

Ausgerechnet Discounter: ALDI SÜD optimiert Zucker- und Salzgehalte und stellt mehr pflanzliche Lebensmittel ins Regal

Mülheim an der Ruhr (15.09.2025) ALDI SÜD setzt den #Ernährungswechsel konsequent fort und veröffentlicht zum dritten Mal seinen Ernährungsreport. Dabei macht das Unternehmen die Fortschritte bei seinem Einsatz für eine ausgewogene und nachhaltigere Ernährung transparent: Mit gezielten Maßnahmen konnte ALDI SÜD die Zucker- und Salzgehalte in zahlreichen Produkten optimieren, das Sortiment an pflanzenbasierten Lebensmitteln ausbauen und noch mehr Transparenz für Verbraucher:innen schaffen.

ALDI SÜD baut seinen Anteil an pflanzenbasierten Produkten aus und führt schon jetzt über das Jahr verteilt mehr als 1.400 vegan gekennzeichnete Produkte¹ und somit mehr als doppelt so viele wie noch 2021. Um seinen Kund:innen die Fortschritte beim Ausbau des pflanzlichen Sortiments transparent aufzuzeigen, veröffentlicht der Discounter den pflanzenbasierten Anteil seines Food-Sortiments — in diesem Jahr auf Basis der erweiterten [Berechnungsmethode des WWF](#). Der pflanzenbasierte Anteil liegt bei 56,4 Prozent, der tierbasierte Anteil bei 43,6 Prozent². Zudem unterstützt ALDI SÜD den Vorschlag, pflanzliche Alternativprodukte zukünftig mit dem ermäßigten Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent zu besteuern. Für die schrittweise Umsetzung der Planetary Health Diet im Sortiment spielt auch die Versorgung mit pflanzlichen Proteinquellen eine wichtige Rolle. Daher plant das Unternehmen die Verabschiedung eines Proteinziels, idealerweise im Gleichschritt mit allen deutschen Lebensmitteleinzelhändlern. „ALDI SÜD wird seinem großen Einfluss auf die Ernährung seiner Kundschaft gerecht, indem der Lebensmitteleinzelhändler den pflanzlichen Anteil seines Sortiments offenlegt und eine einheitliche Messung nach der WWF-Methode fördert“, erklärt Dirk Liebenberg, Head of Corporate Engagement ProVeg. „Dieser Schritt gibt der gesamten Branche einen wichtigen Anstoß für mehr Transparenz und Zusammenarbeit, um den Verbraucher:innen eine pflanzenbetontere Ernährung zu erleichtern. Entscheidend ist nun, dass die Branche ihre Ziele und Maßnahmen hierfür ambitioniert ausgestaltet. Denn mit Ambition wird aus einem Anstoß der Branchenstandard.“

Weniger Zucker und Salz, mehr Transparenz für alle

ALDI SÜD prüft und optimiert kontinuierlich die Rezepturen seiner Eigenmarkenprodukte — z.B. im Bereich Zucker und Salz. So wurden u.a. die Rezepturen im Cerealien- und TK-Pizza-Sortiment überarbeitet: Im Vergleich zum Jahr 2014 konnten beim Cerealien-

¹ Gezählt wurden mit dem V-Label vegan oder der Veganblume gekennzeichnete Food- und Kosmetik-Produktsorten (Standard-, Aktions- und Saisonware) über das Jahr 2024 bei ALDI SÜD.

² Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzen- und tierbasierter Food-Marken- und Eigenmarkenprodukte im Standard-, Saison und Aktionsortiment für das Geschäftsjahr 2024; berechnet nach WWF Methodik.

Sortiment 400 Tonnen Zucker reduziert werden. Das entspricht rund 17 LKW-Ladungen mit jeweils 25 Tonnen³. Auch das TK-Pizza-Sortiment wurde überarbeitet: Hier konnten im Vergleich zu 2014 insgesamt 21,8 Tonnen Salz eingespart werden, ein Gewicht von etwa 11 durchschnittlichen PKW⁴. ALDI SÜD schafft mithilfe des Nutri-Scores zudem mehr Transparenz für Verbraucher:innen: Inzwischen sind alle ALDI SÜD Eigenmarken⁵ mit dem Nutri-Score gekennzeichnet.

Bewusste Ernährung einfach machen

ALDI SÜD möchte es seinen Kund:innen leicht machen, sich ausgewogen und nachhaltiger zu ernähren. Dr. Julia Adou, Director Sustainability bei ALDI SÜD, erklärt: „Bewusste Ernährung ist ein wichtiger Hebel für mehr Nachhaltigkeit und die eigene Gesundheit – als Grundversorger stellen wir uns dieser Verantwortung. Der Ernährungsreport zeigt, wie wir diese mit klar definierten Maßnahmen und einer breiten Sortimentsauswahl für alle zugänglich machen.“ Im Ernährungsreport finden Kund:innen neben konkreten Maßnahmen von ALDI SÜD auch praktische Alltagstipps für einen bewussten Einkauf und eine ausgewogene Ernährung.

Weitere Informationen finden Sie im ALDI SÜD Ernährungsreport: [Ernährungsreport – Aktiv für bewusste Ernährung | ALDI SÜD](#)

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Sarah Gaspers, presse@aldi-sued.de

Pressematerial: aldi-sued.de/presse

ALDI – Gutes für alle. Seit mehr als 110 Jahren steht der Name ALDI für **Qualität zum Original ALDI Preis**. Der Discounter ALDI SÜD betreibt rund 2.000 Filialen in Süd- und Westdeutschland und ist Arbeitgeber von ca. 50.000 Mitarbeiter:innen. Der wirtschaftliche Erfolg beruht auf einem ausgewählten Sortiment, das zu 90 Prozent aus exklusiven ALDI Eigenmarken wie z.B. NUR NUR NATUR, MILSANI, BIO oder MYVAY besteht. Nachhaltigkeit ist ein Grundpfeiler des unternehmerischen Handelns, was Initiativen wie der **#Haltungswechsel** für mehr Tierwohl und der **#Ernährungswechsel**, der eine bewusste Ernährung für alle leistbar macht, immer wieder aufzeigen. Darüber hinaus ist ALDI SÜD **Bio-Händler Nr.1** in seinem Verkaufsgebiet und führt über das Jahr verteilt mehr als 1.000 Bio-Produkte. ALDI belegt den ersten Platz im BrandIndex **Preis-Leistungs-Ranking 2025** von YouGov und Handelsblatt, das 32 Produkt-Kategorien in den Bereichen Lebensmittel, FMCG und Technologie bewertet.

³ Verglichen wurden alle Cerealienprodukte unseres Eigenmarken-Standardsortiments in den Jahren 2014 und 2024. Für alle vergleichbaren Produkte wurde die Differenz der Zuckergehalte ermittelt und die eingesparte Mengen Zucker basierend auf der Absatzmenge 2024 hochgerechnet.

⁴ Verglichen wurden alle TK Pizzaprodukte unseres Eigenmarken-Standardsortiments in den Jahren 2014 und 2024. Für alle vergleichbaren Produkte wurde die Differenz der Salzgehalte ermittelt und die eingesparte Mengen Salz basierend auf der Absatzmenge 2024 hochgerechnet.

⁵ Bei neu registrierten Eigenmarken gilt eine Umsetzungsfrist von 2 Jahren.