



Gutes für alle.



ALDI SÜD

ERNÄHRUNGSREPORT

#ERNÄHRUNGSWECHSEL

STAND MÄRZ 2023

INHALT

1.	EINLEITUNG	3
2.	GUT FÜR DICH: GESUNDHEITSBEWUSSTE ERNÄHRUNG	6
2.1	SALZ- / ZUCKERREDUKTION	6
2.2	FETTE UND ÖLE	9
2.3	ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE DARMFLORA	11
2.4	UNSERE REZEPTUREN	13
2.5	NUTRI-SCORE	16
2.6	LEBENSMITTEL FÜR KINDER	18
3.	GUT FÜR ALLE: UMWELT- UND SOZIALBEWUSSTE ERNÄHRUNG	20
3.1	PFLANZENBASIERTE PRODUKTE	20
3.2	BIO	23
3.3	HEIMISCHE LANDWIRTSCHAFT	25
3.4	FAIRTRADE	28
3.5	ERNÄHRUNGSBILDUNG	30
3.6	FOOD-WASTE-REDUKTION	32
4.	EXPERT:INNENGREMIUM ERNÄHRUNG	35
5.	UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK	36
6.	QUELLEN UND VERLINKUNGEN	39
	IMPRESSUM	41



1. EINLEITUNG

#ERNÄHRUNGSWECHSEL - ALDI SÜD MACHT GUTES ESSEN FÜR ALLE EINFACHER

Nachhaltigkeit ist fest in unserer Unternehmensstrategie verankert. Dabei verfolgen wir das übergeordnete Ziel: **Wir machen nachhaltiges Einkaufen für alle leistbar.** Gutes für alle bedeutet auch eine bewusste Ernährung für alle.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, in all unseren Unternehmensbereichen Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit umzusetzen und haben dafür eine Strategie entwickelt, die sechs Handlungsfelder umfasst: „**Menschenrechte**“, „**Tierwohl**“, „**Schutz von Klima und Umwelt**“, „**Nachhaltige Produkte und Lieferketten**“, „**Soziales Engagement**“ und „**Bewusste Ernährung**“. → Mehr Infos

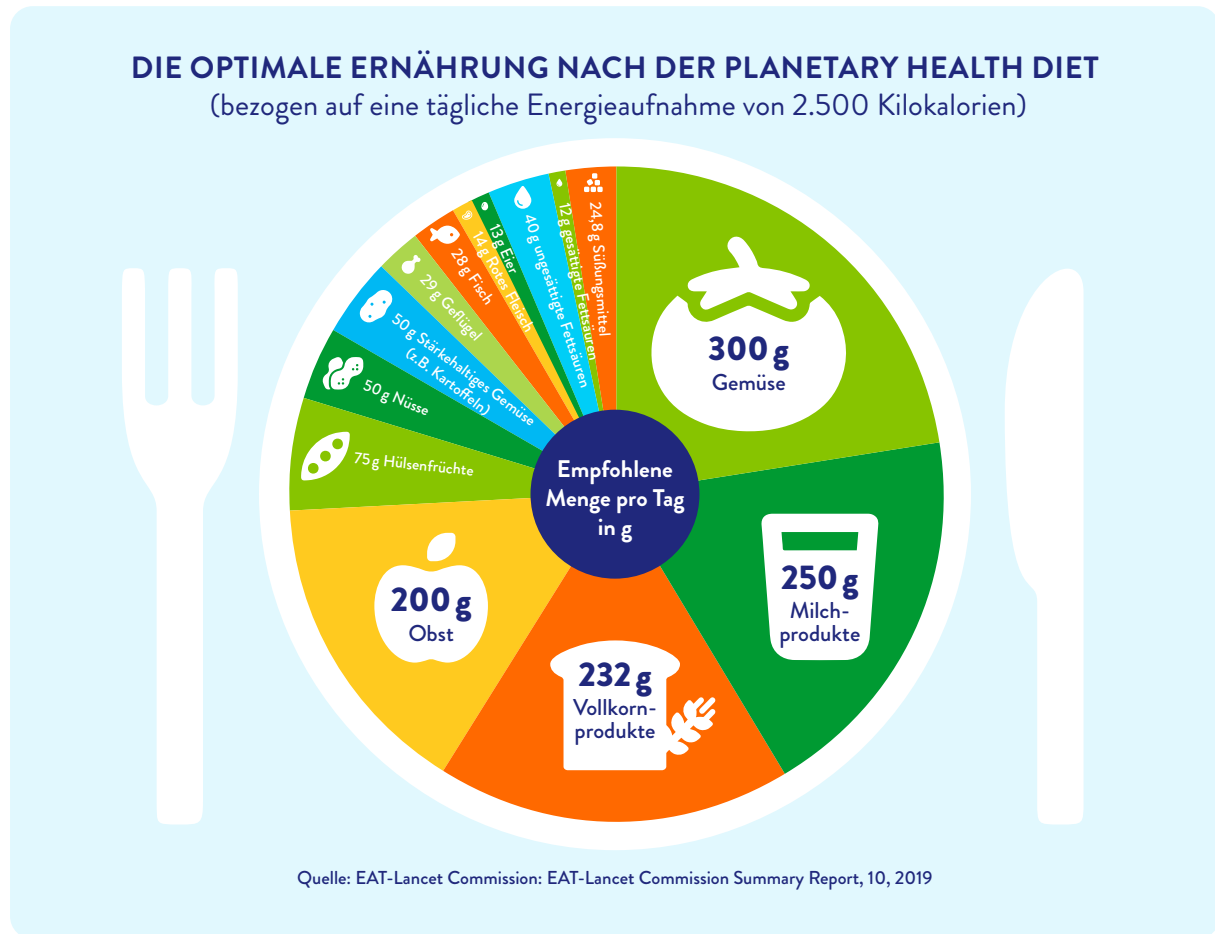


Bewusste Ernährung ist demnach ein wichtiger Teil der ALDI SÜD Nachhaltigkeitsstrategie: **Wir möchten bewusste und nachhaltige Ernährung für jeden leistbar machen und setzen uns dafür ein, Ernährungsformen zu unterstützen, die Aspekte der Nachhaltigkeit und Gesundheit verbinden.** Dabei werden aktuelle Trends und wissenschaftliche Erkenntnisse betrachtet.

Die EAT-Lancet-Kommission hat 2019 eine Planetary Health Diet entwickelt, die einen wissenschaftlich fundierten und anerkannten Ernährungsplan vorgibt, der die Gesundheit der Menschen und den Planeten gleichzeitig schützen soll.¹ Der allgemeingültige Referenzrahmen steht für eine gesunde und umweltgerechte Ernährungsweise, die bis zum Jahr 2050 etwa 10 Milliarden Menschen auf der Erde gesund ernähren kann, ohne den Planeten zu zerstören. Der Planetary Health Diet zufolge sollte der Konsum von Obst, Gemüse, Hülsenfrüchten und Nüssen ungefähr verdoppelt werden. Fleisch und Zucker hingegen sollten im Vergleich zur aktuellen globalen Ernährungsweise nur noch halb so viel verzehrt

¹ EAT-Lancet Commission: EAT-Lancet Commission Summary Report, 2019

werden, damit die Grenzen des Planeten eingehalten werden können.² Dabei geht es in der **Planetary Health Diet** nicht darum, den Verzehr von Fleisch oder Zucker auszuschließen, sondern zu reduzieren.



Eine pflanzenbasierte Ernährung reduziert die negativen Auswirkungen auf das Klima, die Umwelt und die Gesundheit³ und ist damit ein wichtiges Themenfeld für ALDI SÜD. Um die Auswirkungen auf Umwelt und Mensch so gering wie möglich zu halten, setzen wir uns zudem mit dem konsequenten Ausbau unseres Bio-Sortiments für eine ökologische Landwirtschaft und mit unserem **#Haltungswechsel** für mehr Tierwohl ein. Denn ein weiteres wichtiges Handlungsfeld unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Förderung einer ökologischen, fairen und tierwohlorientierten Landwirtschaft, die zu einer bewussteren und gesünderen Ernährungsweise beiträgt.

Mit unseren Maßnahmen zur Reduzierung von Salz- und Zuckergehalten oder Zusatzstoffen sowie dem Ausbau unseres Angebots pflanzenbasierter Produkte möchten wir unseren Kund:innen einen nachhaltigen und gleichzeitig gesundheitsbewussten Einkauf ermöglichen. Unsere Ernährung kann die eigene Gesundheit positiv beeinflussen und vielen Krankheiten, wie Bluthochdruck, Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen, vorbeugen. Dazu trägt eine ausgewogene und abwechslungsreiche Auswahl von Lebensmitteln bei, die beispielsweise viel Obst, Gemüse und Vollkornprodukte enthält, aber nur wenig Salz und Zucker.⁴

² EAT-Lancet Commission: EAT-Lancet Commission Summary Report, 2019

³ WBAE: Politik für eine nachhaltigere Ernährung, 2020

⁴ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 7. aktualisierte Ausgabe, 2021

Basis für gute Lebensmittel ist die Kontrolle und Sicherstellung der Lebensmittelqualität für ALDI SÜD. Die Lebensmittelsicherheit unserer Produkte gehört zu unserem Selbstverständnis. Dazu trägt bei, dass unsere Eigenmarken-Produkte in einem engmaschigen Prüfsystem regelmäßig von unabhängigen akkreditierten Laboren untersucht werden. So kamen im Jahr 2022 über 33.500 umfangreiche Untersuchungen unserer Lebensmittel zusammen, zu denen unter anderem die Untersuchungen auf Pestizide und Kontaminanten für den Warenbereich frisches Obst und Gemüse gehören.

Die Achtung und Anerkennung von Menschenrechten sind die Basis in einem nachhaltigen Ernährungssystem. Als international tätige Unternehmensgruppe mit Lieferketten auf der ganzen Welt sind wir uns unserer Verantwortung bewusst, die Menschenrechte entlang unserer Lieferketten gemäß den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UNGP) zu achten. Wir sind davon überzeugt, dass langfristiger wirtschaftlicher Erfolg nur durch die Achtung und Anerkennung von Menschenrechten sichergestellt werden kann. In unserer internationalen CR-Strategie hat sich die ALDI SÜD Gruppe dazu verpflichtet, ihre Kaufkraft zu nutzen, um Menschenrechte entlang der Lieferketten zu verbessern. Menschenrechte sind für ALDI nicht verhandelbar. Die ausführliche Strategie von ALDI ist hier zu finden: ➔ [Mehr Infos](#)



„Ziel unseres #Ernährungswechsels ist es, unsere Kund:innen für eine nachhaltige und gesundheitsbewusste Ernährung zu begeistern, die gleichzeitig für alle leistbar ist.“

Erik Döbele, Managing Director National Buying & Services bei ALDI SÜD

2. GUT FÜR DICH: GESUNDHEITSBEWUSSTE ERNÄHRUNG

Wir als ALDI SÜD übernehmen Verantwortung und bieten unseren Kund:innen mit unserem Angebot und unseren Maßnahmen die Möglichkeit sich für eine ausgewogene und gesunde Ernährung zu entscheiden.

2.1 SALZ-/ZUCKERREDUKTION

RELEVANZ

Einige Lebensmittel haben im Vergleich zu anderen Produkten einen sehr hohen Zucker- oder Salzanteil, den man auf den ersten Blick nicht vermutet. Müslis, Backwaren oder auch Joghurts beispielsweise enthalten oft viel Zucker oder Salz und schmecken dennoch nicht besonders süß oder salzig.

Ein zu hoher täglicher Salzkonsum ist ein Risikofaktor für Bluthochdruck und damit auch für die Entstehung von Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) empfiehlt **nicht mehr als 6 g Salz täglich zu sich zu nehmen**.⁵ Laut Robert-Koch-Institut essen Männer jedoch durchschnittlich 10,0 g und Frauen 8,4 g Salz am Tag.⁶

Für Zucker orientiert sich die DGE an der Empfehlung der World Health Organisation (WHO), dass freier Zucker nicht mehr als 10 % der Gesamtenergiezufuhr pro Tag ausmachen sollte.⁷ Freie Zucker umfassen laut WHO Mono- und Disaccharide, die in Lebensmitteln zugesetzt werden, sowie in Honig, Sirupen, Fruchtsäften und Fruchtsaftkonzentraten natürlich vorkommende Zucker. Das bedeutet bei einer Energieaufnahme von 2.000 kcal / Tag maximal 50 g freier Zucker pro Tag.⁷

In der Planetary Health Diet werden sogar nur 24,8 g (bei 2.500 kcal / Tag) empfohlen. In Deutschland lag der Pro-Kopf-Verbrauch im Jahr 2021/22 jedoch bei durchschnittlich 95 g Zucker pro Tag.⁸



⁵ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Ausgewählte Fragen und Antworten zu Speisesalz, 2020

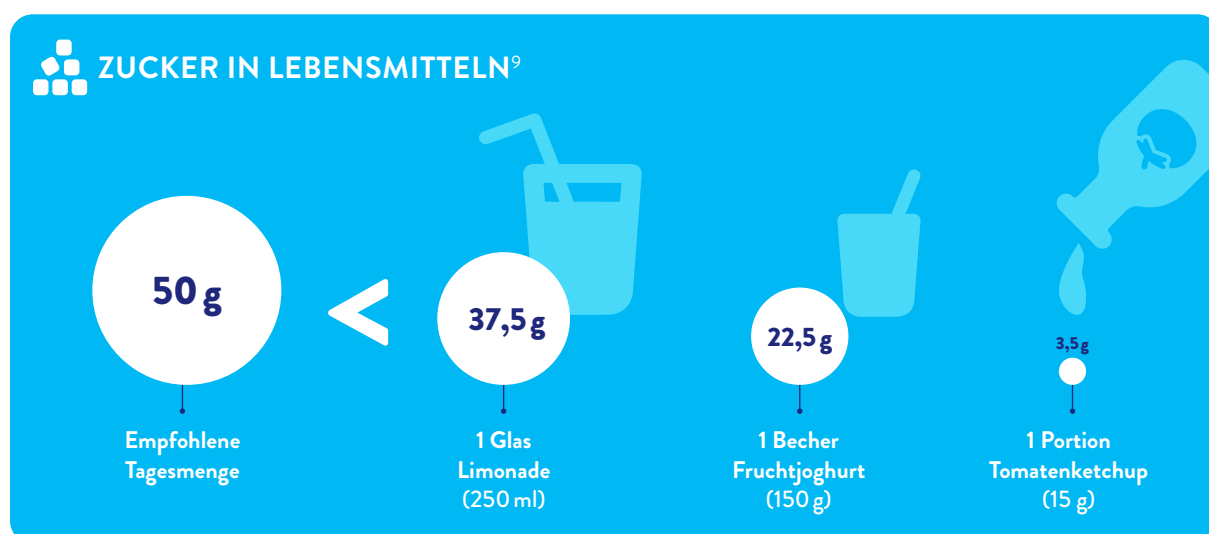
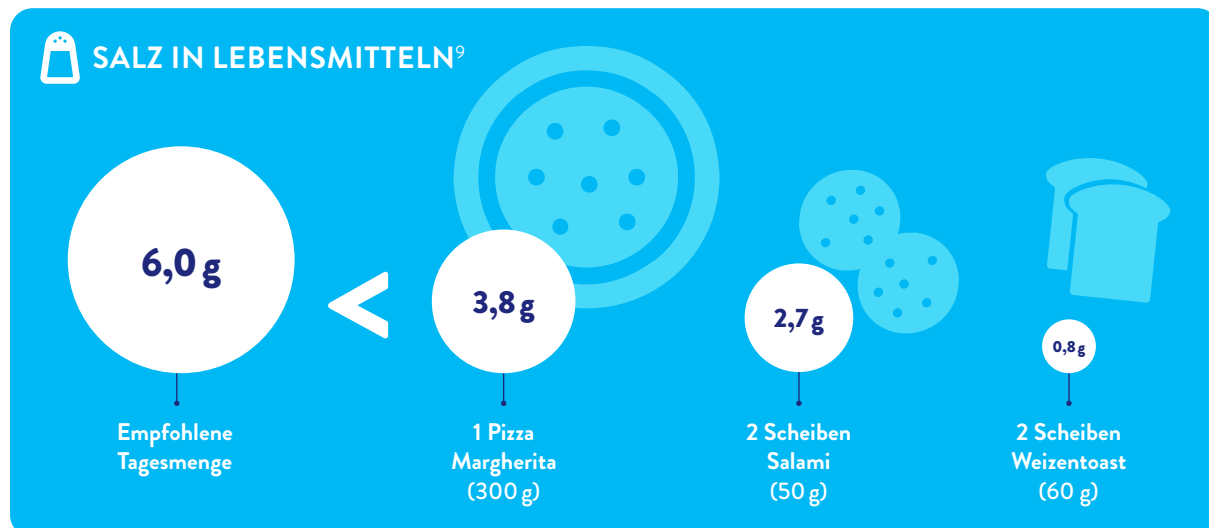
⁶ Robert-Koch-Institut, DEGS: Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland, 2008-2011

⁷ Konsensuspapier der Deutsche Adipositas-Gesellschaft e. V., Deutsche Diabetes Gesellschaft e. V.,

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Quantitative Empfehlung zur Zuckerzufuhr in Deutschland, 2018

⁸ Bundesinformationszentrum Landwirtschaft: Zuckerbilanz 2021/22 vorläufig: Leichter Anstieg des Nahrungsverbrauchs und des Selbstversorgungsgrad

Die unten gezeigten Abbildungen veranschaulichen die empfohlenen Mengen Salz und Zucker im Vergleich zu Mengen in beispielhaften Lebensmitteln. Es werden die Salz-/Zuckergehalte typischer Produkte gezeigt, die aus aktuellen Daten der Sammlung der Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.⁹ stammen. Die gezeigten Werte stellen Durchschnittswerte dar.



STATUS QUO

Seit 2014 arbeiten wir gemeinsam mit unseren Eigenmarken-Lieferanten daran, regelmäßig und konsequent Salz- und Zuckergehalte zu optimieren – natürlich immer bei gleichbleibend gutem Geschmack. Die Anpassungen fanden über viele Warengruppen hinweg bereits statt: Bei Frühstückprodukten, Fertiggerichten, Brot und Joghurts wird inzwischen weniger Zucker und Salz verwendet. Zudem konnten wir den Zuckergehalt einiger unserer Getränke verringern.

⁹ Hesecker, Helmut; Hesecker, Beate: Die Nährwerttabelle, 7. Auflage 2021/2022

UNSERE **MÜSLIS** HABEN HEUTE **WENIGER ZUCKER** ALS NOCH IN 2014. WÄHREND DER DURCHSCHNITTliche ZUCKERGEHALT PRO MÜSLISORTE IN 2014 NOCH 20 G / 100 G BETRUG, LAG ER 2022 NUR NOCH BEI 16 G / 100 G.*

*Der durchschnittliche Zuckergehalt wurde aus 21 verschiedenen Müslisorten in 2014 und 22 verschiedenen Müslisorten in 2022 im Standardsortiment ermittelt.



UNSERE **PIZZEN** HABEN HEUTE **WENIGER SALZ** ALS NOCH IN 2014. WÄHREND DER DURCHSCHNITTliche SALZGEHALT PRO PIZZASORTE IN 2014 NOCH 1,4 G / 100 G BETRUG, LAG ER 2022 NUR NOCH BEI 1,2 G / 100 G.* DAS IST EINE REDUKTION VON 15%.

*Der durchschnittliche Salzgehalt wurde aus 26 verschiedenen Pizzasorten in 2014 und 31 verschiedenen Pizzasorten in 2022 im Standardsortiment ermittelt.



Damit sich der Geschmack an geringere Zucker- und Salzgehalte gewöhnen kann, bietet es sich an, dass die Reduzierungen stufenweise, aber kontinuierlich erfolgen. Neben der schrittweisen Reduktion setzen wir uns als ALDI SÜD zum Ziel, unsere Produkte stetig den offiziellen Ernährungsempfehlungen anzupassen. Zum jetzigen Zeitpunkt haben wir dafür sechs Warengruppen ausgewählt, für die wir Grenzwerte für Salz und Zucker definieren werden. Die Auswahl der Warengruppen orientiert sich an der „nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.¹⁰ Es werden verarbeitete Lebensmittel betrachtet, die hohe und teilweise versteckte zugesetzte Salz- und Zuckermengen enthalten.



„Gerade bei zuckerreichen Produkten und wenn die Verpackungen mehr Inhalt haben, dann nehmen wir die Tageshöchstmenge von 50 g Zucker schnell auf. Daher ist es wichtig, den Zucker schrittweise zu reduzieren, damit wir uns wieder an die natürliche Süße gewöhnen.“

Dr. Stephan Lück, Ernährungswissenschaftler



BEWUSSTER, WEIL

Bis Ende 2023 werden wir für folgende Warengruppen Grenzwerte definieren und diese bis Ende 2025 umsetzen:

ZUCKER:

Frühstückscerealien ✓
Erfrischungsgetränke ✓
gesüßte Milchprodukte ✓

SALZ:

Tiefkühl-Fertiggerichte ✓
Wurstwaren ✓
verpacktes Brot und Brötchen ✓

UNSER ZIEL



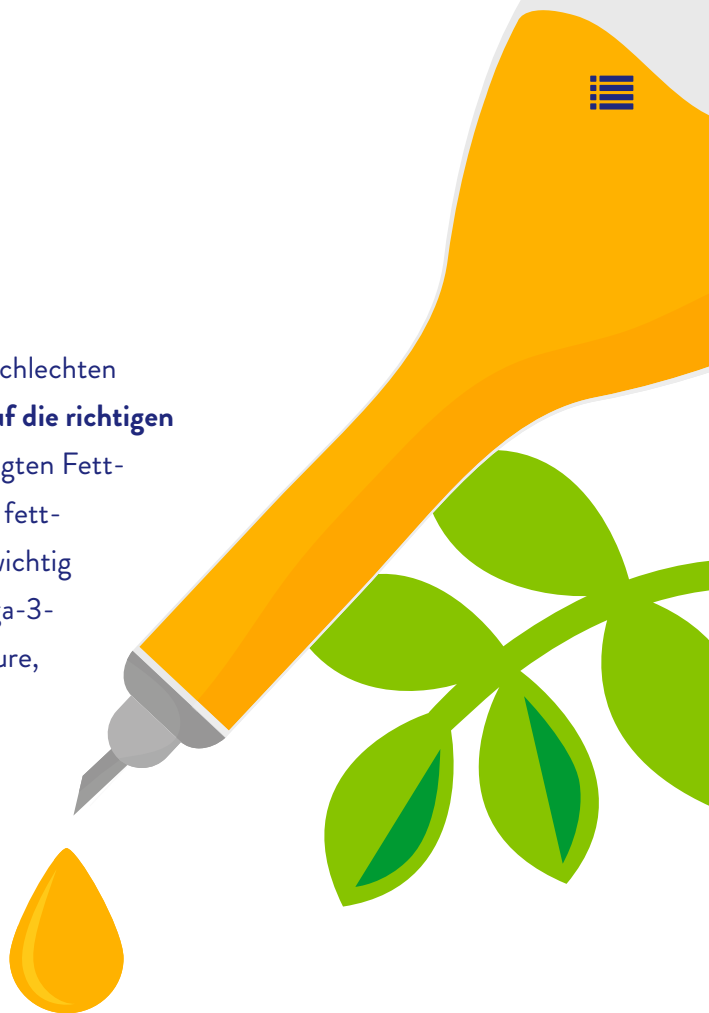
¹⁰ BMEL: Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten, 2018



2.2 FETTE UND ÖLE

RELEVANZ

Während Fette und Öle in der Vergangenheit eher einen schlechten Ruf als Dickmacher hatten, weiß man heute: **Es kommt auf die richtigen Fette und Öle an.** Generell wird der Verzehr von ungesättigten Fettsäuren, die vor allem in pflanzlichen Ölen und bestimmten fettreichen Fischarten zu finden sind, empfohlen. Besonders wichtig ist die Aufnahme über die Nahrung der essentiellen Omega-3- und Omega-6-Fettsäuren alpha-Linolensäure und Linolsäure, da der Körper sie nicht selber herstellen kann. Gesättigte Fette sollten hingegen nur in Maßen verzehrt werden. Der Anteil an industriellen Transfettsäuren sollte möglichst niedrig sein.¹¹



RICHTWERTE FÜR DIE ZUFUHR VON FETTSÄUREN

Mehrfach ungesättigte Fettsäuren

Omega-3 und -6 (Verhältnis 1:5)
Leinöl
Chiasamen
Lachs

Gesättigte Fettsäuren

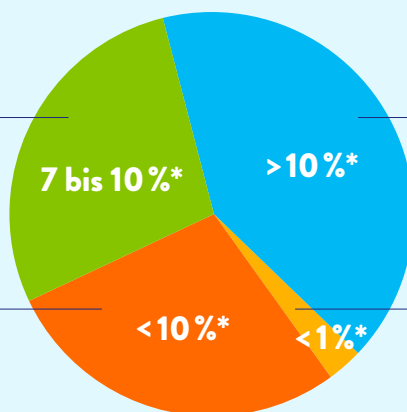
Fleisch
Käse
Kokosmilch

Einfach ungesättigte Fettsäuren

Avocado
Olivenöl
Mandeln

Transfettsäuren

frittierte Erzeugnisse
Milchfett



*des täglichen Energiebedarfs (30 % der täglichen Energie sollten bei Jugendlichen und Erwachsenen durch Fett abgedeckt werden)

Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 7. aktualisierte Ausgabe, 2021

¹¹ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Evidenzbasierte Leitlinie Fettzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2015

STATUS QUO

OPTIMIERUNG DER FETTSÄUREPROFILE UNSERER PRODUKTE

Die Einführung des Nutri-Scores gibt uns die Möglichkeit, unsere Produkte immer wieder zu überprüfen und zu optimieren. Gesättigte Fettsäuren fließen in den Nutri-Score negativ ein, sodass der Einsatz von ungesättigten Fettsäuren damit automatisch gefördert wird. Darüber hinaus spielen Raps-, Walnuss-, und Olivenöl eine Sonderrolle im Rahmen des Nutri-Scores.

PALMÖL

Von Margarine und Schokoriegel bis hin zu Backwaren: Palm(kern)öl ist aufgrund seiner besonderen Eigenschaften in Hinsicht auf Konsistenz und Haltbarkeit ein wichtiger Rohstoff für eine Vielzahl von Lebensmitteln. Auch die besonders hohe Ertragskraft der Ölpalme ist nennenswert. Um die gleiche Menge Öl aus Raps, Sonnenblumen, Soja oder Kokos zu erzeugen, braucht man die 5- bis 8-fache Anbaufläche.¹² Trotz dieser positiven Eigenschaften gerät Palm(kern)öl oft in die Kritik, denn die steigende Nachfrage danach treibt Entwaldung und Umwandlung diverser Ökosysteme voran.

Aus diesem Grund setzen wir ausschließlich auf nachhaltig angebautes Palm(kern)öl in unseren Eigenmarken-Produkten und verwenden seit Ende 2018 somit zu 100 % RSPO-zertifiziertes Palm(kern)öl.¹³ Im Rahmen von Multi-Stakeholder-Initiativen wie der Palm Oil Transparency Coalition arbeiten wir gemeinsam mit anderen Akteuren zusammen, um die Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette zu steigern. Wir engagieren uns auch vor Ort: So haben wir ein Kleinbäuer:innenprojekt in der Elfenbeinküste unterstützt, um wichtige Weichen für einen nachhaltigen Palm(kern)öl-Anbau zu stellen. ➔ [Mehr Infos](#)



BEWUSSTER, WEIL

UNSER ZIEL



- Im Rahmen der Nutri-Score-Optimierung wird das Fettsäureprofil der ALDI SÜD Produkte kontinuierlich verbessert.

¹² WWF: Auf der Ölspur – Berechnungen zu einer palmölfreien Welt, 2016

¹³ Der RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) Standard deckt sowohl das Thema Entwaldung und weitere Umweltauswirkungen ab als auch soziale Aspekte, wie Landrechte und Arbeitsnormen. ➔ [Mehr Infos](#)



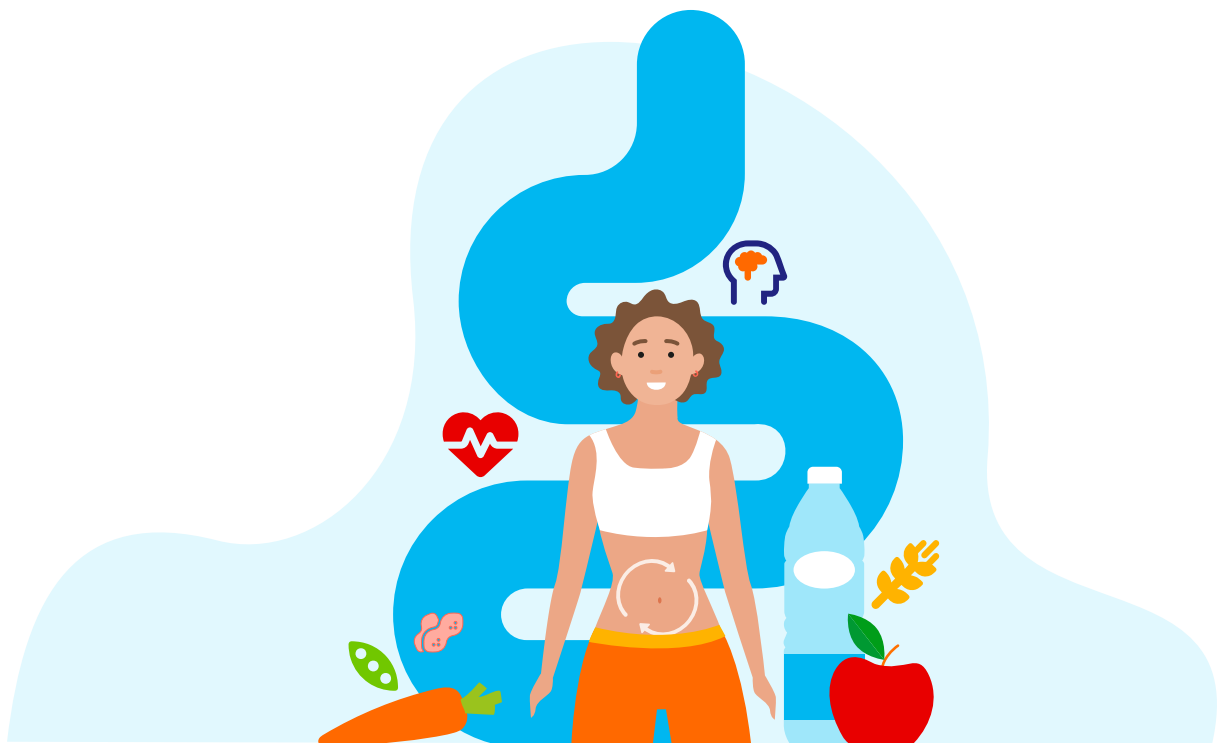
2.3 ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE DARMFLORA

RELEVANZ

Der Darm, der weitaus mehr kann, als nur Lebensmittel abzubauen, ist eines der wichtigsten Forschungsfelder unserer Zeit. Für viele positive gesundheitliche Effekte werden Bakterien im Darm verantwortlich gemacht, die auch Darmflora genannt werden. Man geht nach heutigem Forschungsstand davon aus, dass eine gesunde Darmflora Adipositas, Bluthochdruck und koronaren Herzkrankheiten vorbeugen und präventiv gegen Krebserkrankungen wirken kann.¹⁴

Neueste Forschungen zeigen zudem, dass es einen Zusammenhang zwischen der Darmflora und Erkrankungen des Gehirns gibt („Darm-Hirn-Achse“).¹⁵ Auch wenn hier noch viel Forschungsbedarf besteht, machen die heutigen Erkenntnisse Hoffnung, Krankheiten besser zu verstehen und behandeln zu können. Bis jetzt lässt sich jedoch sicher sagen, dass **ein gesunder Darm grundsätzlich positive Auswirkungen auf unser Wohlbefinden hat.**

Bereits heute weiß man, dass Ballaststoffe für die Darmflora wichtig sind, denn zum Überleben brauchen die Darmbakterien Nahrung – und zwar in Form von Ballaststoffen. Wenn den Bakterien genügend Ballaststoffe zur Verfügung stehen, nimmt ihre Menge und Vielfalt zu, was sich positiv auf die menschliche Gesundheit auswirkt.¹⁶



¹⁴ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Evidenzbasierte Leitlinie Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2011

¹⁵ Smith, P.: The tantalizing links between gut microbes and the brain. Nature 526, 312–314, 2015

¹⁶ BMEL: Kompass Ernährung, 2022

Ballaststoffe sind überwiegend Kohlenhydrate, welche durch den menschlichen Magen-Darm-Trakt nicht abgebaut werden können. Dadurch gelangen sie unverdaut in den Dickdarm. Wasserlösliche Ballaststoffe werden dort durch die Darmflora verstoffwechselt, also fermentiert (z. B. lösliches Pektin im Apfel). Nicht wasserlösliche Ballaststoffe hingegen werden von den Bakterien weniger gut verwertet, sodass sie unverändert ausgeschieden werden (z. B. unlösliche Zellulose aus Vollkorngetreide). Beide Arten von Ballaststoffen erfüllen wichtige, wenn auch unterschiedliche Funktionen im Körper. Vereinfacht gesagt, fördern sie u. a. die Aufrechterhaltung und das Wachstum der Darmflora sowie das Sättigungsgefühl und einen normalen Stuhlgang.¹⁷

Da die vielfältigen Funktionen im Darm verschiedene Ballaststoffarten benötigen, sollten sowohl **Vollkorngetreide als auch Gemüse, Obst und Kartoffeln regelmäßig gegessen werden**. Die Empfehlung der DGE lautet, täglich 30 g Ballaststoffe aufzunehmen.¹⁷ In Deutschland wird die empfohlene Menge an Ballaststoffen jedoch oft nicht erreicht. Die tägliche Aufnahmemenge liegt im Schnitt bei 18 g pro Tag bei Frauen und bei 19 g pro Tag bei Männern.¹⁸

Neben den positiven Effekten einer hohen Ballaststoffzufuhr auf die Darmflora sind auch fermentierte Lebensmittel förderlich. Fermentierte Produkte können für eine erhöhte Vielfalt in der Darmflora sorgen, da bei der Fermentation durch Milchsäurebakterien wertvolle Inhaltsstoffe entstehen, die wichtig für unseren Darm sind.¹⁹

STATUS QUO

ALDI SÜD führt ein vielfältiges Angebot an fermentierten und ballaststoffreichen Lebensmitteln. Neben frischem Obst und Gemüse finden Kund:innen bei ALDI auch viele Vollkornprodukte. Des Weiteren gibt es ein breites Angebot an Hülsenfrüchten, Nüssen und Samen.



BEWUSSTER, WEIL

UNSER ZIEL



- Bis Ende 2023 wird überprüft, inwiefern das Eigenmarken-Sortiment um fermentierte und ballaststoffreiche Produkte erweitert wird.
- Die Ballaststoffgehalte relevanter Produkte werden kontinuierlich gescreent und Rezepturoptimierungen hinsichtlich möglicher Erhöhungen durchgeführt.

¹⁷ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 7. aktualisierte Ausgabe, 2021

¹⁸ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Evidenzbasierte Leitlinie Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2011

¹⁹ Wastyk, Hannah C.; Fragiadakis, Gabriela K.; Perelman, Dalia et al.: Gut-microbiota-targeted diets modulate human immune status, 184 (16), 4137-4153.E14, 2021





2.4 UNSERE REZEPTUREN



RELEVANZ

Viele Lebensmittel entstehen dadurch, dass Zutaten miteinander kombiniert und durch beispielsweise Mischen, Rösten, Garen, Trocknen oder auch mittels Fermentation weiterverarbeitet werden.

Die Rezeptur und Verarbeitung charakterisiert daher maßgeblich das Lebensmittel. Für die Herstellung bestimmter Produkte sind Zusatzstoffe notwendig, damit das Produkt haltbar und sicher ist und die gewünschte Konsistenz und Sensorik erreicht wird. Die genaue Betrachtung der Eigenmarken-Rezepturen gehört zur routinemäßigen Aufgabe von ALDI SÜD, um die Notwendigkeit von Zusatzstoffen zu verifizieren und um Rezepturen so natürlich wie möglich zu gestalten.

STATUS QUO

Die Auswahl von den bei ALDI SÜD eingesetzten erlaubten Zutaten und Zusatzstoffen erfolgt nach wissenschaftlichen Kriterien. Wenn sich ein Inhaltsstoff aufgrund neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse als kritisch erweist, wird dieser ausgeschlossen. Unser Bestreben liegt darin, so weit wie möglich auf den Einsatz von Zusatzstoffen und Aromen zu verzichten und gleichwohl den Einsatz transparent für die Verbraucher:innen darzustellen.

Allgemein gilt bei ALDI SÜD:

- Verzicht auf Lebensmittelzusatzstoffe, sofern dies im Hinblick auf die Qualität des Lebensmittels vertretbar ist
- Verbraucher:innenfreundliche Kennzeichnung: Zusatzstoffname statt verschlüsselte E-Nummer



FARBSTOFFE

Färbende Lebensmittel werden gegenüber Farbstoffen bevorzugt. Die in der Kritik stehenden Azo-Farbstoffe, die in Verdacht stehen, die Aktivität und Aufmerksamkeit bei Kindern zu beeinträchtigen, werden ausgeschlossen.²⁰



CUPCAKES

DIE DEKORATIVEN SCHOKOLINSEN WERDEN MIT FÄRBENDEN LEBENS-MITTELN STATT MIT FARB-STOFFEN HERGESTELLT.

SPORTERNÄHRUNG

Gemeinsam mit der Sporthochschule Köln hat ALDI SÜD verschiedene Protein- und Energieriegel unter dem Namen „Der Riegel“ entwickelt, um die Ernährung rund um den Sport sinnvoll zu ergänzen. Diese Riegel sind durch das Siegel der Sporthochschule Köln zu erkennen. Eine Kennzeichnung auf der Verpackung verrät, ob der Riegel am besten vor, während oder nach dem Sport verzehrt werden sollte. Bei der Entwicklung wurde ein großes Augenmerk auf die Auswahl der Inhaltsstoffe gelegt.



Der Energy-Riegel eignet sich zur **Vorbereitung und Aufrechterhaltung der Leistungsfähigkeit**.

Um die Resorption der Kohlenhydrate zu verbessern, werden verschiedene Kohlenhydratquellen wie Haferflocken, Glucose-Fructose-Sirup und Maltodextrin miteinander kombiniert. Die Proteinriegel sind für den Einsatz **nach einem intensiven, erschöpfenden Training** entwickelt. Durch hochwertige Proteinquellen werden essentielle Aminosäuren geliefert, welche dem Körper direkt nach dem Training Material für erste regenerative Prozesse bieten und den Muskelaufbau unterstützen.



„Für Sportler, die ein intensives Training hatten, aber nicht direkt zum Essen kommen, ist es ratsam, dem Körper über einen Protein-Snack Material für erste regenerative Prozesse zu liefern.“

Ernährungswissenschaftler Dr. Hans Braun, Deutsche Sporthochschule Köln

²⁰ McCann et al.: Food additives and hyperactive behaviour in 3-year-old and 8/9-year-old children in the community: a randomised, double-blinded, placebo-controlled trial, 2007

BABYNAHRUNG

Bei der ALDI SÜD Babynahrung der Eigenmarke **MAMIA BIO** wird ein besonderes Augenmerk auf hochwertige Rezepturen und Zutaten gelegt. Diese Produkte sind bio-zertifizierte Lebensmittel für Babys und Kleinkinder, die aus natürlichen Zutaten bestehen und ohne zugesetzten Zucker und Palmöl oder jegliche Zusatzstoffe auskommen. Als Süßungsmittel ist nur der natürliche Zucker-gehalt von Früchten erlaubt. Selbstverständlich halten die MAMIA BIO Produkte alle gesetzlichen Vorgaben für Säuglingsnahrung ein. Dazu gehört beispielsweise, dass Getreidebeikost eine bestimmte Menge Thiamin (Vitamin B1) enthalten muss. Regelmäßig prüft das unabhängige SGS INSTITUT FRESENIUS ausgewählte Sorten des MAMIA BIO Sortiments umfassend auf dessen Nährwerte. Kund:innen erkennen diese Produkte an der SGS-Auszeichnung.



BEWUSSTER, WEIL

Bis Ende 2023 werden wir für folgende Produktgruppen Anforderungen an Zusatzstoffe, Nährwertprofile und Rezepturen festlegen und diese Anforderungen bis Ende 2025 umsetzen:

Kinderlebensmittel ✓
Pflanzenbasierte Alternativen ✓
TK-Fertiggerichte ✓

UNSER ZIEL





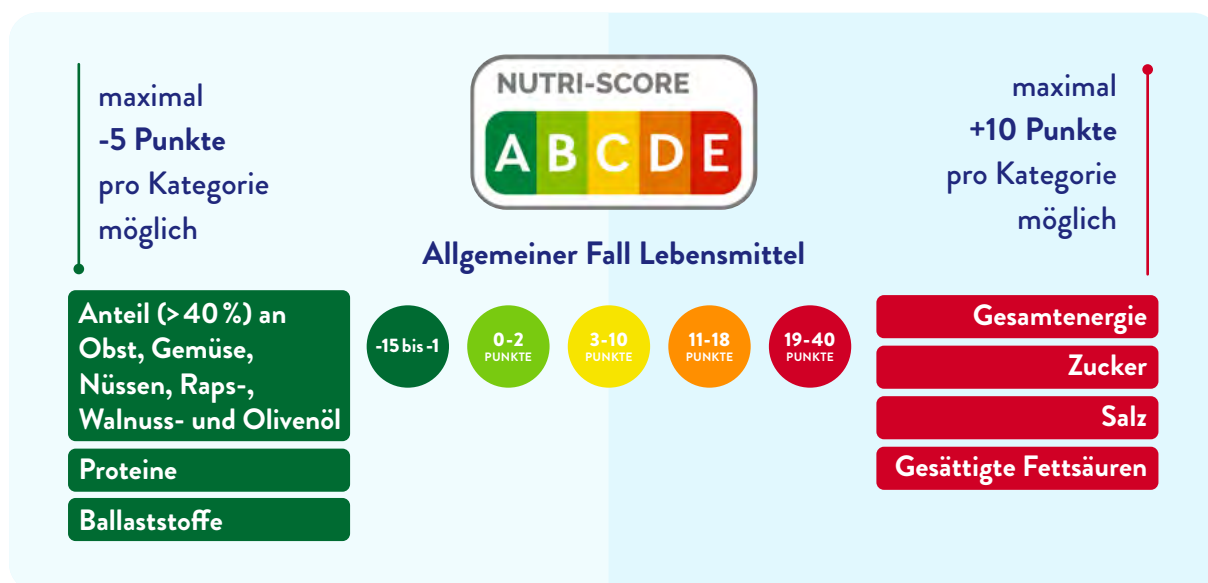
2.5 NUTRI-SCORE

RELEVANZ

Der Nutri-Score ermöglicht es, die **Nährstoffzusammensetzung** von Lebensmitteln innerhalb einer Produktkategorie auf einen Blick zu erkennen. Für unsere Kund:innen ist der Nutri-Score eine wichtige Hilfe, da es oftmals schwierig ist, die Zucker-, Salz- und Fettgehalte anhand einer Nährwerttabelle ernährungsphysiologisch einzuordnen.

ALDI SÜD möchte seinen Kund:innen mit dem Nutri-Score eine sinnvolle Orientierung bei der Lebensmittelauswahl bieten und eine bewusste Ernährung unterstützen. Wichtig ist, dass ein rotes E keinesfalls gleichbedeutend ist mit einem ungesunden Lebensmittel. Pflanzliche Öle und Fette erhalten beispielsweise meist die Bewertung C, D oder E, obwohl diese in der richtigen Menge zu einer ausgewogenen Ernährung beitragen können. Der Nutri-Score macht ähnliche Produkte miteinander vergleichbar und stellt so eine **Entscheidungshilfe beim Lebensmitteleinkauf** dar.

► [Zum Nutri-Score-Video](#)



STATUS QUO

Der **Nutri-Score** darf seit Ende 2020 von den Lebensmittelherstellern auf freiwilliger Basis aufgebracht werden. Bereits im März 2021 haben wir mit der Platzierung auf unseren Eigenmarken-Produkten begonnen. Da wir den Ansatz des Nutri-Scores unterstützen, haben wir alle ALDI SÜD Eigenmarken, bei denen es möglich ist, für den Nutri-Score registriert.



DER NUTRI-SCORE GIBT ORIENTIERUNG.

Verbraucher:innen haben in verschiedenen Produktkategorien ein vielfältiges Angebot unterschiedlicher Nutri-Scores.

ZUM BEISPIEL:

PIZZEN



KNUSPER- UND LACHSFILET



MILCHPRODUKTE



TRANSPARENTER, WEIL

UNSER ZIEL



- Bis Sommer 2024 werden alle unsere für den Nutri-Score vorgesehenen Eigenmarken-Artikel, bei denen es möglich ist, mit dem Nutri-Score gekennzeichnet sein.
- Damit verbunden streben wir an, dass unsere Eigenmarken-Produkte immer den besten Nutri-Score zu vergleichbaren Marken- und Eigenmarken-Artikeln haben.



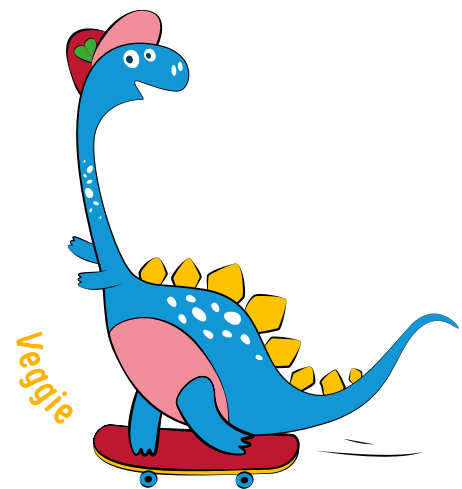
2.6 LEBENSMITTEL FÜR KINDER

RELEVANZ

Bei Kindern und Jugendlichen spielt die Ernährung eine besonders wichtige Rolle, da sie sich noch in der Wachstumsphase befinden. Zudem bilden sich in der frühen Entwicklung Vorlieben und Essgewohnheiten, die oft ein Leben lang beibehalten werden. Dass das Essverhalten der Kinder und Jugendlichen in Deutschland verbesserungswürdig ist, bestätigt eine Studie des Robert-Koch-Instituts: 15,4 % der drei- bis 17-jährigen Kinder und Jugendlichen sind übergewichtig.²¹

Die EsKiMo-II-Studie des Robert-Koch-Instituts hat darüber hinaus 2015 und 2017 das Essverhalten von Kindern und Jugendlichen im Alter von 6 bis 17 Jahren untersucht und folgende Erkenntnisse erbracht:²²

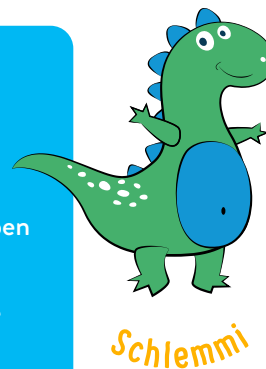
- Die meisten Kinder essen zu wenig Obst und Gemüse
- Der Anteil an Vollkorn in der Ernährung ist zu gering
- Der Verzehr von Fleisch und Wurstwaren ist zu hoch
- Der Konsum von (ungesüßten) Milchprodukten sollte in Maßen gesteigert werden
- Ein Großteil der Kinder trinkt weniger als empfohlen
- Kinder und Jugendliche haben einen zu hohen Zuckerverzehr, der vor allem über Kuchen, Süßigkeiten und Limonade aufgenommen wird



Veggie liebt frisches Obst und Gemüse, Blumen und Pflanzen. Er möchte die Kinder für frisches Obst und Gemüse begeistern und isst sehr gerne vegetarisch.

ALDINOS

Dürfen wir vorstellen? Die ALDInos! Dinosaurier haben Kinder seit jeher fasziniert. Aus diesem Grund eignen sich unsere ALDInos auch hervorragend, um gesunde Ernährung besonders kindgerecht zu erklären.



Schlemmi ist Botschafter der gesunden Ernährung und unser sympathischer Küchenchef. Er weiß, was Kindern schmeckt und bringt ihnen in der ALDI INSPIRIERT und im Handzettel die Liebe zu frischen Zutaten und erste einfache Familien-Rezepte bei.

²¹ Robert Koch Institut: KiGGS Welle 2 (2014-2017), 2018

²² Mensink GBM; Haftenberger M, Brettschneider AK et al.: EsKiMo II – die Ernährungsstudie als Modul in KiGGS Welle 2, Journal of Health Monitoring 2(S3): 38–46, 2017

STATUS QUO

Bei ALDI SÜD gilt, dass die ernährungsphysiologische Zusammensetzung (insbesondere Salz, Zucker und Fett) und die Inhaltsstoffe (z. B. Zusatzstoffe) von Erzeugnissen, die für Kinder bestimmt sind, niemals schlechter sein sollten als die vergleichbaren, für Erwachsene bestimmten, Erzeugnisse. Im Gegenteil: Sie sollten tendenziell besser sein.



ALDI SÜD möchte sich auch in Zukunft für eine gesunde Ernährung bei Kindern einsetzen.

Lebensmittel, die speziell für Kinder gedacht sind, sollen in ihrer Nährstoffzusammensetzung optimiert werden, sodass sie offizielle Empfehlungen einhalten. Wir möchten Kindern die Süßigkeiten nicht verbieten, sie jedoch kindgerechter und damit besser für ihre gesundheitlichen Bedürfnisse machen.



BEWUSSTER, WEIL

UNSER ZIEL



- Für Kinderprodukte, für die es WHO-Grenzwerte gibt, werden die Nährwerte der Eigenmarken-Produkte bis Ende 2025 an die WHO-Richtlinien angepasst.
- Für alle anderen Produkte, die sich aufgrund ihrer Optik oder Verpackung an Kinder richten und für die es keine WHO-Grenzwerte gibt, werden wir sowohl das Eigenmarken-Verpackungsdesign als auch die Nährwerte, orientiert an wissenschaftlichen Ernährungsempfehlungen, bis Ende 2025 überprüfen und entsprechend anpassen.*
- ALDI SÜD setzt sich aktiv für eine bewusste Ernährung ein und fördert gesundheits- und nachhaltigkeitsbewusstes Marketing gegenüber Kindern. Das bedeutet ganz konkret, dass sich ALDI SÜD bei Werbeaktivitäten im Fernsehen, Radio, Social Media und dem Handzettel der Bewerbung einer ausgewogenen Ernährung gegenüber Kindern verpflichtet.*

*Ausnahmen stellen lediglich Ostern, Weihnachten und Halloween dar

3. GUT FÜR ALLE: UMWELT- UND SOZIALBEWUSSTE ERNÄHRUNG

Für uns als ALDI SÜD gehört zu einer bewussten Ernährung nicht nur eine gesundheitsbezogene, sondern auch eine soziale und umweltbezogene Ernährung – dafür übernehmen wir Verantwortung.



3.1 PFLANZENBASIERTE PRODUKTE

RELEVANZ

Die pflanzenbasierte Ernährung ist ein zentraler Aspekt unseres Ansatzes für eine bewusste Ernährung. Sie hat einen positiven Effekt auf unsere Gesundheit und gleichzeitig auf die Umwelt, da sie besonders klimafreundlich ist.²³ Eine pflanzlichere Ernährung zählt zudem auf die Planetary Health Diet ein, die eine Verdopplung des Konsums von Obst und Gemüse, Hülsenfrüchten und Nüssen und eine Halbierung des Fleischkonsums vorsieht.²⁴ Bereits heute bietet ALDI SÜD seinen Kund:innen vor allem unter den ALDI Eigenmarken „**MEIN VEGGIE TAG**“ und „**GUT BIO**“ vegane Lebensmittel an. Besonders wichtig ist es uns, dass die pflanzlichen Ersatzprodukte so natürlich wie möglich sind. Dabei gilt es, Aspekte wie das Nährwertprofil, die Verarbeitung und den Einsatz von Zusatzstoffen zu beachten.

Mit unserem vielfältigen Sortiment an pflanzenbasierten Produkten möchten wir unsere Kund:innen begeistern und motivieren, eine pflanzliche Ernährungsweise auszuprobieren.



²³ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Für eine nachhaltigere Ernährung: Wie sich die DGE für mehr Ressourcenschutz einsetzt, 2021

²⁴ EAT-Lancet Commission: EAT-Lancet Commission Summary Report, 2019



STATUS QUO

Wir bieten über das Jahr verteilt **über 700²⁵** mit dem **V-Label vegan** bei Lebensmitteln und mit der **Veganblume** bei Kosmetika und Drogerieartikeln gekennzeichnete Produktsorten an.

Gemeinsam mit unseren Lieferant:innen arbeiten wir daran, tierische Kleinstmengen aus Produkten herauszufiltern und diese zu „veganisieren“. Dazu zählt beispielsweise, Vollmilchschokolade in Müslis durch vegane Schokolade zu ersetzen.

Die bunte Auswahl an veganen Alternativen zu Fleisch-, Fisch- und Molkereiprodukten ermöglicht es unseren Kund:innen, sich rein pflanzlich zu ernähren. Ob Antipasti, Joghurt, Wein, Aufstriche oder Tiefkühlpizza – bei ALDI SÜD erhalten unsere Kund:innen für fast alle Produkte des täglichen Bedarfs auch pflanzliche Alternativen.



²⁵ Gezählt wurden mit dem V-Label vegan oder der Veganblume gekennzeichnete Produktsorten im Standard-, Aktions- und Saisonsortiment bei ALDI SÜD im Zeitraum 01/2021 bis 12/2021

Pflanzenbasierte Produkte haben sich in den letzten Jahren rasant entwickelt. Vegane Artikel, die fast genauso aussehen und schmecken wie ihre tierischen Pendanten, werden immer beliebter,²⁶ da der Anteil an Flexitariern immer weiter zunimmt. Während der Fokus früher darauf gelegt wurde, dass pflanzliche Alternativen tierischen Produkten in Geschmack und Aussehen ähneln, wird inzwischen immer wichtiger, dass auch die Ernährungsphysiologie stimmt. Dabei sind unterschiedliche Aspekte wichtig, wie z. B. ein ausgewogenes Nährwertprofil, das sich durch geeignete Zucker-, Salz- und Fettwerte auszeichnet. Des Weiteren sollten Ersatzprodukte nur so wenig verarbeitet sein wie möglich und nur die Zusatzstoffe enthalten, die unbedingt nötig sind. Wie auch bei allen anderen ALDI SÜD Produkten sollen natürliche Zutaten gegenüber künstlichen Zusatzstoffen bevorzugt werden. Schließlich sollen unsere Kund:innen mit der Wahl des pflanzlichen Ersatzproduktes eine mindestens genauso gute Entscheidung treffen können wie mit der tierischen Variante.



PFLANZLICHER, WEIL

UNSER ZIEL



- Unser Ziel ist es, unseren Kund:innen bis Ende 2024 über das Jahr verteilt **1.000 pflanzenbasierte Produktsorten** im Standard-, Saison- und Aktionssortiment anzubieten. Um dieses Ziel zu erreichen, setzen wir neben der Reduzierung tierischer Kleinstmengen in unseren Produkten auch auf den konsequenten Ausbau des veganen Sortiments.
- 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 2025 umsetzen.
- Noch in 2023 werden wir eine neue Eigenmarke für alle pflanzlichen Alternativprodukte etablieren, um die Transparenz für unsere Kund:innen weiter zu erhöhen.

²⁶ forsa: Ernährungsreport 2022



3.2 BIO



RELEVANZ

Die Landwirtschaft und die Lebensmittelproduktion haben einen erheblichen Einfluss auf die Herausforderungen unserer Ernährungssysteme. Zu diesen Herausforderungen zählen u. a. die Klimakrise, das Artensterben, die Zerstörung von Ökosystemen, sowie Bodenverschlechterung und -verlust. In der ökologischen Landwirtschaft sehen wir – genau wie die Bundesregierung²⁷ – eine Schlüsselfunktion, um die Landwirtschaft und Ernährung nachhaltiger zu gestalten. **Die ökologische Landwirtschaft basiert auf den Prinzipien der Nachhaltigkeit und zeichnet sich durch eine umwelt- und tiergerechtere sowie ressourcenschonendere Bewirtschaftung aus.**²⁸ Einige wesentliche Anforderungen innerhalb der biologischen Landwirtschaft sind z. B. der Verzicht auf chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel, der Anbau von abwechslungsreichen Fruchtfolgen, ein reduzierter Einsatz von Antibiotika sowie die Pflege der Bodenfruchtbarkeit.²⁹



Gemäß Thünen-Institut kann eine ökologische Bewirtschaftung verschiedene Umweltbelastungen gleichzeitig reduzieren. Im Vergleich zur konventionellen Variante weist eine biologische Landwirtschaft demnach Vorteile auf, wenn es um Wasserschutz, Bodenfruchtbarkeit, Biodiversität und Klimaanpassung geht.³⁰

27 SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, FDP (Hrsg.): Koalitionsvertrag 2021–2025 zwischen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD), BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und den Freien Demokraten (FDP)

28 BMEL: FAQ zum Öko-Landbau, 2022

29 BMEL: Ökologischer Landbau in Deutschland, 2022

30 Sanders J.; Heß J. (Hrsg.): Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft, 2. überarbeitete und ergänzte Auflage, 2019

STATUS QUO

Wir bei ALDI SÜD sehen im Ausbau der ökologischen Landwirtschaft eine Schlüsselfunktion, um Ernährungssysteme nachhaltiger zu gestalten. Seit 2004 bieten wir **Bio-Lebensmittel** in unserem Sortiment an und erweitern das Angebot laufend. 2022 umfasste unser Sortiment über das Jahr verteilt bereits **mehr als 550 Bioartikel** bezogen auf das Standardsortiment, Aktions-, und Saisonartikel. Damit ist ALDI SÜD im eigenen Verkaufsgebiet Bio-Händler Nr.1.³¹ Unseren Kund:innen bieten wir die Möglichkeit, ihren Wocheneinkauf in Bio-Qualität durchzuführen. Unser Kernanliegen ist es, dass biologisch erzeugte Lebensmittel für alle leistbar sind, sodass alle Kund:innen eine nachhaltige Einkaufswahl treffen können.

Alle unsere Bio-Produkte erfüllen natürlich die gesetzlichen Mindestanforderungen der EG-Öko-Verordnung. Diese Produkte sind mit dem **EU-Bio-Logo** und mit dem **deutschen Bio-Siegel** gekennzeichnet.

Unsere Kund:innen erkennen unser Bio-Sortiment unter anderem an den Eigenmarken „**GUT BIO**“ und „**MAMIA BIO**“.

In 2023 setzen wir mit der Etablierung einer strategischen Partnerschaft mit **Naturland** den nächsten Meilenstein innerhalb unserer Bio-Strategie. Naturland zählt mit derzeit rund 140.000 Bäuer:innen und 1.000 Partnern aus der Verarbeitung zu den größten Bio-Anbauverbänden Deutschlands. Die Richtlinien von Naturland gehen über die Richtlinien der EG-Öko-Verordnung hinaus. ➔ **Mehr Infos**



BIOLOGISCHER, WEIL

UNSER ZIEL



- Wir wollen das Ziel der Bundesregierung (30 % Bio-Landwirtschaft bis 2030) unterstützen und somit einen Beitrag zur Ausweitung der ökologischen Landwirtschaft leisten. Aus diesem Grund werden wir unseren Bio-Anteil im Standardsortiment kontinuierlich ausweiten. 2022 lag unser Bio-Anteil im Standardsortiment bei 15 %.
- Darüber hinaus streben wir an, den Anteil von Naturland-zertifizierten Produkten am Bio-Sortiment kontinuierlich auszubauen und bis Ende 2024 25 % unseres Bio-Standard-sortiments auf eine Naturland-Zertifizierung umzustellen.

³¹ NielsenIQ Homescan: Food Bio inkl. Frische Bio, MAT Oktober 2021, Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland



3.3 HEIMISCHE LANDWIRTSCHAFT



RELEVANZ

Wer beim Einkaufen auf regionale und saisonale Produkte achtet, schützt das Klima und die Umwelt.³²

In Deutschland kann über das Jahr verteilt eine große Auswahl an Obst und Gemüse angebaut werden: Darunter u. a. Äpfel, Birnen, Beeren, Pflaumen, Kirschen, Salate, Kohl, Möhren, Kartoffeln und Zwiebeln. Verbraucher:innen haben somit in Deutschland die Möglichkeit, sich ganzjährig mit heimischen Obst- und Gemüseartikeln zu versorgen.

Der Vorteil von saisonalen Produkten besteht in der Reduzierung von Klima- und Treibhausgasemissionen, da saisonale Produkte nicht aus dem Ausland importiert, sondern in Deutschland angebaut und geerntet werden. Zudem lassen sich viele dieser Produkte im Freiland anbauen, sodass auf beheizte Treibhäuser verzichtet werden kann. ➔ [Zum Saisonkalender](#)



Auch regionale Produkte weisen Vorteile für die Umwelt und das Klima auf, da Treibhausgasemissionen durch kürzere Transportwege eingespart werden. Darüber hinaus werden regionale Anbau- und Vertriebsstrukturen der Lebensmittelbranche gestärkt.

³² FiBL: Endbericht, Klimaschutz und Ernährung – Darstellung und Reduktionsmöglichkeiten der Treibhausgasemissionen von verschiedenen Lebensmitteln und Ernährungsstilen, 2021



Mit eigens für die Stärkung des regionalen Sortiments angestellten Regionalscouts betreiben wir aktives Sourcing nach neuen Partnerschaften. Mit den Mitarbeiter:innen stärken und erweitern wir so die Beziehung zu regionalen Partnern wie unseren regionalen Bäckereien. Dadurch trägt ALDI SÜD zur Sicherung regionaler Arbeitsplätze bei und kann seinen Kund:innen eine steigende Auswahl an regionalen Produkten bieten. Als Region definiert ALDI SÜD ein Bundesland oder einen Natur- oder Kulturraum, wie z. B. das Rheinland.

STATUS QUO

Um Kund:innen regionale Produkte kenntlich zu machen, arbeitet ALDI SÜD seit 2015 mit der **Regionalfenster Service GmbH** zusammen. Das Regionalfenster-Siegel bietet Kund:innen Transparenz, indem es Auskunft zur Herkunft und zum Verarbeitungsstandort eines Produkts gibt. Bei Mischprodukten wird auch angegeben, wie hoch der regionale Rohstoffanteil im Gesamtprodukt ist.



ALDI SÜD bietet regionale Lebensmittel unter der Eigenmarke **„Bestes aus der Region“** an. Diese Produkte sind mit dem Regionalfenster gekennzeichnet. Lebensmittel dürfen nur dann unter dieser Eigenmarke vertrieben werden, wenn die Hauptzutat zu 100 % und der überwiegende Anteil aller Gesamtzutaten (> 51 %) aus der Region stammen. Darüber hinaus muss die Produktion in derselben Region oder in einer angrenzenden Nachbarregion stattfinden. Der Vertrieb der Produkte findet ausschließlich in Filialen der ausgelobten Region und angrenzenden Nachbarregionen statt. Über das Jahr und die Regionen verteilt sind bei uns **mehr als 350 Produkte** verfügbar, die das Regionalfenster tragen.

Neben regionalen Produkten stärkt ALDI SÜD auch den Ausbau der deutschen Landwirtschaft. Mit dem Zeichen **„Qualität aus Deutschland“** werden Produkte ausgelobt, bei denen die Hauptzutat und mindestens 51 % des Gesamtgewichts aus Deutschland stammen. Die Produkte werden in Deutschland verarbeitet und verpackt. Mit dem Zeichen **„Ernte aus Deutschland“** kennzeichnen wir frisches und weiterverarbeitetes Obst und Gemüse, das in Deutschland geerntet wird. Die Verarbeitung kann hingegen auch in Nachbarländern, beispielsweise in Österreich, stattfinden. Über das Jahr verteilt sind bei uns **mehr als 450 Artikel** mit dem Zeichen „Qualität aus Deutschland“ oder „Ernte aus Deutschland“ gekennzeichnet.



Qualität aus
DEUTSCHLAND



Ernte aus
DEUTSCHLAND

Darüber hinaus steigert ALDI SÜD den Anteil an Lebensmitteln, die aus Deutschland stammen. So beziehen wir beispielsweise die Frischmilch unserer Eigenmarken bereits zu 100 % aus Deutschland. Ausgenommen sind Markenartikel und internationale Spezialitäten.

Zudem stammen bereits **über 90 %** unserer verkauften **Frischfleischprodukte** aus deutscher oder **regionaler Herkunft**. Bei konventionellem **Schweinefrischfleisch** haben wir sogar schon **100 %** auf deutsche Herkunft umgestellt. Hier findet jeder Schritt der Wertschöpfungskette (Geburt, Aufzucht, Mast, Schlachtung und Zerlegung / Verarbeitung) in Deutschland statt („5D-Prinzip“). Davon ausgenommen sind internationale Spezialitäten, Bio-Fleisch, Filet und Tiefkühlartikel.



HEIMISCHER, WEIL

UNSER ZIEL



- Wir weiten unser Sortiment an regionalen Eigenmarken-Produkten aus und steigern den Umsatzanteil mit regionalen Artikeln. Insbesondere beim Obst und Gemüse bieten wir Produkte, wann immer saisonal verfügbar und regional möglich, aus der jeweiligen Region an.
- Darüber hinaus haben wir uns Ziele in Bezug auf Produkte deutscher Herkunft gesetzt. So beziehen wir bei unseren Eigenmarken, beispielsweise neben unserer Frischmilch, ab 2024 auch H-Milch ausschließlich aus deutscher Landwirtschaft.



3.4 FAIRTRADE

RELEVANZ

Menschenrechtsverletzungen sind ein globales Problem, das jede Wirtschaft, Branche und jeden Sektor betrifft. Insbesondere Länder des globalen Südens, aber auch bestimmte Gruppen wie etwa Minderheiten, Kinder, Frauen und Migrant:innen unterliegen einem erhöhten Risiko, dass ihre grundlegenden Menschenrechte verletzt werden. Besonders betroffen sind u. a. auch kleinbäuerliche Familien, die landwirtschaftliche Rohstoffe anbauen und maßgeblich zur globalen Ernährungssicherheit beitragen. Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert sind, sind u. a. Armut, schwankende Rohstoffpreise, steigende Lebenshaltungskosten und der Klimawandel.

Fairtrade ist weltweit einer der relevantesten Standardgeber zur Verbesserung von Arbeits- und Lebensbedingungen von Kleinbäuer:innen und Arbeiter:innen im globalen Süden. Produkte, die mit dem Fairtrade-Siegel gekennzeichnet sind, erfüllen die Standards von Fairtrade International, die gleichermaßen ökologische, soziale und ökonomische Kriterien abdecken.

Derzeit profitieren rund 1,9 Millionen Bäuer:innen und Arbeiter:innen aus 71 Anbauländern in Afrika, Asien und Lateinamerika von Fairtrade-Mindestpreisen, -Prämien, geregelten Arbeitsbedingungen und der Organisation in Kooperativen.



STATUS QUO

Wir unterstützen seit 2010 die Ausweitung von **Fairtrade**-gesiegelten Artikeln in Deutschland. ALDI SÜD handelt über das Jahr verteilt rund **170 Fairtrade-gesiegelte Produkte**, die nach dem Fairtrade-Standard oder dem Fairtrade-Rohstoff-Programm für Kakao zertifiziert sind. Unsere Kund:innen finden eine breite Auswahl an Fairtrade-gesiegelten Produkten wie z. B. verschiedene Kaffeeartikel, Bananen, Wein, Rosensträuße oder Baumwolltextilien.



Mit unserer **Choceur CHOCO CHANGER** Schokolade gehen wir nun einen Schritt weiter. Diese Tafelschokoladen sind nicht nur Fairtrade-zertifiziert, sondern erfüllen

darüber hinaus die fünf Beschaffungsprinzipien der Tony's Open Chain und sind somit zu 100 Prozent verantwortungsvoll produziert. So steht unser Choceur CHOCO CHANGER für: rückverfolgbare Kakaobohnen, höhere Preise, die ein existenzsicherndes Einkommen ermöglichen, Unterstützung professioneller bäuerlicher Kooperativen, langfristige Verpflichtungen sowie Verbesserung von Produktivität und Qualität. ➔ **Mehr Infos**



PARTNERSCHAFTLICHER, WEIL

UNSER ZIEL



- Wir arbeiten stetig daran, unser Angebot an Fairtrade-gesiegelten Produkten auszuweiten. So stellen wir bis Ende 2023 den Kakao in unseren Backzutaten und bis Ende 2024 in all unseren Tafelschokoladen vollständig auf Fairtrade-zertifizierten Kakao um.





3.5 ERNÄHRUNGSBILDUNG

RELEVANZ

Unter dem Motto „**Spenden, helfen, fördern**“ engagiert ALDI SÜD sich in vielen Bereichen und hilft mit langfristigen Partnerschaften oder kurzfristigen Aktionen. Die Förderung eines nachhaltigen Umgangs mit Lebensmitteln sowie einer gesunden und bewussten Lebensweise bei Kindern, Jugendlichen und deren Familien steht im Zentrum unseres gesellschaftlichen Engagements.

Mit unserem langjährigen Partner **Acker e. V. und seinem mehrjährigen Bildungsprogramm GemüseAckerdemie** konnten wir bereits mehr als 34.600 Kinder und Jugendliche an aktuell 436 Schulen im ALDI SÜD



Gebiet für die Natur und gesunde Ernährung begeistern: Gemeinsam mit ihren Lehrkräften und mit professioneller Unterstützung von Acker e. V. bauen die Schüler:innen selbstständig Gemüse auf einem eigenen Acker an. Sie säen, pflanzen, pflegen und ernten, lernen den Kreislauf der Natur kennen und übernehmen Verantwortung für ihre Gemüsepflanzen. Zusätzlich unterstützen wir das Bildungsprogramm CampusAckerdemie, mit dem Acker e. V. angehende Pädagog:innen befähigt, einen Lehracker zu betreuen und den zukünftigen Schüler:innen praktisches Wissen rund um den Gemüseanbau zu vermitteln.

WEITERE FÖRDERPARTNER

SOS-Kinderdorf e. V.



2020 startete die **Gesundheitsoffensive** „Gesund aufwachsen im SOS-Kinderdorf e. V.“. Als Partner unterstützen wir diese Offensive für eine **frühe Gesundheitsbildung** und fördern die Arbeit von SOS-Kinderdorf e. V. mit einer jährlichen Summe von **100.000 Euro**.

Stiftung Kindergesundheit



Seit 2022 unterstützen wir die Arbeit der Stiftung Kindergesundheit, die sich aktiv für ein **gesundes Aufwachsen** von Kindern und Jugendlichen engagiert. Gemeinsam mit der Stiftung Kindergesundheit entwickeln wir ein **Gesundheitsprogramm zur Adipositas-Prävention** bei Kindern und Jugendlichen.

Auridis Stiftung



Seit 2006 finanzieren wir die gemeinnützige Auridis Stiftung. Die Auridis Stiftung fördert gezielt Initiativen, Projekte und Organisationen, die zur **Stärkung von Familien** und zum **guten Aufwachsen von Kindern** beitragen. Unterstützt werden vorrangig Familien mit Kindern unter zehn Jahren, die Hilfestellung benötigen.



PRODUKTBEZOGENE SPENDEN

Regelmäßig bieten wir **Produktaktionen mit Spendenbezug** an. Mit dem Kauf der Produkte können unsere Kund:innen soziale – teils auch ökologische – Hilfsprojekte und Maßnahmen unterstützen, die Menschen in Not in unterschiedlichen Bereichen auf der Welt zugutekommen. Ein Teil oder der gesamte Erlös wird an Hilfsorganisationen gespendet.



share

Mit unserem Angebot an renommierten, sozialen Marken wie z. B. **share** machen wir es unseren Kund:innen ganz einfach, beim Einkauf in unseren Filialen direkt etwas Gutes zu tun. Mit jedem Kauf eines share-Artikels wird eine Spende an ein soziales Projekt generiert. → zu share



PARTNERSCHAFTLICHER, WEIL

UNSER ZIEL



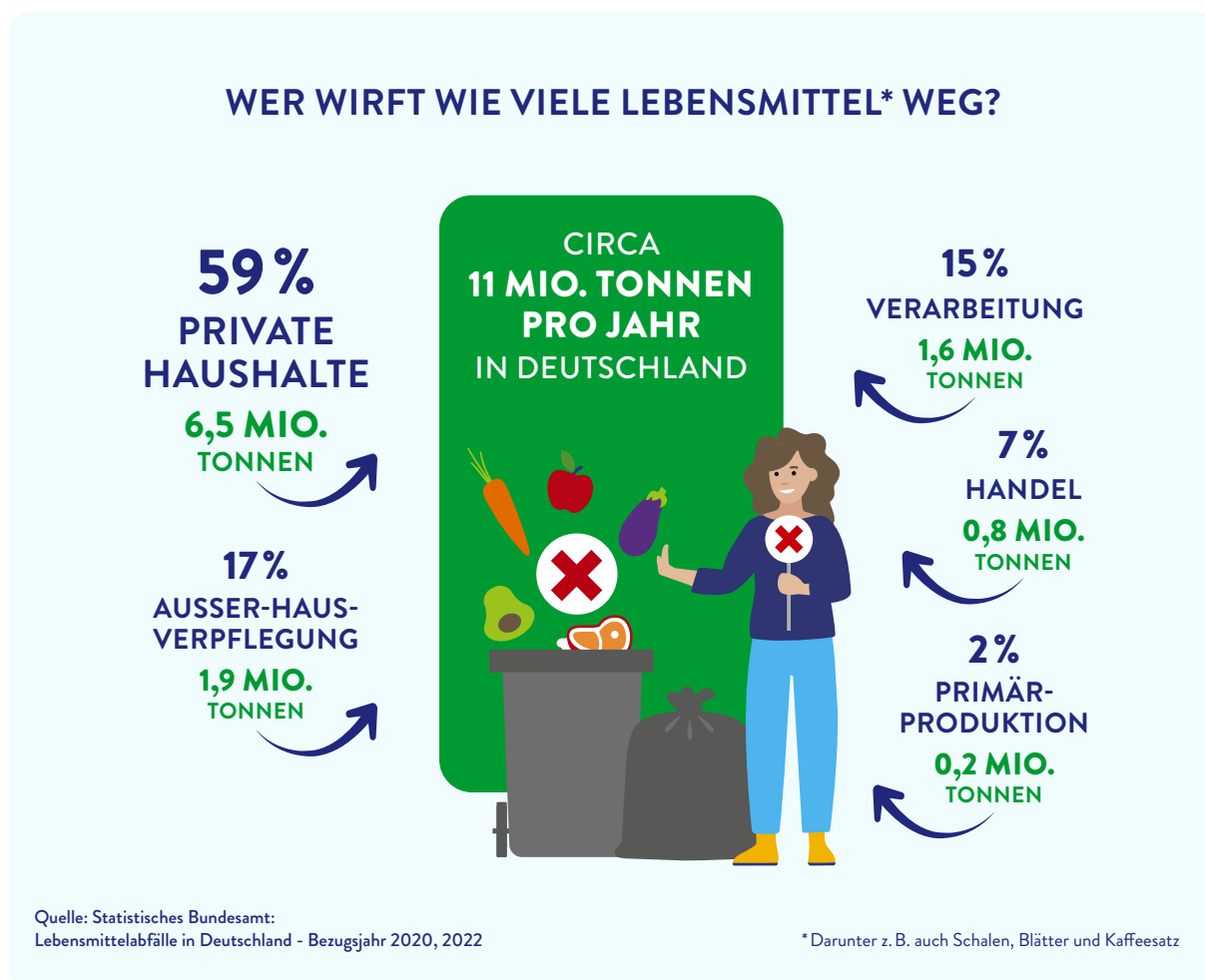
- Wir möchten mit langfristigen, ausgewählten Förderpartnerschaften eine nachhaltige und bewusste Lebensweise fördern und als verlässlicher Partner regionale Unterstützung ermöglichen.



3.6 FOOD-WASTE-REDUKTION

RELEVANZ

Entlang der Wertschöpfungskette werden in Deutschland jedes Jahr rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt. Im Groß- und Einzelhandel fallen davon etwa sieben Prozent der Gesamtmenge an.³³



Jedes einzelne Nahrungsmittel, das im Müll landet, schädigt unser Klima und vergeudet wertvolle Ressourcen. Als einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler Deutschlands sieht sich ALDI SÜD in der Pflicht, sich für die Lebensmittelrettung zu engagieren. Wir setzen uns dafür ein, die Menge an Lebensmitteln, die weggeworfen wird, so gering wie möglich zu halten und haben eine Vielzahl von Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung entwickelt. Denn Lebensmittel sind einfach zu wertvoll, um sie in den Abfall zu werfen – vor allem, wenn andere Menschen sie dringend benötigen.

33 BMEL: Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren, 2022

STATUS QUO

Wir unterstützen die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen und damit die Absicht, die Menge der weggeworfenen Lebensmittel weltweit bis zum Jahr 2030 zu halbieren. Im Jahr 2020 haben wir die Beteiligungserklärung am Dialogforum Groß- und Einzelhandel unterzeichnet und damit unser Ziel, die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren, noch einmal bekräftigt.

Durch tagesgenaue Bestellungen sorgen wir in jeder einzelnen ALDI SÜD Filiale dafür, dass die Waren **jederzeit frisch** und **ausreichend verfügbar** sind. Gleichzeitig wird auf diese Weise weniger weggeworfen. Zeichnet sich trotz sorgfältiger Planung ab, dass Produkte nicht rechtzeitig verkauft werden, bietet ALDI SÜD nahezu alle Arten von Waren zu einem reduzierten Preis an. Auf den Nachlass, der bis zu 30 Prozent beträgt, weisen wir unsere Kund:innen mit einem Aufkleber deutlich hin. Auf diese Weise können viele Produkte, die kurz vor Ablauf des Verbrauchs- oder Mindesthaltbarkeitsdatums stehen, noch von unseren Kund:innen konsumiert werden.

Alle nicht mehr verkaufs-, aber noch verzehrfähigen Lebensmittel werden in der Regel von ALDI SÜD gespendet. **Dafür kooperieren nahezu alle Filialen mit sozialen Organisationen wie den Tafeln oder foodsharing.** Grundlage für die Abgabe von Lebensmitteln an soziale Einrichtungen ist selbstverständlich die Einhaltung aller relevanten gesetzlichen Vorschriften. Lebensmittelüberschüsse, die nicht mehr für den menschlichen Verzehr geeignet sind, können zu Tierfuttermitteln aufbereitet werden. Lebensmittel, die in unseren Filialen nicht mehr gespendet werden können, geben wir an zertifizierte Entsorger weiter. Die Entsorger sind dabei verpflichtet, die gesetzlich festgelegten Grenzwerte in ihren Biogas- und Kompostierungsanlagen einzuhalten.

Zudem haben wir bereits 2018, auf Initiative des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) und dem bayerischen Bündnis „Wir retten Lebensmittel“, einen Erklär-Hinweis zum Mindesthaltbarkeitsdatum namens **„Riech mich! Probier mich! Ich bin häufig länger gut!“** auf diversen Frischmilch-Verpackungen sowie auf Verpackungen verschiedener Käsesorten eingeführt, um Verbraucher:innen für die Lebensmittelwertschätzung zu sensibilisieren.



Bei den sogenannten „**Krummen Dinger**“ handelt es sich um Lebensmittel, die kleinere Schönheitsfehler aufweisen. In puncto Geschmack stehen sie ihren makellosen Artgenossen aber in nichts nach. ALDI SÜD prüft regelmäßig, welche Obst- und Gemüsesorten als „Krumme Dinger“ angeboten werden können. Dies kann saisonal und regional variieren. Die Äpfel sind dauerhaft bei uns im Sortiment erhältlich.



Zusätzlich führen wir derzeit regional zwei Wurstwaren-Artikel aus der Kühlung mit dem Label „Krumme Dinger“. Dabei handelt es sich um Wiener Würstchen und Salami. Die Artikel wurden nach einer erfolgreichen Testphase regional in unser Standardsortiment aufgenommen. In den Produkten sind auch weniger ebenmäßige Scheiben, krumme Würstchen oder Stücke mit Ecken und Kanten enthalten. **Dies kommt den Lieferant:innen zugute, da sie mit der „unperfekten“ Ware eine zusätzliche Absatzmöglichkeit haben.** Wir prüfen regelmäßig Möglichkeiten zur Erweiterung unseres „Krumme-Dinger“-Sortiments, um unseren Beitrag zur Reduzierung von Food Waste zu leisten.



PARTNERSCHAFTLICHER, WEIL

UNSER ZIEL



- Wir integrieren 100 % unserer Filialen in eine Kooperation mit sozialen Organisationen zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen (z. B. mit den Tafeln, foodsharing etc.).
- Fortlaufend bauen wir unser Angebot an Waren mit Schönheitsfehlern unter der Eigenmarke „Krumme Dinger“ aus.
- Fortlaufend reduzieren wir den Preis von Waren kurz vor ablaufendem MHD zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung.



4. EXPERT:INNENGREMIUM ERNÄHRUNG

ALDI SÜD ist sich als führender Discounter seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Wir möchten einen wesentlichen Beitrag für die Gesundheit der Gesellschaft und die Gesundheit der Umwelt durch unser Produktangebot leisten. Für unsere Kund:innen wird es zunehmend wichtiger, **Gesundheit mit Ernährung** zu verbinden.

ALDI SÜD hat für die Ernährung der Zukunft das externe **Expert:innengremium Ernährung** ins Leben gerufen, welches ALDI SÜD ab 2023 zu allen Fragen der bewussten Ernährung berät. Wir freuen uns, dass wir für unser unabhängiges Gremium erfahrene Expert:innen aus verschiedenen Bereichen der Gesellschaft und Wissenschaft gewinnen konnten.



Verena Fein,
Head of Innovation bei
KitchenTown Berlin



Prof. Dr. Gunter P. Eckert,
Professor für Ernährung
an der Justus-Liebig-
Universität Gießen



Dr. Stephan Lück,
Ernährungsexperte für Radio und TV,
promovierter Ernährungswissenschaftler
und Lebensmitteltechnologe



Wilhelm Heilmann,
Leitung Verarbeitung/
Handel bei der
Naturland Zeichen GmbH



„Eine Grundlage unseres Erfolges sind die hohen Qualitätsanforderungen, die wir an unsere Produkte stellen. Für uns ist es selbstverständlich, leckere Produkte mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Hierbei ist es für uns ebenso wichtig, einen Beitrag zur gesunden Ernährung zu leisten. Ich freue mich, dass wir kompetente Expert:innen finden konnten, welche uns helfen, diesen Weg auch zukünftig weiter zu beschreiten.“

Ingo Hoffmann, Director Quality Assurance bei ALDI SÜD

Im Jahr 2023 wird sich das Expert:innengremium u. a. mit der Überarbeitung der Zielwerte für die Salz- und Zuckerreduktion, der Entwicklung von Rezeptur-Leitlinien für pflanzenbasierte Produkte und der Erarbeitung von Leitlinien sowie Anforderungen für Kinderprodukte befassen.

5. UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK

#ERNÄHRUNGSWECHSEL



BEWUSSTER

SALZ-/ZUCKERREDUKTION

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Definition und Umsetzung von Zucker-Grenzwerten für die Warengruppen Frühstückscerealien, Erfrischungsgetränke und gesüßte Milchprodukte	■□□	2025
Definition und Umsetzung von Salz-Grenzwerten für die Warengruppen Tiefkühl-Fertiggerichte, Wurstwaren und verpacktes Brot und verpackte Brötchen	■□□	2025

ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE DARMFLORA

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Überprüfung des ALDI SÜD Eigenmarken-Sortiments auf eine Ausweitung von fermentierten und ballaststoffreichen Produkten	■□□	Ende 2023
Screening von Ballaststoffgehalten relevanter Produkte und Durchführung von Rezepturoptimierungen hinsichtlich möglicher Erhöhungen	∞	fortlaufend

FETTE UND ÖLE

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Verbesserung der Fettsäureprofile unserer Eigenmarken-Produkte im Rahmen der Nutri-Score-Optimierung	∞	fortlaufend

UNSERE REZEPTUREN

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Entwicklung und Umsetzung von Rezeptur-Leitlinien für pflanzenbasierte Alternativen	■□□	Ende 2025
Entwicklung und Umsetzung von Rezeptur-Leitlinien für Tiefkühl-Fertiggerichte	■□□	Ende 2025
Entwicklung und Umsetzung von Rezeptur-Leitlinien für Kinderprodukte	■□□	Ende 2025

LEBENSMITTEL FÜR KINDER

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Erfüllung der WHO-Kriterien der Eigenmarken-Kinderprodukte , für die es WHO-Grenzwerte gibt	■□□	Ende 2025
Überprüfung und Anpassung des Verpackungsdesigns und der Nährwerte (orientiert an wissenschaftlichen Empfehlungen) von Eigenmarken-Kinderprodukten, für die es keine WHO-Grenzwerte gibt, welche sich aber aufgrund von Optik oder Verpackung an Kinder richten*	■□□	Ende 2025
Aktiver Einsatz für eine bewusste Ernährung und Förderung eines gesundheits- und nachhaltigkeitsbewussten Marketings gegenüber Kindern mit der Verpflichtung einer Bewerbung von einer ausgewogenen Kinderernährung bei Werbeaktivitäten im Fernsehen, Radio, Social Media und Handzettel*	∞	fortlaufend

*Ausnahmen betreffen unsere Aktionsware zu Ostern, Weihnachten und Halloween

■□□ gestartet ■□□ in Bearbeitung ■■■ erfüllt ∞ kontinuierlich erfolgreich abgeschlossen





TRANSPARENTER



NUTRI-SCORE

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
All unsere Eigenmarken-Artikel , bei denen es möglich ist, werden mit dem Nutri-Score gekennzeichnet sein	■ ■ □	Sommer 2024
Bei unseren Eigenmarken-Produkten streben wir an, immer den besten Nutri-Score zu vergleichbaren Marken- und Eigenmarken-Artikeln zu haben	∞	fortlaufend



PFLANZLICHER

PFLANZENBASIERTE PRODUKTE

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Erweiterung des veganen Sortiments auf, über das Jahr verteilt, 1000 pflanzliche Produktsorten*	■ ■ □	Ende 2024
Etablierung einer neuen Eigenmarke für pflanzliche Alternativprodukte	■ ■ □	2023



BIOLOGISCHER

BIO

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Mehr als 550 Bio-Artikel in unserem Standard-, Aktions- und Saisonsortiment über das Jahr verteilt	∞	fortlaufend
Bio-Händler Nr. 1** in unserem Vertriebsgebiet	■ ■ ■	September 2022
Bio-Frischfleisch- und Bio-Wurstwaren-Händler Nr. 1*** in unserem Vertriebsgebiet	■ ■ ■	November 2022
Umstellung von 100 % unseres Frischfleischs, unserer Trinkmilch und unserer Wurst- und Fleischwaren auf die HF3 und 4****	■ ■ □	2030
Unterstützung des 30 % Bio-Ziels der Bundesregierung durch die kontinuierliche Ausweitung unseres Bio-Sortiments und Ausweitung der ökologischen Landwirtschaft	∞	fortlaufend
Ausbau des Anteils von Naturland-zertifizierten Produkten am Bio-Sortiment und Umstellung von 25 % unseres Bio-Standardsortiments auf Naturland	■ □ □	Ende 2024

* Lebensmittel und Kosmetik

** NielsenIQ Homescan, Food Bio inkl. Frische Bio, MAT September 2022, Absatz Pack, LEH+DM im Aldi Süd Vertriebsgebiet Deutschland

*** NielsenIQ Homescan, Bio Wurstwaren & Frischfleisch in Selbstbedienung (kundenindividuelle Kategorie), MAT November 2022, Absatz Pack, LEH+DM im Aldi Süd-Vertriebsgebiet Deutschland

**** Bezogen auf den Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord und 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.

■ □ □ gestartet ■ ■ □ in Bearbeitung ■ ■ ■ erfüllt ∞ kontinuierlich erfolgreich abgeschlossen





HEIMISCHER



HEIMISCHE LANDWIRTSCHAFT

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Erweiterung des Sortiments an regionalen Marken und Eigenmarken sowie Steigerung des internen Umsatzanteils mit regionalen Artikeln	∞	fortlaufend
100 % unserer Frischmilch stammt aus Deutschland*	■■■	2022
100 % unseres konventionellen Schweinefrischfleischs stammt aus Produktion nach dem 5D-Prinzip**	■■■	2022
> 90 % unseres Frischfleischs stammt aus Deutschland mit dem Ziel eines weiteren Ausbaus deutscher Ware	∞	fortlaufend
> 350 Produkte sind über das Jahr verteilt und über alle Regionen hinweg mit dem Regionalfenster gekennzeichnet	∞	fortlaufend
Gesamte Trinkmilch soll aus Deutschland stammen*	■■□	Bis 2024



PARTNERSCHAFTLICHER

FOOD-WASTE-REDUKTION

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Integration von 100 % unserer Filialen in eine Kooperation mit sozialen Organisationen zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen (z. B. mit den Tafeln, foodsharing etc.)	∞	fortlaufend
Ausbau unseres Angebots an Waren mit Schönheitsfehlern unter der Eigenmarke „Krumme Dinger“	∞	fortlaufend
Reduzierung des Preises von Waren kurz vor ablaufendem MHD zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	∞	fortlaufend

FAIRTRADE

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Umstellung des Kakaos in unseren Backzutaten und Brotaufstrichen auf Fairtrade-zertifizierten Kakao	■□□	2023
Umstellung des Kakaos in unseren Tafelschokoladen auf Fairtrade-zertifizierten Kakao	■□□	Ende 2024

ERNÄHRUNGSBILDUNG

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Langfristige Förderung gemeinnütziger Partnerschaften für eine nachhaltige und bewusste Lebensweise mit der Zielgruppe Kinder und Jugendliche	∞	fortlaufend

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

** Ausgenommen sind internationale Spezialitäten, Bio-Produkte, Filet und Tiefkühlartikel.

■□□ gestartet ■■■ in Bearbeitung ■■■ erfüllt ∞ kontinuierlich erfolgreich abgeschlossen

6. QUELLEN UND VERLINKUNGEN

Stand: 05.01.2023

BUNDESINFORMATIONSZENTRUM LANDWIRTSCHAFT

Zuckerbilanz 2021/22 vorläufig: Leichter Anstieg des Nahrungsverbrauchs und des Selbstversorgungsgrad

<https://www.bmel-statistik.de/ernaehrung-fischerei/versorgungsbilanzen/zucker-glukose>

BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (BMEL)

Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten, 2018

<https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/NationaleReduktionsInnovationsstrategie-Layout.pdf>

Ökologischer Landbau in Deutschland, 2022

<https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/OekolandbauDeutschland.pdf>

WBAE: Politik für eine nachhaltigere Ernährung, 2020

https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ministerium/Beiraete/agrarpolitik/wbae-gutachten-nachhaltige-ernaehrung.pdf

FAQ zum Öko-Landbau, 2022

<https://www.bmel.de/SharedDocs/FAQs/DE/faq-oekolandbau/FAQList.html>

Kompass Ernährung, 2022

<https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/Kompassernaehrung/kompass-ernaehrung-3-2021.pdf>

Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren, 2022

<https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/studie-lebensmittelabfaelle-deutschland.html>

Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland, 2008-2011

https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/Ergebnisse-DEGS-Salzaufnahme.pdf

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR ERNÄHRUNG E. V. (DGE)

Heseker, Helmut; Heseker, Beate: Die Nährwerttabelle, 7. Auflage 2021/2022

Evidenzbasierte Leitlinie Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2011

https://www.dge.de/fileadmin/public/doc/ws/II-kh/DGE-Leitlinie-KH-ohne-Anhang_Tabellen.pdf

Ausgewählte Fragen und Antworten zu Speisesalz, 2020

https://www.dge.de/uploads/media/Speisesalz_FAQs.pdf

Für eine nachhaltigere Ernährung: Wie sich die DGE für mehr Ressourcenschutz einsetzt, 2021

<https://www.dge.de/blog/2021/01/13/nachhaltigere-ernaehrung/>

D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 7. aktualisierte Ausgabe, 2021

Evidenzbasierte Leitlinie Fettzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2015

<https://www.dge.de/fileadmin/public/doc/ws/II-fett/v2/Gesamt-DGE-Leitlinie-Fett-2015.pdf>

Konsensuspapier der Deutsche Adipositas-Gesellschaft e. V., Deutsche Diabetes Gesellschaft e. V., Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Quantitative Empfehlung zur Zuckerzufuhr in Deutschland, 2018

https://www.dge.de/fileadmin/public/doc/ws/stellungnahme/Konsensuspapier_Zucker_DAG_DD_G_DGE_2018.pdf

EAT-LANCET COMMISSION

EAT-Lancet Commission Summary Report, 2019

https://eatforum.org/content/uploads/2019/07/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf



FORSA

Ernährungsreport 2022

https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/forsa-ernaehrungsreport-2022-tabellen.pdf

FORSCHUNGSINSTITUT FÜR BIOLOGISCHEN LANDBAU (FIBL)

Endbericht, Klimaschutz und Ernährung – Darstellung und Reduktionsmöglichkeiten der Treibhausgasemissionen von verschiedenen Lebensmitteln und Ernährungsstilen, 2021

https://orgprints.org/id/eprint/42833/1/studie_klimaschutz_ernaehrung_2111.pdf

MCCANN ET AL.

Food additives and hyperactive behaviour in 3-year-old and 8/9-year-old children in the community: a randomised, double-blinded, placebo-controlled trial, Lancet. 370(9598): 1542, 2007

[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(07\)61306-3/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(07)61306-3/fulltext)

ROBERT-KOCH-INSTITUT, DEGS

KiGGS Welle 2 (2014-2017), 2018

https://www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Studien/Kiggs/kiggs_2/Kiggs_2_node.html

Mensink GBM; Haftenberger M; Brettschneider AK et al.: EsKiMo II – die Ernährungsstudie als Modul in KiGGS Welle 2., Journal of Health Monitoring 2(S3): 38–46, 2017

https://edoc.rki.de/bitstream/handle/176904/6887.2/EsKiMoII_Projektbericht.pdf?sequence=3&isAllowed=y

ROUNDTABLE ON SUSTAINABLE PALM OIL (RSPO)

<https://rspo.org/de/>

SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, FDP (Hrsg.)

Koalitionsvertrag 2021–2025 zwischen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD), BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und den Freien Demokraten (FDP)

<https://www.bundesregierung.de/resource/blob/974430/1990812/1f422c60505b6a88f8f3b3b5b8720bd4/2021-12-10-koav2021-data.pdf>

SANDERS J.; HESS J. (HRSG.)

Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft, 2. überarbeitete und ergänzte Auflage

https://www.thuenen.de/media/publikationen/thuenen-report/Thuenen_Report_65.pdf

SMITH, P.

The tantalizing links between gut microbes and the brain. Nature 526, 312-314, 2015

<https://www.nature.com/articles/526312a>

WASTYK, HANNAH C.; FRAGIADAKIS, GABRIELA K.; PERELMAN, DALIA ET AL.:

Gut-microbiota-targeted diets modulate human immune status, 184 (16), 4137-4153.E14, 2021

WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF)

Auf der Ölspur - Berechnungen zu einer palmölfreien Welt, 2016

https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF-Studie_Auf_der_OElspur.pdf

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD
Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr
Stand: März 2023

PRODUKTION:

Raufeld Medien GmbH
Paul-Lincke-Ufer 42/43
10999 Berlin

BILDNACHWEISE:

Getty Images (S. 16)
Adobe Stock (S. 27)
Freepik (S. 24, 30)
Georg Gottschlich (Foto von
Prof. Dr. Gunter P. Eckert auf S. 35)



Gutes für alle.