














ALDI Nord  
CR-Programme 2019





## KLAR UND MESSBAR: UNSERE ZIELE

Im Rahmen unseres CR-Programms<sup>1</sup> setzen wir klare Ziele für alle Bereiche inklusive Fokusthemen.

Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<p><b>100 % nachhaltig zertifizierte Materialien und/oder recycelte Materialien für alle Produktverpackungen bis Ende 2020</b></p> <p>Umstellung aller neu eingekauften Produktverpackungen bei ALDI Nord auf nachhaltig zertifizierte Materialien (FSC®, PEFC™, EU Ecolabel oder vergleichbare Standards) oder auf Materialien mit mindestens 70 % Recyclinganteil – je nach Verfügbarkeit – bis Ende 2020. Die Anforderung bezieht sich auf alle Eigenmarkenprodukte innerhalb der Standard-sortimente, saisonale Produkte und Food-Spezialitäten.</p>	 <p>Projekt fortlaufend. Siehe Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	  <p>12.2 12.5 13.2</p>
<p><b>100 % recycelbare, kompostierbare oder wiederverwendbare Verpackungen bis Ende 2025</b></p> <p>100 % der Eigenmarkenverpackungen bei ALDI Nord sollen bis Ende 2025 recycelbar, kompostierbar oder wiederverwendbar sein.</p>	 <p>Neues Ziel. Siehe Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	 <p>12.5 12.2</p>
<p><b>15 % weniger Verpackungen bis Ende 2025</b></p> <p>Reduzierung des Gesamtgewichts des Verpackungsmaterials von Eigenmarken (ohne Obst und Gemüse) bei ALDI Nord um 15 % – relativ zum Umsatz – bis Ende 2025 (Basisjahr 2020)</p>	 <p>Neues Ziel. Siehe Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	 <p>12.5 12.2</p>
<p><b>Wiederverwendbare Netze für Obst und Gemüse</b></p> <p>Einführung von wiederverwendbaren Netzen für Obst und Gemüse in allen Filialen der ALDI Gesellschaften</p>	 <p>Projekt fortlaufend. Pilotprojekt und Einführung in Deutschland 2019. Siehe auch Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	 <p>12.5 12.2</p>
<p><b>Keine Einweg-Plastiktragetaschen (außer Knotenbeutel) mehr bis Ende 2021</b></p> <p>Keine Einweg-Plastiktragetaschen (außer Knotenbeutel) mehr bis Ende 2021: Um dieses Ziel zu erreichen, soll das Sortiment der Mehrweg-Tragetaschen erweitert werden. Diese Taschen sollen reparierbar und/oder waschbar und unter Berücksichtigung von Haptik und Tragekomfort als wiederverwendbar erkennbar sein. Taschen, die diese Anforderungen nicht erfüllen, fallen nicht unter dieses Ziel. Papiertaschen werden gesondert betrachtet.</p>	 <p>Neues Ziel.</p>	 <p>12.5 12.2</p>
<p><b>Verbot von Einwegprodukten aus Kunststoff bis Ende 2020</b></p> <p>Auslistung von Einwegprodukten aus Kunststoff wie Teller, Besteck, Becher, Strohhalme, Rührstäbchen und Wattestäbchen in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2020. Unentbehrliche Artikel sollen durch umweltfreundlichere Alternativen oder wiederverwendbare Varianten ersetzt werden.</p>	 <p>Projekt fortlaufend. Wattestäbchen wurden durch eine nachhaltige Alternative ersetzt. Siehe auch Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	 <p>12.5 12.2</p>

<sup>1</sup> Jede ALDI Gesellschaft kann sich individuelle Ziele setzen, die dabei auch über den Standard bei ALDI Nord hinausgehen können. Sollten sich aus nationalen gesetzlichen Vorgaben in einem der ALDI Länder höhere Anforderungen ergeben als in den hier veröffentlichten Zielen, werden diese Vorgaben in dem jeweiligen Land selbstverständlich eingehalten.

### Legende

 Neu
  In Bearbeitung
  Ziel erreicht
  Fortlaufend






Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<p><b>100 % unverpacktes Bio-Obst und -Gemüse oder Verwendung umweltfreundlicher Verpackungsalternativen bis Ende 2023</b></p>	<p>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.</p> <p> Neues Ziel.</p>	<p> 12.5 12.2</p>
<p><b>Ausweitung des Anteils unverpackter Artikel im Obst- und Gemüsebereich auf mindestens 40 % bis Ende 2025</b></p>	<p>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.</p> <p> Neues Ziel.</p>	<p> 12.5 12.2</p>
<p><b>Keine Plastikeinlagen in Kisten bis Ende 2021</b></p>	<p>100 % aller Plastikeinlagen in Obst- und Gemüseboxen in allen ALDI Gesellschaften werden bis Ende 2021 entfernt.</p> <p> Neues Ziel.</p>	<p> 12.5 12.2</p>
<p><b>Optimierung der Zusammensetzung bei 100 % der Produkte für Kinder bis Ende 2021</b></p>	<p>Standardisierung der Kriterien für Produkte für Kinder bei ALDI Nord nach nationalen Richtlinien. Die Einhaltung der WHO-Empfehlungen wird angestrebt. Produkte für Kinder, die diese nicht erfüllen, werden bis Ende 2021 aufgelistet oder neu ausgezeichnet. Optimierung aller Produkte für Kinder, unabhängig von der Warengruppe.</p> <p> Neues Ziel. 2017 hat ALDI Belgien den „Belgian Pledge“ unterzeichnet – eine Verpflichtung zum Verbot von Werbung für ungesunde Produkte, die sich an Kinder unter 12 Jahren richtet. ALDI Niederlande hat neue Richtlinien für Produktverpackungen entwickelt, die sich an Kinder richten. Damit will ALDI Niederlande die Einhaltung der bevorstehenden Vorschriften gewährleisten. Siehe Transparenz &amp; Kommunikation.</p>	<p> 12.2 12.5</p>
<p><b>Vermeidung von Kindermarketing für ungesunde Produkte und Förderung gesünderer Produkte für Kinder bis Ende 2021</b></p>	<p>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</p> <p> Neues Ziel.</p>	<p> 2.2</p>
<p><b>Einführung von Eigenmarkenprodukten für Kinder bis Ende 2021</b></p>	<p>Einführung und Vermarktung einer neuen ALDI Kindermarke bis Ende 2021</p> <p> Neues Ziel.</p>	
<p><b>Bis Ende 2021 mindestens mit einem Partner auf nationaler oder internationaler Ebene bei den Sortimenten für Kinder zusammenarbeiten</b></p>	<p>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</p> <p> Neues Ziel.</p>	<p> 17.16</p>
<p><b>Optimierte Nährstoffzusammensetzung in 100 % der definierten Warengruppen bis Ende 2022</b></p>	<p>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</p> <p> Neues Ziel. Siehe Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	<p> 2.2</p>

Legende

- Neu
- In Bearbeitung
- Ziel erreicht
- Fortlaufend



	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<p><b>Ausweitung der Nährwertkennzeichnung</b></p>	<p>Einführung von Nährwertkennzeichnungen (z. B. Nutri-Score, The Keyhole) in allen ALDI Ländern für Eigenmarkenprodukte</p>	<p>Projekt fortlaufend. ALDI Frankreich wird die ersten Produkte 2020 auszeichnen. ALDI Belgien wird ebenfalls 2020 mit der Verwendung des Nutri-Scores beginnen. ALDI Niederlande wird mit der Einführung im zweiten Halbjahr 2021 beginnen. Siehe Transparenz &amp; Kommunikation.</p>	<p>  2.2 12.8</p>
<p><b>Verbesserung der Kennzeichnung und Kommunikation nachhaltiger Mehrwerte</b></p>	<p>Verbesserung der Kennzeichnung und Kommunikation nachhaltiger Mehrwerte (z. B. Tierwohl, vegan, verbesserte Nährwertkennzeichnung und soziale Projekte) in allen ALDI Gesellschaften</p>	<p>Projekt fortlaufend.</p>	<p> 12.8</p>
<p><b>Ausweitung des Bio-Sortiments</b></p>	<p>Identifizierung der Lücken im Bio-Sortiment in jedem ALDI Land und jeder Warengruppe sowie Einlistung der fehlenden Produkte im Sortiment</p>	<p>Neues Ziel. 1.178 Produkte 2019; +15 % im Vergleich zum Vorjahr. Siehe Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	
<p><b>Ausweitung des vegetarischen und veganen Sortiments</b></p>	<p>Erweiterung der Sortimente an vegetarischen und veganen Produkten einschließlich Zertifizierungen (z. B. V-Label) in allen ALDI Gesellschaften</p>	<p>Neues Ziel. 494 Produkte 2019; + 82 % im Vergleich zum Vorjahr. Siehe Verantwortungsvolle Sortimentsgestaltung.</p>	
<p><b>Einführung einer Eigenmarke für vegetarische und vegane Produkte für alle neuen Produkte/Einkäufe bis Ende 2021</b></p>	<p>Einführung einer Eigenmarke für vegetarische und vegane Produkte für alle neu eingekauften/neu gelisteten Produkte in allen ALDI Ländern bis Ende 2021</p>	<p>Neues Ziel.</p>	
<p><b>Kennzeichnung von 100 % der vegetarischen und veganen Produkte für alle neuen Produkte/Einkäufe ab 2021</b></p>	<p>Kennzeichnung aller vegetarischen und veganen neu eingekauften/neu gelisteten Produkte (V-Label/Veganblume) in allen ALDI Gesellschaften mit dem Schwerpunkt auf Non-Food-Artikeln ab 2021</p>	<p>Neues Ziel.</p>	
<p><b>Steigerung der Anzahl von Fleischprodukten mit ATC</b></p>	<p>Steigerung der Anzahl von Fleisch- und fleischhaltigen Artikeln mit dem ALDI Transparenz Code (ATC) in allen ALDI Gesellschaften</p>	<p>Ziel erreicht. Der ATC befindet sich auf 100 % des Frischfleisches bei ALDI Belgien, ALDI Nord Deutschland, ALDI Niederlande und ALDI Luxemburg innerhalb des Standardsortiments. Er wird auch auf Fleischprodukten von ALDI Frankreich, ALDI Polen, ALDI Portugal und ALDI Spanien verwendet.</p>	
<p><b>Leitfaden für den Umgang mit Nahrungsmittelverlusten bis Ende 2020</b></p>	<p>Einführung einer Richtlinie zum Umgang mit nicht mehr verkaufsfähigen Lebensmitteln in den ALDI Filialen bis Ende 2020 (ehemals 2017)</p>	<p>Ziel nicht erreicht. Es war geplant, Ende 2017 eine internationale Richtlinie zur Reduzierung von Nahrungsmittelverlusten zu veröffentlichen. Aufgrund verschiedener grundlegender Forderungen der jeweiligen ALDI Länder wurde das Projekt bis auf Weiteres verschoben. Das Thema aber bleibt für uns wichtig. Aus diesem Grund wurde das Ziel durch die nachfolgenden Ziele ersetzt.</p>	

Legende  
 Neu  
 In Bearbeitung  
 Ziel erreicht  
 Fortlaufend



KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN













Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<p><b>Integration von 100 % der Filialen in eine Partnerschaft zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen bis Ende 2021</b></p> <p>100 % aller ALDI Filialen in Kooperationen mit NGOs einbinden, um Lebensmittelabfälle bis 2021 zu reduzieren (z. B. Tafel, Too Good To Go, Refood)</p> <p>Das Ziel ist erreicht, wenn jede Filiale regelmäßig* mit einem oder mehreren definierten potenziellen Partnern zusammenarbeitet.</p> <p><small>*Regelmäßig bedeutet, so oft wie möglich von beiden Seiten zu spenden.</small></p>	<p>Neues Ziel. 81 % der Filialen haben 2019 nicht mehr verkaufs-, aber verzehrfähige Lebensmittel gespendet; + 4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.</p>	
<p><b>Einführung von Food-Waste-Produkten bis Ende 2021</b></p> <p>Entwickeln von Produkten aus Speiseresten und Einführung von mindestens einem Produkt in definierten Warengruppen bis Ende 2021 bei ALDI Nord.</p>	<p>Neues Ziel.</p>	
<p><b>100 % Kennzeichnung aller nationalen Produkte (aller neuen Produkte/Einkäufe) bis Ende 2021</b></p> <p>100 % Kennzeichnung aller neu eingekauften/neu gelisteten nationalen Produkte (z. B. mit der Nationalflagge) bis Ende 2021 in allen ALDI Gesellschaften. Umfang: Obst &amp; Gemüse, Milchprodukte, Frischfleisch &amp; -Fisch.</p>	<p>Neues Ziel.</p>	<p>12.8</p>
<p><b>Entwicklung regionaler Sortimente in jedem ALDI Land bis Ende 2021</b></p> <p>Entwicklung regionaler Sortimente in jedem ALDI Land bis Ende 2021. Geltungsbereich: Obst &amp; Gemüse, Milchprodukte, Frischfleisch &amp; -Fisch.</p>	<p>Neues Ziel. In Deutschland wurde 2019 die neue Eigenmarke „EINFACH REGIONAL“ eingeführt. Siehe Transparenz &amp; Kommunikation.</p>	
<p><b>100 % vegetarische und vegane Produkte auf Sojabasis mit nachhaltigem Soja bis Ende 2021</b></p> <p>Umstellung von 100 % der vegetarischen und veganen Eigenmarkenprodukte auf Sojabasis auf Soja europäischen Ursprungs oder zertifiziertes Soja und Unterstützung von Sojaalternativen – z. B. Produkte auf Erbsenbasis – bis Ende 2021 bei ALDI Nord</p>	<p>Neues Ziel.</p>	
<p><b>100 % RSPO-zertifiziertes Palmöl bis Ende 2019</b></p> <p>Umstellung auf physisch-RSPO-zertifiziertes Palmöl (Roundtable on Sustainable Palm Oil - RSPO) für sämtliche palmhaltigen Eigenmarkenprodukte bis Ende 2019 (ehemals 2018) bei ALDI Nord</p>	<p>Ziel nicht erreicht. 98.6 % im Jahr 2019.</p>	<p>12.2 15.2</p>
<p><b>Ausweitung von zertifiziert nachhaltigem Kaffee bis Ende 2020</b></p> <p>Umstellung auf zertifiziert nachhaltigen Kaffee (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade, Bio) für definierte Eigenmarkenartikel bis Ende 2020 bei ALDI Nord</p>	<p>Projekt fortlaufend. 53 % im Jahr 2019; + 2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.</p>	<p>12.2</p>
<p><b>40 % zertifiziert nachhaltige Rohwaren bei Kräuter- und Früchtetees bis Ende 2020</b></p> <p>Erhöhung des Anteils zertifiziert nachhaltiger Rohwaren (UEBT/UTZ, EU-Bio-Logo, Fairtrade- oder UTZ/Rainforest Alliance Certified™-Label) bei Kräuter- und Früchtetees für Eigenmarkenartikel auf 40 % bis Ende 2020 bei ALDI Nord</p>	<p>Projekt fortlaufend. 37 % im Jahr 2019.</p>	<p>12.2</p>
<p><b>100 % nachhaltig zertifiziertes Holz bis Ende 2020</b></p> <p>Umstellung sämtlicher Holz- und holzbasierter Produkte auf nachhaltig zertifizierte Materialien (FSC®, PEFC™, EU-Umweltzeichen oder vergleichbare Standards) bis Ende 2020 bei ALDI Nord</p>	<p>Projekt fortlaufend. 88 % im Jahr 2019; + 11 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.</p>	<p>12.2 15.2</p>

Legende

- Neu
- In Bearbeitung
- Ziel erreicht
- Fortlaufend



LIEFERKETTE & RESSOURCEN

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<p><b>100 % nachhaltige Baumwolle bis Ende 2025</b></p>	<p>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</p>	<p> Projekt fortlaufend. Veröffentlichung der Internationalen Baumwoll-Einkaufspolitik 2020; 36 % im Jahr 2019; + 3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.</p>	<p> <b>12.2</b></p>
<p><b>100 % zertifizierte Blumen und Pflanzen</b></p>	<p>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 (Zieldatum entfernt)</p>	<p> Projekt fortlaufend. Siehe Soziale Verantwortung in der Lieferkette.</p>	<p> <b>12.2</b></p>
<p><b>Sozialevaluierung von allen Produzenten/Erzeugern von Obst und Gemüse</b></p>	<p>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 (Zieldatum entfernt)</p>	<p> Projekt fortlaufend. Siehe Soziale Verantwortung in der Lieferkette.</p>	
<p><b>Erweiterung der Tierschutzkriterien</b></p>	<p>Kontinuierliche Ausweitung von Prüf- und Zertifizierungssystemen sowie eigenen Standards in allen ALDI Gesellschaften, die über das gesetzliche Maß hinausgehen und Tierwohl-Aspekte beinhalten</p>	<p> Projekt fortlaufend. Es wurden intensive Anstrengungen unternommen, um das Tierwohl 2019 auf breiter Ebene weiter zu verbessern.</p>	
<p><b>Verbot aller definierten chemischen Substanzen bis Ende 2020 und fortlaufend</b></p>	<p>Verbot bestimmter Gruppen chemischer Substanzen bei der Herstellung von Eigenmarkenprodukten in den Warengruppen Bekleidung, Heimtextilien und Schuhe bis Ende 2020 und fortlaufend (ALDI Detox Commitment) in allen ALDI Ländern</p>	<p> Projekt fortlaufend. Es wurde deutlich, dass die Industrie ihre Verpflichtungen aus dem Detox Commitment 2020 nicht erfüllen wird. Im Anschluss an die verabschiedete Roadmap wurden mehrere Detox-Fortschrittsberichte und der Abschlussbericht veröffentlicht. Die Herausforderungen sind jedoch beträchtlich, sodass die Arbeit mit den Partnern in der Versorgungskette fortgesetzt wird, um das Chemikalienmanagement in den kommenden Jahren zu verbessern und die definierten Ziele zu verfolgen.</p> <p>Nach dem Ende des ALDI Detox Commitments wird ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess verfolgt, um weitere Fortschritte bei der schrittweisen Beseitigung gefährlicher Chemikalien innerhalb der Lieferketten zu erzielen. Zu diesem Zweck werden die Prozesse zur Anpassung dieser Bemühungen anhand von wirksamen und risikobasierten Maßnahmen evaluiert, um die Aktivitäten innerhalb der Branche besser aufeinander abzustimmen.</p>	<p> <b>3.9</b>   <b>6.3</b>   <b>12.4</b></p>
<p><b>Teilnahme an Sektorinitiativen</b></p>	<p>Ausweitung des Dialogs mit wesentlichen Anspruchsgruppen, insbesondere durch Teilnahme an Sektorinitiativen in allen ALDI Ländern</p>	<p> Projekt fortlaufend. Siehe Stakeholder &amp; Netzwerke und Soziale Verantwortung in der Lieferkette.</p>	<p> <b>17.16</b></p>

Legende

-  Neu
-  In Bearbeitung
-  Ziel erreicht
-  Fortlaufend



KLIMA & UMWELT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang		Status 2019 & nächste Schritte	SDGs	
KLIMA & UMWELT	<b>Reduzierung der Treibhausgasemissionen bis Ende 2021 um 40 %</b>	Reduzierung der Treibhausgasemissionen in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2021 um 40 % gegenüber dem Basisjahr 2015		<p>Projekt fortlaufend. Reduzierung der Treibhausgasemissionen 2019 um 15,5 % im Vergleich zum Basisjahr 2015.</p> <p>Der Schwerpunkt lag auf der Effizienzsteigerung. In einem nächsten Schritt werden weitere Effizienzmaßnahmen geplant und mit einem verstärkten Fokus auf Ökostrom umgesetzt.</p>	  7.2 7.3 13.3
	<b>Installation von Fotovoltaikanlagen auf Filial-Dächern</b>	Erhöhung des Anteils der ALDI Filialen, die mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet sind		<p>Projekt fortlaufend. 581 der Filialen sind mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet. + 39 % im Vergleich zum Vorjahr</p>	  7.2 9.4
	<b>LED-Beleuchtungssysteme in allen neuen Filialen bis Ende 2019</b>	Einführung von LED-Beleuchtungssystemen in allen neuen ALDI Filialen (Innen- und Außenbeleuchtung) bis Ende 2019		<p>Ziel teilweise erreicht. LED-Beleuchtungstechnik wird seit 2016 in allen Ländern in neuen Filialen installiert. Wir setzen die Arbeit bei der Außenbeleuchtung fort.</p>	  8.4 9.4
	<b>LED-Beleuchtungssysteme in Bestandsfilialen</b>	Prüfung der Umrüstung der bestehenden ALDI Filialen auf LED-Beleuchtungssysteme		<p>Projekt fortlaufend. Die Umrüstung wird fortgesetzt: ALDI Belgien und ALDI Portugal stehen kurz vor der Vollendung des Ziels. ALDI Dänemark hat bereits die Beleuchtung in allen Filialen auf LED umgestellt.</p>	  8.4 9.4
	<b>LED-Beleuchtungssysteme in Logistikzentren</b>	Prüfung der Umrüstung von ALDI Logistikzentren auf LED-Beleuchtungssysteme		<p>Projekt fortlaufend. In Belgien, Dänemark und Spanien ist die Umrüstung bereits abgeschlossen. Die Umrüstung auf LEDs ist in Logistikzentren in Deutschland, Polen und den Niederlanden geplant.</p>	  8.4 9.4
MITARBEITER & GESELLSCHAFT	<b>Schulungsprogramm für Führungskräfte bis Ende 2020</b>	Entwicklung eines Schulungsprogramms zur Kompetenzsteigerung der Führungskräfte in allen ALDI Ländern bis Ende 2020		<p>Ziel erreicht. Die ALDI Akademie wurde 2019 gegründet, um eine Reihe von Schulungsprogrammen in Deutschland aufzubauen und wird von den anderen Ländern übernommen.</p>	 4.4
	<b>Ausbau der Mitarbeiterkommunikation bis Ende 2020</b>	Einrichtung weiterer Kanäle und Methoden zur Einbindung und Beteiligung von ALDI Mitarbeitern in allen ALDI Gesellschaften bis Ende 2020		<p>Ziel erreicht. Neben ALDI Mitarbeitermagazinen, CR-Newslettern, Postern und Broschüren lag der Schwerpunkt auf Workshops und Veranstaltungen.</p>	

Legende  
 Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



## ALDI BELGIEN &amp; ALDI LUXEMBURG

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
KUNDE & PRODUKT	<b>10 % weniger Verpackungen bis Ende 2025</b>	Projekt fortlaufend. Start der ALDI Verpackungsmission im Jahr 2019.	12.2 12.5
	<b>99 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2023</b>	Projekt fortlaufend.	12.2 12.5
	<b>Alternative Materialien für Einwegplastik</b>	Neues Ziel.	12.2 12.5
	<b>Laufende Optimierung der Nährstoffzusammensetzung von Produkten</b>	Ziel teilweise erreicht. Jedes Jahr werden zusätzliche Produkte evaluiert und angepasst.	2.2
	<b>100 % Fairtrade-zertifizierte Rosen bis Ende 2018</b>	Ziel erreicht.	12.2
	<b>ATC auf allen Fleischprodukten bis Ende 2020</b>	Ziel für alle frischen Fleisch- und fleischhaltigen Artikel erreicht. Fertiggerichte sollen bis Ende 2020 folgen.	
	<b>30 % mehr vegetarische Artikel im Jahr 2020</b>	Neues Ziel. Ende 2019 wurden 37 vegetarische/vegane Produkte geführt.	
	<b>Einführung des Nutri-Scores und Roll-out bis Ende 2021</b>	Neues Ziel.	2.2 12.8
	<b>Förderung lokaler Produkte bis 2019</b>	Ziel erreicht.	
	<b>Partnerschaft mit den belgischen Lebensmittelbanken 2019</b>	Ziel erreicht. Festgelegt 2019 und weiterlaufend im Jahr 2020.	12.3 12.5
<b>Regulierung von Kindermarketing 2019</b>	Ziel erreicht.		

## Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend





ALDI BELGIEN & ALDI LUXEMBURG

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<b>100 % zertifiziertes Holz, Pappe und Papier in Produktverpackungen bis Ende 2019</b>	Ziel teilweise erreicht. Bis Ende 2019 sind 97 % erreicht worden.	12.2
<b>50 % zertifiziert nachhaltiger Kaffee bis Ende 2020</b>	Ziel erreicht. Bis Ende 2019 sind 54 % erreicht worden.	12.2
<b>100 % zertifizierte Fisch- und Meeresfrüchteprodukte bis Ende 2018</b>	Ziel erreicht.	12.2 14.4
<b>Stopfleber ohne Zwangsmästung bis Ende 2019</b>	Ziel erreicht.	
<b>Aktualisierung der Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2019</b>	Ziel erreicht.	
<b>Recyclingtonnen für Glühbirnen in allen Filialen im Jahr 2019</b>	Ziel erreicht. 2019 wurden alle belgischen Filialen mit einer Recyclingtonne für Glühbirnen ausgestattet.	12.2 12.5
<b>BREEAM Outstanding-zertifiziertes Logistikzentrum im Jahr 2019</b>	Ziel erreicht. Das neue Logistikzentrum in Turnhout ist das nachhaltigste Logistikzentrum in Belgien.	9.4
<b>100 % erneuerbare Energien bis Ende 2020</b>	Neues Ziel.	7.2
<b>30 % mehr Filialen mit Fotovoltaikanlagen bis Ende 2020</b>	Neues Ziel. Bis Ende 2019 wurden 65 Anlagen errichtet.	7.2
<b>Natürliche Kältemittel 2020 einführen</b>	Projekt fortlaufend.	12.4
<b>Mitarbeiter-Mobilitätspolitik bis Ende 2020</b>	Neues Ziel.	
<b>Jährliche nationale Wohltätigkeitsaktion</b>	Projekt fortlaufend. Die Auftaktveranstaltung fand 2019 statt.	

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



## ALDI DÄNEMARK

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs	
KUNDE & PRODUKT	<b>100 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2025</b>	Erhöhung der Recyclingfähigkeit von dänischen Eigenmarkenverpackungen: 100%ige Verwendung von recycelbaren, wiederverwendbaren oder kompostierbaren Verpackungsmaterialien bis Ende 2025	Neues Ziel. <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Beginn der Umweltbewertung von Verpackungen 2020</li> <li>■ Implementierung eines Standardverfahrens zur Erfassung von Verpackungsdaten für neue Produkte</li> <li>■ Teil einer internationalen Evaluierung der Möglichkeiten des Datenaustauschs mit anderen ALDI Ländern</li> </ul>	 12.5 12.2
	<b>15 % weniger Verpackungen bis Ende 2025</b>	Reduzierung des Gesamtgewichts von Verpackungen in Dänemark um 15 % bis Ende 2025 (Basisjahr: 2020)	Neues Ziel. Folgeziel, sobald das Recyclingziel erreicht ist. Zwischenstand: Einweg-Plastikbesteck, -Strohhalme, -Tassen und -Teller bereits ausgelistet. Verstärkte Verwendung von recyceltem Kunststoff in Verpackungen.	 12.5 12.2
	<b>50 vegane/vegetarische Produkte bis Ende 2021</b>	Bis Ende 2021 soll das Angebot an veganen oder vegetarisch gekennzeichneten Produkten in Dänemark auf mindestens 50 Produkte ansteigen.	Ziel erreicht. Bis Ende 2019 wurden 68 vegan/vegetarisch gekennzeichnete Produkte zum Verkauf angeboten (2017: 14).	
	<b>Lebensmittelspendenprogramm bis Ende 2020</b>	Bis Ende 2020 müssen alle dänischen Filialen ein Lebensmittelabfallprogramm eingerichtet haben – zum Beispiel den Verkauf von „Magic Bags“ mit Lebensmitteln, die sonst entsorgt würden, über einen externen Partner oder eine Lebensmittelspende an soziale Organisationen.	Neues Ziel. 73 % unserer Filialen haben 2019 regelmäßig oder gelegentlich Lebensmittel gespendet.	 12.3 12.5
	<b>80 % weniger Lebensmittelabfälle bis Ende 2030</b>	-/-	Neues Ziel. Messung noch in der Entwicklung.	 12.3 12.5
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	<b>Verbot von Käfigeiern 2018</b>	Beendigung des Verkaufs von Käfigeiern in Dänemark 2018 – sowohl als frische Schaleneier als auch in verarbeiteten Produkten	Ziel 2019 erreicht.	
	<b>100 % zertifiziertes Holz bis Ende 2020</b>	Bis Ende 2020 Umstellung der Holz- und holzbasierten Eigenmarkenprodukte in Dänemark auf 100 % nachhaltige, zertifizierte Materialien	Projekt fortlaufend. Bis Ende 2019 wurden 94,5 % der Holz- oder holzbasierten Produkte zertifiziert.	 15.2 12.2
	<b>100 % zertifiziertes Soja für definierte Eigenmarkenprodukte bis Ende 2025</b>	Unser Ziel ist 100 % nachhaltiges Soja bis Ende 2025 – sowohl direkt als auch indirekt genutzt in unseren Eigenmarkenprodukten der Kategorien Frischfleisch, Milchprodukte einschließlich Ei, gefrorene und gekühlte fleischhaltige Produkte. In einem ersten Schritt werden wir die Menge an Soja 2020 durch den Kauf von Credits des „Runden Tisches für verantwortungsvolles Soja“ (Round Table on Responsible Soy – RTRS) kompensieren.	Neues Ziel. <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Beitritt zum dänischen Bündnis für nachhaltiges Soja 2019</li> <li>■ Zusammenarbeit mit Lieferanten, um sicherzustellen, dass keine Abholzung im Zuge des Sojaanbaus erfolgt</li> </ul>	
KLIMA & UMWELT	<b>100 % erneuerbare Energien bis Ende 2021</b>	Kauf von 100% Ökostrom bis Ende 2021	Projekt fortlaufend: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 11 Fotovoltaikanlagen</li> <li>■ 3 % Strom aus Eigenerzeugung</li> <li>■ 0 % direkt gekauft</li> </ul>	 7.2

Legende  
 Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



## ALDI FRANKREICH

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs	
KUNDE & PRODUKT	<b>100%ige Kennzeichnung aller Fleischprodukte mit ATC bis Ende 2020</b>	Ausweitung des ALDI Transparenz Code (ATC) auf alle Eigenmarkenprodukte in Frankreich, die mindestens 3 % Fleisch enthalten bis Ende 2020	Projekt fortlaufend. Im Berichtsjahr 53 % erreicht.	
	<b>100 % BEE FRIENDLY-zertifizierte Äpfel und Birnen bis Ende 2021</b>	100 % europäische BEE FRIENDLY-zertifizierte Äpfel und Birnen in den französischen Filialen bis Ende 2021	Projekt fortlaufend. 10 % (mengenmäßig) der 2019 verkauften Äpfel und 3 % der Birnen mit BEE FRIENDLY-Zertifizierung	15.5
	<b>100 Obst- und Gemüseprodukte bis Ende 2019</b>	Ausweitung der Obst- und Gemüsesortimente in französischen Filialen bis Ende 2019	Ziel erreicht. 100 Obst- und Gemüseprodukte 2018 erreicht; 105 im Berichtsjahr.	2.2
LIEFERKETTE & RESSOURCEN	<b>100 % zertifizierter Kakao bis Ende 2020</b>	Umstellung aller französischen Eigenmarkenprodukte auf zertifizierten Kakao (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance und Bio) bis Ende 2020	Projekt fortlaufend. 2019 94 % erreicht.	12.2
	<b>75 % zertifiziert nachhaltige Fisch- und Meeresfrüchteprodukte bis Ende 2019</b>	Umstellung von 75 % der französischen Eigenmarkenprodukte im Bereich Fisch- und Meeresfrüchte auf zertifiziert nachhaltige Produkte bis Ende 2019	Ziel nicht erreicht. Wir arbeiten daran, unser Ziel 2020 zu erreichen und stehen bereits bei 49 %.	12.2 14.4
	<b>Verbot von Käfigeiern ab 2020</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beendigung der Verwendung von Käfigeiern in verarbeiteten Produkten in Frankreich bis Ende 2020</li> <li>Beendigung des Verkaufs von Käfigeiern in Frankreich (frische Eier) bis Ende 2025</li> </ul>	Projekt fortlaufend.	
KLIMA & UMWELT	<b>120 Fotovoltaikanlagen bis Ende 2021</b>	Installation von 120 Fotovoltaikanlagen auf neuen Filialen in Frankreich bis Ende 2021	Projekt fortlaufend. Etwa 41 Fotovoltaikanlagen wurden bereits installiert.	7.2 8.4

Legende

Neu In Bearbeitung Ziel erreicht Fortlaufend



## ALDI NORD DEUTSCHLAND

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

KUNDE & PRODUKT

Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<b>30 % weniger Verpackungen bis Ende 2025</b> Reduzierung des Gesamtgewichts von Eigenmarken-Produktverpackungen in Deutschland um 30 % – relativ zum Umsatz – bis Ende 2025 (Basisjahr 2015)	2025 Projekt fortlaufend. 14,6 % Einsparungen an Verpackungsmaterialien Ende 2019 gegenüber 2015	12.2 12.5
<b>100 % recyclingfähige Verpackungen bis Ende 2022</b> Recyclingfähigkeit aller Eigenmarken-Produktverpackungen in Deutschland bis Ende 2022 sichergestellt	2022 Projekt fortlaufend. Nach einer ersten Erhebung sind bereits rund zwei Drittel unserer Verpackungen als recyclingfähig eingestuft.	12.2 12.5
<b>Verbot von Einwegprodukten aus Kunststoff ab Anfang 2019</b> Beendigung des Verkaufs von Einwegprodukten aus Kunststoff wie Geschirr, Becher, Trinkhalme und Wattestäbchen im Eigenmarkenbereich und Aktionsassortiment (exklusive Trinkhalme auf der Getränkeverpackung) in Deutschland ab Anfang 2019	2019 Ziel erreicht.	12.2 12.5
<b>Verbot von Mikroplastik in kosmetischen Produkten bis Ende 2022</b> Ersatz aller kosmetischen Eigenmarkenprodukte mit festem Mikroplastik oder flüssigen synthetischen Kunststoffen in Deutschland durch umweltfreundliche Alternativen bis Ende 2022	2022 Projekt fortlaufend. Seit 2014 schrittweise Eliminierung von Mikroplastik in Kosmetik- und Körperpflegeprodukten und Reinigungsmitteln; 2019: 180 Produkte ohne feste Mikroplastikstoffe oder flüssige synthetische Kunststoffe bei ALDI.	12.4 14.1 12.5
<b>Ausbau der Tierschutz-Eigenmarke Fair &amp; Gut bis Ende 2020</b> Ausweitung der Verfügbarkeit von frischen Geflügelprodukten der Tierschutz-Eigenmarke Fair & Gut bis Ende 2020	2020 Ziel erreicht. 2018 wurden sechs frische Geflügelprodukte unter der Eigenmarke Fair & Gut eingelistet. Inzwischen wurde Fair & Gut auf Frischfleisch (Schweine- und Hühnerfleisch), Aufschnitt, Eier und Milchprodukte ausgeweitet. Für die Zukunft ist eine Ausweitung auf weitere Regionen geplant, da die Artikel noch nicht in allen Regionalgesellschaften in Deutschland erhältlich sind.	
<b>Ausweitung der Tierschutz-Kennzeichnung Haltungsform</b> Ausweitung der Tierschutz-Kennzeichnung Haltungsform auf andere Produkte und Warengruppen in Deutschland	∞ Neues Ziel.	12.8
<b>Auslistung von Frischfleischprodukten mit Haltungsform 1</b> Auslistung von Frischfleischprodukten mit Haltungsform 1 und Erhöhung des Anteils von Frischfleischprodukten der Eigenmarke mit Haltungsform 2, 3 oder 4	∞ Projekt fortlaufend. Die meisten unserer Produkte sind derzeit mit Haltungsform 1 und 2 gekennzeichnet. Mit der Fortsetzung des Engagements in der Initiative Tierwohl wird die Haltungsform 2 Mitte 2021 deutlich erhöht.	
<b>Ausweitung des ATC bis Ende 2019</b> Einführung des ALDI Transparenz Codes (ATC) für Eigenmarkenartikel in mindestens einer weiteren Warengruppe sowie Steigerung der Anzahl von Fisch- und fischhaltigen Artikeln mit ATC bis Ende 2019 in Deutschland	2019 Ziel erreicht. Einführung in der Warengruppe Textil; Anzahl der Fischprodukte und fischhaltigen Produkte mit ATC Ende 2019: 190 Fischartikel, davon 112 Artikel mit ATC, entspricht 59 % ATC-Abdeckung.	

Legende

- Neu
- In Bearbeitung
- Ziel erreicht
- Fortlaufend



**ALDI NORD DEUTSCHLAND**

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<b>Verzicht auf Kükentöten bei Schaleneiern bis Ende 2022</b>	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	2022 Neues Ziel. Seit 2017 bereits Angebot von Eiern aus sogenannten Bruderhahn-Projekt unter der Eigenmarke Henne & Hahn.	
<b>50 % zertifiziert nachhaltiger Kaffee bis Ende 2020</b>	Übergang zu zertifiziert nachhaltigem Kaffee (UTZ/Rainforest Alliance, Fairtrade, Bio) für definierte Eigenmarkenprodukte in Deutschland bis Ende 2020	2020 Projekt fortlaufend. Im Jahr 2019 47 % erreicht.	12.2
<b>Erhöhung der Eigennutzungsquote für die selbsterzeugte Energie</b>	Erhöhung der Eigennutzungsquote der selbstgewonnenen Energie in Deutschland durch Fotovoltaikanlagen in Filialen durch Kombination mit Kälte-Wärme-Verbundanlagen-Konzepten und einer bedarfsgerechten Ausrichtung der Fotovoltaikanlagen	∞ Projekt fortlaufend. Eigennutzungsquote für 2019 beträgt 69,9 % (2018: 69,6 %).	7.2 7.3
<b>100%ige Verwendung von Propan als Kältemittel</b>	Schrittweise Umstellung aller steckerfertigen Kühl- und Tiefkühltruhen in Deutschland auf das Kältemittel Propan (R290) mit sehr niedrigem Treibhauspotenzial (Global Warming Potential – GWP)	Ziel erreicht.	12.4

**ALDI NIEDERLANDE**

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

KUNDE & PRODUKT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<b>20 % weniger Kunststoffverpackungen bis Ende 2025</b>	Reduzierung des Gesamtgewichts von Kunststoffverpackungen für Eigenmarkenprodukte in den Niederlanden um 20 % bis Ende 2025 (Basisjahr 2017)	2025 Projekt fortlaufend. Seit 2019 haben wir keine Teller, Tassen oder Wattestäbchen aus Einwegplastik mehr verkauft.	12.2 12.5
<b>100 % recycelbare Kunststoffverpackungen bis Ende 2025</b>	100 % recycelbare Eigenmarken-Produktverpackungen in den Niederlanden bis Ende 2025	2025 Projekt fortlaufend. Wir haben zusammen mit Lieferanten begonnen, die Recyclingfähigkeit zu verbessern.	12.2 12.5
<b>35 % recycelter Kunststoff in Verpackungen bis Ende 2025</b>	Einsatz von 35 % recycelten Kunststoff für Kunststoffverpackungen unserer Eigenmarken bis 2025 in den Niederlanden	2025 Projekt fortlaufend. Zunahme von Produktverpackungen mit recyceltem Bestandteil; weitere Projekte in Vorbereitung.	12.2 12.5
<b>Alternative Taschenkonzepte bis Ende 2020</b>	Alle Filialen, die unverpacktes Obst und Gemüse verkaufen, sollen bis Ende 2020 Knotenbeutel für Obst und Gemüse auf biologischer Basis und einen Mehrwegbeutel anbieten.	2020 Projekt fortlaufend. Interne Vorbereitungen sind initiiert.	12.2 12.5

Legende

- Neu
- In Bearbeitung
- Ziel erreicht
- Fortlaufend



ALDI NIEDERLANDE

KUNDE & PRODUKT

KLIMA & UMWELT

MITARBEITER & GESELLSCHAFT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs	
KUNDE & PRODUKT	<b>Reduzierung von Salz- und Zuckergehalt</b>	Stärkere Bemühungen den Salz- und Zuckergehalt in weiteren Eigenmarkenprodukten zu reduzieren	Projekt fortlaufend. 2019 haben wir uns darauf konzentriert, den Salzgehalt in getrockneten herzhaften Snacks, Frischfleischprodukten und herzhaften Brötchen sowie den Salz- und Fettgehalt in Fertiggerichten zu reduzieren	2.2
	<b>100 % PlanetProof ausgezeichnetes niederländisches Obst und Gemüse bis Ende 2019</b>	Kennzeichnung aller in den Niederlanden angebauten Obst- und Gemüseprodukte mit dem Gütesiegel PlanetProof bis Ende 2019	Ziel nicht erreicht. Wir arbeiten daran, unsere Ziele 2020 zu erreichen und haben bis Ende 2019 80 % erreicht. Im Laufe des Jahres haben wir immer mehr PlanetProof Obst und Gemüse wie Äpfel, Birnen, Pilze und Tomaten hinzugefügt.	12.8 12.2
	<b>Kein Kindermarketing für ungesunde Produkte bis Ende 2020</b>	Kein Kindermarketing für ungesunde Produkte in den Niederlanden bis Ende 2020	Projekt fortlaufend. Category Manager informiert und Verpackungsdesign für Kindermarketing geändert.	
	<b>100 % Beter Leven-Kennzeichnung von tierischen Produkten</b>	Umstellung von Produkten in den Niederlanden, die Rohstoffe tierischen Ursprungs oder verarbeitete tierische Rohstoffe enthalten, auf das Anforderungsniveau einen Stern vom Gütesiegel Beter Leven (Mindeststandard)	Projekt fortlaufend. 2019 haben wir unser Angebot an Fleischprodukten mit dem Beter Leven-Siegel erweitert.	12.8
	<b>100 % Huhn nach ALDI Kip Tierwohlkriterien oder Kriterien des Gütesiegels Beter Leven 2019</b>	Im Jahr 2019 stammen alle frischen Hühner- und Hühnerfleischprodukte (außer Halal) in den Niederlanden von Hühnern, die nach den ALDI Kip Tierwohlkriterien oder nach Kriterien von Beter Leven gezüchtet wurden	Ziel erreicht (alle bis auf ein Produkt).	
	<b>Ausweitung von Fleischprodukten mit ATC</b>	Ausweitung des ALDI Transparenz Codes (ATC) in den Niederlanden für Eigenmarkenprodukte im Bereich Aufschnitt	Projekt fortlaufend. 2019 haben wir begonnen, gemeinsam mit Lieferanten daran zu arbeiten, den ALDI Transparenz Code auf Aufschnitt auszuweiten. 2020 erwarten wir die ersten Produkte mit ATC.	
KLIMA & UMWELT	<b>Sammelstelle für Batterien, Lampen und kleine Elektrogeräte bis Ende 2019</b>	Alle niederländischen Filialen sollen bis Ende 2019 über eine Recycling-Sammelstelle („inzamelmeubel“) für Batterien und kleine Elektrogeräte verfügen	Ziel erreicht.	12.5
	<b>Einführung eines Energiemanagementsystems bis Ende 2018</b>	Landesweite ISO 50001-Zertifizierung bis Ende 2018	Bis auf Weiteres vertagt.	7.3 8.4
MITARBEITER & GESELLSCHAFT	<b>Förderung des Gesundheitsbewusstseins</b>	Fortsetzung und Ausweitung der Bemühungen in den Niederlanden zur Förderung des Gesundheitsbewusstseins bei Kunden und Mitarbeitern	Projekt fortlaufend. Schwerpunkt 2019 war die Förderung gesunder Ernährung von Kindern – beispielsweise durch die Zusammenarbeit mit einer Schulklasse und durch Brotspenden für die Nationaal School Ontbijt-Week.	3.4

Legende  
 Neu  
 In Bearbeitung  
 Ziel erreicht  
 Fortlaufend



## ALDI POLEN

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

LIEFERKETTE & RESSOURCEN  
KUNDE & PRODUKT  
MITARBEITER & GESELLSCHAFT

Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<b>Verpackungsstrategie bis Ende 2020</b> Veröffentlichung der polnischen Nationalen Verpackungsstrategie bis Ende 2020	2020 In Vorbereitung.	 12.2 12.5
<b>Lebensmittelspenden in allen Filialen bis Ende 2020</b> 100 % der polnischen Filialen sollen bis Ende 2020 nicht mehr verkaufs-, aber noch verzehrfähige Lebensmittel an karitative Einrichtungen spenden.	2020 Projekt fortlaufend. Anteil der Filialen 2019: 41 %.	  2.1 12.3
<b>Nationale Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2020</b> Veröffentlichung der polnischen Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2020	2020 In Vorbereitung.	
<b>Schulungsprogramm für Führungskräfte 2019</b> Entwicklung eines Schulungsprogramms zur Kompetenzsteigerung der Führungskräfte in Polen 2019	2019 Ziel erreicht. <ul style="list-style-type: none"> <li>Einrichtung der ALDI Akademie für alle ALDI Mitarbeiter im Jahr 2019</li> <li>Schulungsprogramm zur Erhöhung der Kompetenz (interne und externe Ausbildungsanbieter)</li> <li>Schulungsprogramm zur Erhöhung der Kompetenz (interne und externe Ausbildungsanbieter)</li> </ul> Schwerpunkt 2020 sind Schulungen in Filialen – 100 % der Filialverantwortlichen, mindestens 50 % der stellvertretenden Filialverantwortlichen, mindestens 30 bis 50 % der Mitarbeiter (Filialen)	 4.4



## ALDI PORTUGAL

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

LIEFERKETTE & RESSOURCEN  
KUNDE & PRODUKT

Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<b>MSC-Zertifizierung für Stockfisch bis Ende 2018</b> Umstellung auf MSC-Zertifizierung für alle Stockfischprodukte (Kabeljau) in Portugal bis Ende 2018	Ziel erreicht.	12.2 14.4
<b>Lebensmittelspenden in allen Filialen bis Ende 2018</b> Spenden von Lebensmittel in Portugal, die nicht mehr verkaufs-, aber noch verzehrfähig sind; Lebensmittelverschwendung bis Ende 2018 bekämpfen	Ziel erreicht.	12.3
<b>Verbot von Käfigeiern ab 2020</b> Verkauf von (frischen) Käfigeiern in Portugal bis Ende 2020 beenden	Ziel erreicht: Seit Januar 2020 verkaufen wir keine (frischen) Käfigeier mehr.	

## ALDI SPANIEN

Fortschritte bei den nationalen Zielen 2019

KUNDE & PRODUKT

Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
<b>100 % recycelbare, kompostierbare oder wiederverwendbare Verpackungen bis Ende 2025</b> 100 % unserer Eigenmarken-Produktverpackungen in Spanien sollen bis Ende 2025 recycelbar sein.	Neues Ziel. Für 2019 sind bereits einige Maßnahmen entwickelt worden: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kontinuierliche Verpackungsoptimierung in mehreren Warengruppen</li> <li>■ Abbildung von Trennhinweisen und Recyclingcodes (Plastik) auf Verpackungen 2019</li> </ul>	12.5 12.2
<b>20 % weniger Kunststoff in Verpackungen und Produkten bis 2025</b> 20%ige Reduzierung des Gesamtgewichts von Kunststoffverpackungen für Eigenmarkenprodukte und in Produkten in Spanien bis Ende 2025 (Basisjahr 2019)	Neues Ziel. Für 2019 sind bereits einige Maßnahmen entwickelt worden: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kontinuierliche Verpackungsoptimierung in mehreren Warengruppen</li> <li>■ Verbot von Einweg-Kunststoffprodukten</li> <li>■ Weitere lose Produkte</li> <li>■ Neue Nachfüllprodukte</li> </ul>	12.5 12.2

Legende

- Neu
- In Bearbeitung
- Ziel erreicht
- Fortlaufend





ALDI SPANIEN

KUNDE & PRODUKT

LIEFERKETTE & RESSOURCEN

KLIMA & UMWELT

	Beschreibung des Ziels & Umfang	Status 2019 & nächste Schritte	SDGs
Förderung von wiederverwendbaren Taschen	Förderung von wiederverwendbaren Taschen	<p>Neues Ziel. Für 2019 sind bereits einige Maßnahmen entwickelt worden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ersatz von Materialien in bestehenden Tragetaschen (100 % recycelt, min. Stärke 50 µm)</li> <li>Erweiterung der Sortimente für wiederverwendbare Beutel: Baumwollbeutel</li> </ul>	<p>12.5 12.2</p>
Kennzeichnung aller gluten- und laktosefreien Produkte bis Ende 2018	Kennzeichnung aller gluten- und laktosefreien Produkte in Spanien auf Grundlage anerkannter Zertifizierungsanbieter (ELS oder Adilac) bis Ende 2018	<p>Ziel teilweise erreicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2019 trugen 81 Produkte die Adilac-Zertifizierung (49 % der Gesamtmenge) und 58 Produkte die ELS-Zertifizierung (88 % der Gesamtmenge).</li> </ul>	<p>2.2</p>
Nationale Tierwohl-Einkaufspolitik bis Ende 2018	Vorbereitung und Veröffentlichung der Nationalen Tierwohl-Einkaufspolitik für Spanien bis Ende 2018	<p>Ziel teilweise erreicht. Weitere Schritte für 2020 geplant. Vorgezogene Maßnahmen bis Ende 2019 für höhere Sichtbarkeit beim Kunden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>34 Produkte mit Welfair™-Zertifizierung (frisches Hühnerfleisch, Eier (außer Bio) und Milch)</li> <li>Frischmilch mit Weidefütterung- und Welfair™-Zertifizierung</li> <li>59 Fischprodukte mit Zertifizierung (MSC, ASC, BIO)</li> </ul>	
Verbot von Käfigeiern ab 2020	Ende des Verkaufs von Eiern aus Käfighaltung (frische Eier) in Spanien bis Ende 2020	<p>Ziel 2018 erreicht.</p>	
Reduzierung der Treibhausgasemissionen (CO <sub>2</sub> e) um 50 % bis Ende 2021	Reduzierung der spanischen Treibhausgasemissionen (in CO <sub>2</sub> e) bis Ende 2021 um 50 % durch die Umsetzung verschiedener Maßnahmen: unter anderem Ökostrom, LED-Beleuchtungssysteme, Solaranlagen	<p>Ziel erreicht. Seit 2018 bezieht ALDI Spanien 100 % Ökostrom (Filialen, Logistikzentren und Büros). Wir haben Solaranlagen und LED-Beleuchtungssysteme in Filialen und Logistikzentren installiert und die Einführung eines Energiemanagementsystems fortgesetzt.</p>	<p>7.2 7.3</p>

Legende

- Neu
- In Bearbeitung
- Ziel erreicht
- Fortlaufend



# IMPRESSUM & KONTAKT

## HERAUSGEBERIN

**ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG**

Eckenbergstraße 16A  
45307 Essen

## VERANTWORTLICH

**Rolf Buyle**

Geschäftsführer International Buying  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## PROJEKTMANAGEMENT

**Dr. Nora Verfürth**

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

**Judith Hochköppler**

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

**Daria Kurczyk**

Specialist Corporate Responsibility Quality  
Assurance (CRQA) International  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## KONTAKT GRI 102-53

[cr-reporting@aldi-nord.de](mailto:cr-reporting@aldi-nord.de)

## KONZEPT/REDAKTION/GESTALTUNG

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

## REDAKTIONSSCHLUSS

31. März 2020

## Haftungsausschluss

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