



Einfach verantwortlich





Mit unserem umfangreichen Engagement zeigen wir uns verantwortlich für Mensch, Tier und Umwelt.

**UMWELT
UND KLIMA**

**UNTERNEHMEN
UND GESELLSCHAFT**

**PRODUKTE
UND RESSOURCEN**



**nachhaltigkeit.
aldi-sued.de**

ALDI SÜD unterstützt die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen:

Wir unterstützen die Sustainable Development Goals (SDG), die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, die von den Vereinten Nationen festgelegt wurden und bis 2030 global erreicht werden sollen. ALDI SÜD trägt mit den in der Broschüre aufgeführten Maßnahmen dazu bei, die Zielvorgaben in den angesprochenen Handlungsfeldern zu erreichen.



Vorwort

Von Stefan Kopp,
Sprecher des Verwaltungsrates

Liebe Leserinnen und Leser,

was bedeutet nachhaltiges Handeln für Sie? Eine große Herausforderung? Sicher! Wir bei ALDI SÜD betrachten Nachhaltigkeit aber vor allem auch als Investition in die Zukunft. Unsere Kunden wünschen sich umweltfreundlich und sozial verantwortlich hergestellte Produkte zum fairen Preis. Das ist auch unser Ziel: Wir übernehmen als global agierender Lebensmitteleinzelhändler bewusst Verantwortung – und nutzen unsere Schlüsselposition, um das Prinzip der Nachhaltigkeit in allen Bereichen entlang der Wertschöpfungskette zu verankern.

Unsere Messlatte legen wir dabei jedes Jahr ein Stück höher. So wollen wir unser Angebot an Bio-Produkten und regionalen Lebensmitteln weiter ausbauen. Natürlich widmen wir uns 2020 auch dem drängenden Thema Tierwohl. Neben dem Erfolg unserer Marke FAIR & GUT haben wir weitere gute Nachrichten: Wir wollen dem bislang üblichen Töten von männlichen Küken in der Produktion von Eiern ein Ende setzen. Wir stellen daher bis 2022 unser Sortiment vollständig auf Schaleneier ohne Kükentöten um. Dafür setzen wir unter anderem auf moderne technische Verfahren. Um positive Entwicklungen wie diese anzustoßen, sind wir permanent auf der Suche nach Innovationen und neuen Blickwinkeln. Aus diesem Grund fördert ALDI SÜD mit dem Accelerator-Programm TechFounders seit 2019 gezielt Startups, um nachhaltigen Ideen eine Chance am Markt zu eröffnen.

Auch auf anderen Feldern setzen wir Maßstäbe. Bis 2025 sollen 100 Prozent unseres Baumwollsortiments aus nachhaltiger Baumwolle bestehen – und im Zuge unserer ALDI Verpackungsmission wollen wir bis 2025 den Materialeinsatz bei Verpackungen unserer Eigenmarken um 30 Prozent reduzieren. Nicht zuletzt unterstützen wir den Ausbau der E-Mobilität in Deutschland durch ein engmaschiges Netz von eigenen Elektroladestationen.

Einen weiteren Fokus legen wir 2020 auf unsere soziale Verantwortung. Bei unserem gesellschaftlichen Engagement in Deutschland konzentrieren wir uns auf Projekte und Initiativen, die bislang benachteiligten Kindern und Jugendlichen neue Chancen für die Zukunft eröffnen und sie dazu befähigen, ein gesundheitsbewusstes Leben zu führen. Unsere neue, vielfältige Partnerschaft mit dem SOS-Kinderdorf e. V., die 2020 startet, passt perfekt zu diesem Grundsatz.

Sie sehen: Wir füllen den Begriff Nachhaltigkeit auf jeder Ebene mit Leben. Was wir bereits erreicht haben und was wir anstreben, erfahren Sie in dieser Broschüre.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!





6



24



38

Inhalt

Vorwort	3
PRODUKTE UND RESSOURCEN 6	
Für mehr Tierwohl: FAIR & GUT Interview mit Ulrich Schulze Vowinkel	7
Nachhaltige Fleischproduktion, Fischzucht und Fischerei	8
Schaleneier-Produktion ohne Kükentöten	9
Bio-Produkte und Lebensmittel aus der Region	10
Nachhaltige Produkte – vom Grünen Knopf bis zu Fairtrade	14
Bewusste Ernährung – von optimierten Eigenmarken-Produkten bis zur veganen Vielfalt	17
Startup-Förderung – vom Accelerator-Programm bis zur What’s Next.-Kampagne	20

UMWELT UND KLIMA 24	
ALDI Verpackungsmission	25
Engagement gegen Mikroplastik	28
Maßnahmen zum Wasserschutz	29
Schutz der Artenvielfalt	30
Green Deal und Klimaneutralität	31
Maßnahmen für den Klimaschutz	34
Effiziente Logistik	36

UNTERNEHMEN UND GESELLSCHAFT 38	
Förderpartner des SOS-Kinderdorf e. V.	39
Kinderförderung und weiteres soziales Engagement	41
Auf dem Weg zum Wunscharbeitgeber	44
ALDI SÜD Akademie	46
Betriebliches Gesundheitsmanagement	48
Auswahl unserer Mitgliedschaften und Siegel	50
Impressum	52



20



31



48

PRODUKTE UND RESSOURCEN

ALDI SÜD tritt für mehr Tierwohl und eine umweltschonende Produktion ein. Wir bauen unser Bio-Angebot aus, fördern den fairen Handel und eine bewusste Ernährung. Innovativen Startups bieten wir die Chance, nachhaltige Ideen umzusetzen.

Ulrich Schulze Vowinkel, Landwirt aus Laer

Der Betrieb des FAIR & GUT-Lieferanten befindet sich im Norden Nordrhein-Westfalens, in einer von Landwirtschaft und Viehzucht geprägten Region. Unterstützung erhält der Landwirt von seinem Bruder und seinen Eltern, die in ihrer Freizeit auf dem Hof aushelfen. Ulrich Schulze Vowinkel mästet seine Schweine mit gentechnikfreien Feldfrüchten und Futtergetreide aus eigenem Anbau: Weizen, Gerste oder Mais.

Für mehr Tierwohl

Unsere **Tierwohlmarke FAIR & GUT** setzt Maßstäbe für eine tiergerechtere Haltung. Dabei arbeiten wir mit engagierten Landwirten wie dem Schweinebauern Ulrich Schulze Vowinkel zusammen.

Nach einem Studium der Agrarwissenschaften stieg Ulrich Schulze Vowinkel vor elf Jahren in den Betrieb seiner Eltern ein. Der Bauernhof im Münsterland ist seit Jahrhunderten in Familienbesitz. Die tiergerechtere Haltung seiner Schweine ist dem jungen Landwirt besonders wichtig. Wir haben ihn gefragt, was er mit der Marke FAIR & GUT und ALDI als Partner verbindet.

Herr Schulze Vowinkel, wie kam es zur Zusammenarbeit mit ALDI?

Wir haben auf unserem Hof bereits früh über eine tiergerechtere und nachhaltigere Schweinehaltung nachgedacht. Unseren Stall haben wir schließlich auf eigene Faust umgebaut. Aber uns fehlten zunächst verlässliche Händler, die das nachhaltig produzierte Fleisch zu schätzen wussten. Umso erfreuter waren wir, als ALDI die Tierwohlmarke FAIR & GUT aufbaute. Da waren wir von Anfang an dabei.

Was verbinden Sie mit der Tierwohlmarke FAIR & GUT?

Die Kriterien bei FAIR & GUT sind klar und transparent. Die Vorgaben kommen dem Tier direkt zugute. Das reicht von Beschäftigungsmaterialien bis zum gentechnikfreien Futter. Die Tiere haben auch doppelt so viel Platz wie in konventioneller Haltung. Das FAIR & GUT-Konzept hat uns daher in jeder Hinsicht überzeugt.

Wodurch unterstützt ALDI den verantwortungsvollen Umgang mit Tieren?

ALDI steht als großer und wichtiger Lebensmittelhändler wie ein Bindeglied zwischen uns Produzenten und den Verbrauchern. ALDI muss unser nachhaltig erzeugtes Fleisch zu einem angemessenen Preis vermarkten und den Kunden erklären: „Bauer Schulze Vowinkel hat ein Tier aufgezogen, das tatsächlich doppelt so viel Platz bekommen hat wie konventionell gehaltene Schweine.“ ■



FAIR & GUT steht für:

- Mehr Platz
- Eingestreuter Stall
- Zugang zu frischer Luft
- Fütterung ohne Gentechnik

Standard:

FAIR & GUT vereinigt Tierwohllabel, deren Standards über den gesetzlichen Vorgaben liegen, wie z. B. das Tierschutzlabel „Für Mehr Tierschutz“.

Sortiment:

Das Sortiment umfasst Schweine- und Geflügelfleisch, Milch und Molkereiprodukte sowie Eier.

Verfügbarkeit:

Das Hackfleisch sowie die Milch und Molkereiprodukte bieten wir bundesweit an. Die weiteren Produkte sind größtenteils regional erhältlich.

←
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/tierwohl



Initiative Tierwohl

ALDI SÜD ist Gründungsmitglied der Initiative Tierwohl. Für jedes verkaufte Kilogramm Schweine- und Geflügelfleisch und -wurst zahlen wir einen Betrag von 6,25 Cent für die Entwicklung von bestimmten Tierwohlkriterien. Mit diesem Geld werden die Landwirte bei der Umsetzung der Tierwohlmaßnahmen finanziell unterstützt. Rund 6660 Betriebe sind derzeit Teil der Initiative und rund 510 Millionen Tiere profitieren bereits davon.



Rückverfolgbarkeit

Über unsere Rückverfolgbarkeitsplattform stellen wir Verbrauchern transparente Informationen zur Herkunft unserer Produkte zur Verfügung, unter anderem zu unseren Fleisch- und Fischartikeln. Sukzessive wird die Plattform durch den ALDI Transparenz Code (ATC) abgelöst.

→ transparenz.aldi.de

Verantwortungsvolle Tierhaltung ist uns wichtig – unseren Kunden geben wir eine klare Orientierung

Nicht nur unser Label FAIR & GUT erleichtert unseren Kunden einen bewussten Einkauf. Klare Orientierung bietet auch ein weiterer Hinweis auf der Verpackung: Alle Fleischprodukte aus Schwein, Rind und Geflügel sind bei uns mit der Haltungsform gekennzeichnet, die von 1 bis 4 reicht. Die Ziffer 1 zeigt, dass der



QS-Standard eingehalten wird, der mindestens den gesetzlichen Vorgaben entspricht. Jede höhere Ziffer belegt, dass weitere Kriterien für eine tiergerechtere Haltung berücksichtigt wurden. Die höchste Stufe, die Stufe 4, entspricht unter anderem den gesetzlichen Bestimmungen für Bio-Fleisch. ■

Wir unterstützen die nachhaltige Fischerei und Fischzucht

Der Schutz empfindlicher Ökosysteme ist uns wichtig. Über 96 Prozent unserer Fischprodukte und Meeresfrüchte stammen aus nachhaltigen Quellen und über 80 Prozent sind zertifiziert (s. Siegel S. 51). Gefährdete Arten vermeiden wir. Zur Stärkung von nachhaltiger Fischerei und Fischzucht setzen wir am Anfang der Lieferkette an: Wir begleiten z. B. eine Garnelenfischerei in Südindien auf ihrem Weg zur MSC-Zertifizierung und unterstützen die Wiederaufforstung von Mangrovenwäldern in Indien und Costa Rica, um das durch Abholzungen gefährdete Ökosystem zu schützen. Diese Projekte verbessern zugleich die Lebensbedingungen der Fischer. Ebenso aktiv sind wir im Bereich tierwohlorientierte Aquakultur. Um eine nachhaltige Fischzucht zu unterstützen, sind wir Mitglied im Initiativkreis Tierschutzstandards Aquakultur. ■

Anteil der Fischartikel aus verantwortungsvollen Quellen:
96%



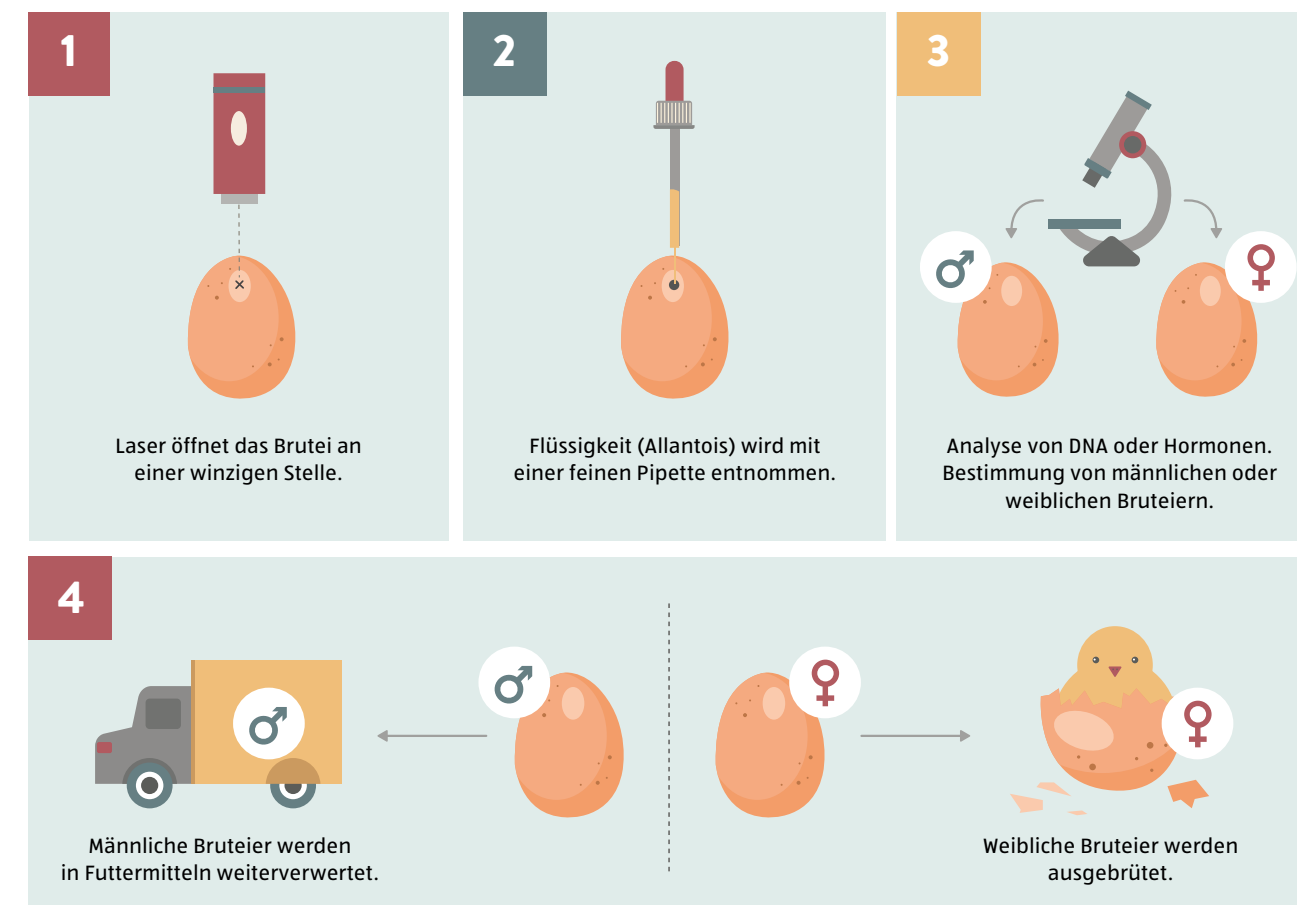
In Südindien unterstützen wir eine Fischereikooperative auf dem Weg zur MSC-Zertifizierung.

← nachhaltigkeit.aldi-sued.de/fisch-meeresfruechte

Kükentöten abschaffen

Wir werden schrittweise bis 2022 unser gesamtes Schaleneier-Sortiment aus Bio-, Freiland- und Bodenhaltung umstellen und damit das **Kükentöten beenden**.

← nachhaltigkeit.aldi-sued.de/ohne-kuekentoeten



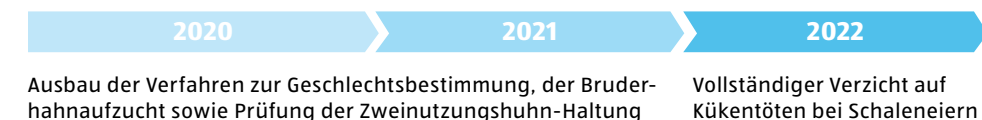
Im Zuge unseres Engagements für mehr Tierwohl setzen wir uns aktiv gegen das bislang übliche Töten von männlichen Küken in der Schaleneier-Produktion ein. Daher stellt ALDI bis 2022 das gesamte Schaleneier-Sortiment um und beendet damit konsequent das Kükentöten. Neben der Aufzucht sogenannter Bruderhähne nutzen wir technische Verfahren zur frühzeitigen Geschlechtsbestimmung im Brutei. Dafür arbeiten wir unter anderem mit dem Bio-tech-Unternehmen PLANTON zusammen.

Bei dessen Verfahren wird das Geschlecht im Brutei mithilfe einer genanalytischen Untersuchung am neunten Tag bestimmt. Nach der Analyse werden gezielt nur die Eier ausgebrütet, aus denen nach rund 21 Tagen kleine Legehennen schlüpfen. Aktuell arbeiten die Entwickler daran, die bereits praxistaugliche Technologie zur Serienreife weiterzuentwickeln. Als weitere Maßnahme prüfen wir die Haltung von Zweinutzungshühnern, die sich sowohl als Legehuhn als auch zur Mast eignen und somit Eier und Fleisch liefern. ■



Deutschlandweit stellen wir die gesamten Lieferketten für unsere Boden-, Freiland- und Bio-Eier um. Die Eier werden mit einem entsprechenden Hinweis gekennzeichnet. Schon jetzt können unsere Kunden Eier aus unserem Projekt „Henne & Hahn!“ in einzelnen Geschäften kaufen.

Zeitplan zur Umsetzung



Mehr Bio-Vielfalt und Frische

ALDI SÜD bietet **Bio-Produkte** in nahezu allen Warenbereichen an. Mit **Schneekoppe** haben wir 2019 einen starken Bio-Partner gewonnen. Zudem bauen wir unser Angebot an **frischen regionalen Produkten** aus.

Wir möchten es unseren Kunden mit frischen Lebensmitteln aus der Region und unserem reichhaltigen, preisgünstigen Bio-Angebot leicht machen, sich bewusst zu ernähren. Für ALDI SÜD ist der Gedanke der Nachhaltigkeit eng mit dem Bio-Gedanken verbunden. Denn der Bio-Anbau schützt Böden, Luft und Wasser, schont das Klima und bewahrt natürliche Ressourcen. Nutztiere profitieren vom ökologischen Landbau ebenso wie bedrohte Insekten und Wildpflanzen. Folgerichtig weiten wir unser Bio-Angebot bei ALDI SÜD stetig aus.



8,6 %
unseres Umsatzes
mit Lebensmittel-
Eigenmarken machen
Bio-Produkte aus.*

*Stand 2019.

Die Zahlen zeigen, wie erfolgreich wir mit diesem Bestreben sind: Zertifizierte Bio-Produkte machen bereits 8,6 Prozent unseres Umsatzes mit Lebensmittel-Eigenmarken aus. Über 350 Bio-Produkte sind als Standard-, Saison- und Aktionsware über das Jahr verteilt in unseren Filialen erhältlich. So ist der komplette Wocheneinkauf bei uns in Bio-Qualität möglich. Die Bandbreite reicht vom Frühstück bis zum Abendbrot mit Bio-Produkten. Auch künftig möchten wir den Anteil an Bio-Produkten stetig erhöhen und unser Bio-Sortiment weiter ausbauen.



nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/bio



3 Fragen an Philipp Lahm

Mehrheitsgesellschafter unseres Bio-Partners Schneekoppe

1 Herr Lahm, wieso ist Bio wichtig für Sie?

Schon als Fußballprofi habe ich gelernt, aufmerksam in mich hineinzuhören. Mein Körper hat gut funktioniert, weil ich präzise trainiert habe und die Balance zwischen Belastung und Entspannung ausgewogen war. Vor allem aber habe ich mich gut ernährt: bio, wann immer es möglich war. Lebensmittel in Bio-Qualität sind wertvoll und schmackhaft zugleich. Eine ideale Kombination, nicht nur für aktive Sportler, sondern für uns alle.

2 Wofür steht Schneekoppe im Bio-Bereich?

Schneekoppe steht für die Idee, vielen Menschen gesunde, schmackhafte Produkte in Bio-Qualität zugänglich zu machen. Zu Preisen, die fair und bezahlbar sind.

3 Wie passen Schneekoppe und ALDI zusammen?

ALDI ist der ideale Partner für Schneekoppe. Niemand kennt die Bedürfnisse der Kunden besser als ALDI. Gemeinsam mit ALDI kommen wir unserem Ziel sehr nahe, dass möglichst viele Menschen unsere leckeren Lebensmittel genießen – und davon profitieren.

Unser erster Bio-Lieferantenstrategietag mit Schneekoppe

Wir entwickeln weitreichende Zukunftskonzepte für die Bio-Branche. So haben wir 2019 eine Auswahl unserer wichtigsten Bio-Lieferanten und externe Bio-Experten zum ersten ALDI Bio-Lieferantenstrategietag eingeladen. Gemeinsam erarbeiteten wir Strategien und Konzepte für eine erfolgreiche Zusammenarbeit und diskutierten Zukunftspotenziale und Herausforderungen der Branche. Einer der Teilnehmer unseres ersten ALDI Bio-Lieferantenstrategietages ist besonders prominent: Philipp Lahm kam als Mehrheitsgesellschafter unseres Bio-Partners Schneekoppe zum Strategietag. Unsere Kooperation mit dem Traditionsunternehmen startete 2019. Schneekoppe gilt als Pionier des Bio-Handels und bringt viel Erfahrung in dem Marktsegment mit. Seit dem Einstieg des Fußballweltstars Philipp Lahm ins Unternehmen hat sich Schneekoppe neu und modern aufgestellt. Schneekoppe ergänzt mit einer hochwertigen Produktpalette unser Sortiment an Eigenmarken-Bio-Artikeln perfekt.

Wir unterstützen die Umstellung auf den Bio-Anbau

Schon heute finden unsere Kunden für jeden Bedarf das passende Produkt in Bio-Qualität. Auch Regionalität schreiben wir groß. Bereits jetzt beziehen wir über das Jahr hinweg ca. 40 Prozent unseres frischen Obstes und Gemüses aus dem Anbau in Deutschland. Gerade hier möchten wir den Anteil an Bio-Produkten steigern. Eine unserer Maßnahmen: Wir unterstützen unsere Produzenten aktiv dabei, wenn sie ihren Betrieb auf ökologischen Landbau umstellen möchten.





GUT bio

Alle unsere Eigenmarken-Bio-Artikel sind an dem GUT bio-Logo zu erkennen. Das erleichtert unseren Kunden die Orientierung beim Einkauf. Zudem tragen alle Bio-Produkte das EU-Bio-Logo. Das deutsche Bio-Siegel und das EU-Bio-Logo kennzeichnen Produkte, die der EG-Öko-Verordnung entsprechen und aus biologischem Anbau bzw. ökologischer Produktion stammen.



Den EU-Bio-Richtlinien zufolge darf beispielsweise ein Obstbauer seine Äpfel erst als Bio-Ware anbieten, wenn zwischenzeitlich 36 Monate nach der Umstellung auf ökologische Landwirtschaft vergangen sind. ALDI SÜD kauft dazwischenliegende Ernten als sogenannte Umstellungsware ein. Das trifft z. B. auf unsere „Krummen Dinger“ zu, die wir in ausgewählten Filialen als Umstellungsware anbieten. Wir kaufen die noch nicht zertifizierten Produkte zu einem höheren Preis ein, als wir ihn für konventionelle Ware zahlen. Damit erleichtern wir den Bauern die Entscheidung für eine Umstellung. Denn unser Vorgehen verringert eventuelle finanzielle Einbußen der Landwirte, die sich für den Bio-Anbau entscheiden.

Das neue Label GUT bio macht unsere Bio-Kompetenz sichtbar

Eine weitere Neuerung bündelt seit 2019 Ressourcen: Mit der gemeinsamen Eigenmarke GUT bio machen wir sichtbar, wie stark ALDI bei Bio-Produkten aufgestellt ist. Das einheitliche Label erleichtert unseren Kunden den Überblick und verdeutlicht die Bandbreite unserer Bio-Eigenmarken. Durch das gemeinsame Label stärken wir unsere Position am Markt als bedeutender Bio-Anbieter. Allen unseren GUT bio-Produkten ist gemein, dass sie mindestens die gesetzlichen Vorgaben des EU-Bio-Standards erfüllen. Deshalb sind sie mit dem EU-Bio-Logo ausgezeichnet. ■

Mit unseren Bio-Produkten wird ein opulenter Brunch zum bewussten Genuss. Die Bandbreite unserer Lebensmittel mit dem GUT bio-Label erfüllt alle Wünsche vom Frühstück bis zum Abendbrot – und immer mehr ALDI SÜD Kunden schätzen unser vielfältiges Angebot.

Frisch aus der Region – unseren Kunden, den lokalen Erzeugern und der Umwelt zuliebe

Wir setzen 2020 einen Schwerpunkt auf den Ausbau unseres Angebots an regional erzeugten Lebensmitteln. Warum? Weil regionale Produkte unseren Kunden besondere Frische bieten. Überdies profitieren die lokalen Landwirte von einer stärkeren Nachfrage – und die kurzen Transportwege schützen durch den geringeren CO₂-Ausstoß das Klima und unsere Umwelt.

Das Regionalfenster

Informiert unsere Kunden über die Herkunft und den Verarbeitungs- oder Verpackungsort der Produkte.

Regionale Produkte

Wir bieten lokale Produkte je nach Region unter unseren Labels „Einfach Regional“, „Unser Bayern“ und „Unser Franken“ an. Anhand der prägnanten Logos erkennen unsere Kunden die regionalen Produkte ganz einfach.



Bei verarbeiteten Produkten wird hier der regionale Rohstoffanteil genannt. Nebenzutaten dürfen auch aus anderen Regionen bezogen werden.



nachhaltigkeit. aldi-sued.de/ regional-saisonal

→
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
textilien

**GRÜNER
KNOPF**
SOZIAL. ÖKOLOGISCH. STAATLICH.
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.
V 1.0

Grüner Knopf

Der Grüne Knopf ist das erste staatliche Siegel für nachhaltige Textilien. Es müssen 26 anspruchsvolle Sozial- und Umweltstandards eingehalten werden, damit der Grüne Knopf platziert werden darf: Das reicht von A wie Abwasser-grenzwerte bis Z wie Zwangsarbeitsverbot.

Mit **BIO**-Baumwolle
Einfach nachhaltiger kleiden

Bio-Baumwolle

Unsere Bio-Baumwolle-Eigenmarken erkennen die Kunden seit 2020 am neuen Bio-Baumwolle-Logo. Viele unserer Bio-Baumwolle-Textilien sind nach GOTS zertifiziert. GOTS steht für „Global Organic Textile Standard“. GOTS liegt bei den umwelttechnischen Anforderungen und Sozialkriterien so hoch, dass die Vorgaben für den Grünen Knopf direkt erfüllt sind.

Nachhaltige Produkte

Wir engagieren uns global für **Mensch und Umwelt**: von der Einhaltung der Menschenrechte entlang der Lieferketten bis zum Schutz der natürlichen Ressourcen.



Seit 2018 unterstützen wir Baumwollkooperativen in Kirgisistan und Tadschikistan dabei, ihr Angebot an nicht gentechnisch veränderter Baumwolle zu verbessern.

Umweltschonender Anbau und gute Arbeitsbedingungen sind uns überall auf der Welt wichtig. Besonders deutlich wird das im Bereich Textilien. 2019 waren bereits 40 Prozent unseres Baumwoll-Angebots nachhaltig, ca. die Hälfte davon biozertifiziert. Damit waren ALDI Nord und ALDI SÜD gemeinsam der viertgrößte Bio-Baumwollhändler weltweit. Als einer der großen Textilhändler wollen wir unsere Schlüsselposition nutzen, um die Lieferkette weiter zu verbessern.

Der Grüne Knopf und unsere Labels für nachhaltige Baumwolle

Der Grüne Knopf wird im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung – kurz BMZ – vergeben. Damit ist es das erste staatliche Siegel für nachhaltige Textilien.

Sozial und ökologisch nachhaltig produzierte Textilien sind so für die Kunden auf einen Blick zu erkennen. Dadurch bietet das Siegel mehr Orientierung. Bevor ein Textil mit dem Grünen Knopf ausgezeichnet werden darf, werden das Unternehmen und das Produkt geprüft. Bei ALDI SÜD erhalten zunächst alle GOTS-Artikel den Grünen Knopf, denn sie erfüllen die Anforderungen bereits. GOTS steht für „Global Organic Textile Standard“: ein Siegel, das strenge Kriterien für Bio-Baumwolle festlegt. Für den Bezug nachhaltiger Baumwolle setzen wir auch auf weitere Standards und Initiativen. Neben „Fairtrade“ und dem „Organic Content Standard“ beziehen wir für unsere Textilien auch Baumwolle, die nach den Anforderungen der Initiative „Cotton made in Africa“ und der „Better Cotton Initiative“ zertifiziert ist.



Unser Ziel:
Bis 2025 sollen
100 %
unseres Baumwoll-
sortiments aus
nachhaltiger Baumwolle
bestehen.

Engagement vor Ort für Arbeitsrechte und Umweltschutz

Für die nachhaltige Produktion unserer Textilien in Bangladesch haben wir zusammen mit ALDI Nord das ALDI Factory Advancement Project (AFA Project) initiiert. Damit fördern wir Dialog und Kooperation am Arbeitsplatz: Arbeiter und Manager finden gemeinsam Lösungen für eine Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen. Ebenso wichtig ist uns der Schutz der Umwelt in den Herstellungsländern unserer Textilien. Mit unserem freiwilligen Beitritt zum Detox Commitment 2015 haben wir uns dazu entschlossen, die Ziele der von Greenpeace initiierten Detox-Kampagne aktiv zu unterstützen. Daher schließen wir alle als kritisch eingeschätzten Chemikalien für die Produktion unserer Textilien und Schuhe aus. ■



Das ALDI Factory Advancement Project (AFA Project) engagiert sich für faire und sichere Arbeitsbedingungen in der Textilproduktion in Bangladesch.



Dembele Mamdou, 39 Jahre alt, Mitglied der Fairtrade-Kooperative ECOOKIM in der Côte d'Ivoire.

Fair handeln

Wir bauen unser **Fairtrade-Angebot** aus und fördern Erzeuger-Projekte.

Ein zentrales Thema für mehr Nachhaltigkeit ist für uns der faire Handel. Das Fairtrade-Siegel steht für bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen der Kleinbauern und Arbeiter in Afrika, Asien und Lateinamerika. Gestartet in 2010 ist ALDI SÜD inzwischen einer der größten Lizenznehmer von TransFair e. V. – dieses Jahr feiern wir unsere zehnjährige Lizenzpartnerschaft. Aufgrund unseres Engagements für den fairen Handel wurden wir 2018 mit dem Fairtrade-Award ausgezeichnet.*

Unseren Kunden bieten wir im Sortiment und als Aktionsware derzeit mehr als 180 Artikel an, die Fairtrade-zertifiziert sind oder aus dem Fairtrade-Kakao-Programm stammen. Egal ob Kaffee, Tee, Honig, Saft oder Schokolade: Viele Lebensmittel, aber auch Non-Food-Produkte, wie ausgewählte Rosen und Baumwollartikel, sind bei uns Fairtrade-zertifiziert. Im Jahr 2019 erhielten die Erzeugerorganisationen durch den Verkauf von Fairtrade-Produkten bei ALDI SÜD zusätzliche Fairtrade-Prämien in Höhe von über fünf Millionen Euro. Die Prämiegelder werden in Maßnahmen investiert, die das Lebensumfeld der Erzeuger und ihrer Familien verbessern: Es werden z. B. Kindertagesstätten und Schulküchen gebaut, Weiterbildungsprogramme finanziert oder die Trinkwasserversorgung wird verbessert.

Wir fördern ausgewählte Projekte auch direkt: Als Mitglied der Initiative

*Quelle: www.fairtrade-deutschland.de/aktiv-werden/aktuelle-aktionen/fairtrade-awards-2018.html

→
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
fairtrade



Fairtrade
und ALDI SÜD

Fairtrade steht für:

- Stabile Mindestpreise und zusätzliche Fairtrade-Prämie
- Gesicherte Arbeitsrechte
- Besseren Gesundheitsschutz
- Schutz der natürlichen Ressourcen und Förderung der Bio-Landwirtschaft

Forum Nachhaltiger Kakao unterstützen wir gemeinsam mit dieser, der Bundesregierung und der Regierung der Elfenbeinküste das Projekt PRO-PLANTEURS, um den Kakaoanbau nachhaltiger zu gestalten. Seit 2016 fördern wir gemeinsam mit Fairtrade zertifizierte Kaffee-Kooperativen in Honduras. Ein Ziel dabei ist die Verbesserung der nachhaltigen landwirtschaftlichen Praktiken, um mit veränderten Umweltbedingungen bestmöglich umzugehen. Seit 2018 unterstützen wir gemeinsam mit Fairtrade und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) zwei Baumwollkooperativen mit rund 2400 Landwirten in Tadschikistan und Kirgisistan dabei, das Angebot von nicht gentechnisch veränderter Baumwolle zu verbessern und die Baumwollqualität zu erhöhen.

Unser Living Wage Commitment für faire Löhne und Einkommen in globalen Agrarlieferketten

Anfang 2020 haben wir einen weiteren Meilenstein für den fairen und nachhaltigen Handel festgelegt. Ergänzend zu unseren ALDI Sozialstandards in der Produktion, die u. a. auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen basieren, haben wir das Living Wage Commitment unterzeichnet. Mit den in der freiwilligen Selbstverpflichtung festgelegten Maßnahmen wollen wir die Realisierung existenzsichernder Löhne und Einkommen entlang der eigenen globalen Agrarlieferketten bis zum Jahr 2030 vorantreiben. Begleitet wird die

Living Wage Initiative durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und die Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ). ■



Wir wollen Menschenrechte sichern und Armut reduzieren. Angefangen bei der Rohstoffproduktion gilt dies entlang der gesamten globalen Lieferketten unserer Eigenmarken.“

Dr. Julia Adou,
Director Corporate Responsibility
bei ALDI SÜD

Ressourcen schonen: Palmöl-Engagement

Das Palmöl für unsere Eigenmarken-Produkte ist zu 100 Prozent nach den Standards des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) zertifiziert. Darüber hinaus umfasst unser Engagement auch die Förderung von Transparenz und die Einbindung von Kleinbauern innerhalb der Palmölbranche: So sind wir Gründungsmitglied des Palmöl-Transparenz-Bündnisses „Palm Oil Transparency Coalition“ (POTC) und Mitglied der Einzelhandels-Palmölgruppe „Retailers' Palm Oil Group“ (RPOG). Seit dem Jahr

2017 fördern wir ein Kleinbauernprojekt in der Elfenbeinküste, um wichtige Weichen für einen nachhaltigen Palmöl-Anbau zu stellen. Als einziger Discounter weltweit gehörten wir 2019 zu den führenden fünf Einzelhändlern, die für ihr Engagement für nachhaltiges Palmöl vom WWF International auf der Palm Oil Scorecard genannt wurden.** Die Palm Oil Scorecard ist eine Checkliste, mit der der WWF überprüft, inwieweit Unternehmen Palmöl verwenden, das ressourcen- und umweltschonend gewonnen wird. ■

**Quelle: palmoilscorecard.panda.org/check-the-scores/retailers

100 %
zertifiziertes
Palm(kern)öl



←
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
bewusste-ernaehrung

Bewusste Ernährung

Ob zucker- oder salzreduziert, vegetarisch oder rein pflanzlich: Bei uns findet jeder die passenden Lebensmittel für einen **ausgewogenen, bewussten Lebensstil**.

Zucker und Salz sind für eine ausgewogene Ernährung unerlässlich. In manchen Lebensmitteln verbirgt sich jedoch ein besonders hoher Zucker- oder Salzanteil, den man auf den ersten Blick gar nicht vermutet. Seit 2014 passen wir daher die Rezepturen ausgewählter Eigenmarken-Produkte an, um den Salz- bzw. Zuckergehalt stetig zu reduzieren.

In den letzten fünf Jahren konnten wir so bereits bei rund 800 Produktsorten den Salzgehalt um insgesamt 400 Tonnen und den Zuckergehalt sogar um ganze 7000 Tonnen senken. Bei all dem achten wir natürlich darauf, dass die zucker- und salzreduzierten Varianten unserer Produkte unseren Kunden weiterhin so gut schmecken wie gewohnt. ■



7000
Tonnen
weniger Zucker
haben wir in den
letzten fünf Jahren bei
unseren Produkten
verwendet.



400
Tonnen
weniger Salz
haben wir in den
letzten fünf Jahren in
unseren Produkten
verarbeitet.



Nutri-Score

Für viele Menschen sind die Nährwertangaben auf Verpackungen wenig aussagekräftig. Mit dem Nutri-Score, den das Bundesernährungsministerium noch 2020 in Deutschland auf freiwilliger Basis seitens der Händler und Produzenten einführen will, soll sich das ändern: Mithilfe der fünfstufigen und farbig hinterlegten Buchstabenskala können Verbraucher auf einen Blick das Nährwertprofil eines Lebensmittels erkennen. Auch wir planen den Nutri-Score auf relevanten Eigenmarken-Produkten aufzubringen – Voraussetzung hierfür ist ein entsprechender nationaler Rechtsrahmen.

Pflanzliche Vielfalt

Vegan oder vegetarisch leben?
Mit dem V-Label machen wir es unseren Kunden leicht. Unsere Produktpalette wurde zum wiederholten Mal ausgezeichnet.

Für immer mehr Menschen bedeutet bewusster Genuss, dass sie sich lieber pflanzlich ernähren. Kontinuierlich bauen wir deshalb unser vegetarisches und veganes Produktsortiment aus und fördern so eine bewusste und nachhaltige Lebensweise. Im Januar 2020 unterstützten wir deshalb die Initiative Veganuary, die dazu aufrief, sich einen Monat lang vegan zu ernähren.



Anzahl unserer
Produkte mit dem
V-Label: mehr als
170

Vegetarier, Veganer oder Menschen, die einfach ihren Fleischkonsum reduzieren wollen – sie alle finden bei uns eine große Auswahl an fleischlosen und tierproduktfreien Lebensmitteln für jeden Tag. Ein Großteil dieser Produkte ist mit dem gelb-grünen V-Label der Organisation ProVeg gekennzeichnet. Das macht es den Verbrauchern leicht, die Lebensmittel in unseren Filialen schnell und einfach zu finden. Zu unserem veganen und vegetarischen Sortiment zählen unter anderem die Produkte unserer Eigenmarke „MEIN Veggie Tag“, wie z. B. der Wonder Burger: eine schmackhafte fleischfreie Alternative aus pflanzlichen Zutaten. Die V-Label-Palette ist breit und greift auch Trends auf: Käsealternativen wie Wonder Burger Schmelzscheiben und die vegane Pizza mit Gemüseboden sind ebenso vertreten wie Mandelmilch oder vegane Fischstäbchen.



Bei unseren Angeboten für Veganer und Vegetarier gehen wir auf Food-Trends ein: so wie mit unserem rein pflanzlichen Burger-Pattie.



Unsere Eigenmarke „MEIN Veggie Tag“ bietet eine breite Auswahl an vegetarischen und veganen Artikeln wie Frischeprodukten, Aufschnitt oder Fertiggerichten.



Gut für die Haut, gut für die Umwelt: vegane Kosmetik- und Pflegeprodukte bei ALDI SÜD

Tierische Produkte sind nicht nur in Lebensmitteln enthalten, sondern auch in vielen Kosmetik- und Pflegeartikeln. Wer einen veganen Lebensstil pflegt, will natürlich auch hier tierische Inhaltsstoffe vermeiden. Das geht bei ALDI SÜD ganz einfach mit ausgewählten Produkten unserer Eigenmarken Lacura, Kür oder Ombra, die frei von tierischen Inhaltsstoffen sind. Zudem sind diese Artikel umweltfreundlich, denn zur Herstellung werden weder Mineralöle noch synthetische Duft-, Farb- und Konservierungsstoffe genutzt. Ob ein Pflege- oder Kosmetikprodukt vegan ist, erkennen unsere Kunden ganz einfach an der Veganblume auf der Verpackung. So sehen die Verbraucher auf einen Blick, dass bei der Herstellung auf tierische Produkte und Tierversuche verzichtet wurde.

Ausgezeichnete vegane Vielfalt – ein weiterer Ansporn für uns

Für das wachsende und vielfältige Angebot an veganen Produkten, die zugehörige Kommunikation und die Kooperation mit der Organisation Veganuary sowie die Teilnahme an der gleichnamigen Initiative wurden ALDI SÜD und ALDI Nord von der Tierrechtsorganisation PETA mit dem „Vegan Food Award 2020“ als „veganfreundlichster Supermarkt“ ausgezeichnet.*** Die Albert Schweitzer Stiftung, die alle zwei Jahre den veganfreundlichsten Discounter Deutschlands kürt, verlieh ALDI SÜD 2017 den 1. Platz.* Auch 2019 landeten wir auf einem Spitzenplatz: Für das breite vegane Angebot und die Kommunikation zum Thema „vegan“ ging Platz 2 an ALDI SÜD und Platz 1 an ALDI Nord.** Ein weiterer Erfolg: Laut dem ProVeg e. V. sind wir gemeinsam mit ALDI Nord die Händler, die die meisten Produkte mit V-Label anbieten (Stand: Januar 2020). ■

VEGANUARY

Die Initiative Veganuary rief im Januar 2020 zum ersten Mal in Deutschland dazu auf, sich einen Monat lang vegan zu ernähren. Wir haben Veganuary medial und durch unser vielfältiges veganes Angebot unterstützt.



Wir haben auch vegane Kosmetik- und Pflegeprodukte im Angebot. Die Produkte sind durch das Veganblume-Logo gekennzeichnet.



Ausgezeichnet von der
Albert Schweitzer
Stiftung
für unsere Mitwelt

*Quelle: albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/veganfreundlichste-supermaerkte-2017

**Quelle: albert-schweitzer-stiftung.de/aktuell/supermaerkte-vegan-ranking

Bereits 2017 wurden wir von der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt mit dem Titel „Veganfreundlichster Discounter“ ausgezeichnet.* Im Jahr 2019 wiederholten wir diesen Erfolg.**

nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
vegetarisch-vegan



Vegan Food
Award

Die Tierrechtsorganisation PETA verlieh in diesem Jahr nach 2019 zum zweiten Mal in Deutschland den „Vegan Food Award“. Mit diesem Preis zeichnet die Organisation vegane Lebensmittel aus, die durch Geschmack und Innovation überzeugen. Bei der Beurteilung sind zudem Verfügbarkeit, Nachhaltigkeit und Tierfreundlichkeit der Marke bzw. des Unternehmens von Relevanz. Dieses Jahr wurden wir mit ALDI Nord als „veganfreundlichster Supermarkt“ mit dem Award ausgezeichnet.*** 2019 gewannen unsere Veggie Fischstäbchen in der Kategorie „Herzhaft“ als bester veganer Fisch.****

***Quelle: peta.de/vegan-food-award-2020

****Quelle: peta.de/vegan-food-award-2019

→
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
startup-foerderung

Startups fördern

Startups sind innovative Ideengeber für **nachhaltige Produkte und umweltfreundliche Lösungsansätze**. Mithilfe des **Accelerator-Programms TechFounders** fördern wir dieses Potenzial.



Gemeinsam mit ALDI finden wir die innovativsten Startups. Auch in der mittlerweile dritten Förderrunde sind wieder nachhaltige Produktideen dabei, von denen es die besten ganz sicher auch in die Filialen schaffen werden.“

Miki Yokoyama,
Managing Partner TechFounders,
München

Was nutzt die beste Idee, wenn sie von niemandem gehört wird? ALDI SÜD arbeitet gemeinsam mit ALDI Nord mit dem Startup-Accelerator TechFounders aus München zusammen. Seit Januar 2019 fördern wir innovative Startups, um guten Einfällen für mehr Nachhaltigkeit eine Chance zu geben. Mittlerweile läuft unsere dritte Förderrunde und wir suchen unter anderem nach Impulsen im Bereich der Kreislaufwirtschaft und neuartigen Verpackungslösungen. Wie viel Erfolg wir mit dieser Strategie haben, ist an den Produkt- und Verpackungsideen zu sehen, die wir im Rahmen des Accelerator-Programms und darüber hinaus unterstützen. Unsere Kunden profitieren unmittelbar, denn sie können die aus unserer Sicht besten Produkte aus dem Accelerator-Programm in unseren Filialen finden.

So klappt es vom Pitch der Idee bis in die ALDI Filiale

Das Accelerator-Programm TechFounders bereitet junge Gründerinnen und Gründer darauf vor, ihre Geschäftsidee marktfähig zu machen. Dazu prüfen TechFounders gemeinsam mit ALDI die innovativsten Startup-Ideen. Im Fokus stehen dabei der ökologische Nutzen des Produkts, wie z. B. bei nachhaltigen Mehrweg-Alternativen als Ersatz für Einwegplastikartikel, aber auch der Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden. Erfolgreiche Bewerber durchlaufen ein fünfmonatiges Programm, in dem sie durch die Profis von TechFounders

Bereits beim ersten Pitch für das Accelerator-Programm TechFounders im Juni 2019 stellten uns die innovativsten Startups ihre nachhaltigen Ideen vor. Die aus unserer Sicht besten Produkte schafften es in die ALDI Filialen.

und ALDI SÜD hilfreiches Wissen zur Umsetzung und Vermarktung ihrer Idee erhalten. Ohne Unternehmensanteile abgeben zu müssen, erhalten sie 25.000 Euro Projektförderung und mietfreie Büroräume in München. In einer Hightech-Werkstatt können die Startups mehr als hundert Maschinen nutzen, um Prototypen anzufertigen.

Unterschiedliche Ansätze mit einem Ziel: nachhaltige Produkte marktfähig machen

In der ersten Förderrunde Anfang 2019 wählten wir drei Startups mit völlig unterschiedlichen Ansätzen aus. Zu ihnen zählte das junge Unternehmen OGATA, das die Chance bekam, seine Idee einer Einkaufstasche für den Rücken weiterzuentwickeln. Die Gründerinnen von Cyclic Design konnten ihre Idee vom Prototyp einer wiederbefüllbaren Flasche ohne Deckel für Kosmetikprodukte bis zur Marktfähigkeit weiterführen. Das junge Team von Wisefood arbeitete an essbaren Trinkhalmen aus nachwachsenden Rohstoffen.

Als Ersatz für den Einwegplastiktrinkhalm haben wir Ende des Jahres 2019 die essbare Alternative von Wisefood als Aktionsartikel in unseren Filialen angeboten. Die wiederbefüllbare Kosmetikflasche von Cyclic Design soll voraussichtlich im Herbst 2020 im Rahmen unserer Aktionsware erhältlich sein. In der zweiten Förderrunde überzeugte insbesondere das Startup Spootainable mit einer cleveren Idee für

WISEFOOD

Essbare Trinkhalme

Um unnötigen Plastikabfall zu vermeiden, hat Wisefood einen essbaren Trinkhalm entwickelt. Dieser besteht aus Apfelfasern, die während der Apfelsaftproduktion übrig bleiben. Der Halm hält in nicht alkoholischen Getränken eine Stunde, in alkoholischen Getränken bis zu zwei Stunden. Danach kann der Trinkhalm einfach aufgeknabbert werden, statt im Müll zu landen.



CYCLIC DESIGN

Wiederbefüllbare Kosmetikflasche Nepenthes

Kosmetikverpackungen bestehen oft aus verschiedenen Sorten Plastik und landen nach Gebrauch im Abfall. Um wertvolle Ressourcen zu sparen, hat Cyclic Design eine leicht wiederbefüllbare Flasche für Shampoo und Duschgel entwickelt. Dank eines abschraubbaren Bodens kann die Flasche einfach von unten nachgefüllt werden. Das tropfenförmige Design macht eine Reinigung der Flasche zudem ganz leicht. Da die Verpackung nur aus einem Material besteht, kann sie besser recycelt werden.



SPOONTAINABLE

Essbarer Löffel

Spoontainable – ein Wortspiel aus „spoon“ (engl. für „Löffel“) und „sustainable“ (engl. für „nachhaltig“) – steht für essbare Löffel. Es gibt sie bislang in den Geschmacksrichtungen Schoko und Hafer. Die nachhaltige (Schoko-) Alternative zum Plastiklöffel besteht aus den Fasern der Kakao-schale, die bei der Schokoladenproduktion zurückbleiben. Die bislang ungenutzten Reste verwertet das Startup für sein neues Produkt. Bei der Hafer-Variante wird die Haferfaser als Reststoff der Getreideverarbeitung genutzt und dient als Ausgangsmaterial. Der Löffel ist zusätzlich vegan.



mehr Nachhaltigkeit: Die Gründerinnen Amelie Vermeer und Julia Piechotta haben einen essbaren Löffel entwickelt, der im To-go-Bereich eine leckere Alternative zu Einwegplastiklöffeln darstellt. Schaffen es die Ideen der Startups in die ALDI Filialen, bekommen sie neben der Förderung auch unmittelbares Feedback von den potenziellen Kunden – und wir können das Interesse für innovative und nachhaltige Produkte im ALDI SÜD Sortiment wecken.

Hände frei: OGATA überzeugt mit einer intelligenten Lösung

Das Startup OGATA, das ebenfalls in unserer ersten Förderrunde überzeugte, wurde Teil unserer What's Next.-Kampagne, die innovative Produkte in den Vordergrund stellt und in unsere Filialen holt. Die Einkaufstasche für den Rücken von OGATA kam im April 2020 in die ALDI Filialen. Das junge Unternehmen profitiert jetzt vom ALDI Netzwerk und sammelt Erfahrungen im Retail-Bereich. ■



Der OGATA Co-Gründer Cornelius Voss hat die wiederverwendbare Einkaufstasche für den Rücken entworfen.

OGATA

ALDI Einkaufstasche für den Rücken

Für Fahrradfahrer und alle, die gern die Hände frei haben, hat OGATA eine innovative Mehrwegtasche entwickelt, die sich auch einfach auf dem Rücken tragen lässt. Die Tasche ist strapazierfähig und waschbar, daher kann sie leicht und häufig wiederverwendet werden. Das spart wertvolle Ressourcen.



3 Fragen an OGATA

Das Startup OGATA der beiden Gründer Cornelius Voss und Dennis Rasch hat mit der Einkaufstasche für den Rücken eine smarte und stylische Lösung für ein Alltagsproblem gefunden. Wir haben bei Cornelius Voss nachgefragt, was dahintersteckt.

1 Herr Voss, wie kamen Sie auf die Idee für die Einkaufstasche für den Rücken?

Dennis Rasch und ich sind begeisterte Rennradfahrer, standen aber immer wieder vor dem Problem, dass wir auf dem Rad keine Einkäufe transportieren konnten. Unsere Tasche für den Rücken, die immer wieder verwendet werden kann, ist die Antwort: So bekommt jeder seine Einkäufe sicher und komfortabel nach Hause.

2 Wie kam es zur Bewerbung beim Accelerator-Programm TechFounders?

Gutes Design führt dazu, dass Dinge gern und lange verwendet werden, also nachhaltiger sind. Das ist der Grundgedanke, der hinter OGATA steht. Wir sind sehr am Thema nachhaltige Hardware und Sustainable Packaging interessiert. Bei TechFounders gehen dazu die besten Ideen ein, und wir wollten uns mit den Besten messen.

3 Wie profitiert OGATA von ALDI?

Die Zusammenarbeit ist eine riesige Chance. Schon bei der Anfertigung unseres Prototyps dachten wir: Das passt perfekt! Wir wussten, dass ALDI nicht nur im eigenen Unternehmen Strategien für Nachhaltigkeit entwickelt, sondern auch innovative Ideen von außen aufgreift. Das Accelerator-Programm ist das beste Beispiel dafür. Wir profitieren vom Netzwerk und Know-how von ALDI bei jedem Produktions- und Vermarktungsschritt – und erfahren, wie die Kunden in den ALDI Filialen unser Produkt annehmen.

What's Next.

Wir entdecken neue und nachhaltige Produkte für unsere Kunden – und geben Startups eine Chance.

Parallel zur Förderung junger Startups im Accelerator-Programm entdecken wir unter dem Motto „What's Next. – Neues und Nices“ Jungunternehmer, die bereits Produkte mit einem überzeugenden Konzept herstellen und eine junge, umweltbewusste Generation ansprechen. Diese Startups können sich bei uns ganz unkompliziert auf der eigens eingerichteten Website bewerben: aldi-sued.de/de/partner/startup-partner.

Konnten sie uns überzeugen, dürfen sie sich bei uns für eine größere Bühne, sprich die ALDI Filialen, qualifizieren. Unsere Produkt- und Qualitätsmanager unterstützen sie dabei tatkräftig. Neben OGATA, die es mit ihren nachhaltigen Tragerucksäcken über das Accelerator-Programm in die What's Next.-Kampagne schafften, sind die nachhaltigen Snacks von Wildcorn oder das vegane Eis von Lycka gute Beispiele für Startups, die uns mit einer zeitge-

mäßen Idee und ihrer Bewerbung überzeugen konnten. Die What's Next.-Kampagne macht auf solche kreativen Produkte aufmerksam – und macht die ALDI SÜD Kunden neugierig auf Neues.

Besonders innovativ: ökologische Produkte mit sozialem Anspruch

Gutes genießen, Gutes tun: Diese einfache Botschaft signalisiert unseren Kunden, dass ein Produkt einen sozialen Anspruch hat. Dieses Motto gilt auch für eine weitere What's Next.-Entdeckung, die 2020 die ALDI Kunden überzeugen konnte. Die natürlichen TEATOX-Tees sind zum einen nachhaltig: Sie bestehen zu 100 Prozent aus natürlichen Bio-Zutaten ohne Aromen und sonstige Zusätze. Zum anderen unterstützen die Käufer ein soziales Anliegen: Durch den Kauf eines der TEATOX-Produkte fließt ein Prozent des Gesamtumsatzes an Wasserprojekte in Nepal. ■



Die TEATOX-Gründer Felix Ilse (l.) und Michael Decker (r.) sind mit Leidenschaft dabei und besuchen regelmäßig Teeplantagen.



What's Next.

Wir machen die Produktideen von Startups auch über unsere sozialen Kanäle bekannt. Unsere Kunden werden laufend auf unserem Nachhaltigkeitsportal, unserem Blog, Facebook, Instagram und Co. unter dem Titel „What's Next.“ über neue, angesagte Produkte informiert.



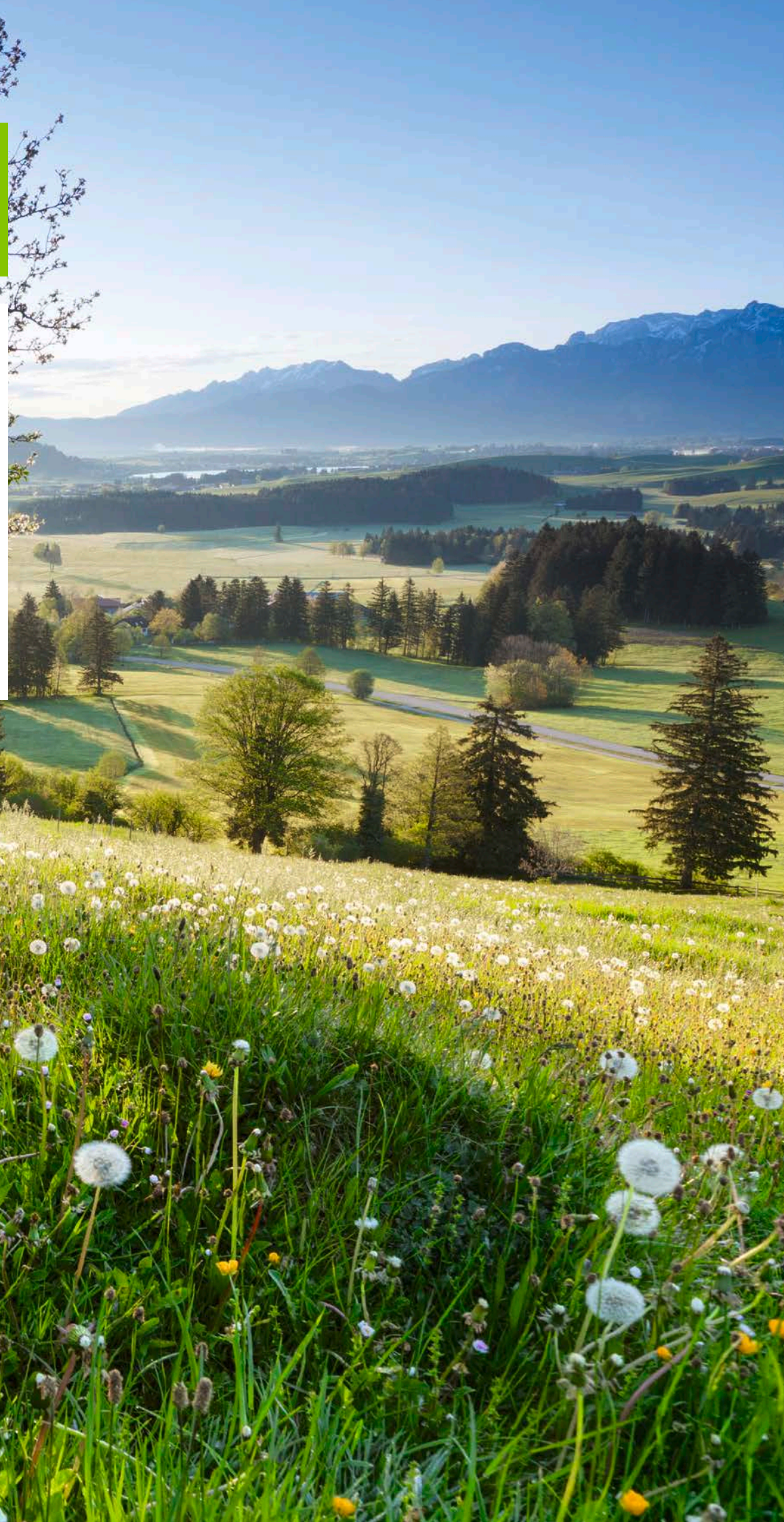
Spenden-Produkt

Unser Spenden-Produkt-Logo ist nicht nur bei nachhaltigen Startup-Produkten zu finden. Wir helfen auch durch weitere, regelmäßige Verkaufsaktionen, die wir verschiedenen wohltätigen Organisationen widmen. So ist unser Spenden-Produkt für ALDI SÜD Kunden längst zum Begriff geworden. Die Käufer wissen durch die Kennzeichnung, dass ein festgesetzter Anteil des Kaufpreises einem gemeinnützigen Zweck zugutekommt.

[aldi-sued.de/
startup-partner](https://aldi-sued.de/startup-partner)

UMWELT UND KLIMA

Die ALDI Verpackungsmission, unser Einsatz für die Artenvielfalt und unser umfassendes Klimaschutzpaket sind wegweisend für die Branche. Wir fördern die flächendeckende E-Mobilität, investieren in moderne Logistik und setzen auf erneuerbare Energien.



Weniger und besser verpackt

Das Motto der **ALDI Verpackungsmission** lautet: Vermeiden. Wiederverwenden. Recyceln. Mit einem Bündel von Maßnahmen kommen wir unserem Ziel Stück für Stück näher.

Produktverpackungen erfüllen einen sehr sinnvollen Zweck: Sie schützen Lebensmittel und Produkte vor äußeren Einflüssen, sorgen dafür, dass der Inhalt frisch bleibt, und erleichtern die Handhabung. Gleichzeitig geht die Produktion von Verpackungen mit dem Verbrauch von Ressourcen einher und verursacht Emissionen. Nicht zuletzt fallen allein in Deutschland jedes Jahr Unmengen an Verpackungsabfällen an: Alleine in 2017 entstanden mehr als 18 Millionen Tonnen Abfall durch Plastik, Karton und Co. – eine erhebliche Belastung für die Umwelt! Das Ziel der ALDI Verpackungsmission ist es, dies zu ändern.

Vermeiden, Wiederverwenden, Recyceln – die ALDI Verpackungsmission setzt Maßstäbe

Unsere Verpackungsmission umfasst die drei Bereiche Vermeiden, Wiederverwenden und Recyceln. Unsere Kunden binden wir aktiv ein und geben unter dem Motto „Mach die ALDI Verpackungsmission auch zu deiner Mission“ hilfreiche Tipps und Infos zur Müllvermeidung.

Vermeiden heißt für ALDI SÜD: Wo es möglich ist, verzichten wir auf Verpackung. So konnten wir in den letzten fünf Jahren rund 24.000 Tonnen Verpackungsmaterial einsparen. Das schaffen wir, indem wir in unseren Filialen z. B. immer mehr loses Obst und Gemüse anbieten. Durch den Verzicht auf Plastikfolie bei Salatgurken etwa sparen wir jährlich mittlerweile 60 Tonnen Kunststoff ein. Bei unseren Fairtrade-Bio-Bananen kommen wir sogar auf ganze 260 Tonnen weniger Kunststoff im Jahr, indem wir lediglich eine dünne Banderole und keine Plastikhülle mehr verwenden.



Info zum Logo

Das Logo der ALDI Verpackungsmission begegnet unseren Kunden auf unseren optimierten Eigenmarken-Verpackungen. Es zeigt, dass die Verpackung des jeweiligen Produkts mit Blick auf Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit optimiert wurde. Konkret signalisiert das Logo dem Kunden, dass eines oder mehrere der folgenden Kriterien bei der Herstellung der Verpackung berücksichtigt wurden:

- Mindestens 10 % weniger Materialeinsatz
- Mindestens 30 % Rezyklatanteil
- Mindestens 90 % Recyclingfähigkeit
- Überwiegender Anteil der Verpackung besteht aus nachwachsenden Rohstoffen.

←
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
verpackungsmission

Wiederverwendung ist der zweite Eckpfeiler unserer Verpackungsmission. Dabei setzen wir auf Mehrweglösungen. Statt Einwegplastiktüten gibt es bei uns seit 2018 beispielsweise nur noch langlebige Mehrwegtragetaschen aus recyceltem Kunststoff oder Bio-Baumwolle. Seit Mitte 2017 konnten wir dadurch 900 Tonnen Kunststoff einsparen. Außerdem bieten wir unseren Kunden seit 2019 als umweltfreundliche Alternative zum Einwegknotenbeutel wiederverwendbare Mehrwegnetze an – und Obst und Gemüse transportieren wir bei ALDI SÜD schon seit über zehn Jahren in Mehrwegtransportkisten statt in einmalig verwendbaren Kartonagen. Um weitere innovative Lösungen für weniger Verpackungsmüll zu finden, fördern wir auch Startups, die nachhaltige Produkte oder Produktideen entwickeln (s. S. 20).

Der dritte Aspekt der ALDI Verpackungsmission ist das Recycling, die Förderung des Verpackungskreislaufs. ALDI hat in 2019 einen ersten Status quo erhoben. Das Ergebnis: Zwei Drittel der Eigenmarken-Verpackungen waren recyclingfähig und ein Drittel nicht. Nun optimieren

TIPPS FÜR DIE TONNE

So trennt man richtig

Die selbsterklärenden Trennhinweise auf unseren Eigenmarken-Produktverpackungen geben an, in welche Tonne die Verpackungsbestandteile gehören: Papier, Glas oder Gelbe Tonne.

wir schrittweise besonders schlecht recyclingfähige Verpackungen. Konkret bedeutet das, für die Recyclingfähigkeit des Materials zu sorgen.

Wir fördern das Recycling und den Verpackungskreislauf gemeinsam mit unseren Kunden

Mit unseren Trennhinweisen „Tipps für die Tonne“ binden wir unsere Kunden in die ALDI Verpackungsmission ein: Die selbsterklärenden Grafiken finden sich auf einer steigenden Zahl von Eigenmarken-Verpackungen und erleichtern die korrekte Abfallentsorgung, indem sie grafisch zeigen, in welche Tonne die einzelnen Verpackungsbestandteile gehören: Glas, Papier oder Gelbe Tonne. Denn nur, was richtig getrennt wird, kann später auch besser recycelt werden. Zudem verwenden wir vermehrt Verpackungen aus Rezyklat. So bestehen die Verpackungen vieler unserer Eigenmarken-Wasch-, -Putz- und -Reinigungsmittel mit dem Ecolabel bereits zu 100 Prozent aus recycelten Kunststoffen. Das spart jährlich mehr als 100 Tonnen Primärkunststoff ein. ■



„
Ziel unserer Verpackungsmission ist es, bis 2025 den Materialeinsatz der Eigenmarken-Verpackungen um 30 Prozent zu reduzieren. Bis 2022 sollen zudem 100 Prozent der Eigenmarken-Verpackungen recyclingfähig sein.“

Kristina Bell, Group Buying Director
bei ALDI SÜD, verantwortlich für
Qualitätswesen & Corporate Responsibility



Erfolgreich: die Plastik-Sammelstelle auf den Philippinen.

Plastic Bank

Seit März 2019 unterstützen wir das Sozialunternehmen Plastic Bank auf den Philippinen mit bislang 100.000 Euro (2019/2020), um Plastikmüll in der Umwelt zu vermeiden und gleichzeitig das Leben von Menschen in Armut zu verbessern. Die lokale Bevölkerung sammelt Plastikabfälle und tauscht diese an Sammelstellen gegen Geld oder Sozialleistungen. Zwischen März 2019 und März 2020 wurden knapp 161.000 Kilogramm gesammelt. Die positive Wirkung erreichte 186 aktive Sammler, drei Kommunen und 766 Haushalte.

➔
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/plastic-bank

Unsere Erfolge:

Durch die Nutzung von Mehrwegtransportkisten: im Jahr 2019 Einsparung von über

24.000 Tonnen

CO₂-Äquivalenten

100 %

recycelter Kunststoff in Verpackungen aus dem Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel-Bereich mit Ecolabel

Jährliche Plastikeinsparung durch Papierschaft bei Wattestäbchen:

230 Tonnen

Seit 2017

900 Tonnen

weniger Kunststoff dank Abschaffung der Einwegtragetasche

Seit 2015 haben wir bei unseren Eigenmarken-Produkten rund

24.000 Tonnen

Verpackungsmaterial eingespart. Zu den Materialien zählen Plastik, Papier, Pappe, Karton, Metalle und Glas.

Jährliche Kunststoffeinsparung:

260 Tonnen

dank Banderole statt Plastikfolie bei Fairtrade-Bio-Bananen

sowie

60 Tonnen

durch unverpackte Gurken

2019: Durch die Verringerung der Folienstärke von Plastikverpackungen konnten wir den Kunststoffanteil bei vielen Artikeln um mehr als

25 Tonnen

reduzieren.

2019: Reduzierung der Kartonverpackung um

25 %

bei vielen Cerealien

2020: Der Anteil an loseem Obst und Gemüse wurde im Vergleich zu 2015 mehr als

verdoppelt.

Unsere Ziele:

30 % weniger Materialeinsatz bei Eigenmarken-Verpackungen bis 2025 (im Vergleich zu 2015 im Verhältnis zum Umsatz)

100 % recyclingfähige Verpackungen bei Eigenmarken bis 2022

Richtige Abfalltrennung mit den Trennhinweisen „Tipps für die Tonne“ auf Eigenmarken

→
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
mikroplastik



Dieses Logo
kennzeichnet unsere
Eigenmarken-Produkte,
die frei von Mikro-
plastik sind. Es bietet
unseren Kunden eine
einfache Orientierung
beim Einkauf.

Weniger Mikroplastik

Bereits seit 2014 engagieren wir uns dagegen, dass zuneh-
mend Mikroplastik in die Gewässer gelangt – ALDI SÜD Kunden
finden immer mehr Produkte „**Frei von Mikroplastik**“.

Als einer der ersten Lebensmittel-
händler haben wir uns der Proble-
matik gestellt, die von Mikroplastik
ausgeht. Unter anderem wird dieses durch
die Nutzung von Kosmetik- und Pflege-
produkten, die Mikroplastik enthalten,
freigesetzt und gelangt über die Abwasser
ins Meer. Um das zu vermeiden, engagieren
wir uns für den Verzicht auf Mikroplastik
in Kosmetika, Babypflegeprodukten sowie
Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln.
Dabei wenden wir eine besonders strenge
Definition von Mikroplastik an: Wir verzichten
bei unseren Eigenmarken-Produkten nicht
nur auf festes Mikroplastik wie z. B. Peeling-
körner oder Trübungsmittel, sondern auch
auf biologisch nicht abbaubare gelartige und
flüssige Kunststoffe (synthetische Polymere).
Unsere Kunden haben eine immer größere
Auswahl an Eigenmarken-Produkten, die
unser Logo „Frei von Mikroplastik“ tragen. ■

Was ist Mikroplastik und wie gelangt es in die Umwelt?

Drei wesentliche
Quellen sind verant-
wortlich:

**Primäres Mikro-
plastik Typ A** gelangt
als Bestandteil von
Putz-, Wasch- oder
Reinigungsmitteln
sowie Kosmetika (z. B.
Peelingkörner) in die
Gewässer.

**Biologisch nicht
abbaubare Polymere**
gelangen als flüssige
oder gelförmige
Bestandteile von z. B.
Haarstylingprodukten
oder Sonnencremes
in die Gewässer.

**Primäres Mikroplastik
Typ B** entsteht z. B.
durch Reifenabrieb
oder beim Waschen
von Kleidung mit
synthetischen Fasern.

Völlig frei von Mikroplastik

Immer mehr unserer Eigenmarken sind **frei von
Mikroplastik**. Das gilt bereits für folgende Rezepturen:



100 %

unserer Eigenmarken-
Babypflegeartikel*



Ca. 60 %

unserer Eigenmarken-
Kosmetikartikel



Ca. 35 %

unserer Eigenmarken-Wasch-,
-Putz- und -Reinigungsmittel

*Exklusive unserer
Eigenmarken-
Babypflegetücher.

Wasserengagement

ALDI SÜD setzt sich für einen **verantwortungsvollen
Umgang** mit Süßwasserressourcen ein.

Nicht nur das empfindliche Öko-
system der Meere bedarf unseres
Schutzes. Auch unsere Süßwasser-
versorgung ist durch Umweltverschmut-
zung oder klimatische Veränderungen
in vielen Regionen der Erde bereits ein-
geschränkt oder in Gefahr. In einigen

Ländern außerhalb Europas wird Trink-
wasser zunehmend knapp. Deshalb setzen
wir uns in Netzwerken und Projekten
für einen nachhaltigen Umgang mit der
Ressource Wasser ein – und überprüfen
unsere Lieferketten im Hinblick auf das
Kriterium Wasserschutz. ■



Wasserschutzpolitik

Positionspapier, in dem wir
die wasserbezogenen Risiken
im Rahmen unserer Verant-
wortung adressieren und
unsere Ziele für die kommen-
den Jahre aufzeigen.



Obst und Gemüse

Pilotprojekt mit GLOBALG.A.P.
zum Test des Zertifizie-
rungs-Add-ons SPRING
(Sustainable Program for
Irrigation and Groundwater Use)
bei ausgewählten Erzeugern.
• Hot-Spot-Analyse bei den
meistverkauften und besonders
wasserintensiven Obst- und
Gemüseartikeln aus wasser-
kritischen Regionen: Analyse
der Wasserrisiken bei über 2000
Erzeugern mithilfe des Water
Risk Filters des WWF.



Verzicht auf Mikroplastik

Zunehmender Verzicht
auf festes sowie flüssiges
Mikroplastik in Eigenmarken-
Produkten (Babypflege,
Kosmetik, Reinigungs-
und Waschmittel).



Textilien

Verzicht auf kritische
Chemikalien im Rahmen
unseres Detox Commitments.
Verringerung des Wasser-
fußabdrucks der für unsere
Textilien eingesetzten Fasern
in 2017 um 12,2 Prozent im
Vergleich zum Vorjahr.



Netzwerk

Beitritt zu der Alliance
for Water Stewardship (AWS),
dem weltweit größten Netz-
werk für einen nachhaltigen
Umgang mit Wasser.

Unsere Ziele:

Identifizierung von
Wasserrisiken und
Implementierung
von Wasserkriterien

Optimierung des
Wassermanagements
und der Wasser-
nutzung sowie
Verbesserung der
Wasserqualität

←
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/wasser

Gemeinsam mit dem „Netzwerk Blühende Landschaft“ haben wir in zwei Projekten insgesamt 700.000 Quadratmeter zusätzlichen Lebensraum für Insekten geschaffen – auch an unseren Standorten.



→ **nachhaltigkeit.**
aldi-sued.de/
artenvielfalt

Artenvielfalt erhalten

Seit Jahren setzt sich ALDI SÜD mit verschiedenen Projekten für den Erhalt der Artenvielfalt ein. **Bienen- und Insekten-schutz** steht dabei für uns im Fokus.

Holzkohle-Projekt Namibia

Auch Aktionsware, wie unsere Grillkohle mit dem FSC-Siegel, dient dem Arten- und Ressourcenschutz. Die Kohle wird aus Dornbüschen in Namibia hergestellt. Diese bedrohen durch ihre starke Ausbreitung unter anderem den Lebensraum von Geparden und entziehen dem Boden das Grundwasser. Durch die Verarbeitung der Büsche zu Holzkohle wird dazu beigetragen, das ursprüngliche Ökosystem der Savanne zu fördern.



Die biologische Vielfalt ist essenziell für funktionierende Ökosysteme. Jedoch führt die Übernutzung natürlicher Ressourcen dazu, dass immer mehr Tier- und Pflanzenarten dauerhaft verschwinden. Laut eines aktuellen UN-Berichts sind in den kommenden Jahrzehnten sogar eine Million Arten vom Aussterben bedroht. Um diesem alarmierenden Trend etwas entgegenzusetzen, hat ALDI SÜD Maßnahmen für den Erhalt der Arten und eine nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen ergriffen.

Bienen- und Insektenschutz

Unser besonderer Fokus liegt auf dem Schutz von Bienen und anderen blütenbestäubenden Insekten. Denn ohne Insekten sähe es in vielen Supermarkt-Regalen ziemlich leer aus: Rund ein Drittel unserer gesamten Nahrungsmittel würde es ohne Bestäubung nicht geben. Das macht Bienen zu den dritt wichtigsten Nutztieren, direkt nach Rindern und Schweinen. Doch die natürlichen Lebensräume der Insekten sind zunehmend bedroht, weshalb wir uns immer mehr für ihren Erhalt einsetzen. Seit 2016 verzichten wir beispielsweise beim Anbau von Obst, Gemüse und Blumen aus Deutschland auf acht bienentoxische Wirkstoffe, sogenannte Neonicotinoide. Gemeinsam mit dem „Netzwerk Blühende Landschaft“ haben wir außerdem mit zwei Projekten



Neuer Lebensraum
für Bienen durch
ALDI SÜD Projekte:
700.000
Quadratmeter

bereits 700.000 Quadratmeter zusätzlichen Lebensraum für blütenbestäubende Insekten geschaffen – natürlich auch an unseren eigenen Standorten.

Des Weiteren führen wir als erster Lebensmitteleinzelhändler als Aktionsware Insektenschutzmittel mit dem „INSECT RESPECT“-Label. Und nicht zuletzt schränken wir auch den Einsatz des Pflanzvernichtungsmittels Glyphosat ein, das für Bienen möglicherweise schädlich ist. 2017 haben wir Ziele und Grenzwerte festgelegt, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. So fordern wir von unseren Lieferanten, dass sie maximal zehn bzw. 20 Prozent der gesetzlich geltenden Grenzwerte ausschöpfen. In bereits 95 Prozent der entsprechenden Produkte werden diese Werte eingehalten. ■

Unser Green Deal

Seit 2017 handeln wir als erster Lebensmitteleinzelhändler **klimaneutral**. Mit **unserer Klimastrategie** sind wir ein Vorreiter für den Green Deal, der Europa zum ersten klimaneutralen Kontinent machen soll.

ALDI SÜD betrachtet den Klimaschutz als eine in der Unternehmensstrategie verankerte Kernaufgabe, die alle Bereiche des Handels betrifft. Die Richtlinie für uns und unsere Geschäftspartner ist eine energieeffiziente und möglichst emissionsarme Wirtschaftsweise. Die ALDI SÜD Klimastrategie fußt auf parallel verlaufenden Maßnahmen: Wir reduzieren die operativen Emissionen unserer Standorte. Zugleich fördern wir nachhaltige Mobilität und investieren in intelligente Logistik sowie E-Mobilität. Auch eine ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft unterstützen wir durch den Verzicht auf bzw. die Optimierung von Verpackungen. Nicht zuletzt sind wir als klimaneutraler Händler ein Vorreiter für das Ziel der Klimaneutralität, das die EU im Green Deal bis 2050 für den gesamten Kontinent anstrebt.

Wissenschaftsbasierte Klimaziele

Wir setzten uns erstmals wissenschaftsbasierte Klimaziele, die sicherstellen, dass unsere Maßnahmen im Klimaschutz auch tatsächlich darauf einzahlen, die Erderwärmung auf unter 2 Grad Celsius zu

begrenzen. Unser neues Klimaziel wurde durch die Initiative Science Based Targets (SBT), einen Zusammenschluss aus verschiedenen NGOs (WWF, WRI, CDP und UNGC), als wissenschaftsbasiertes Klimaziel validiert. ALDI SÜD ist der erste globale Discounter, der sich gruppenweit ein SBT gesetzt hat: Bis 2025 werden wir unsere Emissionen um mehr als ein Viertel reduzieren (Basisjahr 2016). Unser zweites ehrgeiziges Vorhaben: Bis Ende 2024 sollen diejenigen unter unseren Lieferanten, die zusammen 75 Prozent der Emissionen in der direkten Lieferkette ausmachen, sich ebenfalls wissenschaftsbasierte Reduktionsziele setzen. Mit diesen konkreten Maßnahmen und unserer „Zero Carbon“-Vision wollen wir dazu beitragen, dass das Ziel des Green Deal für 2050 erreicht wird: Europa zum klimaneutralen Kontinent zu machen. ■

← **nachhaltigkeit.**
aldi-sued.de/
klimaschutz


Green Deal:
Bis 2050 soll Europa
0 %
Nettotreibhausgase
ausstoßen.



Wir haben die Dächer der ALDI SÜD Filialen sowie unserer Logistikzentren mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet, um Solarenergie zu gewinnen.

Klimaneutral in die Zukunft

Wir handeln als Unternehmen seit 2017 **klimaneutral** – und werden bis 2025 noch mehr CO₂ einsparen.

Bei all unseren Maßnahmen für eine klimaneutrale CO₂-Bilanz steht der Grundsatz „Vermeiden und Reduzieren vor Kompensieren“ im Mittelpunkt. Deshalb ruhen wir uns auch nicht auf Erfolgen aus. Dass wir seit 2017 als erster Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland klimaneutral handeln, ist für uns stattdessen ein Ansporn, weiterhin die Vorreiterrolle für klimaneutrales Handeln einzunehmen.

Laufend mehr klimaneutrale Produkte in unseren Filialen

Neben der fortlaufenden Optimierung von Betriebsprozessen und dem verstärkten Einsatz von moderner, klimaschonender Technik nehmen wir eine weitere Möglichkeit wahr, um das Prinzip der Klimaneutralität im Handel und entlang der Lieferkette fest zu verankern: Ab 2020 bieten wir in unseren Filialen klimaneutrale Produkte an, die mit einem entsprechenden Hinweis gekennzeichnet sein werden. Klimaneutrale Produkte sind Waren, bei denen die durch Produktion, Transport und Vertrieb verursachten Emissionen durch zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen werden.

Wir fördern die Klimabildung von Jugendlichen an Schulen

Der Einsatz für eine klimaneutrale Welt benötigt die Unterstützung der gesamten Gesellschaft. Deshalb halten wir es für wichtig, auch außerhalb unseres Unternehmens Interesse für den Klimaschutz zu wecken. Wir unterstützen die Klimabildungsprojekte der gemeinnützigen Klimaschutzorganisation **atmosfair**. **atmosfair** realisiert Projekte an Schulen, die Wissen über Umwelt- und Klimaschutz vermitteln und konkrete Optionen für den Alltag aufzeigen. Durch die Programme erhielten bislang mehr als 12.100 Kinder einen kompetenten Einblick in das Thema. ■

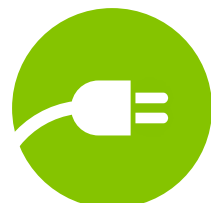


Modernste Technik

Wir optimieren laufend unsere Betriebsprozesse und sorgen durch den Einsatz neuester Technologien für Energieeffizienz in unseren Filialen.



In fast allen Kühlmöbeln in unseren derzeit 1930 Filialen werden natürliche Kältemittel eingesetzt.



100 % Grünstrom

Auf mehr als 1300 Filialdächern gewinnen wir mithilfe von Fotovoltaikanlagen klimafreundlichen Strom, den wir für unsere Filialen nutzen.



Wir nutzen 80 Prozent des Solarstroms, den wir durch Fotovoltaik erzeugen, direkt in unseren Filialen.



Klimaschutzprojekte

Alle bislang nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen kompensieren wir durch die Unterstützung verschiedener Klimaschutzprojekte.



Gemeinsam mit unserem Partner **ClimatePartner** unterstützen wir zertifizierte Klimaprojekte weltweit.

Unser Weg zur Klimaneutralität

Effizienz und neueste Technik

Wir investieren fortlaufend in Effizienzmaßnahmen und moderne Technologien, um den CO₂-Ausstoß weiter zu verringern. Unser zertifiziertes Energiemanagement nach ISO-50001-Norm* sorgt für einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess, der laufend weitere Energieeinsparpotenziale aufspürt und nutzt. Innovative Kältetechnik und LED-Beleuchtung senken ebenfalls den Stromverbrauch in unseren Filialen.

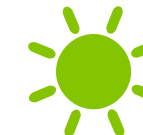
Energie aus Sonne und Wasser

Die Fotovoltaikanlagen auf über 1300 Filialdächern und 28 unserer Logistikzentren erzeugen Strom, den wir für Beleuchtung, Kühlregale und Backautomaten nutzen. Auch unsere E-Ladestationen werden damit gespeist. Was wir über die eigene Sonnenenergie hinaus benötigen, decken wir mit Grünstrom aus nachhaltiger Wasserkraft ab. Durch unser Angebot ALDI Grünstrom können auch unsere Kunden umweltfreundlichen Strom nutzen.

Klimaschutzprojekte

Die Kompensationsprojekte, die wir weltweit unterstützen, sind vielfältig. Beispielhaft ist unser Projekt in Brasilien, das das Ökosystem im Amazonasgebiet schützt. Aufgrund des zunehmenden Sojaanbaus in der Region gehen jährlich große Flächen an Regenwald verloren. Ziel des Projektes ist es, den Regenwald und die Artenvielfalt vor Ort zu erhalten, indem den Amazonasbewohnern die Landrechte offiziell übertragen werden. Ist dies der Fall, gilt das Gebiet nicht mehr als ungenutzt. Landwirtschaftsbetrieben ist es rechtlich nicht länger möglich, sich den Regenwald anzueignen, ihn abzuholzen und zu bewirtschaften.

*TÜV NORD AG.



Allein 2019 wurden durch die Fotovoltaikanlagen auf unseren Filialen

134,5 Millionen kWh Grünstrom erzeugt.

Dadurch wurden **51.000 Tonnen CO₂** eingespart.



ClimatePartner verfügt über zertifizierte Klimaschutzprojekte, die CO₂-Emissionen langfristig einsparen und gleichzeitig die Lebensbedingungen der Menschen vor Ort verbessern.

nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
klimaneutralitaet



Vorreiter

Wir sind stolz, Deutschlands erster klimaneutraler Lebensmitteleinzelhändler zu sein. Ob mit der Erzeugung von Ökostrom oder dem Einsatz energieeffizienter Kältetechnik: Uns liegt viel daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verringern und als Unternehmen im Klimaschutz voranzugehen.



Klimaneutrales Produkt

Ein eingängiges Logo weist in unseren Filialen auf unsere klimaneutralen Produkte hin, die wir bisher als Aktionsware anbieten. Bei diesen Artikeln werden durch Produktion, Transport und Vertrieb anfallende CO₂-Emissionen durch zertifizierte Klimaschutzprojekte ausgeglichen. Mit dem Logo erleichtern wir unseren Kunden einen klimabewussten Einkauf.

→
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
klimaschutz

Das Klima schützen

ALDI SÜD nutzt **effiziente Technik** und **optimiert Prozesse** mit dem Ziel, den **eigenen CO₂-Fußabdruck bestmöglich zu senken**: durch moderne Kältetechnik und Fotovoltaikanlagen sowie E-Ladestationen und emissionsarme Logistik.

Wie kann das Treibhauspotenzial unserer Kühlanlagen gesenkt werden? Wodurch steigern wir die Energieeffizienz in unseren Filialen? Durch einen ganzheitlichen Ansatz und stetige Verbesserung: Seit 1996 verzichten wir auf klimaschädigende H-FCKW-haltige Kältemittel und nutzen natürliche Kältemittel wie Kohlenstoffdioxid (CO₂) oder Propan. Derzeit verfügen bereits 83 Prozent unserer Filialen über umwelt-schonende CO₂-Kälteanlagen, die den GWP-Wert 1 (Global Warming Potential), den niedrigsten bislang zu erreichenden Treibhauspotenzial-Wert, erreichen. Zwischen 2016 und 2019 wurden 1069 Neuanlagen eingerichtet, wodurch wir 291.050 Tonnen CO₂-Emissionen einsparen konnten. Unser Ziel: Wir wollen alle ALDI SÜD Filialen ausschließlich mit umwelt-schonenden CO₂-Kälteanlagen ausstatten.

Auch die Qualitätssicherung in der Kühltechnik spielt eine zentrale Rolle, um das Treibhauspotenzial zu senken. Mit der Datenbank MobiLec („Mobile Leakage Monitoring System“) werden derzeit fast 10.000 Kältemittelkreisläufe

in 1930 ALDI SÜD Filialen erfasst. Das MobiLec-System hilft uns täglich dabei, die Technik weiter zu optimieren und zeitnah auf Leckagen zu reagieren. Auch im Bereich der Leuchtmittel und Kühlregal-rollos gibt es Energiesparpotenzial, das wir nutzen. Bis auf wenige Ausnahmen sind alle Kühlregale mit LED-Beleuchtung und Kühlregalrollos ausgestattet. ■



83 %
unserer Filialen
sind bereits mit
klimaschonenden
Kälteanlagen
ausgestattet.*

*Stand 2019.

Energiesparende Kältemöbel
gehören zum Maßnahmenpaket,
um die ALDI SÜD Filialen möglichst
klimaverträglich zu betreiben.



Unsere Kunden benötigen maximal fünf Minuten Fahrzeit von der Autobahnauffahrt bis zur nächsten ALDI SÜD E-Tankstelle. Auch Fernstrecken lassen sich so bequem mit Grünstrom aus unseren E-Ladesäulen zurücklegen.

Grün laden bei ALDI SÜD

Durch eigene **Fotovoltaikanlagen** auf den Dächern unserer Filialen versorgen wir diese mit Grünstrom – und leisten mit unseren **E-Ladestationen** einen Beitrag zum Klimaschutz.

Als nachhaltig agierendes Unternehmen setzen wir konsequent auf Grünstrom und Sonnenenergie: Allein im Jahr 2019 erzeugten wir durch die Fotovoltaikanlagen auf unseren Filialen 134,5 Millionen Kilowattstunden Grünstrom. Zusammen mit den CO₂-Einsparungen dank nachhaltiger Kühlungssysteme konnten wir durch unsere Fotovoltaikanlagen zwischen 2016 und 2019 so mehr als 490.000 Tonnen klimaschädliche CO₂-Emissionen vermeiden.

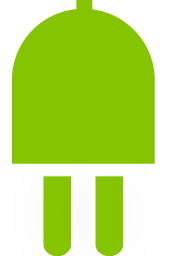
Ein weiterer wichtiger Faktor, um den Ausstoß von Treibhausgasen zu verringern, ist die Förderung der E-Mobilität. Wir möchten unsere Kunden dabei unterstützen, auf E-Autos umzusteigen. Deshalb investieren wir kontinuierlich in die dafür notwendige Infrastruktur. Derzeit umfasst unser Netz an Ladestationen 91 Elektrotankstellen im gesamten ALDI SÜD Gebiet. Der maximale Abstand der E-Ladestationen voneinander beträgt 160 Kilometer – entlang der Hauptverkehrsrueten A3, A5, A6, A7, A8, A9 haben wir 28 Schnellladestationen mit 50 Kilowatt Leistung eingerichtet, die maximal fünf Minuten von einer Autobahnauffahrt entfernt sind. Diese Schnellladestationen ermöglichen 200 Kilometer Reichweite in 30 Minuten Ladezeit. Durch ihre Leistungsstärke eignen sie sich besonders gut für

Langstreckenfahrten. 63 Ladesäulen mit 22 Kilowatt Leistung stellen wir in Innenstädten, Ballungsräumen und an weiteren ausgewählten Standorten bereit. Diese E-Tankstellen ermöglichen unseren Kunden Fahrten bis zu 80 Kilometer Reichweite nach 30 Minuten Ladezeit.

Der hohe Standard unserer Ladesäulen sorgt dafür, dass die Fahrer aller gängigen E-Auto-Modelle unser Angebot nutzen können: Sowohl Gleichstrom als auch Wechselstrom kann geladen werden – und auch alle gängigen Steckertypen (CCS, CHAdeMO, Typ 2) sind vorhanden. Pro Öffnungstag zählen wir derzeit im Durchschnitt vier bis fünf Ladevorgänge pro Ladestation. Diese Resonanz ist für uns ein Zeichen: Wir werden weiterhin in den Ausbau von Ladesäulen investieren. ■



Unser Ladenetz
umfasst derzeit
91
Elektrotankstellen.



Dauerstrom

Unsere E-Ladestationen sind während der Filialöffnungszeiten immer tankbereit: Während der Sonnenstunden speisen sie sich direkt aus dem Solarstrom, der aus der Fotovoltaikanlage auf dem Filialdach stammt – bei schlechtem Wetter werden sie durch Grünstrom versorgt, der nachhaltig durch Wasserenergie gewonnen wird. Wir bieten unseren Kunden neben 63 Ladesäulen mit 22 Kilowatt Leistung auch 28 Schnellladestationen mit 50 Kilowatt Leistung in Autobahnnähe an.



3 Fragen an Florian Kempf

Florian Kempf, Group Director Logistics Management bei ALDI SÜD, erklärt uns, warum E-Mobilität zu ALDI SÜD passt.

1 Herr Kempf, wieso fügt sich das Angebot von E-Ladestationen für Kunden so gut in die Klimastrategie von ALDI SÜD ein?

Wir wurden 2017 Deutschlands erster klimaneutraler Discounter und nehmen bereits beim Thema Grünstromgewinnung durch eigene Fotovoltaikanlagen oder durch unsere Erfolge für eine emissionsärmere Logistik eine Vorreiterrolle im Lebensmitteleinzelhandel ein. Mit unserem Engagement auf dem Sektor E-Mobilität möchten wir einen weiteren Beitrag zur Energiewende leisten. Durch unser Angebot an E-Ladesäulen unterstützen wir unsere Kunden dabei, auf E-Mobilität umzusteigen.

2 Wie werden die ALDI SÜD E-Ladesäulen angenommen?

Wir merken, dass unsere Kunden verstärkt auf einen nachhaltigen Lebensstil und somit auch auf einen nachhaltigen Konsum Wert legen. Die Resonanz auf unsere E-Tankstellen ist durchweg positiv. Mobilität ist ein wichtiges Thema der Zukunft und viele Menschen möchten auch diesen Bereich umweltfreundlicher und nachhaltiger gestalten.

3 Spielt die E-Mobilität auch in der Logistik bei ALDI SÜD eine Rolle?

Ja, definitiv. Unser Ziel sind möglichst emissionsarme Warentransporte, um den CO₂-Ausstoß in der Logistik zu senken. Dafür testen wir selbstverständlich auch alternative Antriebe. In NRW ist bereits ein E-Lkw im Test-Einsatz (s. S. 37). Wir werten die Erfahrungen mit diesem 40-Tonnen-Sattelzug detailliert aus, um anhand der Ergebnisse eine effiziente Einbindung von E-Mobilität in unseren Fuhrparks vorzubereiten. ■

Effiziente Logistik

Möglichst **emissionsarme Warentransporte** sind Bestandteil unserer Klimastrategie: z. B. mit dem E-Lkw.

Wir haben frühzeitig damit begonnen, den CO₂-Ausstoß unserer Warentransporte kontinuierlich zu senken – bis heute um mehr als 30 Prozent. Hierbei setzen wir nicht etwa auf kurzfristige Effekte, sondern auf nachhaltige Lösungen. 2019 erhielten wir den „2nd Lean and Green Star“ für unser nachhaltiges Engagement bei der Einsparung von Treibhausgasen.* Bereits 2017 hat uns die Non-Profit-Initiative Lean and Green erstmals für unsere Maßnahmen im Bereich Logistik mit dem ersten „Lean and Green Star“ ausgezeichnet. 2018 errangen wir zudem den 2. Platz beim Nachhaltigkeitspreis Logistik.**

Mit dem zweiten „Lean and Green Star“ wurde 2019 unser mehrgleisiges Konzept gewürdigt: Durch stetige Optimierung von logistischen Prozessen und dank einer optimalen Streckenplanung gelingt es uns

*Quelle: www.gs1-germany.de

**Quelle: www.bvl.de



Der „2nd Lean and Green Star“ zeichnet die stetige Prozessoptimierung und die Erprobung innovativer Technik zur Reduzierung der CO₂-Emissionen im Bereich Logistik bei ALDI SÜD aus.



Die Reichweite unseres 40-Tonnen-Elektro-Lkw beträgt bis zu **120 km.**

immer häufiger, Transportwege zu verkürzen oder Fahrten sogar komplett einzusparen. Zugleich erneuern wir kontinuierlich unsere Fuhrparks und nutzen moderne Technik. So verwenden wir nur noch elektrische Kältetransportanlagen in unseren Lkw, die direkt über den Motor des Fahrzeugs mit Energie versorgt werden statt über einen zusätzlichen Dieselmotor am Laderaum. Die Vorteile für den Umweltschutz: Der Motor des Lkw ist sauberer und leiser als der separate Dieselmotor und die elektrische Kühlung verbraucht so weniger Kraftstoff als zuvor.

Darüber hinaus testen wir umweltfreundliche Antriebe, die eine Alternative zum Dieselmotor darstellen könnten: Seit 2018 befinden sich vier Erdgas-Lkw in einer

fünffährigen Testphase für den täglichen Warentransport. Der Erdgasantrieb verursacht 16 Prozent weniger CO₂-Emissionen als ein konventioneller Antrieb. Zudem produzieren die Erdgas-Lkw 99 Prozent weniger Feinstaub und 70 Prozent weniger Stickoxide.

In NRW ist außerdem bereits ein innovativer Elektro-Lkw für uns im Einsatz. Der 40-Tonnen-Sattelzug verfügt über ein integriertes Kälteaggregat. Der E-Lkw beliefert über 50 Filialen, hat eine Reichweite von bis zu 120 Kilometer pro Vollladung und verursacht kaum Fahrlärm. Sowohl der E-Lkw als auch die Transportkälteanlage an Bord werden durch zertifizierten Grünstrom betrieben. Der Elektro-Lkw wird über eine eigens am Langenfelder Logistikzentrum errichtete Schnellladesäule mit einer Leistung von 150 Kilowatt und mit 100 Prozent Grünstrom aus Wasserkraft aufgeladen. Mit der integrierten Kälteanlage lassen sich im Laderaum mehrere Temperaturzonen erzeugen. Anders als bei Diesel-Aggregaten werden damit keine zusätzlichen Emissionen verursacht. ■



Der Elektro-Lkw wird an einer eigens am Logistikzentrum Langenfeld errichteten 150-Kilowatt-Schnell-ladestation mit 100 Prozent Grünstrom aufgeladen.

nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/logistik

UNTERNEHMEN UND GESELLSCHAFT

Wir fördern das gesunde Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen, unterstützen soziale Projekte und sind gegen Lebensmittelverschwendung aktiv. Unseren Mitarbeitern bieten wir Sicherheit, Wertschätzung und ein gesundheitsbewusstes Umfeld.



Kinder sind unsere Zukunft

Seit 2020 sind wir Förderpartner **des SOS-Kinderdorf e. V.** Die Partnerschaft mit dem renommierten Träger ergänzt unser vielfältiges Engagement für das gesunde Aufwachsen von Kindern.

Das Wohl von Kindern und Jugendlichen steht im Zentrum unseres sozialen Engagements. Besonders wichtig ist es uns, dass Kinder Spaß an bewusster Ernährung und Bewegung entwickeln können – um so die Basis für einen nachhaltigen Lebensstil zu schaffen. In Deutschland gibt es nach wie vor viele Heranwachsende, die eine solche Chance in ihren Familien nicht erhalten. Eine wichtige Organisation, die sich um die Belange dieser Kinder kümmert, ist SOS-Kinderdorf e. V.



SOS-Kinderdorf e. V.

In Deutschland unterstützen 39 Einrichtungen an 240 Standorten Kinder, Jugendliche und ihre Familien. Darüber hinaus gibt es 800 offene Angebote für Kinder und ihre Familien. Pro Jahr werden die offenen Angebote und Beratungsstellen etwa 1,5 Millionen Mal in Anspruch genommen. 2018 lebten 535 Kinder und Jugendliche in 105 SOS-Kinderdorf-familien. Insgesamt waren 1896 Kinder und Jugendliche in stationärer Betreuung untergebracht.

Die SOS-Kinderdörfer geben Kindern und Jugendlichen seit über 70 Jahren ein neues, sicheres Zuhause. Gegründet wurde die Hilfsorganisation 1949 von einer Gruppe engagierter Menschen rund um den Medizinstudenten Hermann Gmeiner in Innsbruck. Rasch verbreitete sich die Idee der „Societas Socialis“ (lat. für „soziale Gemeinschaft“) unter dem Kürzel „SOS“ weltweit. 2020 ist SOS-Kinderdorf e. V. in 136 Ländern tätig. Waren es anfangs meist Waisenkinder, leben heute in Deutschland vor allem Kinder und Jugendliche aus schwierigen Familienverhältnissen in den Kinderdorf-familien – oder werden durch spezielle Angebote in Beratungsstellen gefördert.

SOS-Kinderdorf e. V. sorgt auf vielfältige Weise dafür, Kindern einen guten Start ins Leben zu ermöglichen. Emotionaler Rückhalt, Verlässlichkeit und die Förderung des Selbstbewusstseins spielen im pädagogischen Ansatz eine Schlüsselrolle. In den vergangenen Jahren ist ein weiterer Schwerpunkt hinzugekommen, der eng mit diesem Ansatz verknüpft ist: die Gesundheitsförderung. 2020 startet die Gesundheitsoffensive „Gesund aufwachsen im SOS-Kinderdorf e. V.“. ALDI SÜD unterstützt diese Offensive für eine frühe

←
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
sos-kinderdorf



Mitarbeiter-Engagement

Gemeinsam mit Blutspendediensten organisieren wir in der ALDI SÜD Dienstleistung sowie in mehreren Regionalgesellschaften eine jährliche Blutspende-Aktion unserer Mitarbeiter. Potenzielle Lebensretter sind auch die Knochenmarkspender unter unseren Mitarbeitern. Wir stellen für ihr Engagement Arbeitszeit und Räume zur Verfügung.

Für den Umweltschutz setzen sich unsere Mitarbeiter ebenfalls ein. Ob bei Müllsammelaktionen oder der Pflege von Bienenstöcken auf dem ALDI SÜD Verwaltungsgelände in Mülheim an der Ruhr: Sie können dabei auf die Unterstützung des Unternehmens zählen.

Seit 2018 erfüllen unsere Mitarbeiter mit der Wunschbaum-Aktion jedes Jahr zu Weihnachten bedürftigen Kindern ihre Weihnachtswünsche.

Gesundheitsbildung. Wir fördern die Arbeit von SOS-Kinderdorf e. V. mit einer jährlichen Summe von 100.000 Euro. Ein großer Teil davon dient der Finanzierung von Gesundheitsbeauftragten, die in zunächst vier Einrichtungen Kindern und Jugendlichen einen bewussten Lebensstil nahebringen. Die Gesundheitsexperten unterstützen sowohl die SOS-Kinderdorfer Eltern als auch die Pädagogen und Sozialarbeiter in den Beratungsstellen durch ihre Fachkompetenz. Sie geben wichtige Impulse, damit sich Kinder und Jugendliche früh für einen nachhaltigen Lebensstil entscheiden.

Die Gesundheitsförderung folgt einem ganzheitlichen Ansatz

Durch die SOS-Gesundheitsoffensive lernen die Kinder alle Aspekte eines gesundheitsbewussten Alltags spielerisch kennen. In altersgerechten Workshops und durch erlebnisorientierte Angebote gewinnen sie Spaß und Interesse am Thema. Veranstaltungen zur leckeren und gesunden Ernährung stehen ebenso auf der Agenda wie Projekte, die die Bewegungsfreude wecken. Ein weiteres Maßnahmenpaket betrifft die seelische Gesundheit der Kinder und Jugendlichen. Hier stärken spezielle Angebote sowohl die Resilienz als auch die Fähigkeit zur Stressbewältigung. Nicht zuletzt bringen die Gesundheitsberater ihr Know-how zur Vorbeugung von seelischen Erkrankungen ein. ■



Wir freuen uns über die Partnerschaft mit ALDI SÜD. Dank der Unterstützung können wir die professionelle Gesundheitsförderung in den Kinderdörfern und unseren ambulanten Einrichtungen ausbauen.“

Dr. Karen Silvester,
Referentin für Kinderfragen,
Botschaft für Kinder, SOS-Kinderdorf e. V.

Weihnachtsaktionen

Am Giving Tuesday, dem weltweiten Tag des Gebens, kooperierte ALDI SÜD im Dezember 2019 exklusiv mit SOS-Kinderdorf e. V. Die Fördersumme von 50.000 Euro floss in das Projekt „Gesund aufwachsen im SOS-Kinderdorf“. Außerdem verkauften wir Weihnachtsgrußkarten zugunsten der gemeinnützigen Institution. Vom Verkaufspreis von 99 Cent pro Karte gingen 30 Cent direkt an SOS-Kinderdorf e. V. Auch unsere Kunden riefen wir zu Spenden für SOS-Kinderdorf e. V. auf, woraufhin sich viele großzügig zeigten. Auf große Resonanz stieß auch unsere Kauf-eins-mehr-Aktion: Den umgerechneten Warenwert von 190.000 Euro hat ALDI SÜD noch einmal aufgerundet und der Tafel Deutschland und weiteren sozialen Partnern damit Waren im Wert von insgesamt 250.000 Euro übergeben.

Bilden, begeistern und stark machen

←
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
kinderfoerderung



ALDI SÜD unterstützt die GemüseAckerdemie mit einer jährlichen Fördersumme von **100.000 Euro.**



Unter fachkundiger Anleitung bewirtschaften Kinder und Jugendliche direkt an ihrer Schule eigene Gemüsebeete.

Wie kann ich Kinder für die Natur interessieren und zugleich eine Wertschätzung für Lebensmittel fördern? Diese Frage beantwortet Ackerdemie e. V. bereits seit 2014 sehr erfolgreich. Für seine Bildungsarbeit wurde das Sozialunternehmen mehrfach ausgezeichnet. Wir unterstützen insbesondere das theorie- und praxisbasierte Bildungsprogramm GemüseAckerdemie – AckerSchule im ALDI SÜD Gebiet mit einer jährlichen Fördersumme von 100.000 Euro.

Schulkinder sammeln hier nicht nur theoretisches Wissen, sondern auch praktische Erfahrungen: Unter fachkundiger Anleitung säen, pflegen und ernten die Kinder auf ihrem eigenen Acker – direkt in der Schule. Seit 2016 konnten durch die Förderung von ALDI SÜD rund 7000 Schüler an der GemüseAckerdemie teilnehmen. Allein 2019 waren es 3450 Kinder. Das innovative Bildungsprogramm wurde bisher auch von neun Regionalgesellschaften unterstützt. Ziel ist es, die Arbeit von Ackerdemie e. V. im Verbreitungsgebiet von ALDI SÜD auszubauen und die Weiterentwicklung des Programms GemüseAckerdemie – AckerSchule, insbesondere die Digitalisierung und den Ausbau der Online-Plattform, voranzutreiben.



GemüseAckerdemie



Wie pflege ich ein Gemüsebeet? Wie lange dauert es von der Saat bis zur Ernte? Die Kinder sammeln ganz neue Erfahrungen.



Auridis Stiftung

Die Auridis Stiftung unterstützt innovative Projekte für Familien

Die Auridis Stiftung fördert gezielt Initiativen, Organisationen und Projekte, die zur Stärkung von Familien und zum guten Aufwachsen von Kindern beitragen. Das Ziel: Familien mit Kindern unter zehn Jahren, die Hilfestellungen benötigen, sollen möglichst langfristig und flächendeckend unterstützende Angebote erhalten. Ein wichtiges Kriterium für die Auridis-Förderung ist die Nachhaltigkeit: Die Projekte, die unterstützt werden, sollen mittelfristig einen festen Platz in der Förderlandschaft einnehmen.

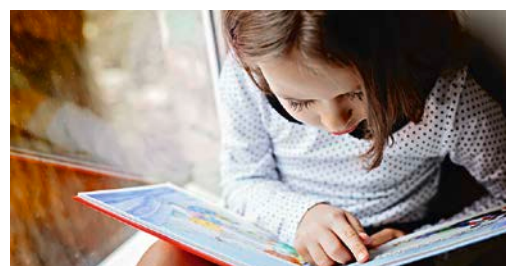
Derzeit fördert die Auridis Stiftung 40 gemeinnützige Organisationen, um präventive Projekte im ganzen Bundesgebiet zu ermöglichen. Die Handlungsfelder sind breit gestreut: vom Projekt „Babylotse“, das Müttern schon in der Geburtsklinik Unterstützung anbietet, über Ferienangebote bis zur Elternbildung. Allen Angeboten gemein ist: Es geht um Prävention und frühe Unterstützung, damit alle Kinder eine faire Chance für ihre Zukunft erhalten.

Neben der finanziellen Unterstützung für die Projekte schafft die Auridis Stiftung auch Netzwerke. Beispielsweise werden Kommunen bei der Weiterentwicklung ihrer Präventionsnetzwerke unterstützt. Dies trägt dazu bei, dass Familien geeignete Hilfsangebote vor Ort kennenlernen und nutzen. Die Auridis Stiftung stellt auch logistisches Know-how zur Verfügung, damit Initiativen bekannter werden – oder sich von einem regionalen Projekt zu einem bundesweiten Angebot für Familien weiterentwickeln können.

auridis



ALDI SÜD
unterstützte
die Auridis
Stiftung im
Jahr 2019
mit einer
Summe
von
10,5
Millionen
Euro.



Stiftung Lesen

Stiftung Lesen sichtet das Buchprogramm von ALDI SÜD

Bereits 2015 trat ALDI SÜD als erstes Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels in den Stifterrat der Stiftung Lesen ein. Die Stiftung bringt seit mehr als 30 Jahren Kindern und Jugendlichen das Lesen näher. Mit gezielten Buchaktionen unterstützt ALDI SÜD dieses Ziel und hilft, durch eine breite Themenauswahl der Titel die Freude am Lesen zu wecken. Um die Qualität sicherzustellen, sichtet die Stiftung Lesen regelmäßig unser Kinder- und Jugendbuchangebot. Im Jahr 2019 wurden mehr als 75 Titel aus unserem Sortiment geprüft.

Stiftung Lesen

Regionales Engagement

Unsere Regionalgesellschaften engagieren sich vor Ort

Wie wir direkt in den Städten und Gemeinden aktiv sind? Ein Beispiel: Die Regionalgesellschaft Eschweiler unterstützte 2019 die „Kinderstadt DÜRIA“ mit Einkaufsgutscheinen im Wert von 500 Euro. In dem Projekt, das das Jugendamt Düren in Kooperation mit dem Jugendzentrum Bonifatius der Pfarre St. Lukas und dem Friedrich-Ebert-Jugendzentrum der AWO KV Düren durchführte, verbrachten Kinder ihre Herbstferien in einer selbst gestalteten kleinen Stadt. Es gab Bürgermeisterwahlen, Ämter, verschiedene Berufe und Freizeitaktivitäten, die die Kinder von ihrem Lohn buchen konnten. Viele der jungen Teilnehmer kamen aus prekären Verhältnissen. Durch die Gutscheine konnten Lebensmittel für die Veranstaltung erworben werden.



Gegen Lebensmittelverschwendung

Wir engagieren uns im Nationalen Dialogforum des Groß- und Einzelhandels, das vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zur Umsetzung der Nationalen Strategie zur Reduktion der Lebensmittelverschwendung gegründet wurde. Ziel ist es, bis 2030 die weltweite Lebensmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene zu halbieren. Zu diesem Ziel tragen wir bereits mit einem vielfältigen Maßnahmenpaket bei.



Tagesgenaue Bestellungen

Vorsorge ist besser als Nachsorge: Unser intelligentes Bestellvorschlagsystem erfasst und bestellt automatisch die benötigten Waren für unsere Filialen. So sorgen wir dafür, dass alle Produkte jederzeit frisch und ausreichend vorhanden sind, aber kein Überangebot an verderblichen Lebensmitteln entsteht. Zeichnet sich trotz sorgfältiger Planung ab, dass ein Mindesthaltbarkeitsdatum näher rückt, reduzieren wir den Preis des Produkts. Unsere Kunden erkennen dies am Aufkleber, der die Preisreduzierung in Prozent angibt. Der Nachlass beträgt bis zu 30 Prozent. Außerdem bieten wir zunehmend unverpacktes Obst und Gemüse an, damit unsere Kunden genau die passende Menge einkaufen können.

Krumme Dinger

Die Natur ist vielfältig. Ein kleiner Schönheitsfehler sagt nichts über den Geschmack von Obst und Gemüse aus. Bereits seit 2017 bieten wir deshalb Äpfel mit kleinen Makeln unter dem Label „Krumme Dinger“ an. Damit setzen wir ein weiteres Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung.



Lebensmittel spenden

Soziales Engagement und unser Einsatz gegen Lebensmittelverschwendung passen sehr gut zusammen. Deshalb kooperieren fast alle ALDI SÜD Filialen mit den örtlichen Tafeln, der Caritas und anderen wohltätigen Organisationen. Im Jahr 2019 spendeten 1893 unserer Filialen regelmäßig Kisten mit Obst, Gemüse, Brot oder Cerealien. 399 Filialen arbeiteten zudem mit ortsansässigen Landwirten zusammen, die nicht mehr genussfähige Produkte als Tierfutter verwerten.



Kunden sensibilisieren

Für uns spielt die Aufklärung der Verbraucher eine Schlüsselrolle bei der Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Deshalb informieren wir unsere Kunden über unsere Kanäle hinsichtlich des richtigen Umgangs mit Lebensmitteln und ihrer Haltbarkeit. In diesem Sinne unterstützen wir Bildungsprojekte wie die der Ackerdemia, die schon Kindern die Wertschätzung von Lebensmitteln nahebringt. Auch die Beteiligung an der Initiative „Riech mich! Probier mich! Ich bin häufig länger gut!“, einem Projekt mit dem Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, zählt zu unseren Aktivitäten, um Verbraucher besser aufzuklären. Mit dem Aufruf ermutigen wir unsere Kunden dazu, ihren eigenen Sinnen zu trauen – denn viele Produkte sind häufig länger gut, als es das Mindesthaltbarkeitsdatum angibt. Also: selbst riechen und probieren.



Unsere Erfolgsquelle

Es sind unsere Mitarbeiter, die ALDI SÜD erfolgreich vorantreiben. Deshalb schaffen wir ihnen ein **angenehmes Arbeitsumfeld**, bieten **Sicherheit und ein attraktives Gehalt**. Wir fördern individuelle Potenziale und stärken den Zusammenhalt.

➔
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/mitarbeiter



Kita-Preis 2020

Bei unserem Engagement für Mitarbeiter und Gesellschaft agieren wir immer klar und einfach: So haben wir beispielsweise ganz konkret die Vereinbarung von Arbeit und Familie am ALDI SÜD Standort Mülheim a. d. Ruhr verbessert, indem wir dort 2017 eine Kita mit angegliedertem Stadtteil- und Familienzentrum eröffneten, die Mitarbeiterkindern und Kindern aus der Nachbarschaft offensteht. Unsere in Zusammenarbeit mit der Kinderzentren Kunterbunt gGmbH realisierte „KiKu Burgmäuse“ erhielt den Kita-Architekturpreis NRW 2020.*

*Quelle: www.aknw.de

ALDI SÜD möchte als nachhaltig agierendes Unternehmen natürlich auch ein besonders attraktives Arbeitsumfeld schaffen. Einfach, verantwortlich, verlässlich: Diese Grundsätze prägen unsere Unternehmenskultur ebenso wie den Umgang mit unseren Mitarbeitern. Wertschätzung und Respekt sind uns wichtig. Mit Teamevents und Weiterbildungsmöglichkeiten fördern wir den Zusammenhalt und die persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter. Mehr Vielfalt in unserem Unternehmen werten wir als Bereicherung. Dies bedeutet für uns auch, auf ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Frauen und Männern in Führungspositionen zu achten. Mit überwiegend unbefristeten Arbeitsverhältnissen (98 Prozent) schaffen wir Sicherheit – und fördern die Work-Life-Balance, damit unsere Mitarbeiter ihre Aufgaben ausgeruht und motiviert erfüllen können.

Fair und fördernd als Arbeitgeber

Derzeit beschäftigen die Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI SÜD in Deutschland zusammen mehr als 47.500 Mitarbeiter, die von der sicheren Perspektive profitieren, die wir als Arbeitgeber bieten. Wir fördern die Eigenverantwortung eines jeden Einzelnen und unterstützen unsere Mitarbeiter durch Aus- und Weiterbildungen (s. S. 46) bei der Entfaltung ihres individuellen Potenzials. Nicht zuletzt sorgt der stetige Ausbau unseres Gesundheitsmanagements (s. S. 48) für zufriedene, fitte und leistungsfähige Mitarbeiter. Wie erfolgreich wir auf den verschiedenen Gebieten agieren, überprüfen wir durch regelmäßige Mitarbeiterbefragungen, die uns direktes Feedback geben. ■



**IHRE MEINUNG
ZÄHLT**
MITARBEITERBEFRAGUNG

Ziel: Wir werden Wunscharbeitgeber

Ausgewogene Work-Life-Balance durch eine 37,5-Stunden-Woche

Vergütung, die in der Regel über dem Branchendurchschnitt liegt

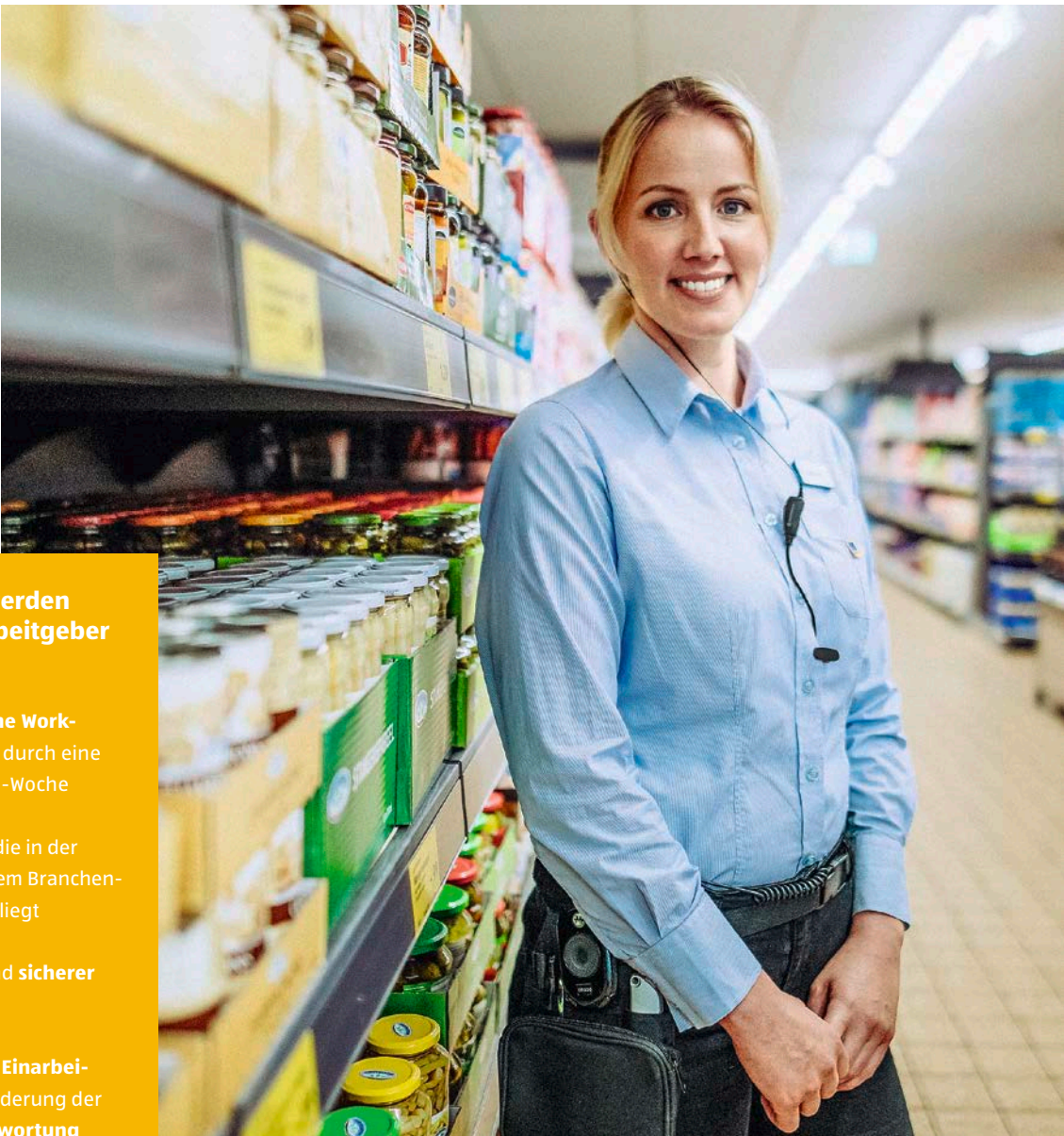
Moderner und sicherer Arbeitsplatz

Umfassende Einarbeitung und Förderung der **Eigenverantwortung**

Regelmäßiges Feedback durch **Mitarbeiterbefragungen** und Ableitung von Handlungsfeldern

Kontinuierliche Förderung der **Teambildung** durch regelmäßige Events

Förderung der eigenen Stärken durch stetige **Überarbeitung** von Karriereaufbahnen



Für mich bietet ALDI SÜD eine sichere Perspektive. Ich habe die Möglichkeit, meine Arbeit mit meinem Familienleben zu vereinbaren. Ich weiß, hier werde ich gefördert und mein Einsatz wird anerkannt – heute und in Zukunft.“

Yvonne Lehmkuhl,
Verkäuferin bei ALDI SÜD



Mir gefällt es, dass in unserer Filiale ein vielfältiges Team arbeitet. Jeder bringt wichtige Erfahrungen und Fähigkeiten ein – und alle ziehen gemeinsam an einem Strang.“

Leon Gutenberger,
Filialführungsnachwuchs bei ALDI SÜD

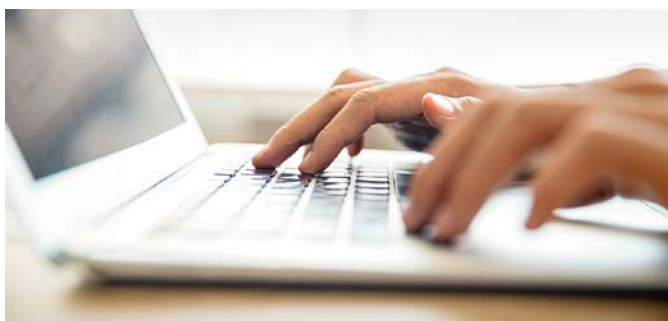


Die ALDI SÜD Akademie

Mit zielgerichteten Angeboten fördern wir die Potenziale unserer Mitarbeiter – und machen sie fit für die Herausforderungen des **modernen Handels**.



Ziel bis 2020:
alle Mitarbeiter-
gruppen auf die
ALDI SÜD Akademie
aufschalten.



Eine Schlüsselrolle bei der Förderung unserer Mitarbeiter nimmt die ALDI SÜD Akademie ein. Die Weiterbildungsangebote umfassen sowohl zielgruppenspezifische als auch hierarchieübergreifende Seminare und Fortbildungen. So eröffnen wir Raum für die persönliche und fachliche Entwicklung jedes einzelnen Mitarbeiters – und stärken die dynamische Vernetzung innerhalb des Unternehmens. Im Jahr 2019 konnten wir 115.000 Teilnahmen an Schulungen und Seminaren der ALDI SÜD Akademie verzeichnen. Unser Ziel für 2020: Wir möchten für alle Bereiche des Unternehmens passgenaue, auf die Bedarfe der dortigen Mitarbeiter ausgerichtete Angebote schaffen.

Neben bewährten Formaten wie Seminaren und klassischen Schulungen kommen bei uns auch zunehmend moderne Techniken wie E-Learning und Blended Learning zum Einsatz. Für Führungskräfte im Bereich Dienstleistung bieten wir die Selbstlernmethode Working Out Loud an und können uns vorstellen, das Angebot sukzessive zu erweitern und es auch anderen Mitarbeitergruppen zu ermöglichen.

Kompetenzen vermitteln

Die Themenschwerpunkte der ALDI SÜD Akademie orientieren sich an den Anforderungen des Wirtschaftszweigs Handel. Unsere Angebote stärken z. B. Kommunikationskompetenzen, geben Orientierung bei der Persönlichkeitsentwicklung und fördern Führungsqualitäten. Wir vermitteln Strategien, um konstruktiv mit Verände-

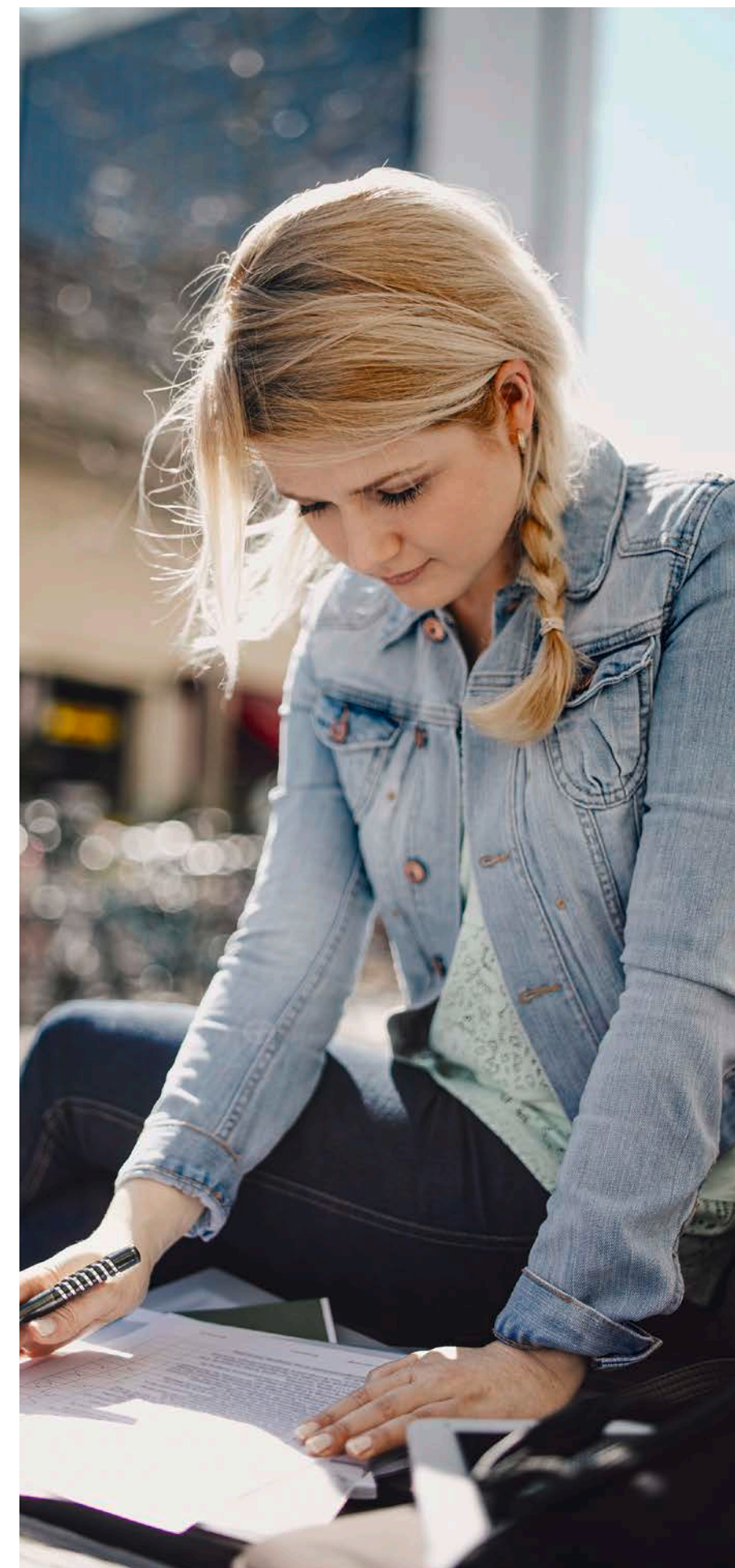
Neben klassischen Formaten wie Seminaren und Schulungen greifen die Fort- und Weiterbildungen der ALDI SÜD Akademie auch moderne Techniken wie Blended Learning und E-Learning sowie andere Selbstlernmethoden auf.

rungen in der Welt des Handels und einer wachsenden Komplexität der Aufgaben umzugehen. Unsere Teilnehmer werden in modernem Projekt- und Innovationsmanagement ebenso geschult wie in effektiven Arbeitstechniken oder einem ökonomischen Zeitmanagement. Das Angebot der Akademie bildet auch alle das Team betreffenden Herausforderungen unserer Branche ab: Von Methoden der Teamentwicklung über Strategien des Konfliktmanagements bis zum konstruktiven Umgang mit Gruppendynamik bieten wir lösungsorientierte Weiterbildungen an.

Raum für Innovationen

Die ALDI SÜD Akademie agiert ebenso wie die Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI SÜD dynamisch und greift Innovationen zeitnah auf. Raum für kreative Ideen und unkonventionelle Gedanken bietet unsere Impulsvortragsreihe „future talk – Die ALDI SÜD Akademie lädt ein“ für Führungskräfte. Hier informieren sich unsere Mitarbeiter über neue Entwicklungen im Handel sowie weitere zukunftsweisende Themen.

Auch unsere Auszubildenden profitieren vom Angebot der ALDI SÜD Akademie: Durch intensive Schulungen und praktische Übungen werden unsere Nachwuchskräfte auf die Führung einer Filiale vorbereitet und für das Konzept „Azubis leiten eine Filiale“ fit gemacht. Dabei leiten die Auszubildenden eigenständig eine Filiale und lernen die Welt des Handels – mit direktem Kundenfeedback – noch besser kennen. ■



Ganzheitlich für das Wohlbefinden

Unser **betriebliches Gesundheitsmanagement** fördert den bewussten Lebensstil und die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter.

Unsere Mitarbeiter sind das Rückgrat unseres Unternehmens. Nur wenn sie zufrieden, gesund und leistungsfähig sind, ist ALDI SÜD erfolgreich. Deshalb unterstützt unser umfassendes betriebliches Gesundheitsmanagement jeden Einzelnen dabei, einen gesunden Lebensstil zu pflegen. Gesundheit umfasst für uns den Dreiklang aus körperlichem, psychischem und sozialem Wohlbefinden. Unser Motto lautet: „Gemeinsam. Gesund.“ – und unser betriebliches Gesundheitsmanagement basiert auf den fünf Säulen Ernährung, Bewegung, Balance, Prävention und Arbeitsumfeld. Die Angebote und Initiativen, die wir für unsere Mitarbeiter konzipieren, sind diesen Säulen zugeordnet und folgen dem Grundsatz der „Hilfe zur Selbsthilfe“.



Gesundheitsbewusstsein stärken

Wir sprechen unsere Mitarbeiter mit bedarfsgerechten Angeboten an, die sich daran orientieren, welche Belastungssituationen in ihrem Umfeld entstehen können. Seit 2018 wird der Prozess zum betrieblichen Eingliederungsmanagement zunehmend standardisiert, um unsere Mitarbeiter stärker zu unterstützen. Zudem motivieren wir sie durch unsere Angebote dazu, beruflich und privat gesundheitsbewusste Entscheidungen zu treffen. Ein Kernstück unseres präventiven Gesundheitsmanagements ist eine telefonische Kurzzeitberatung, die kostenlos in Anspruch genommen werden kann, wenn sich Mitarbeiter in schwierigen Lebenssituationen befinden. Eine ausgewogene Ernährung unterstützen wir durch das Angebot von kostenlosem Obst



Seit März 2020:
Fahrradleasing für
Mitarbeiter
von ALDI SÜD*

*Leasingvoraussetzungen: Betriebszugehörigkeit länger als sechs Monate, unbefristeter Arbeitsvertrag, keine bestehenden oder zukünftigen Abwesenheiten.



Ernährung



Bewegung



Balance



Prävention



Arbeitsumfeld



←
nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/
wertschaetzung

und Gemüse sowie Wasser am Arbeitsplatz. Zum physischen Gesundheitsschutz bieten wir gesellschaftsindividuell Grippe-schutzimpfungen und Augenuntersuchungen an – und um die Fitness zu stärken, wecken wir den sportlichen Ehrgeiz durch Events wie Laufveranstaltungen. Unsere jüngste Innovation: Den Umstieg vom Autofahren aufs sportliche Radfahren unterstützen wir, indem ALDI SÜD seit März 2020 Fahrradleasing für die Mitarbeiter bezuschusst. Für dieses Jahr folgen außerdem noch weitere neue Aktionen, z. B. im Rahmen einer Krankenkassenkooperation. ■



Das betriebliche Gesundheitsmanagement liegt ALDI SÜD sehr am Herzen. Das positive Feedback unserer Mitarbeiter ist das, was uns am meisten motiviert, unsere Angebote stetig zu verbessern, anzupassen und auszubauen.“

Sarah Wingen,
Director HR Development bei ALDI SÜD

Auswahl unserer Mitgliedschaften und Siegel

Wir engagieren uns in renommierten Initiativen und Organisationen für mehr Nachhaltigkeit, Umweltschutz und sozialen Fortschritt.



amfori BSCI
amfori BEPI



Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e. V. (B.A.U.M.)



Bündnis für nachhaltige Textilien



Charter Nachhaltiges Waschen und Reinigen



Forum Nachhaltiger Kakao e. V.



Fur Free Retailer Program



Initiative Tierwohl



Juice CSR Platform



EnergieAgentur.NRW



Klimaschutz-Unternehmen e. V.



Lean & Green



Leather Working Group (LWG)



Palm Oil Transparency Coalition (POTC)



Retailers' Palm Oil Group (RPOG)



Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)



Stifterrat der Stiftung Lesen



Stiftung 2°



Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen e. V. (KAT)



World Banana Forum

Diese Siegel kennzeichnen unsere nachhaltig produzierten Sortiments- und Aktionsartikel:

nachhaltigkeit.
aldi-sued.de/produktsiegel



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17

- 1 ASC**
Das Siegel des Aquaculture Stewardship Council (ASC) kennzeichnet Fisch aus unabhängig geprüfter, umweltverträglicher und sozial verantwortungsvoller Aquakultur. asc-aqua.org

2 EU-Bio-Logo
Vorverpackte Bio-Lebensmittel aus der EU, welche die strengen Normen der EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau erfüllen, müssen seit dem 1. Juli 2010 verpflichtend mit dem EU-Bio-Logo gekennzeichnet werden. bmel.de

3 Deutsches Bio-Logo
Das sechseckige deutsche Bio-Logo kann auf freiwilliger Basis zusätzlich zum verpflichtenden EU-Bio-Logo genutzt werden. Es zeigt den Kunden, dass das damit gekennzeichnete Bio-Produkt aus Deutschland stammt. bmel.de

4 Cotton made in Africa (CmiA)
CmiA steht für kontrolliert nachhaltige Baumwolle aus Subsahara-Afrika, die von Kleinbauern unter sozialen, ökologischen und ökonomischen Kriterien und mit Respekt für Mensch und Natur angebaut wurde. Eine Initiative der Aid by Trade Foundation. cottonmadeinafrica.org

5 Ecolabel
Das Umweltzeichen der Europäischen Union erhalten Produkte, die geringere Umweltauswirkungen haben als vergleichbare Produkte. ecolabel.eu

6 FAIRFARM
Das Siegel steht für eine tiergerechtere Haltung von Mast Schweinen. So haben die Tiere doppelt so viel Platz wie gesetzlich vorgeschrieben, Stroh als zusätzliches Beschäftigungsmaterial und Zugang zu frischer Luft. fairfarm.net

7 FSC®
Das Siegel des Forest Stewardship Council® (FSC®) kennzeichnet Holzprodukte aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft. fsc-deutschland.de

8 GGN
Das GGN Label steht für eine verantwortungsvolle Aquakultur. Es kennzeichnet Produkte, die von unabhängig geprüften und zertifizierten Farmen stammen. Diese Farmen erfüllen u. a. Anforderungen zum Umwelt- und Tierschutz und zeigen transparent, wie sie produzieren. ggn.org

9 GOTS
Der Standard fordert die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards und kennzeichnet mindestens 70 Prozent biologisch erzeugte Naturfasern in Textilien. global-standard.org

10 MSC
Das blaue Siegel des Marine Stewardship Council (MSC) gewährleistet nachhaltigen, umweltschonenden Fischfang. msc.org

11 NEULAND
Fleisch mit diesem Siegel garantiert eine besonders artgemäße Tierhaltung. Die Liste der Vorgaben schließt u. a. Strohhaltung, doppelt so viel Platz wie gesetzlich vorgegeben und das Verbot von gentechnisch veränderten Futtermitteln ein. neuland-fleisch.de

12 OCS
Mit dem Organic Content Standard 100 (OCS 100) und dem OCS Blended wird der Anteil von biologisch erzeugten Naturfasern im Produkt angegeben. pcu-deutschland.de/ocs-standard

13 PEFC
Das Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes setzt sich für eine nachhaltige Bewirtschaftung und den Schutz unserer Wälder ein. pefc.de

14 Rainforest Alliance Certified™
Das Siegel steht für den Schutz sensibler Ökosysteme sowie gerechtere und sicherere Arbeitsbedingungen. rainforest-alliance.org

15 Tierschutzlabel „Für Mehr Tierschutz“
Das Tierschutzlabel „Für Mehr Tierschutz“ kennzeichnet Produkte tierischen Ursprungs, die nach den Richtlinien des Deutschen Tierschutzbundes erzeugt wurden. tierschutzlabel.info

16 UTZ
Das UTZ-Programm unterstützt Bauern beim nachhaltigen, sozial- und umweltverträglichen Anbau von Rohstoffen wie Kaffee, Kakao oder Tee. utz.org

17 „Ohne GenTechnik“-Siegel
Das „Ohne GenTechnik“-Siegel kennzeichnet Lebensmittel, die ohne Anwendung gentechnischer Verfahren hergestellt wurden. og-info.org
- 50
- 51



Impressum

Herausgeber:

ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD
Burgstraße 37
45476 Mülheim an der Ruhr

V. i. S. d. P.: Lina Binder

Stand: Juli 2020

Produktion:

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

Bildnachweise:

Shutterstock / Robert Kneschke,
Getty Images / wingmar (Titel),
Getty Images (S. 4/5, 17, 24/25, 40, 42, 46, 47),
Shutterstock (S. 5, 30, 38/39, 42),
Adobe Stock (S. 5, 48/49),
Jan Kopetzky mit Raufeld Medien (S. 10/11, 45),
Meike Bergmann mit Raufeld Medien (S. 12/13),
Fairtrade / Didier Gentilhomme (S. 14),
Sebastian Siegele (Sustainability Agents SUSA
GmbH) (S. 15), Fairtrade / Nabil Zorkot (S. 15),
Katharina Kühnel (S. 41).
Alle weiteren Bilder: ALDI SÜD

Druck:

Druckpartner
Druck- und Medienhaus GmbH
Am Luftschacht 12, 45307 Essen

Um Ihnen den Lesefluss zu erleichtern,
verwenden wir im Textverlauf ausschließlich
männliche Bezeichnungen. Dies bedeutet keine
geschlechtsspezifische Festlegung. Es sollen
Angehörige aller Geschlechter gleichberechtigt
angesprochen werden.