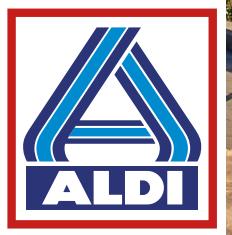




ALDI Nord
CR-PROGRAMME 2022





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.

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.

Ziele, die in den vergangenen CR-Programmen erreicht wurden, sind nicht wieder aufgeführt, während hingegen alle anderen Löschungen transparent aufgezeigt werden.

CR-PROGRAMME INTERNATIONAL 2022

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & 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 In Bearbeitung. Bis Ende 2022 haben wir 11 % weniger neuen Kunststoff gegenüber 2020 genutzt.	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 In Bearbeitung. Bis Ende 2022 belief sich der Anteil an Recyclingmaterial in unseren Eigenmarkenverpackungen auf 15 %.	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.	X 2020 Zielsetzung gestrichen. Hierbei handelt es sich nun um eine strikte Anforderung für Papier-/Kartonverpackungen.	12.2 15.2
100 % wiederverwendbare, recycelbare oder kompostierbare Verpackungen bis Ende 2025	100 % der Eigenmarkenverpackungen bei ALDI Nord sollen bis Ende 2025 wiederverwendbar, recycelbar oder kompostierbar sein.	2025 In Bearbeitung. Bis Ende 2022 haben wir 67 % wiederverwendbare, recyclingfähige oder kompostierbare Verpackungen erreicht.	12.2 12.5

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



CR-PROGRAMME INTERNATIONAL 2022 (FORTSETZUNG)

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
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).	2025 In Bearbeitung. Bis Ende 2022 haben wir 14 % weniger Verpackungen genutzt als 2020.	12.2 12.5
Wiederverwendbare Netze für Obst und Gemüse	Einführung von wiederverwendbaren Netzen für Obst und Gemüse in allen Filialen der ALDI Gesellschaften.	X ∞ Zielsetzung gestrichen. Aus technischen Gründen kann der Zeitrahmen für die Umsetzung nicht genannt werden.	12.2 12.5
Auslistung von Einweg-Plastiktaschen (z. B. Schlaufentragetaschen mit bis zu 60µ) in der gesamten Unternehmensgruppe ALDI Nord bis spätestens Q1/2024*	Einweg-Plastiktaschen an den Kassen (z. B. geschlossene Schlaufentragetaschen, Ausnahme: Knotenbeutel für Obst und Gemüse). Geltungsbereich Stärke: Taschen < 60 µ	2024 In Bearbeitung. Das Zieljahr wurde angepasst. Ende 2021 standen wir kurz davor, das Ziel zu erreichen. Aufgrund der Covid-19-Pandemie und des Ukraine-Konflikts kam es zu Lieferkettenproblemen. Die Taschen wurden wieder eingeführt.	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.	2023 In Bearbeitung. Aufgrund von Herausforderungen in der Lieferkette für Rohstoffe und nachhaltige Verpackungen wurden gegenüber dem letzten Stand aus dem Jahr 2021 keine wesentlichen Änderungen festgestellt.	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.	2025 In Bearbeitung. Bei ALDI Portugal verfügen wir bereits über 50 % an unverpackten Artikeln im Obst- und Gemüsebereich. Bei ALDI Polen sind 71 % des Obsts unverpackt und 75 % des Gemüses.	12.2 12.5
Optimierung** der Zusammensetzung von 100 % der ALDI Eigenmarkenlebensmittel für Kinder bis Ende 2025*	Kinderprodukte des Standardsortiments von ALDI Eigenmarkenlebensmitteln nach der ALDI Nord Definition.	2025 In Bearbeitung. Die Umsetzung ist in allen Ländern im Gange.	

* Angepasstes Zieljahr.

** Die Optimierung wird auf Basis des WHO-Nährwertprofilmodells vorgenommen.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



CR-PROGRAMME INTERNATIONAL 2022 (FORTSETZUNG)

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
Vermeidung von an Kinder gerichteter Werbung für ungesunde Produkte und Förderung gesünderer Produkte in unseren Handzetteln, auf unseren Websites sowie auf unseren Social-Media-Kanälen bis Ende 2023*	Vermeidung von an Kinder gerichteter Werbung für ungesunde Produkte**; Förderung und Werbung für gesunde Produkte (einschließlich Obst und Gemüse) in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2023 mit Ausnahme von Aktionsangeboten, z. B. zu Weihnachten.	2023 In Bearbeitung. Die Umsetzung ist in allen Ländern im Gange.	2.2
Vermeidung von Marketing für Kinder auf ungesunden Produkten und Förderung gesünderer Sortimente und Produkte für Kinder bis Ende 2025*	Vermeidung von Marketing auf ungesunden Produkten** für Kinder; Förderung und Werbung für gesunde Produkte (einschließlich Obst und Gemüse) in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2025 mit Ausnahme von Aktionsangeboten, z. B. zu Weihnachten.	2025 In Bearbeitung. Die Umsetzung ist in allen Ländern im Gange.	2.2
Gezielte Kennzeichnung von Eigenmarkenprodukten für Kinder spätestens bis Ende 2025*	Clare Kennzeichnung von und Orientierung für Eigenmarkenprodukte für Kinder bis Ende 2025.	2025 In Bearbeitung.	
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.	X 2021 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.	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.	X 2022 Zielsetzung gestrichen. Aufgrund interner Neuausrichtungen wurde das Ziel zurückgezogen. Dennoch sind die ersten Optimierungen bereits abgeschlossen und werden intern weiter verfolgt.	2.2
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.	2024 In Bearbeitung. Die Umsetzung ist in allen Ländern im Gange.	2.2.8
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.	X ∞ Zielsetzung gestrichen. Dieses Ziel wurde systematisch in unsere Anforderungen und Spezifikationen integriert. Weitere Folgemaßnahmen zur Verbesserung der Kennzeichnung und des nachhaltigen Mehrwerts führen wir für jedes Thema weiter.	12.8
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.	C ∞ Zielsetzung wird überarbeitet. Aufgrund laufender strategischer Neuausrichtung passen wir das Ziel derzeit an.	

* Angepasstes Zieljahr.

** Produkte, die nicht dem WHO-Nährwertprofilmodell entsprechen.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



KUNDE & PRODUKT

CR-PROGRAMME INTERNATIONAL 2022 (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
Ausweitung des vegetarischen und veganen Sortiments	Erweiterung der Sortimente an vegetarischen und veganen Produkten einschließlich Zertifizierungen (z. B. V-Label) in allen ALDI Gesellschaften.	C ∞	Zielsetzung wird überarbeitet. Aufgrund laufender strategischer Neuausrichtung passen wir das Ziel derzeit an.
Integration von 100 % der Filialen in eine Partnerschaft zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen bis Ende 2021*	100 % aller ALDI Filialen in Kooperationen (mit z. B. Tafel, Too Good To Go) einbinden, um Lebensmittelabfälle bis 2021 zu reduzieren. Das Ziel ist erreicht, wenn jede Filiale regelmäßig** mit einem oder mehreren definierten potenziellen Partnern zusammenarbeitet.	2024	Ziel teilweise erreicht. Wir haben das Ziel in Portugal, Dänemark, Polen und Deutschland erreicht. In den übrigen Ländern stehen einer 100%igen Umsetzung nationale Herausforderungen entgegen (u. a. Infrastruktur und Erreichbarkeit einiger Märkte, Machbarkeit für Spendenpartner und andere strategische Prioritäten). Neue Maßnahmen zur weiteren Reduzierung der Lebensmittelabfälle in unseren Filialen prüfen wir derzeit.
Entwicklung regionaler Sortimente in jedem ALDI Land bis Ende 2021	Entwicklung regionaler Sortimente in jedem ALDI Land bis Ende 2021. Geltungsbereich: Obst & Gemüse, Milchprodukte, Frischfleisch & -Fisch.	X 2021	Zielsetzung gestrichen. Aufgrund interner Neuausrichtungen wurde das Ziel zurückgezogen.
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	In Bearbeitung. 63,9 % der vegetarischen und veganen Milch-, Fleisch-, Fisch- und Ei-Alternativen auf Sojabasis (gekennzeichnet mit dem V-Label) wurden bis Ende 2022 mit europäischem und/oder zertifiziertem Soja hergestellt.
Kompensation aller CO ₂ e-Emissionen für international eingekaufte vegane Fleisch-, Fisch- und Molkereialternativen (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.	X 2023	Zielsetzung gestrichen. Nach internen Diskussionen haben wir beschlossen, auf die Kompensation aller CO ₂ e-Emissionen für international eingekaufte Produkte bei ALDI Nord zu verzichten.

* Soll für die Kommunikation im Jahr 2024 überarbeitet werden.

** Regelmäßig bedeutet, die Umverteilung von Nahrungsmittelüberschüssen so oft es geht auf beiden Seiten zu ermöglichen.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



12.3



12.2



CR-PROGRAMME INTERNATIONAL 2022 (FORTSETZUNG)

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & 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.		12 AACHENER KODER UND PROZESSEN
Sozialevaluierung von 100 % der Produzenten von Obst und Gemüse*	Kontinuierliche Überwachung des Anteils von zertifiziert nachhaltigem Obst und Gemüse (z. B. GLOBALG.A.P. in Kombination mit GRASP oder vergleichbaren Standards) in allen ALDI Gesellschaften.		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 und Fairtrade, und gehen deshalb davon aus, dass wir bereits 100 % erreicht haben. Die nächsten Schritte konzentrieren sich auf das Monitoring und die Verifizierung der Anforderung. Zu diesem Zweck werden wir unser Monitoring-System bis Ende 2024 ausbauen.
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.		Zielsetzung gestrichen. Ein internationaler Vergleich von Tierwohl-Aspekten erweist sich als schwierig.
100 % nachhaltige Baumwolle bis Ende 2025	Einsatz nachhaltiger Baumwolle (z. B. GOTS, OCS 100/ blended, Fairtrade, recycled cotton, BCI oder CmiA) für sämtliche Bekleidungs- und Heimtextilien in allen ALDI Gesellschaften im Jahr 2025.		In Bearbeitung. Bis Ende 2022 haben wir 90,6 % zertifizierte nachhaltige Baumwolle erreicht. Das ist ein Plus von 8,6 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.
Weitere Implementierung von Corporate Responsibility Lieferantenbewertungen	Einführung von Corporate Responsibility Supplier Evaluations (CRSE) in allen wichtigen Lieferketten bis 2027.		Zielsetzung wird überarbeitet. Auf der Grundlage der (bevorstehenden) Risikoanalyse in der ALDI Wertschöpfungskette wird die Entscheidung über eine weitere Einführung von CRSE in anderen Lieferketten im Jahr 2023 getroffen.
Verpflichtung, die Abholzung und Umwandlung natürlicher Ökosysteme bis zum 31. Dezember 2030 aus unseren vorgelagerten Lieferketten zu eliminieren	Für alle zehn Lieferketten mit Bezug zu Entwaldung: Palmöl, Soja, Kakao, Kaffee, Holz, Verpackungen auf Holzbasis, Bananen, Rindfleisch, Kokosnuss, Zuckerrohr.**		In Bearbeitung. Rindfleisch aus Brasilien haben wir bis spätestens 2023 aus unseren Lieferketten ausgeschlossen. Nächster Schritt: Zuckerrohr und Kokosnuss. Die kommende EU-Verordnung zur Eindämmung der Entwaldung deckt diese Lieferketten nicht ab.
Verpflichtung zur Veröffentlichung der Namen und Adressen der Tier-1-Lieferanten unserer wichtigsten Lebensmittellieferanten auf Basis unserer Nachhaltigkeits-Risikoanalyse bis Ende 2022	Betroffen sind die im Jahr 2021 aktiv gewesenen Tier-1-Lieferanten unserer wichtigsten Lebensmittellieferketten.		Ziel erreicht. Die Liste, die regelmäßig aktualisiert wird, ist hier verfügbar .

* Frist „bis Ende 2023“ wurde gestrichen, da dieses Ziel bereits jetzt erreicht werden sollte und die Hauptaufgabe in der laufenden Überprüfung besteht.

** Erweiterung der Zielumfangs.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



CR-PROGRAMME INTERNATIONAL 2022 (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
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 Human Rights Impact Assessments (HRIAs)* durchzuführen und zu veröffentlichen; für jede unserer wichtigsten Lieferketten, die in unserer Risikoanalyse in Bezug auf Menschenrechts- und Umweltaspekte identifiziert wurden, soll mindestens eine Bewertung erfolgen.	2025 In Bearbeitung. Wir haben bereits drei HRIAs durchgeführt. Sie liefern Einblicke in die folgenden Lieferketten: Fisch und Meeresfrüchte, Tee aus Assam in Indien, sowie Zitrusfrüchte aus Murcia und Valencia in Spanien. 2023 werden wir neue HRIAs durchführen.	8 GESCHÄFFENEN UND ERHALTENE MENSCHENRECHTE 8.8
Einrichtung von Beschwerdemechanismen, die den Anforderungen des UNGPs entsprechen, in unseren wichtigsten Lieferketten bis 2025	Unser Ziel ist es, bis 2025 die in unserer Nachhaltigkeits-Risikoanalyse ermittelten Risiken auf ausgewählten Ebenen abzudecken.	2025 In Bearbeitung. Derzeit kooperieren wir mit anderen Stakeholdern, um Beschwerdemechanismen einzurichten und zu stärken. Dieses Engagement umfasst die Teilnahme am „Speak for Change“-Programm von amfori und an den Beschwerdemechanismen anderer Initiativen. Wir evaluieren auch zusätzliche Initiativen, Pilotprojekte und Instrumente, um die Reichweite zu erhöhen. Unsere ersten Ergebnisse und weitere Informationen finden Sie unter „4. Beschwerdemechanismus“.	8 GESCHÄFFENEN UND ERHALTENE MENSCHENRECHTE 8.8
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.	2024 In Bearbeitung. Die Mitarbeiter von Nass-Produktionsanlagen werden geschult und mit den neuen Verfahren vertraut gemacht, damit sie ihre eingesetzten Chemikalien korrekt melden können.	3 GEHEILIGTE UND KONSEPTE 6 SOZIALE ENTWICKLUNG UND INNOVATION 12 MÄRKTLICH KÖRPERLICHE PFERD 3.9 6.3 12.4
Reduzierung der Treibhausgasemissionen um 55 % bis Ende 2030 (Basisjahr 2020)	55 % absolute Reduktion der Treibhausgasemissionen (Scope 1 & 2) in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2030, verglichen mit dem Referenzjahr 2020 (wissenschaftlich fundiertes Ziel, science-based target).	2030 In Bearbeitung. Verringerung der Treibhausgasemissionen um 23,2 % im Jahr 2022 im Vergleich zum Basisjahr 2020. Der Schwerpunkt lag dabei auf der Steigerung der Effizienz und der erneuerbaren Energiequellen.	7 STÄRKERE UND DURCHDACHTE KLEINER UND MÄRKTLICHE PFERD 13 MÄRKTLICH KÖRPERLICHE PFERD 7.2 13.3
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 Emissionsziele bis 2024 setzen	Verpflichtung unserer Lieferanten, die mindestens für 75 % der Emissionen von eingekauften Gütern und Dienstleistungen verantwortlich sind (Scope 3), sich bis 2024 eigene wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele zu setzen.	2024 In Bearbeitung. 2022 haben wir 34 % des Ziels erreicht.	
Erhöhung des Anteils der mit Photovoltaikanlagen ausgestatteten ALDI Filialen durch kontinuierlichen Ausbau*	Alle neuen Filialen werden mit PV-Panelen ausgestattet. In jeder Filiale, in der es technisch möglich und wirtschaftlich vertretbar ist, werden Anlagen installiert.	∞ Fortlaufend. Fast alle neuen Filialen wurden mit PV-Anlagen ausgestattet (2022 waren es in Deutschland 80). Im nächsten Schritt wollen wir weiterhin PV-Anlagen an neuen Gebäuden installieren.	7 STÄRKERE UND DURCHDACHTE KLEINER UND MÄRKTLICHE PFERD 9 MÄRKTLICH KÖRPERLICHE PFERD 7.2 9.4
Installation von mindestens 500 Schnellladestationen für Elektrofahrzeuge an unseren Filialen bis Ende 2024	Bis Ende 2024 mindestens 500 Schnellladestationen (zwischen 50 und 150 kW) für E-Fahrzeuge an unseren Filialen errichten; Ausstattung aller Filialen, soweit technisch und wirtschaftlich machbar.	2024 Neues Ziel. Das Projekt wird 2023 gestartet.	7 STÄRKERE UND DURCHDACHTE KLEINER UND MÄRKTLICHE PFERD 7.3

* Über Human Rights Impact Assessments (HRIA) wollen wir verstehen und systematisch ermitteln, wie sich bestimmte Aktivitäten in der Lieferkette potenziell auf international anerkannte Menschenrechte auswirken. Sie liefern Informationen über die wichtigsten Menschenrechtsrisiken und -ursachen und beziehen die Perspektive der Betroffenen mit ein.



INTERNATIONAL

ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

ALDI FRANKREICH

ALDI NORD DEUTSCHLAND

ALDI NIEDERLANDE

ALDI POLEN

ALDI PORTUGAL

ALDI SPANIEN

IMPRESSIONUM

ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

KUNDE & PRODUKT

KLIMA & UMWELT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & 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 In Bearbeitung. Durchschnittlich 20 % rPET (PCR) oder 23 % rPET (PCR und PIR) in PET-Getränkeflaschen.	12 MATERIALEINHOLDUNG 12.2 12.5
Einführung von Mehrwegnetzen für Obst und Gemüse in allen Filialen in Belgien und Luxemburg im Jahr 2023	Mehrwegnetze für Obst und Gemüse.	2023 Ziel erreicht. Das Mehrwegnetz wurde im April 2023 eingeführt.	12 MATERIALEINHOLDUNG 12.2 12.5
Einführung Mehrwegbeutel für Brot und Gebäck in allen Filialen in Belgien und Luxemburg im Jahr 2022	Mehrwegbeutel für Backwaren.	2022 Ziel erreicht. Der Mehrwegbeutel wurde im April 2023 eingeführt.	12 MATERIALEINHOLDUNG 12.2 12.5
Kennzeichnung von 1.000 Eigenmarkenprodukten mit dem Nutri-Score Nährwertlabel in Belgien und Luxemburg im Jahr 2022	Eigenmarkenprodukte im Sortiment.	2022 Ziel erreicht. Ende 2022 waren 1.128 Produkte gekennzeichnet.	2 ZU ERNÄHRUNG 12 MATERIALEINHOLDUNG 2.2 12.8
Bis Ende 2022 sollen 100 % unserer Fleischprodukte mit dem ALDI Transparenz Code gekennzeichnet sein	Kennzeichnung aller Eigenmarkenprodukte, die mindestens 5 % Fleisch enthalten, mit dem ATC (Frischfleisch, Fleischkonserven, gekühlte und tiefgekühlte Fleischprodukte sowie Fertiggerichte).	2022 In Bearbeitung. 94,4 % unserer Fleischprodukte waren bis Ende 2022 mit dem ALDI Transparenz Code gekennzeichnet. Verglichen mit dem Vorjahr ist dies ein Anstieg von 5 %.	
23 % mehr belgische und luxemburgische Filialen bis Ende 2023, die mit gemeinnützigen Stiftungen oder Lebensmittelbanken zusammenarbeiten und wöchentlich Lebensmittel spenden (Ende 2022: 297 Filialen [67 %] - 366 Filialen [80 %] geplant für 2023)	Filialen in Belgien und Luxemburg.	2023 Neues Ziel. 297 Filialen (67 %) arbeiteten bis Ende 2022 mit gemeinnützigen Stiftungen oder Lebensmittelbanken zusammen und spendeten wöchentlich Lebensmittel.	12 MATERIALEINHOLDUNG 17.3 17.6
35 % mehr belgische und luxemburgische Filialen mit Solaranlagen bis Ende 2022 (Basisjahr 2021)	Erhöhung des Anteils der mit Photovoltaikanlagen ausgestatteten ALDI Filialen durch kontinuierlichen Ausbau.	2022 Ziel nicht erreicht. 127 unserer Filialen verfügen über Solaranlagen (2021 waren es 111), ein Anstieg von 14 %.	7 RECHTSCHAFTIGE ENERGIE 9 KREISLAUF WIRTSCHAFT 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.	2022 Ziel erreicht. Wir betreiben Wärmerückgewinnungsanlagen in 164 Filialen (2021 waren es 141), ein Anstieg von 16 %.	7 RECHTSCHAFTIGE ENERGIE 9 KREISLAUF WIRTSCHAFT 7.3 9.5
45 % mehr Filialen mit CO₂-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.	2022 Ziel erreicht. In 67 Filialen nutzen wir CO ₂ -Kühltechnologie (2021 waren es 44), ein Anstieg von 52 %.	7 RECHTSCHAFTIGE ENERGIE 9 KREISLAUF WIRTSCHAFT 7.3 9.6
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.	2022 Ziel erreicht. Wir haben 130 E-Ladestationen installiert.	7 RECHTSCHAFTIGE ENERGIE 9 KREISLAUF WIRTSCHAFT 7.3

Legende



Neu



In Bearbeitung



Ziel erreicht



Fortlaufend



Zielsetzung wird überarbeitet



Zielsetzung gestrichen



ALDI FRANKREICH

KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
96 %* Transparenz und Rückverfolgbarkeit von Fleischprodukten bis Ende 2023**	Kennzeichnung aller Eigenmarkenartikel mit mindestens 5 % Fleischanteil mit dem ATC.	2023	12 SCHÄTZUNG DER RÖNTGENSTRAHLEN 12.2
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	15 BIODIVERSITÄT 15.5
100 % nach VERGERS ECORESPONSABLES zertifizierte Äpfel/Birnen/Apriken/Pfirsiche/Nektarinen aus Frankreich bis Ende 2023	Für Obst mit Ursprung in Frankreich bedeutet die Zertifizierung VERGERS ECORESPONSABLES unter anderem den Erhalt der Biodiversität, Biokontrolle und nachhaltige Wasserwirtschaft. Weitere Informationen finden Sie unter https://www.vergers-ecoresponsables.fr/en/the-approach .	2023	15 BIODIVERSITÄT 15.5
100 % der Eigenmarkenprodukte werden bis Ende 2023 mit dem Nutri-Score gekennzeichnet	100 % der Eigenmarkenprodukte werden bis Ende 2023 mit dem Nutri-Score gekennzeichnet.	2023	2 GESUNDHEIT 2.2 12 SCHÄTZUNG DER RÖNTGENSTRAHLEN 12.8
70%*** zertifiziert nachhaltige Produkte im Bereich Fisch und Meeresfrüchte bis Ende 2026**	70 % nachhaltige Fisch- und Meeresfrüchteprodukte, die als nachhaltig angesehen werden können, wenn sie zertifiziert sind oder aus Projekten zur Verbesserung von Fischerei bzw. Aquakultur (FIP/AIP) stammen und auf dem Markt erhältlich sind (können zertifiziert sein).	2026	14 MEER UND OZEANE 14.4
100 % der Schaleneier und der als Zutat verwendeten Eier von Hühnern aus käfigfreier Haltung bis Ende 2025**	Alle Artikel von ALDI Warengruppen, die mindestens 1 % Ei enthalten.	2025	Ziel teilweise erreicht. Bei 98,1 % unserer Produkte, die Eier enthalten, wurden Eier aus käfigfreier Haltung verwendet. Außerdem haben wir 100 % käfigfreie Schaleneier angeboten.
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 Produktsegment bis 2026 aus Betrieben stammen, die den Hühnern Zugang zu einem Außenbereich oder Freilandhaltung garantieren.	2026	In Bearbeitung. Kein Produkt erfüllt alle ECC-Kriterien. Als Nächstes wollen wir 2023-2024 ein ganzes Hähnchen anbieten, das den ECC-Kriterien entspricht.
Ausstattung von 60 bis 80 neuen Filialen mit Photovoltaikanlagen im Jahr 2022****	Installation von Solaranlagen auf den Dächern neuer Filialen.	2022	7 ERNEUERBARE ENERGIE 7.2 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUREN 9.4

* Reduzierung der Zielmarke aufgrund häufiger Knappheitskrisen bei Zutaten und einigen Produkten, auf denen ALDI Nord keine Logos anbringen darf.

** Angepasstes Zieljahr.

*** Reduzierung der Zielmarke, da viele Arten derzeit nicht als zertifiziert auf dem Markt verfügbar sind (z. B. alle Kopffüßer, Krabben, Langusten, Austern).

**** Zielmarke und -jahr angepasst.

Legende



In Bearbeitung



Fortlaufend



Zielsetzung wird überarbeitet



Zielsetzung gestrichen



INTERNATIONAL

ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

ALDI FRANKREICH

ALDI NORD DEUTSCHLAND

ALDI NIEDERLANDE

ALDI POLEN

ALDI PORTUGAL

ALDI SPANIEN

IMPRESSIONUM

ALDI NORD DEUTSCHLAND

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & 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).	2025 In Bearbeitung. Bis Ende 2022 konnten wir in Deutschland 26 % an Verpackungsmaterialien einsparen.	12.2 12.5
100 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2025*	100 % unserer Verpackungen von Eigenmarkenprodukten in Deutschland sollen bis Ende 2025 recyclingfähig sein.	2025 In Bearbeitung. 72 % unserer Verpackungen wurden bis Ende 2022 als recycelbar eingestuft. Die größte Herausforderung ist es, recycelbare Alternativen zu finden, die auch alle Anforderung an Funktionalität und Lebensmittelsicherheit erfüllen, speziell in den Bereichen gekühlte Convenience-Produkte und Milchprodukte. Die ersten Verpackungsmöglichkeiten sind verfügbar, jedoch können wir sie noch nicht flächendeckend einsetzen.	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.	2022 In Bearbeitung. 82,6 % unserer wichtigen Gesundheits-, Kosmetik- und Baby-Produkte sowie Reinigungsmittel werden ohne Mikroplastik hergestellt.	12.2 12.5
Ausweitung der Tierwohl-Kennzeichnung 'Haltungsform'	Ausweitung auf Produkte mit einem Fleisch- oder Milchanteil von mindestens 50 %.	∞ Fortlaufend. Die Kennzeichnung von tiefgekühlten und verarbeiteten Fleischprodukten ist abgeschlossen. Im nächsten Schritt sollen Milch- und Käseprodukte gekennzeichnet werden.	12.8
Bis 2023 werden mindestens 7 % der gesamten Bananenmenge von ALDI Nord als Living Wage Banana aus Ecuador bezogen	Das Ziel ist Teil des Arbeitskreises des deutschen Einzelhandels zum GIZ-Projekt für existenzsicherndes Einkommen und Löhne.	2023 In Bearbeitung. Es läuft die erste Umsetzungsphase mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ) (Datenauswertung, Agenda-Setting, Integration der Ziele in den Einkauf, Berichterstattung). Das Ziel ist Teil der Brancheninitiative des deutschen Einzelhandels.	8.5 12.2
Bis 2025 will ALDI Nord mindestens 50 % der gesamten Bananenmenge von ALDI Nord als Living Wage Banane beziehen	Das Ziel ist Teil des Arbeitskreises des deutschen Einzelhandels zum GIZ-Projekt für existenzsicherndes Einkommen und Löhne.	2025 In Bearbeitung. Es läuft die erste Umsetzungsphase mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ) (Datenauswertung, Agenda-Setting, Integration der Ziele in den Einkauf, Berichterstattung). Das Ziel ist Teil der Brancheninitiative des deutschen Einzelhandels.	8.5 12.2
Bis 2025 werden mindestens 90 % der ALDI Nord Bananen aus Ecuador als Living Wage Banane bezogen	Das Ziel ist Teil des Arbeitskreises des deutschen Einzelhandels zum GIZ-Projekt für existenzsicherndes Einkommen und Löhne.	2025 In Bearbeitung. Es läuft die erste Umsetzungsphase mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH (GIZ) (Datenauswertung, Agenda-Setting, Integration der Ziele in den Einkauf, Berichterstattung). Das Ziel ist Teil der Brancheninitiative des deutschen Einzelhandels.	8.5 12.2

* Angepasstes Zieljahr.

Legende

- Neu
- In Bearbeitung
- Ziel erreicht
- Fortlaufend
- Zielsetzung wird überarbeitet
- Zielsetzung gestrichen



ALDI NORD DEUTSCHLAND (FORTSETZUNG)

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	Auslistung von Frischfleischprodukten mit Haltungsform 1 bis 2025	Auslistung von Frischfleischprodukten, gekühlten Wurstwaren und Fleischerzeugnissen mit Haltungsform 1 bis 2025.	2025 In Bearbeitung. 90 % der gekühlten Wurstwaren und Fleischerzeugnisse stammen bereits aus Haltungsform 2 oder höher. Der Status von Frischfleischprodukten ist unverändert gegenüber 2021.
	Bis Ende 2024 sind alle Trinkmilchprodukte deutschen Ursprungs	Der Geltungsbereich umfasst Trinkmilch (frische und H-Milch).	2024 In Bearbeitung. Frischmilch (inklusive Biomilch) kommt bereits zu 100 % aus Deutschland. Die Herkunft einiger H-Milchartikel muss noch angepasst werden.
	40 % (Umsatzanteile) von Trinkmilch* mit Haltungsstufe 3 und 4 bis Ende 2023	Das Ziel umfasst reine Trinkmilch (frische und H-Milch).	2023 Ziel 2022 erreicht.
	Auslistung aller Trinkmilch*-Produkte mit Haltungsstufe 1 bis 2024	Das Ziel umfasst reine Trinkmilch (frische und H-Milch).	2024 In Bearbeitung. Der Anteil von Milch aus den Haltungsstufen 3 und 4 beträgt bereits über 40 %.
	100 % (Verkaufsvolumen) von Trinkmilch* mit Haltungsstufe 3 und 4 bis 2030	Das Ziel umfasst reine Trinkmilch (frische und H-Milch).	2030 In Bearbeitung. Der Anteil von Milch aus den Haltungsstufen 3 und 4 beträgt bereits über 40 %.
	33 % (Verkaufsvolumen) von Frischfleisch** mit Haltungsstufe 3 und 4 bis 2026	33 % (Verkaufsvolumen) von Frischfleisch**, gekühlten Wurstwaren und Fleischerzeugnissen*** mit Haltungsform 3 und 4 bis 2026.	2026 In Bearbeitung. 90 % der gekühlten Wurstwaren und Fleischerzeugnisse stammen bereits aus Haltungsform 2 oder höher. 15 % (Verkaufsvolumen) des Frischfleischs sind den Haltungsformen 3 und 4 zuzuordnen.
	100 % (Verkaufsvolumen) von Frischfleisch** mit Haltungsstufe 3 und 4 bis 2030	100 % (Verkaufsvolumen) von Frischfleisch**, gekühlte Wurstwaren und Fleischerzeugnissen*** mit Haltungsform 3 und 4 bis 2030.	2030 In Bearbeitung. 90 % der gekühlten Wurstwaren und Fleischerzeugnisse stammen bereits aus Haltungsform 2 oder höher. 15 % (Verkaufsvolumen) des Frischfleischs sind den Haltungsformen 3 und 4 zuzuordnen.
KLIMA & UMWELT	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.	∞ Fortlaufend. Eine Testfiliale wurde mit einem Batteriesystem ausgestattet. Im nächsten Schritt sollen Batteriesysteme testweise in rund 20 weiteren Filialen installiert werden.
	Ausstattung von etwa 150 bereits bestehenden Filialen mit PV-Anlagen bis Ende 2024	An rund 150 bereits bestehenden Filialen mit Giebdächern PV-Anlagen bis Ende 2024 installieren; Ausstattung aller bereits bestehenden Filialen sofern technisch möglich	2024 Neues Ziel. Wir haben Filialen ausgewählt und die Rahmenvereinbarung für die Ausstattung fertiggestellt. Als Nächstes sollen die Filialen ausgestattet werden.

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

** Bezogen auf den durchschnittlichen Umsatz von ALDI in Deutschland mit den größten Nutztierruppen Rind, Schwein, Huhn und Pute (ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlware).

*** Bezogen auf den durchschnittlichen Umsatz von ALDI in Deutschland mit Eigenmarkenaufschlitt, gekühlten Fleisch-, Wurst- und Schinkenprodukten sowie Frikadellen der größten Tiergruppen Rind, Schwein, Huhn und Pute (ohne (internationale) Spezialitäten, Convenience und Tiefkühlprodukte).



7.2



7.4

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



ALDI NIEDERLANDE

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & 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 2020).	2025 In Bearbeitung. Wir arbeiten daran, bessere Daten und somit verlässliche Werte zu erhalten.	12.2 12.5
100 % recycelbare Kunststoffverpackungen bis Ende 2025	100 % recycelbare Eigenmarken-Produktverpackungen in den Niederlanden bis Ende 2025.	2025 In Bearbeitung. Wir arbeiten daran, bessere Daten und somit verlässliche Werte zu erhalten.	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 In Bearbeitung. Wir arbeiten daran, bessere Daten und somit verlässliche Werte zu erhalten.	12.2 12.5
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 In Bearbeitung. Wir arbeiten daran, bessere Daten und somit verlässliche Werte zu erhalten.	12.2 12.5
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.	2025 In Bearbeitung. Wir arbeiten daran, bessere Daten und somit verlässliche Werte zu erhalten.	12.2 12.5
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.	2025 In Bearbeitung. Wir arbeiten daran, bessere Daten und somit verlässliche Werte zu erhalten.	12.2 12.5

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



ALDI NIEDERLANDE (FORTSETZUNG)

KUNDE & PRODUKT	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
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.	2022	12.2 12.5
Einstufung von 50 % jeder Produktgruppe in die gesündeste Kategorie und max. 10 % in die ungesündeste Kategorie bis 2030 (NAPV; Nationaler Ansatz zur Produktverbesserung)*	Reduktion von Salz, Zucker und Fett in den Eigenmarkenprodukten unseres Standardsortiments. Für jede Produktgruppe gibt es vier Kategorien, nach denen Produkte eingestuft werden können (1-4, wobei 1 die gesündesten und 4 die ungesündesten kategorisiert).	2030	2.2
100%ige Kennzeichnung mit Beter Leven, On the Way to PlanetProof oder einem gleichwertigen Tierwohlstandard für tierische Lebensmittel	Umwstellung von Produkten in den Niederlanden, die Rohstoffe tierischen Ursprungs oder verarbeitete tierische Rohstoffe enthalten, auf die Kriterien der Nachhaltigkeitskennzeichnung 1-Stern-Beter-Leven oder einem gleichwertigem Standard (Mindeststandard). Geltungsbereich tierische Produkte: frisches Hühnerfleisch, frisches Schweinefleisch, Wurst, Eier, frische Molkereiprodukte (Milch, Joghurt, Vla), Käse. Bericht in % auf Ebene von Stock Keeping Unit (einmalige Registriernummer eines Produkts)	∞	12.8
40 % mehr Verkaufsvolumen von gesunden Produkten in unseren regulären Sortiment (Eigenmarken und Marken) bis 2025	Bis 2025 soll das Verkaufsvolumen gesunder Produkte in unserem regulären Sortiment (Eigenmarken und Marken) um 40 % steigen (Basisjahr 2022).	2025	
Im Jahr 2025 sollen mindestens 25 % der Angebote in unserem Magazin gesund sein (=entspricht den niederländischen „Wheel of five“-Richtlinien)	Bis zum Jahr 2025 mindestens 25 % gesunde Angebote (= erfüllen die „Wheel of five“-Anforderungen).	2025	2.2

* Konkretisiertes Ziel.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



ALDI NIEDERLANDE (FORTSETZUNG)

LIEFERKETTE &
RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

MITARBEITER &
GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
Angebot von Blumen und Pflanzen für unsere Kunden, die mit Blick auf soziale und ökologische Nachhaltigkeit marktkonform sind	Im Jahr 2025 sind alle bei ALDI Niederlande verkauften Pflanzen und Blumen nach der „Floriculture Sustainability Initiative 2025 Basket“ zertifiziert.	Neues Ziel. 2022 haben wir unter den Blumen 36 % und unter den Pflanzen 91 % erreicht. Im Vergleich kamen wir 2021 bei Blumen auf 52 % und bei Pflanzen auf 88 %.	12 VERANTWORTLICHE PRODUKTION UND CONSUMPTION 12.2
Nachweislich entwaldungs- und umwandlungsfreies Soja mit Stichtag 1. Januar 2020 in allen relevanten Eigenmarkenartikeln im Jahr 2025	Produkte, die mehr als 95 % Soja, Frischfleisch (Rind, Schwein, Huhn, Fisch), Eier und Milchprodukte (Produkte mit mehr als 95 % Ei- oder Milchproduktanteil) enthalten.	Neues Ziel. Wir arbeiten daran, verlässlichere Daten von unseren Lieferanten zu sammeln.	15 LEBEN AUF DEM LAND 15.2
CO ₂ -neutraler Geschäftsbetrieb in niederländischen Supermärkten im Jahr 2030 (Hauptziel des niederländischen Branchenplans)	Bis Ende 2030 werden die Scopes 1 und 2 in unserem Geschäftsbetrieb (und in dem von Wettbewerbern) CO ₂ -neutral sein.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil des niederländischen Branchen-Klimaplans. 2022 fand kein Monitoring über 2021 statt (erstes Jahr des Branchenplans).	7 VERGÜTERBARE UND REINER ENERGIE 7.2 13 Klimawandelbekämpfung 13.3
50 % verbesserte Energieeffizienz im Jahr 2025, verglichen mit 1995 (Unterziel des niederländischen Branchenplans)	2025 soll die niederländische Supermarkt-Branche eine Verbesserung der Energieeffizienz von 50 % im Vergleich zu 1995 erreichen.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil des niederländischen Branchen-Klimaplans. 2022 fand kein Monitoring über 2021 statt. Das Ergebnis für 2020 belief sich für die ganze Branche auf 43,3 %; das Ergebnis für ALDI lag bei 51,5 %.	7 VERGÜTERBARE UND REINER ENERGIE 7.3
Reduktion des Erdgaseinsatzes auf maximal 5 % im Jahr 2030 (Unterziel des niederländischen Branchenplans)	2030 soll die niederländische Supermarkt-Branche den Einsatz von Erdgas auf einen Anteil von maximal 5 % des gesamten Energieverbrauchs reduzieren.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil des niederländischen Branchen-Klimaplans. 2022 fand kein Monitoring über 2021 statt (erstes Jahr des Branchenplans).	7 VERGÜTERBARE UND REINER ENERGIE 7.2
Ausschließliche Nutzung natürlicher Kältemittel in der Branche im Jahr 2030 (Unterziel des niederländischen Branchenplans)	2030 werden in der niederländischen Supermarkt-Branche nur natürliche Kältemittel genutzt.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil des niederländischen Branchen-Klimaplans. 2022 fand kein Monitoring über 2021 statt (erstes Jahr des Branchenplans).	7 VERGÜTERBARE UND REINER ENERGIE 7.3 9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTURE 9.4
Restliche Energie aus erneuerbaren Quellen (so viel wie möglich); (Unterziel des niederländischen Branchenplans)	Bis Ende 2030 soll weitere Energie so weit wie möglich aus regenerativen Quellen kommen.	Neues Ziel. Das Ziel ist Teil des niederländischen Branchen-Klimaplans. Wir haben die Anzahl der Filialen und Logistikzentren mit PV-Systemen erhöht. Außerdem haben wir 100 % Ökostrom (EU Wind) gekauft.	7 VERGÜTERBARE UND REINER ENERGIE 7.2
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.	Fortlaufend. Wir haben an Kampagnen zur gesunden Ernährung für drei Altersgruppen gearbeitet, von denen eine noch läuft. Im Rahmen des übergreifenden HR-Programms zu diesem Thema haben wir unter anderem medizinische Vorsorgeuntersuchungen für alle Mitarbeiter durchgeführt.	3 GESUNDHEIT UND WELTBESTEHEN 3.4

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



INTERNATIONAL

ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

ALDI FRANKREICH

ALDI NORD DEUTSCHLAND

ALDI NIEDERLANDE

ALDI POLEN

ALDI PORTUGAL

ALDI SPANIEN

IMPRESSIONUM

ALDI POLEN

KUNDE & PRODUKT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
Lebensmittelpenden 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.	In Bearbeitung. 2022 lagen wir aufgrund von mehreren neuen Eröffnungen bei 93,5 %. Wir schließen weiterhin neue Verträge.	2.1 12.3
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.	Fortlaufend. Alle vom Brand Management akzeptierten Kennzeichnungen tragen Sortiersymbole. Wir wollen diesen Trend in den kommenden Jahren fortsetzen.	12.2 12.5 12.8
Abschaffung der Eier aus Käfighaltung bis 2025 (Schaleneier und eierhaltige Produkte)	Eier aus Käfighaltung werden bis 2025 abgeschafft (Schaleneier und eierhaltige Produkte).	Ziel teilweise erreicht. 73,6 % unserer Artikel, die Eier enthalten, stammen von Hühnern aus käfigfreier Haltung, außerdem bieten wir 100 % käfigfreie Schaleneier an.	
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.	Fortlaufend. Das Projekt wird nach Plan umgesetzt.	4.4

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



ALDI PORTUGAL

Beschreibung des Ziels & Umfang

Status 2022 & 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.



2022

Ziel erreicht.



12.2

14.4

Installation von Photovoltaikanlagen auf 40 älteren Filialen bis 2025

Installation von Photovoltaikanlagen auf älteren Filialen zur Verbesserung der Energieeffizienz und zur Erhöhung des Anteils an grüner Energie in unseren Filialen.



2025

In Bearbeitung. 2022 haben wir keine Photovoltaikanlagen installiert. Fünf bis zehn ältere Filialen werden 2023 mit Anlagen ausgestattet.



7.2

9.4



ALDI SPANIEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
40 % zertifiziert nachhaltige Fisch- und Meeresfrüchteprodukte bis Ende 2025*	40% zertifizierte Fisch- und Meeresfrüchteprodukte (MSC für Wildfang sowie ASC, EU-Bio oder GLOBAL G.A.P für Aquakultur) bis Ende 2025.	2025 In Bearbeitung. Bis Ende 2022 haben wir 24,9 % zertifiziert nachhaltige Fisch- und Meeresfrüchteprodukte erreicht.	12.2 14.4
75 % des spanischen Weins aus nachhaltigen Weingütern bis Ende 2023	Bis Ende 2023 kommen 75 % des spanischen PDO-/PGI-Weins von nachhaltigen Weingütern (SWFCP, SBTi, ISO 14064 oder andere).	2023 Neues Ziel. Status 2022: 50 % des spanischen PDO-/PGI-Weins kommen von nachhaltigen Weingütern.	12.2
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.	2022 Ziel teilweise erreicht. Wir haben bereits fast 80 % der Dokumentation gesendet, um das BREEAM-Zertifikat für das Logistikzentrum in Gran Canaria zu erhalten. Im Jahr 2023 werden wir die BREEAM-Zertifizierungen für die neuen Logistikzentren Miranda del Ebro und Sagunto erhalten, und auch für die im Ausbau befindlichen Logistikzentren (Dos Hermanas und Masquefa).	7.2 9.4
Installation von Photovoltaikanlagen an den Filialen bis Ende 2023*	Erhöhung der Anzahl der ALDI Filialen, die mit einer Photovoltaikanlage ausgestattet sind, durch die Implementierung zusätzlicher Anlagen an 25 weiteren Filialen in Spanien im Jahr 2023.**	2023 Ziel erreicht. Mehr als 70 Filialen wurden 2022 mit Photovoltaikanlagen ausgestattet. Neues Ziel für 2023: Photovoltaikanlagen an 25 weiteren Filialen installieren.	7.3 9.4
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.	2022 Ziel erreicht. Die Photovoltaikanlage wurde im ersten Quartal 2023 in Betrieb genommen.	7.3 9.4
Natürliche Kältemittel für Kühlsysteme in allen neuen Filialen und allen neuen, 2023 eröffnenden sowie in den 2023 zu erweiternden Logistikzentren*	Nutzung von CO ₂ als Kältemittel in allen neuen 2023 eröffnenden Filialen, wodurch synthetische Kältemittel (mit einem höheren Treibhauspotenzial) abgeschafft werden. Verwendung von natürlichen Kältemitteln (CO ₂ , NH ₃) in allen neuen, 2023 eröffnenden Logistikzentren, und in bestehenden, 2023 zu erweiternden Zentren.**	2023 Ziel erreicht. Alle neuen Filialen, das 2022 eröffnete Logistikzentrum (Gran Canaria) sowie die im Ausbau befindlichen Logistikzentren (Dos Hermanas und Masquefa) nutzen natürliche Kältemittel für ihre Kühlsysteme. Neues Ziel für 2023: Alle 2023 eröffnenden neuen Filialen und Logistikzentren (Miranda del Ebro und Sagunto) werden natürliche Kältemittel verwenden. In den im Ausbau befindlichen Logistikzentren werden die Kältemittel für die Kühlanlagen ausgetauscht (Pinto und Tenerife).	7.3 9.4
100 % Ökostrom jährlich	Bezug von 100 % Ökostrom für Filialen, Logistikzentren und Büros bis Ende 2022.	2022 Ziel erreicht. Die gesamte im Jahr 2022 verbrauchte Energie war grün.	7.3

* Angepasstes Ziel und Zieljahr.

** Angepasste Zielmarke.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



INTERNATIONAL

ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

ALDI FRANKREICH

ALDI NORD DEUTSCHLAND

ALDI NIEDERLANDE

ALDI POLEN

ALDI PORTUGAL

ALDI SPANIEN

IMPRESSUM

ALDI SPANIEN (FORTSETZUNG)

CLIMATE &
ENVIRONMENT

EMPLOYEES & COMMUNITY

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2022 & nächste Schritte	SDGs
Implementierung eines Energie- und Domotik-Steuerungssystems in 2023 eröffnenden sowie bestehenden Filialen*	In allen neuen, 2023 eröffnenden Filialen ein Energie- und Domotiksystem einführen.**	Ziel erreicht. Alle im Jahr 2022 eröffneten Filialen verfügen über ein Domotik-Steuerungssystem, genauso wie 31 bestehende Filialen. Neues Ziel für 2023: Einführung eines Energie- und Domotik-Steuerungssystems in allen neuen Filialen, die im Jahr 2023 eröffnet werden.	 9.4 INDUSTRIE, INNOVATION & INDUSTRIE für ALLE
Förderung des Programms FP Dual durch neue Vereinbarungen und Erhöhung der Teilnehmerzahl im Jahr 2023*	Neue Vereinbarungen abschließen und Zahl der Teilnehmer am Programm FP Dual im Jahr 2023 erhöhen, mit dem Ziel, mindestens 20 Studenten pro Jahr zu gewinnen.**	Ziel teilweise erreicht. Derzeit absolvieren fünf Studenten im zweiten Jahr (in der Vertriebsabteilung) und zwei Studenten im ersten (in den Abteilungen Lieferkette und Vertrieb) das Programm.	 4.4 QUALITÄT AUF ALLEN Ebenen
Einführung des Programms ALDI Emplea	Programm zur Ausbildung von 60 jungen Menschen, mit dem Ziel, sie 2023 einzustellen.	Neues Ziel. Von den 60 geschulten Personen wurden fünf eingestellt.	 4.4 QUALITÄT AUF ALLEN Ebenen

* Angepasstes Zieljahr.

** Angepasste Zielmarke.

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend Zielsetzung wird überarbeitet Zielsetzung gestrichen



IMPRESSIONUM

HERAUSGEBERIN

ALDI Einkauf SE & Co. oHG
Eckenbergstraße 16B
45307 Essen
Deutschland

VERANTWORTLICH

Timo Dietz
Managing Director
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Christoph Georgius

Senior Director
International Procurement Excellence
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

PROJEKTMANAGEMENT

Judith Hochköppeler
Teamlead Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Anika Hinzmann

Manager Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Damian Winter

Manager Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

Denise Hellmann

Specialist Reporting
International Procurement CRQA
ALDI Einkauf SE & Co. oHG

KONTAKT

cr-reporting@aldi-nord.de

KONZEPT/REDAKTION/GESTALTUNG

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

REDAKTIONSSCHLUSS

31. März 2023

VERÖFFENTLICHUNG

Juni 2023

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.