasst alle relevanten Lebensmittel-Lieferketten auf Basis einer Risikoanalyse.	 2022 Neues Ziel. Start mit der Veröffentlichung der Lieferantenliste.	
Ermittlung von Auswirkungen auf die Menschenrechte und Umsetzung einer transparenten Berichterstattung im Rahmen unserer Strategie zur Sorgfaltspflicht	Unser Ziel ist es, bis Ende 2025 bis zu 12 HRIs (Human Rights Impact Assessments) durchzuführen und zu veröffentlichen, mindestens eines in jeder risikobehafteten Lieferkette.	 2025 Neues Ziel. Erste Schritte sind die Veröffentlichung ausstehender HRIA-Ergebnisse im Jahr 2022 und die Festlegung der nächsten Schritte auf Basis der jährlichen Risikobewertung.	 8 WACHSTUMS- UND LEbensMITTEL-SECURITY

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

 Neu  In Bearbeitung  Ziel erreicht  Fortlaufend



CR-PROGRAMM INTERNATIONAL 2021 (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
Einrichtung von Beschwerdemechanismen, die den Anforderungen der UNGPs entsprechen, in unseren Hochrisikolieferketten bis 2025*, **	Einführung von Beschwerdemechanismen in allen risikobehafteten Lieferketten bis 2025.	Projekt fortlaufend. Wir arbeiten derzeit mit verschiedenen Interessengruppen zusammen, um Beschwerdemechanismen einzurichten und zu stärken. Dazu gehört die Teilnahme am amfori-Pilotprojekt „Speak for Change“ und am Beschwerdemechanismus des „International Accord for Health and Safety in the Garment and Textile Industry“. Wir werden bis Ende 2022 über unsere ersten Ergebnisse berichten.	
100 % Transparenz bei allen eingesetzten Chemikalien in allen Nass-Produktionsanlagen, die für die Produktion für ALDI genutzt werden, bis 2024*, **	Das Ziel umfasst alle Nass-Produktionsanlagen in Risikoländern, die für die Produktion von Textilien und Schuhen von ALDI genutzt werden.	Projekt fortlaufend. Die Einhaltung der ZDHC MRL wird jährlich in Abwasser und Klärschlamm überprüft. Chemikalienbestände werden nur stichprobenartig abgefragt, daher keine systematische Transparenz. Die neue Anforderung wurde den Lieferanten im Februar 2022 mitgeteilt.	
Reduzierung der Treibhausgasemissionen bis Ende 2021 um 40 %	Reduzierung der Treibhausgasemissionen in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2021 um 40 % gegenüber dem Basisjahr 2015.	Ziel erreicht. Im Jahr 2021 wurden die Treibhausgasemissionen in allen ALDI Gesellschaften um 48,3 % gegenüber dem Referenzjahr 2015 reduziert.	
Erhöhung des Anteils der mit Fotovoltaikanlagen ausgestatteten ALDI Filialen durch kontinuierlichen Ausbau*	Alle neuen Filialen werden mit PV-Paneele ausgestattet. In jeder Filiale, in der es technisch möglich und wirtschaftlich vertretbar ist, werden Anlagen installiert.	Projekt fortlaufend. 863 Solarmodule bis Ende 2021. +11 % gegenüber dem Vorjahr.	
LED-Beleuchtungssysteme in allen neuen Filialen bis Ende 2019	Einführung von LED-Beleuchtungssystemen in allen neuen ALDI Filialen (Innen- und Außenbeleuchtung) bis Ende 2019.	Ziel erreicht für die Innen- und Außenbeleuchtung aller neuen ALDI Filialen.	
Die Unternehmensgruppe ALDI Nord verpflichtet sich dazu, dass sich die Lieferanten, die mindestens für 75 % der Emissionen aus der Kategorie Eingekaufte Güter und Dienstleistungen verantwortlich sind, wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele bis 2024 setzen	Verpflichtung unserer Lieferanten, die mindestens für 75 % der Emissionen aus der Kategorie Eingekaufte Güter und Dienstleistungen verantwortlich sind, sich eigene wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele bis 2024 zu setzen.	Projekt fortlaufend. Im Jahr 2021 haben wir das Ziel zu 27 % erreicht.	
Reduzierung der Treibhausgasemissionen um 55 % bis Ende 2030 (Basisjahr 2020)	55 % absolute Reduktion der Treibhausgasemissionen in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2030, verglichen mit dem Referenzjahr 2020 (Science Based Target).	Neues Ziel. Projekt fortlaufend. Reduzierung der Treibhausgasemissionen um 25,4 % im Jahr 2021 im Vergleich zum Referenzjahr 2020. Der Schwerpunkt lag auf der Steigerung der Effizienz und auf Ökostrom/Greening.	

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI BELGIEN & LUXEMBURG

KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
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	12.2 12.5
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	Ziel erreicht.
Einführung von Mehrwegnetzen für Obst und Gemüse in allen Filialen in Belgien und Luxemburg im Jahr 2023	Mehrwegnetze für Obst und Gemüse.	2023	12.2 15.2
Einführung Mehrwegbeutel für Brot und Gebäck in allen Filialen in Belgien und Luxemburg im Jahr 2022	Mehrwegbeutel für Backwaren.	2022	12.2
Kennzeichnung von 1000 Eigenmarkenprodukten mit dem Nutri-Score Nährwertlabel in Belgien und Luxemburg im Jahr 2022	Eigenmarkenprodukte im Sortiment.	2022	2.2 12.2
Bis Ende 2022 sollen 100 % unserer Fleischprodukte mit dem ALDI Transparency Code gekennzeichnet sein*	Kennzeichnung aller Eigenmarkenprodukte, die mindestens 5 % Fleisch enthalten, mit dem ATC (Frischfleisch, Fleischkonserve, gekühlte und tiefgekühlte Fleischprodukte sowie Fertiggerichte).	2022	Projekt fortlaufend. Im Jahr 2021 waren 89,4 % unserer Fleischprodukte mit dem ATC gekennzeichnet.
Umstellung von UTZ- bzw. RA-zertifiziertem auf Fairtrade-Kakao (FSI) für bestimmte Produkte bis Ende 2022	Umwstellung 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.	2022	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.	2021	Ziel erreicht. Einführung der Choceur Choco changer Schokolade im Januar 2021.
Mehr als 90 % des Frischfleischs aus Belgien	Bis Ende 2021 sollen mehr als 90 % des Frischfleischs aus Belgien stammen.	2021	Ziel erreicht.
Bis Ende 2021 wird die gesamte Trinkmilch belgischen Ursprungs sein	Der Geltungsbereich umfasst Trinkmilch (frische und ultrahocherhitzte Milch).	2021	Ziel erreicht.

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI BELGIEN & LUXEMBURG (FORTSETZUNG)

KLIMA & UMWELT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
10 % mehr Filialen mit Wärmerückgewinnungstechnologie bis Ende 2021	Einführung von Wärmerückgewinnungsanlagen in weiteren Filialen, sodass kein Erdgas mehr zum Heizen benötigt wird und die CO ₂ -Emissionen reduziert werden.	Ziel erreicht. Wir haben uns ein neues Ziel für 2022 gesetzt.	7.3 9.4
35 % mehr belgische und luxemburgische Filialen mit Solaranlagen bis Ende 2022 (2021: 111 Filialen - ca. 40 geplant für 2022))	Erhöhung des Anteils der mit Photovoltaikanlagen ausgestatteten ALDI Filialen durch kontinuierlichen Ausbau.	Projekt fortlaufend.	7.2 9.4
10 % mehr Filialen mit Wärmerückgewinnungstechnologie bis Ende 2022 (2021: 141 Filialen - ca. 15 geplant für 2022)**	Einführung von Wärmerückgewinnungstechnologie in weiteren Filialen, sodass kein Erdgas mehr zum Heizen benötigt wird und die CO ₂ -Emissionen reduziert werden.	Projekt fortlaufend. Neue Berechnung auf der Grundlage der Zahlen von 2021.	7.3 9.4
45 % mehr Filialen mit CO ₂ -Kühltechnologie bis Ende 2022 (2021: 44 Filialen - rund 20 geplant für 2022)*, **	Einführung von CO ₂ -Kühltechnologie in weiteren Filialen, was zum Ersatz von synthetischen Kühlmitteln durch natürliche Kühlmittel führt. Dadurch werden die CO ₂ -Emissionen verringert.	Projekt fortlaufend.	7.3 9.4
Installation von 130 Ladestationen für Elektrofahrzeuge auf dem Gelände der Logistikzentren und des Hauptsitzes in Belgien im Jahr 2022	Einführung von Elektroladestationen, die zu einer stärkeren Nutzung von Elektrofahrzeugen führen und die CO ₂ -Emissionen verringern.	Neues Ziel.	7.3
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.	Ziel erreicht. Im Jahr 2021 starteten wir die ALDI & Me App mit Inhalten von und für Mitarbeiter.	

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI FRANKREICH

KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
100 % Kennzeichnung aller Fleischprodukte mit ATC bis Ende 2022	Kennzeichnung aller Eigenmarkenartikel mit mindestens 5 % Fleischanteil mit dem ATC.	 2022	Projekt fortlaufend. 96 % der Produkte im Standardsortiment waren bis Ende 2021 mit dem ATC-Code gekennzeichnet, 76 % der Produkte im Gesamtangebot (einschließlich der Produkte im Sonderangebot).
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.	 2021	Projekt fortlaufend. 50 % der 2021 verkauften Äpfel und 72 % der Birnen wurden als BEE FRIENDLY zertifiziert. Das Volumen der BEE FRIENDLY Produkte wurde durch besonders ungünstige klimatische Bedingungen (Frost) im Jahr 2021 beeinflusst.
100 % der Eigenmarkenprodukte werden bis Ende 2023 mit dem Nutri-Score gekennzeichnet	Kennzeichnung aller Eigenmarkenartikel mit dem Nutri-Score bis Ende 2023.	 2023	Projekt fortlaufend. 108 unserer Eigenmarken wurden bis Ende 2021 auf der französischen Nutri-Score-Plattform registriert.
100 % zertifizierter Kakao bis Ende 2020	Umstellung aller französischen Eigenmarkenprodukte auf zertifizierten Kakao (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance und Bio) bis Ende 2020.	 2021	Ziel erreicht. Im Jahr 2021 waren 97,7 % unserer kakaohaltigen Eigenmarkenprodukte zertifiziert. Die Zertifizierung ist eine interne Anforderung an unsere Lieferanten.
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.	 2019	Projekt fortlaufend. Im Jahr 2021 waren 59 % der Fisch- und Meeresfrüchteprodukte nach den Standards ASC, MSC, GLOBALG.A.P., Bio, Label Rouge und IGP zertifiziert. Das Ziel wird im nächsten Jahr im Einklang mit der Entwicklung einer internationalen Fisch- und Meeresfrüchtepolitik überprüft werden.
Verbot von Käfigeiern ab 2020	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.	 2020	Projekt fortlaufend. Schaleneier: Ziel erreicht. Seit März 2021 werden keine Schaleneier von Käfighühnern mehr verkauft. Eigenmarkenprodukte, die Eier enthalten: in Arbeit. 94,3 % der eihaltigen Produkte wurden 2021 mit Eiern aus käfigfreier Haltung hergestellt (2020: 79,3 %).
Im Jahr 2026 müssen alle unsere relevanten Eigenmarkenprodukte die Kriterien des European Chicken Commitment erfüllen	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.	 2026	Projekt fortlaufend.

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

 Neu
  In Bearbeitung
  Ziel erreicht
  Fortlaufend

15.5



2.2



12.2



14.4





ALDI FRANKREICH (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
120 Fotovoltaikanlagen bis Ende 2021	Installation von 120 Fotovoltaikanlagen auf neuen Filialen in Frankreich bis Ende 2021.	  2021 Ziel erreicht. Im Jahr 2021 wurden in Frankreich 134 Fotovoltaikanlagen installiert.	  7 ELLERANFÖRDERUNG 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INDUSTRIE 7.2 9.4
270 zusätzliche Fotovoltaikanlagen bis Ende 2024	Installation von 270 zusätzlichen Fotovoltaikanlagen auf Filialen in Frankreich bis Ende 2024.	  2024 Neues Ziel.	  7 ELLERANFÖRDERUNG 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INDUSTRIE 7.2 9.4

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

 Neu  In Bearbeitung  Ziel erreicht  Fortlaufend



ALDI NORD DEUTSCHLAND

KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & 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. 24 % Einsparungen an Verpackungsmaterialien Ende 2021 gegenüber 2015.	12.2 12.5
100 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2022	Recyclingfähigkeit aller Eigenmarken-Produktverpackungen in Deutschland bis Ende 2022 sichergestellt.	Projekt fortlaufend. 60–65 % unserer Verpackungen wurden bis Ende 2021 als recycelbar 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 Beseitigung von Mikroplastik in Kosmetika, Körperpflegeprodukten und Waschmitteln.	12.2 12.5
Ausweitung der Tierwohl-Kennzeichnung „Haltungsform“	Ausweitung auf Produkte mit einem Fleisch- oder Milchanteil von mindestens 50 %.	Projekt fortlaufend. Ausweitung auf verarbeitetes und tiefgekühltes Fleisch und Aufschnitt im Jahr 2021; ab 2022 kennzeichnen wir Milch und Milchprodukte.	12.2 12.8
Bis 2023 werden mindestens 7 % der gesamten Bananenmenge von ALDI Nord als Living Wage Banana aus Ecuador bezogen	Die angestrebten Mengen müssen Bananen im Preiseinstiegssegment enthalten und können auch andere Produktlinien umfassen.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil der Brancheninitiative des deutschen Einzelhandels .	12.2 8.5
Bis 2025 will ALDI Nord mindestens 50 % der gesamten Bananenmenge von ALDI Nord als Living Wage Banane beziehen	Darin enthalten sind Bananenmengen aus allen Herkunfts ländern.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil der Brancheninitiative des deutschen Einzelhandels .	12.2 8.5
Bis 2025 werden mindestens 90 % der ALDI Nord Bananen aus Ecuador bezogen	90 % der Bananenmengen aus Ecuador.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil der Brancheninitiative des deutschen Einzelhandels .	12.2 8.5
Auslistung von Frischfleischprodukten mit Haltungsform 1 bis 2025	Auslistung von Frischfleischprodukten mit Haltungsform 1 und Erhöhung des Anteils von Frischfleischprodukten der Eigenmarken mit Haltungsform 2, 3 oder 4.	Ziel für Hähnchen und Pute erreicht, für Schweinefleisch fast erreicht (nur Filet ist noch in 1), Beginn mit Rindfleisch im Jahr 2022.	
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.	Ziel erreicht. Bei allen unseren Schaleneiern ist die Tötung männlicher Küken ausgeschlossen.	
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.	Ziel erreicht. 51,6 % zertifizierter Kaffee im Jahr 2021.	12.2

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend

12



ALDI NORD DEUTSCHLAND (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
Bis Ende 2024 sind alle Trinkmilchprodukte deutschen Ursprungs**	Der Geltungsbereich umfasst Trinkmilch (frische und ultrahocherhitzte Milch).	2024	Projekt fortlaufend. Die Frischmilch kommt bereits zu 100 % aus Deutschland.
40 % (Umsatzanteile) von Trinkmilch¹ mit Haltungsstufe 3 und 4 bis Ende 2023	Das Ziel umfasst reine Trinkmilch (frische und ultrahocherhitzte Milch).	2023	Neues Ziel. 25 % (Umsatzanteile) sind bereits reine Trinkmilch ¹ mit Haltungsstufe 3 und 4.
Auslistung aller Trinkmilch¹-Produkte mit Haltungsstufe 1 bis 2024	Das Ziel umfasst reine Trinkmilch (frische und ultrahocherhitzte Milch).	2024	Neues Ziel. 25 % (Umsatzanteile) sind bereits reine Trinkmilch ¹ mit Haltungsstufe 3 und 4.
100 % (Umsatzanteile) von Trinkmilch¹ mit Haltungsstufe 3 und 4 bis 2030	Das Ziel umfasst reine Trinkmilch (frische und ultrahocherhitzte Milch).	2030	Neues Ziel. 25 % (Umsatzanteile) sind bereits reine Trinkmilch ¹ mit Haltungsstufe 3 und 4.
33 % (Umsatzanteile) an Frischfleisch² mit Haltungsstufe 3 und 4 bis 2026	Das Ziel umfasst Frischfleisch, ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlprodukte.	2026	Neues Ziel. 15 % (Umsatzanteile) sind bereits Frischfleisch ² mit Haltungsstufe 3 und 4.
100 % (Umsatzanteile) von Frischfleisch² mit Haltungsstufe 3 und 4 bis 2030	Das Ziel umfasst Frischfleisch, ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlprodukte.	2030	Neues Ziel. 15 % (Umsatzanteile) sind bereits Frischfleisch ² mit Haltungsstufe 3 und 4.
Erhöhung der Eigennutzungsquote für die selbsterzeugte Energie	Erhöhung der Eigennutzungsquote der selbstgewonnenen Energie in Deutschland durch Photovoltaikanlagen auf Filialen: durch Kombination mit Kälte-Wärme-Verbundanlagen-Konzepten und einer bedarfsgerechten Ausrichtung der Photovoltaikanlagen.	∞	Projekt fortlaufend. Die Verbrauchs- und Energieerzeugungsquote für 2021 beträgt 63,5 %. 

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

1 Bezogen auf den durchschnittlichen Umsatz von ALDI in Deutschland mit Trinkmilch der Eigenmarken (ohne Markenprodukte und internationale Spezialitäten).

2 Bezogen auf den durchschnittlichen Umsatz von ALDI in Deutschland bei den größten Tiergruppen Rind, Schwein, Huhn und Pute (ohne (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlprodukte).

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI NIEDERLANDE

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & 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.	12.2 12.5
100 % recycelbare Kunststoffverpackungen bis Ende 2025	100 % recycelbare Eigenmarken-Produktverpackungen in den Niederlanden bis Ende 2025.	2025 Projekt fortlaufend. Auf der Grundlage unseres KIDV-Recycling-Checks, der 2020/2021 durchgeführt wurde, können ca. 78 % aller unserer Verpackungen als gut recycelbar eingestuft werden.	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.	2025 Projekt fortlaufend.	12.2 12.5
Reduzierung von Salz- und Zuckergehalt	Stärkere Bemühungen, den Salz- und Zuckergehalt in weiteren Eigenmarkenprodukten zu reduzieren.	∞ Projekt fortlaufend. Im Jahr 2021 haben wir zum Beispiel den Salzgehalt in normalem Streichkäse um 6,5 %, den Zuckergehalt in Trinkmilch um 18 % und den Zuckergehalt in Eistee der Eigenmarke um 10 % gesenkt.	2.2
100 % Beter Leven-Kennzeichnung oder ein gleichwertiger Tierwohlstandard für tierische Lebensmittelprodukte*	Umstellung von Produkten in den Niederlanden, die Rohstoffe tierischen Ursprungs oder verarbeitete tierische Rohstoffe enthalten, auf das Anforderungsniveau „1 Stern“ vom Gütesiegel Beter Leven oder eines gleichwertigen Standards (Mindeststandard).	∞ Projekt fortlaufend. Eine breite Palette von Produkten ist nun mit Beter Leven oder gleichwertigen Tierwohlstandards gekennzeichnet, darunter Fleisch-, Hähnchen- und Molkereiprodukte. Im Jahr 2021 haben wir drei Käseartikel mit dem „On the Way to PlanetProof“-Zertifikat, fünf Hähnchenaufschlittartikel mit 1-Stern-Beter-Leven, drei Frischhähnchenartikel im Festtagssortiment und zwei Schweinefleischartikel mit 1-Stern-Beter-Leven im Festtagssortiment aufgenommen.	12.8
Bis Ende 2025 sind 95 % unseres Verpackungsmaterials recycelbar	95 % der Verpackungen unserer Eigenmarkenprodukte (Primär- und Sekundärverpackungen) in den Niederlanden sind bis Ende 2025 recycelbar.	2025 Projekt fortlaufend. Im Jahr 2021 haben wir unsere Sortimente auf ihre Recyclingfähigkeit hin überprüft, um den Status zu bewerten und Verbesserungspotenzial zu identifizieren, was die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen weiter erhöhen könnte. Später wurden Verpackungsworshops nach Warengruppen mit den zuständigen Category-Manager-Teams abgehalten, um die nächsten Schritte und Folgemaßnahmen festzulegen.	12.2 12.5

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI NIEDERLANDE (FORTSETZUNG)

KUNDE & PRODUKT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
	Bis Ende 2025 sind 100 % unserer Papier-/Kartonverpackungen FSC- oder PEFC-zertifiziert und/oder bestehen aus recycelten Materialien	Bis Ende 2025 sind 100 % der Primär- und Sekundärverpackungen unserer Eigenmarke aus Papier/ Karton FSC- oder PEFC-zertifiziert und/oder bestehen aus recycelten Materialien.	 Projekt fortlaufend.  12.2
	Bis Ende 2025 werden wir 50 % rPET in Kunststoffflaschen und -schalen für unsere Eigenmarkenverpackungen und 25 % PCR für andere Kunststoffverpackungen verwenden	Bis Ende 2025 werden wir 50 % rPET in Kunststoffflaschen und -schalen für unsere Eigenmarkenverpackungen und 25 % PCR für andere Kunststoffverpackungen verwenden.	 Neues Ziel im Rahmen des niederländischen Sektorplans.  12.2
	Bis Ende 2022 sind 100 % unseres Verpackungsmaterials mit einem Recycling-Logo versehen	Bis Ende 2022 werden 100 % der Primärverpackungen unserer Eigenmarken mit einem Recycling-Logo versehen.	 Neues Ziel im Rahmen des niederländischen Sektorplans.  12.2
	Förderung des Gesundheitsbewusstseins bei Kunden, Mitarbeitern und in der Gesellschaft*	Wir bieten ein zuverlässiges Angebot an schmackhaften, gesunden und qualitativ hochwertigen Produkten zu einem erschwinglichen Preis. Mit wirksamen Maßnahmen tragen wir zur Gesundheit unserer Mitarbeiter und der Gesellschaft bei.	 Projekt fortlaufend. Gemeinsam mit der Personalabteilung haben wir ein übergreifendes Programm zum Thema Gesundheit entwickelt und mit verschiedenen Akteuren wie JOGG, Nationaal Schoolontbijt und Kindertagesstätten zusammengearbeitet, um eine gesunde Lebensweise, insbesondere bei Kindern, zu fördern.  3.4

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

 Neu  In Bearbeitung  Ziel erreicht  Fortlaufend



ALDI POLEN

KUNDE & PRODUKT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
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.	
100 % Eigenmarkenprodukte, die mit Recyclingsymbolen auf neuen und geänderten Verpackungen gekennzeichnet sind	Optimierung der Verpackungen von Eigenmarkenprodukten und Erhöhung der Anzahl von Recyclingsymbolen auf den auf den Markt gebrachten Produkten.		Neues Ziel. Im Jahr 2021 haben wir das Recyclingsymbol bei 30 Eigenmarken eingeführt, und die Zahl der Produkte mit diesem Logo nimmt ständig zu.	
Abschaffung der Eier aus Käfighaltung bis 2025 (Schaleneier und eierhaltige Produkte)*	Deklaration über den Ausschluss von Eiern aus Käfighaltung aus den Produktbestandteilen.		Projekt fortlaufend. Im Jahr 2021 stammten über 45 % unserer Eigenmarkenprodukte, die Eier enthalten, aus alternativen Haltungsformen wie Bodenhaltung, Freilandhaltung oder Biohaltung; diese Zahl steigt weiter.	
100 % unserer neuen Mitarbeiter nehmen an einem umfassenden Onboarding-Programm teil*	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.		Projekt fortlaufend.	

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend

2.1

12.3

12.2

12.5

12.8

4.4



ALDI PORTUGAL

KUNDE & PRODUKT	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
Umsetzung eines Kreislaufwirtschaftsprojektes bis Ende 2021	Umsetzung eines Kreislaufwirtschaftsprojekts in Zusammenarbeit mit Lieferanten bis Ende 2021, um die Kreislaufwirtschaft und den Ressourceneinsatz zu verbessern.	 Ziel erreicht. Im Jahr 2021 haben wir das ALDI Brotbier-Projekt eingeführt. Das Bier aus diesem Projekt wird aus überschüssigem Brot aus unseren ALDI Filialen in Portugal hergestellt.	 12.2 12.5
Weiterentwicklung der Kooperation mit APCOI (Associação Portuguesa de Combate à Obesidade Infantil) bis Ende 2021	Kooperation mit APCOI zur Verbesserung der aktuellen Produktpalette und Kundeninformationen bis Ende 2021.	 Ziel erreicht. Im Jahr 2021 erweiterte ALDI Portugal seine Zusammenarbeit mit APCOI im Rahmen des Projekts Heróis da Fruta® („Obsthelden“), einem von APCOI entwickelten Programm, das sich auf die Ernährung und die Förderung gesunder Lebensgewohnheiten in Kindergärten und Grundschulen in Portugal konzentriert.	 3.4
100 % Kennzeichnung aller nationalen Produkte mit dem Logo „Sou Português“ („Ich bin portugiesisch“) bis Ende 2021	100 % Kennzeichnung aller nationalen Eigenmarkenprodukte mit dem Logo „Sou Português“ („Ich bin portugiesisch“) bis Ende 2021; Hauptgeltungsbereich: Obst und Gemüse, Molkereiprodukte, Frischfleisch und -fisch.	 Ziel teilweise erreicht: <ul style="list-style-type: none"> ■ Frischfleisch: 100 % ■ Molkereiprodukte: 73 %. ■ Obst und Gemüse (verpackt): 90 % Die nationalen Produkte, die bis Ende 2021 nicht gekennzeichnet waren, werden 2022 gekennzeichnet.	 12.5
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.	 Ziel erreicht. Bei Produkten, die noch verpackt werden müssen, haben wir die meisten Kunststoffschalen durch Pappschalen (meist FSC-zertifizierte Pappel) ersetzt.	 12.5
Einführung des Nutri-Scores im Jahr 2021	Einführung des Nutri-Scores auf Eigenmarkenprodukten im Jahr 2021, mit Fokus auf die Warengruppen Frühstück, Milchprodukte, gekühlte Convenience-Produkte, Tiefkühlprodukte und alkoholfreie Getränke.	 Ziel erreicht. 42 Produkte wurden im Jahr 2021 mit Nutri-Score gekennzeichnet.	 2.2 12.8
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 rPET-Kunststoffschalen für das Eigenmarkensortiment Frischfleisch bis Ende 2021.	 Ziel erreicht.	 12.5
Erhöhung des Anteils der mit dem ALDI Transparency Code (ATC) gekennzeichneten Fleischprodukte um 25 % bis Ende 2021	Ausweitung des ALDI Transparency Codes (ATC) auf Eigenmarkenprodukte, die mindestens 5 % Fleisch enthalten, bis Ende 2021.	 Ziel erreicht.	 12.5
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.	 Ziel erreicht.	 12.5

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend

12



ALDI PORTUGAL (FORTSETZUNG)

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
100 % zertifiziert nachhaltige Seehecht-Fischprodukte bis Ende 2022	Umstellung von 100 % der Seehecht-Eigenmarkenprodukte in Portugal auf zertifiziert nachhaltige Rohware bis Ende 2022.	Projekt fortlaufend. Wir gehen davon aus, dass wir dieses Ziel bis Ende 2022 erreichen werden.	12.2 14.4
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.	Ziel erreicht. Im Dezember 2021 haben wir unsere aktualisierte Nationale Einkaufspolitik für Fisch und Meeresfrüchte veröffentlicht, die unser Engagement und unsere Maßnahmen zur Erweiterung unseres Angebots an nachhaltigen Fisch- und Meeresfrüchteprodukten zusammenfasst.	12.2 14.4
Installation von Fotovoltaikanlagen auf den Dächern aller neuen Filialen im Jahr 2021	Der Anteil der mit Fotovoltaikanlagen ausgestatteten ALDI Filialen wird durch die Installation solcher Anlagen auf den Dächern aller neuen Verkaufsstellen im Jahr 2021 erhöht.	Ziel erreicht. Wir haben 100 % der freistehenden Filialen erreicht, die im Jahr 2021 eröffnet haben. Wir werden allen neuen, freistehenden Filialen ermöglichen, die Installation so schnell wie möglich durchzuführen.	7.2 9.4
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.	Ziel erreicht. Die Installation ist abgeschlossen. In jeder Filiale sind vier bis sechs Fahrradständer installiert.	
Installation von Fotovoltaikanlagen auf 40 älteren Filialen bis 2025	Installation von Fotovoltaikanlagen auf älteren Filialen zur Verbesserung der Energieeffizienz und zur Erhöhung des Anteils an grüner Energie in unseren Filialen.	Neues Ziel.	7.2 9.4
Schulungsprogramme für Mitarbeiter im Jahr 2021	Fortführung der Schulungsprogramme für Mitarbeiter zur Kompetenzentwicklung (ALDI Akademie) im Jahr 2021.	Ziel erreicht. Im Jahr 2021 haben wir verschiedene Schulungsprogramme weiterentwickelt. Im Rahmen der ALDI Akademie haben wir mehrere Schulungsprogramme durchgeführt: Power to Lead (ALDI Kompetenztraining), Englischtraining, sowie technische Trainings für das Verkaufsteam.	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.	Im Jahr 2022 werden wir unsere Trainingsakademie weiter ausbauen, z.B. ab Mai 2022 mit einem neuen Trainingsprogramm (Power to BEAT), neben anderen bereits geplanten.	Ziel erreicht. Auch im Jahr 2021 haben wir aktiv mit allen Mitarbeitern kommuniziert, z.B. mit einem monatlichen HR-Newsletter, über die ALDI App und mit regelmäßigen Townhalls. Diese Arbeit wird auch im Jahr 2022 fortgesetzt.

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI SPANIEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
Nationale Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2018	Vorbereitung und Veröffentlichung der nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik für Spanien bis Ende 2018.	2021	Ziel erreicht. Unsere nationale Tierwohl-Einkaufspolitik wurde im Dezember 2021 veröffentlicht und ist auf unserer Website verfügbar.
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 GlobalG.A.P. für Aquakultur).	2022	Projekt fortlaufend. 29,9 % zertifiziert nachhaltige Fisch- und Meeresfrüchteprodukte zum Jahresende 2021. Wir gehen davon aus, dass wir dieses Ziel bis Ende 2022 erreichen werden.
100 % Frischfleisch nationaler Herkunft mit einer anerkannten Tierwohlzertifizierung bis Ende 2022	100 % der Frischfleischerzeugnisse nationalen Ursprungs (mit Ausnahme der Kanarischen Inseln) mit einer Tierwohlzertifizierung bis Ende 2022. Hierfür akzeptieren wir sowohl die Welfare- als auch die Interporc-Zertifizierung.	2022	Neues Ziel.
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.	2021	Ziel erreicht. 48 Filialen wurden im Jahr 2021 mit Fotovoltaikanlagen (insgesamt 2.880 kWp) ausgestattet, sodass insgesamt 100 Filialen bei ALDI Spanien mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet sind (28 % aller Filialen).
LED-Beleuchtung in Bestandsfilialen bis Ende 2021	Die Verkaufsflächenbeleuchtung in 120 Bestandsfilialen und die Außenbeleuchtung auf 30 Parkplätzen werden auf LED-Beleuchtung umgestellt.	2021	Ziel erreicht. 119 bestehende Filialen wurden auf LED-Beleuchtung umgerüstet (die Umrüstung von Filialen, die geschlossen werden sollen, wurde ausgeschlossen). 30 Außenparkplätze wurden ebenfalls auf LED-Beleuchtung umgerüstet.
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	Ziel erreicht. Alle neuen Filialen haben CO ₂ -Kältetechnik installiert, so dass 2021 insgesamt 68 Filialen (19 % aller Filialen) erreicht sind.
100 % Grünstrom bis Ende 2021	Bezug von 100 % Grünstrom für den Bedarf der Verkaufsstellen, Lager und Bürogebäude bis Ende 2021.	2021	Ziel erreicht. ALDI Spanien bezieht 99 % Ökostrom für alle Filialen, Logistikzentren und Büros im Jahr 2021. Das verbleibende 1 % bezieht sich auf einige neue Filialen, für die als Übergangslösung Energieverträge mit anderen Anbietern abgeschlossen werden.
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	Ziel (teilweise) erreicht. Alle neuen Filialen und sieben bestehende Filialen haben 2021 ein Energie- und Gebäudeautomationssystem eingeführt. Die Implementierung in den verbleibenden drei Filialen verzögerte sich aufgrund der Materialversorgungskrise und wird voraussichtlich in der ersten Hälfte des Jahres 2022 erfolgen. Insgesamt 152 Filialen mit einem Energie- und Gebäudeautomationssystem (43 % aller Filialen).

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu

In Bearbeitung

Ziel erreicht

∞ Fortlaufend



12.2



7.2



7.3



7.3



7.2



9.4



ALDI SPANIEN (FORTSETZUNG)

KLIMA & UMWELT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
	Erlangung der Zertifizierung für nachhaltiges Bauen (BREEAM) für ein Logistikzentrum im Jahr 2022	Erreichen der BREEAM-Zertifizierung (in Bezug auf Nachhaltigkeit und Energieeffizienz), mindestens mit der Qualifikation Exzellenz, für die neue Logistikplattform auf Gran Canaria (Kanarische Inseln) im Jahr 2022.	Neues Ziel. 9.4 7.3
	Installation von Photovoltaikanlagen auf Filialen bis Ende 2022	Erhöhung der Anzahl der mit Photovoltaikanlagen ausgestatteten ALDI Filialen durch die Installation dieser Anlagen auf 70 weiteren Filialen in Spanien bis 2022.	Neues Ziel. 9.4 7.2
	Installation von Photovoltaikanlagen auf Logistikzentren bis Ende 2022	Installation von Photovoltaikanlagen auf neuen Logistikzentren (600 kWp) und bestehenden Zentren, die erweitert werden (1.200 kWp), bis Ende 2022.	Neues Ziel. 9.4 7.3
	Natürliche Kältemittel für Kühlanlagen in allen neuen Filialen und allen neuen Logistikzentren, die im Jahr 2022 eröffnet werden, sowie in Logistikzentren, die im Jahr 2022 erweitert werden	Verwendung von CO ₂ als Kältemittel in allen neuen Filialen, die im Laufe des Jahres 2022 eröffnet werden, wodurch synthetische Kältemittel (mit einem höheren GWP) abgeschafft werden. Verwendung natürlicher Kältemittel (CO ₂ , NH ₃) in allen neuen Logistikzentren, die im Jahr 2022 eröffnet werden, und in bestehenden Zentren, die im Jahr 2022 erweitert werden.	Neues Ziel. 9.4 7.3
	100 % Grünstrom jährlich	Bezug von 100 % Ökostrom für Filialen, Logistikzentren und Büros bis Ende 2022.	Neues Ziel. 9.4 7.2
	Einführung eines Energie- und Domotik-Steuerungssystems in den 2022 eröffneten Filialen sowie in mehreren Filialen	Einführung eines Energie- und Domotik-Steuerungssystems in allen neuen Filialen, die im Jahr 2022 eröffnet werden, sowie in 31 bestehenden Filialen bis Ende 2022.	Neues Ziel. 9.4

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



ALDI SPANIEN (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2021 & nächste Schritte	SDGs
Umsetzung eines offenen Weiterbildungsprogramms für Mitarbeiter bis Ende 2021*	Einführung eines neuen offenen Weiterbildungsprogramms für alle Mitarbeiter bis Ende 2021.	 Ziel erreicht. Das erste Programm für lebenslanges Lernen bei ALDI Spanien wurde umgesetzt, um die Digitalisierung der Weiterbildung von mehr als 1.500 Mitarbeitern zu unterstützen (9.205 Stunden Weiterbildung durch 12 offene Programme). Bis 2023 werden wir auf 20 offene Programme expandieren.	 4.4
Professionalisierung des Netzes von Ausbildern, Schaffung einer formellen Rolle und Entwicklung dieser internen Ausbilder im Jahr 2021*	Definition der Rolle der Ausbilder und Einführung der Ausbildung von Mitarbeitern zu internen Ausbildungsexperten für neue Mitarbeiter im Jahr 2021.	 Ziel erreicht. Einführung einer Trainer-Gemeinschaft: 94 Filialmitarbeiter-Trainer und 52 Verkaufstrainer im Jahr 2021. Im Jahr 2023 wollen wir für jedes Gebiet mit fünf bis sechs Filialen einen Trainer haben.	 4.4
Förderung des Programms FP Dual durch neue Vereinbarungen und Erhöhung der Teilnehmerzahl im Jahr 2021**,	Abschluss neuer Vereinbarungen und Erhöhung der Zahl der Teilnehmer am FP-Dualprogramm im Jahr 2021.	 Ziel (teilweise) erreicht. Im Jahr 2021 wurden 13 Vereinbarungen mit Bildungszentren geschlossen (31 Studierende im Jahr 2021 im Vergleich zu 56 im Jahr 2020) und ALDI hat sich aktiv an der spanischen Allianz für duales FP beteiligt. Für 2023 und die folgenden Jahre streben wir an, mindestens 40 Studierende pro Jahr zu gewinnen.	 4.4
Einführung eines Sprachprogramms (Englisch) bis Ende 2021*	Einführung eines Sprachkurses (Englisch) für alle Büroangestellten bis Ende 2021.	 Ziel erreicht. Alle Mitarbeiter des Unternehmens und der Regionalbüros haben Zugang zu Sprachkursen mit dem Ziel, im Jahr 2023 ein B2-Niveau zu erreichen.	 4.4

* Die Formulierung des Ziels wurde den Anforderungen entsprechend angepasst.

** Das Zieljahr wurde angepasst.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



IMPRESSUM & KONTAKT

HERAUSGEBERIN

ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Eckenbergstraße 16B
45307 Essen
Deutschland

VERANTWORTLICH

Timo Dietz
Managing Director
Corporate Responsibility
Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Christoph Georgius

Business Unit Director
Corporate Responsibility
Quality Assurance (CRQA) International
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

PROJEKTMANAGEMENT

Dr. Nora Verfürth

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

Philipp-Daniel Fischer

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

KONTAKT

cr-reporting@aldi-nord.de

KONZEPT/REDAKTION/GESTALTUNG

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

REDAKTIONSSCHLUSS

31. März 2022

VERÖFFENTLICHUNG

Juli 2022

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. ALDI Nord kann daher keine Haftung für diese Aussagen übernehmen.