



Pressemitteilung

ALDI erweitert Nutri-Score auf Bio-Produkte von Schneekoppe

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (11.08.2021) ALDI Nord und ALDI SÜD kennzeichnen die erste Bio-Marke mit dem Nutri-Score: Die erweiterte Nährwertkennzeichnung ist jetzt auch auf Produkten der Traditionsmarke Schneekoppe von Philipp Lahm zu finden.

Philipp Lahm, Fußballweltmeister-Kapitän und seit 2018 Inhaber des Traditionsunternehmens Schneekoppe, möchte gemeinsam mit ALDI allen Menschen eine ausgewogene Ernährung zugänglich machen. Die Schneekoppe-Produkte, die exklusiv bei ALDI Nord und ALDI SÜD erhältlich sind, erhalten nun sukzessive den Nutri-Score. „Schneekoppe steht für bewusste Ernährung. Der Nutri-Score bietet einen zusätzlichen Mehrwert, denn über die Skala erhalten Kundinnen und Kunden auf einen Blick Infos zur Nährstoffzusammensetzung“, so Erik Döbele, Managing Director National Buying & Services bei ALDI SÜD. „Der Nutri-Score macht es unseren Kundinnen und Kunden leichter, Produkte innerhalb einer Kategorie miteinander zu vergleichen. Eine bewusste Ernährungsweise lässt sich somit einfacher in den Alltag integrieren“, erklärt Tobias Heinbockel, Managing Director Category Management bei ALDI Nord.

Beitrag zu einer ausgewogenen Ernährung

Der Nutri-Score bewertet mit einer fünfstufigen Farb- und Buchstabenskala das gesamte Nährwertprofil eines Produktes – vom dunkelgrünen A über das gelbe C bis zum dunkelroten E. Gekennzeichnet werden alle exklusiv bei ALDI erhältlichen Bio-Produkte der Marke Schneekoppe, beispielsweise verschiedene Basismüslis wie der Cerealienmix (A) oder 5-Kornmix (A), Quinoa (A) oder Obst-Riegel in verschiedenen Sorten, z.B. Cranberry-Kirsch (C), Rote Bete Saft (C) oder Leinöl (D). Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass eine Nutri-Score Bewertung mit D oder E keinesfalls gleichbedeutend mit einem ungesunden Lebensmittel ist. Öle und Fette erhalten

ALDI Einkauf SE & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Ruhrallee 307-309, 45136 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim a. d. Ruhr, aldi-sued.de



oftmals ein oranges D oder ein rotes E, obwohl diese für eine ausgewogene Ernährung in den entsprechenden Mengen wertvoll sein können.

ALDI hat bereits im März dieses Jahres damit begonnen, erste Eigenmarken mit dem Nutri-Score zu kennzeichnen: SWEET VALLEY und KING'S CROWN, unter denen die Discounter verschiedene Obst- und Gemüsekonserven anbieten, PIZZ'AH für zahlreiche Pizza-Produkte und All Seasons mit Tiefkühl-Gemüseprodukten wie Pfannen-, Butter- und Rahmgemüse. Die Einführung des Nutri-Scores hat ALDI mit einer umfassenden Verbraucheraufklärung begleitet. Die Discounter informieren ihre Kunden regelmäßig zum Thema bewusste Ernährung, beispielsweise über [die ALDI Nord Themenwelt zum Thema Bewusste Ernährung](#) oder das [ALDI SÜD Nachhaltigkeitsportal](#).

Salz- und Zuckerreduktion bei ALDI

ALDI möchte seine Kundinnen und Kunden bei einer bewussten Ernährung unterstützen. ALDI Nord und ALDI SÜD arbeiten daher bereits seit 2014 daran, den Anteil von Zucker, Salz und Fett in den Eigenmarken zu reduzieren. Ein Beispiel: Beim Knusperone Schoko Knusper Müsli von ALDI Nord konnte so der Zuckergehalt um 30 Prozent verringert werden. Auch viele Backwaren, alkoholfreie Getränke, Joghurtzubereitungen und Fertiggerichte bei ALDI enthalten heute deutlich weniger Salz und Zucker als noch vor ein paar Jahren. Allein ALDI SÜD konnte durch diese Rezepturoptimierungen in den vergangenen Jahren insgesamt rund 450 Tonnen Salz und rund 8500 Tonnen Zucker einsparen.

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI Nord: Joachim Wehner, presse@aldi-nord.de

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Nastaran Amirhaji, presse@aldi-sued.de

ALDI Einkauf SE & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Ruhrallee 307-309, 45136 Essen, aldi-nord.de

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG,

Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim a. d. Ruhr, aldi-sued.de