



Da bin ich mir sicher.

# Unsere Ziele



## 2. Unsere Ziele auf einen Blick



### SALZ- & ZUCKERREDUKTION



ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Definition und Umsetzung von Zucker-Grenzwerten für die Warengruppen Frühstückscerealien, Erfrischungsgetränke, gesüßte Milchprodukte bis 2026.	■ □ □	2026
Definition und Umsetzung von Salz-Grenzwerten für die Warengruppen Tiefkühl-Fertiggerichte, Wurstwaren, verpackte Backwaren bis 2026.	■ □ □	2026

### ERNÄHRUNG FÜR GESUNDE DARMFLORA



ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Bis Ende 2024 wird überprüft, inwiefern das Eigenmarken Sortiment um fermentierte und ballaststoffreiche Produkte erweitert wird.	■ □ □	2024
Die Ballaststoffgehalte relevanter Produkte werden kontinuierlich gescreent und Rezepturoptimierungen hinsichtlich möglicher Erhöhung durchgeführt.	∞	fortlaufend

### UNSERE REZEPTUREN



ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Wir arbeiten an der Entwicklung und Umsetzung von Rezeptur-Leitlinien für pflanzenbasierte Alternativen.	■ □ □	2026
Wir arbeiten an der Entwicklung und Umsetzung von Rezeptur-Leitlinien für Tiefkühl-Fertiggerichte.	■ □ □	2026
Wir arbeiten an der Entwicklung und Umsetzung von Rezeptur-Leitlinien für Kinderlebensmittel.	■ □ □	2026

### NÄHRWERTKENNZEICHNUNG



ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Einen Beitrag zur einheitlichen Nachhaltigkeitskennzeichnung auf EU-Ebene zu leisten.	∞	fortlaufend



## 2. Unsere Ziele auf einen Blick



### LEBENSMITTEL FÜR KINDER



ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Für Produkte, die sich aufgrund ihrer Optik oder Verpackung an Kinder richten werden, werden wir sowohl die Verpackungsdesigns als auch die Nährwerte, orientiert an den WHO-Richtlinien bzw. anderer wissenschaftlicher Ernährungsempfehlungen, überprüfen und entsprechend anpassen.* <small>* Ausgenommen davon sind Aktionswaren an Ostern, Weihnachten und Halloween</small>	■ □ □	2026
Wir setzen uns aktiv für eine bewusste Ernährung ein und fördern gesundheitsbewusstes und nachhaltiges Marketing gegenüber Kindern. Das bedeutet konkret, dass wir uns bei Werbeaktivitäten im Fernsehen, Radio, auf Social Media und dem Flugblatt der Bewerbung einer ausgewogenen Ernährung gegenüber Kindern verpflichten.* <small>* Ausgenommen davon sind Aktionswaren an Ostern, Weihnachten und Halloween</small>	∞	fortlaufend

### PFLANZENBASIERTE LEBENSMITTEL



ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Unser Ziel ist es, unser Angebot an pflanzenbasierten Artikeln bis 2025 auf 800 vegane Produktsorten zu erweitern.	■ ■ □	2025
Bis Ende 2023 werden wir für pflanzliche Alternativen Rezeptur-Leitlinien erstellen, die Anforderungen für Nährwertprofile, Zutaten und Zusatzstoffe beinhalten. Diese Anforderungen wollen wir bis Ende 2026 umsetzen.	■ □ □	2026
Bis 2024 werden wir die neue Eigenmarke „MyVay“ für pflanzliche Alternativprodukte etablieren, um die Transparenz für unsere Kundinnen und Kunden weiter zu erhöhen.	■ ■ □	2024

### BIO-LEBENSMITTEL



ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Wir wollen eine kontinuierliche Ausweitung unseres BIO-Sortiments, um somit einen Beitrag zur Ausweitung der ökologischen Landwirtschaft zu leisten.	∞	fortlaufend