



Pressemitteilung

ALDI erklärt Umstieg auf Haltungsformen 3 und 4

Essen/Mülheim a. d. Ruhr (25.06.2021) ALDI steht für nachhaltiges Einkaufen zum ALDI Preis – und das für alle. ALDI geht jetzt den nächsten großen Schritt und stellt sein Frischfleisch-Sortiment bis 2030 konsequent auf die höheren Tierwohl-Haltungsformen 3 und 4 um.

„Wir geben heute ein großes Versprechen ab“, sagt Erik Döbele, Managing Director Corporate Buying bei ALDI SÜD zusammen mit seinem Kollegen Tobias Heinbockel, Managing Director Category Management bei ALDI Nord. Gemeinsam sind sie dafür verantwortlich, in den kommenden Jahren das Tierwohl bei ALDI in einem nie dagewesenen Schritt zu verbessern. „So schwer es auch wird, wir glauben daran, das Richtige zu tun: für Tierwohl, für nachhaltiges Wirtschaften, für unsere Kunden und aus Überzeugung.“

„Der Kunde ist bereit“

Laut dem [Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft \(BÖLW\)](#) haben sich die Deutschen in 2020 deutlich häufiger für Bio-Fleisch entschieden als im Vorjahr. „Der steigende Umsatz mit nachhaltig erzeugter Ware zeigt, dass unsere Kunden bereit sind für einen Bewusstseinswandel“, sagt Tobias Heinbockel. „ALDI tritt den Beweis an, dass ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und Nachhaltigkeit sich keineswegs ausschließen. Das haben wir in den vergangenen Jahren immer wieder bewiesen und wir gehen nun noch einen entscheidenden Schritt weiter.“

Der konkrete Plan

ALDI wird als erster großer Lebensmittelhändler Frischfleisch aus Außenklima- und Bio-Haltung (Haltungsformen 3 & 4) für alle seine Kunden zu einer Selbstverständlichkeit machen. Die folgenden Schritte umfassen die größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute, ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlartikel:

- Schon in diesem Jahr: 15 Prozent des Frischfleisch-Umsatzes* aus den Haltungsformen 3 und 4.
- Bis 2025: Vollständiger Verzicht auf Haltungsform 1
- Bis 2026: 33 Prozent aus den Haltungsformen 3 und 4*
- Bis 2030 stellt ALDI bei diesen Tierarten vollständig auf Frischfleisch der Haltungsformen 3 und 4 um.

*bezogen auf den Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord und ALDI SÜD) in Deutschland

ALDI Einkauf SE & Co. oHG,

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

ALDI SÜD Dienstleistungen-GmbH & Co. oHG,

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



Der Markt ist global und komplex

„Wir werden oft gefragt: Warum schafft ihr konventionelles Frischfleisch nicht einfach sofort ab? Ihr seid doch so ein großer Laden. Doch so einfach ist es nicht“, sagt Erik Döbele. Der Fleischmarkt ist ein globales Geschäft mit vielen komplexen Strukturen und Parteien, die sich nicht von heute auf morgen ändern können. Rund 90 Prozent der deutschen Landwirte produzieren heute auf konventionelle Art und Weise.

Für Tier und Mensch

„Das ALDI Tierwohlversprechen hat eine Tragweite, der wir uns bewusst sind“, sagt Erik Döbele. „Mehr Tierwohl in der Breite bedeutet hohe Investitionen für Landwirte und die Umstellung eines Marktes, der die letzten Jahrzehnte nur eine Richtung kannte: Mehr Quantität. Trotz der Komplexität verstehen wir es als unsere Aufgabe, hoffentlich eine gesellschaftliche Veränderung zu mehr Tierwohl zu initiieren – darum auch unsere zentrale Botschaft #haltungswechsel. Für einen deutlichen Ausbau von Außenklima- und Bio-Haltung braucht es verlässliche Perspektiven und Abnahmemengen für Erzeuger und Verarbeiter.“

ALDI Nord und ALDI SÜD geben Landwirten mit dieser Entscheidung ein wichtiges Signal: Die Discounter verstehen sich ausdrücklich als Partner in der Wertschöpfungskette. „Wir geben Landwirten und Verarbeitern über Jahre hinaus Planungssicherheit und schaffen einen starken, langfristig verlässlichen Absatzkanal für Tierwohl-Haltungsformen deutscher Landwirte. Gleichzeitig möchten wir an Politik, Handel und Industrie appellieren, gemeinsam mit uns an einem der bedeutsamsten Transformationsprojekte – der Zukunftssicherung der deutschen Landwirtschaft – mitzuarbeiten“ sagt Tobias Heinbockel. „Wir hoffen, dass unsere Mitbewerber hier schnell mit ähnlichen Plänen nachziehen.“

Weitere Informationen finden Sie unter: aldi-nord.de/haltungswechsel / aldi-sued.de/haltungswechsel. Gerne stellen wir Ihnen Videomaterial zur Verfügung (0-Töne von Erik Döbele und Tobias Heinbockel sowie Schnittbilder aus der ALDI Filiale).

#haltungswechsel

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI Nord: Christian Salmen, presse@aldi-nord.de

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Lina Binder, 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