

# ALDI SÜD GRUPPE

## DATEN UND FAKTEN.

Rund **2.000** Filialen

Mehr als **50.000** Mitarbeiter:innen (inkl. 2.800 Auszubildende)



ALDI SÜD ist in Deutschland als **GLEICHORDNUNGSKONZERN** organisiert; bestehend aus eigenständig operierenden Regionalgesellschaften.

### NATIONALE SERVICEGESELLSCHAFT

mit Sitz in Mülheim a. d. Ruhr.

Familiär mit Unternehmensgruppe **ALDI Nord** verbunden.

### DIE 24 REGIONALGESELLSCHAFTEN

sind in einem geografisch klar definierten Gebiet für jeweils ca. 50 bis 100 Filialen verantwortlich.

ALDI SÜD ist derzeit mit rund **7.000** Filialen in elf Ländern vertreten.

### ALDI SÜD international

LAND	FILIALEN
Deutschland	>2.000
Österreich	540
Schweiz	220
Slowenien	90
Ungarn	150
USA	2.150
UK	960
Irland	150
Australien	580
Italien	140
China	22

### 1913

Gründung des Familienunternehmens in Essen durch Karl Albrecht (Handel mit Backwaren)

### 1961

Gründung der beiden Unternehmensgruppen ALDI SÜD und ALDI Nord durch Karl und Theo Albrecht

### 2024

Die Unternehmensgruppe ALDI SÜD ist derzeit mit rund 7.000 Filialen in elf Ländern vertreten.

# UNSERE ALDI EIGENMARKEN

MACHEN 90% UNSERES SORTIMENTS AUS.



# DAS SORTIMENT VON ALDI SÜD



Das Sortiment von ALDI SÜD umfasst aktuell etwa 1.800 STANDARDARTIKEL.



Dazu kommen im Jahr 2024 insgesamt etwa 700 SAISONARTIKEL.



Und das alles in GUTER QUALITÄT zum BESTEN ALDI SÜD Preis.



ALDI SÜD ist BIO-HÄNDLER NUMMER EINS in unserem Vertriebsgebiet.\*

\* Quelle: NielsenIQ Homescan, Food Bio inkl. Frische Bio O&G, MAT September 2023, Absatz Pack, LEH+DM im Aldi Süd-Vertriebsgebiet Deutschland.

## NUR NUR NATUR

Mit **NUR NUR NATUR** bieten wir das Beste, was die Natur zu bieten hat – und das trotzdem zum

**GEWOHNT GÜNSTIGEN ORIGINAL ALDI PREIS.**



**Nur Nur NATUR**

Seit Juni 2023 haben wir eine neue Bio-Eigenmarke im Sortiment: **NUR NUR NATUR.**

**NUR NUR NATUR** ist die neue ALDI SÜD Eigenmarke, die auf höchste Bio-Standards und maximalen Geschmack setzt.

- NUR NUR Meer- und Steinsalz
- NIE NIE Nitritpökelsalz in Wurst
- NUR NUR nicht-raffinierte Öle
- NUR NUR nicht homogenisierte Milch

# NACHHALTIGKEIT BEI ALDI SÜD.

## UNSERE NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE



### UNSERE ZIELSETZUNGEN:

Bewusste und nachhaltige Ernährung für jeden leistbar machen.

Das Angebot an Bio-Produkten stetig vergrößern.

Mehr Engagement für Tierwohl und #HALTUNGSWECHSEL zeigen.

Umwelt und Klima schützen und bewahren.

Reduzierung unserer betriebsbedingten Treibhausgasemissionen\* um **-50%\*\***

\* Scope 1, Scope 2 und anteilig Scope 3, nach dem Greenhouse Gas Protocol.  
\*\* Stand 2022. Im Vgl. zum Basisjahr 2016.

Seit 2017 nutzen wir nur **Grünstrom** für unsere Filialen und Logistikzentren

Ausgenommen sind Standorte, bei denen wir keinen Einfluss auf den Strombezug haben.

Erhalt des Gütesiegels „Green Brands“  
Für Engagement zu Klima, Umwelt, Natur, Artenvielfalt und Ressourcen



Mehr als 1.360 ALDI SÜD Filialen mit eigener **Fotovoltaikanlage**

Spendenaktion „Gut für hier. Gut fürs Wir“:  
Über **4,5 Mio. EUR** für lokale Vereine

**Unbefristete Verträge** für ca. 97% der Mitarbeiter:innen (Mai 2023)

**Lebensmittelspenden** an lokale Tafeln durch nahezu alle Filialen

**50% Frischfleisch** aus HF 3 & 4\*

\* Bezogen auf den Umsatz bei ALDI SÜD in Deutschland mit a) Frischfleisch der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlartikel; mit b) Trinkmilch der Eigenmarken; ausgenommen sind Markenartikel bzw. mit c) unseren Eigenmarken aus den Bereichen gekühlte Fleisch-, Wurst- und Schinkenwaren sowie Frikadellen der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen sind internationale Spezialitäten sowie Convenience- und Fertiggerichte.

**100% der Trinkmilch** aus HF 3 & 4\* & aus dt. Herkunft\*\*

\* Bezogen auf Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord & ALDI SÜD) in Deutschland mit Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel.

\*\* Betrifft Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel und internationale Spezialitäten.