

UNSERE ZIELE



Gutes für alle.



ERNÄHRUNG DER ZUKUNFT

UNSERE ZIELE

ZIEL – GUT FÜR DICH	REALISIERUNG	STATUS
UNSERE REZEPTUREN		
Wir optimieren die Nährwertprofile unserer Produkte anhand unserer Rezepturleitlinien für pflanzenbasierte Alternativprodukte, TK-Fertiggerichte, Kinderlebensmittel sowie an anhand unserer Salz- und Zuckerzielwerte für ausgewählte Warengruppen	fortlaufend	∞
Wir weiten unsere bestehenden Rezepturleitlinien auf unsere Produkte aus (gilt für alle Food-Warengruppen)	fortlaufend	∞
Wir sorgen für Transparenz und erleichtern den Zugang zu bewusster Ernährung durch Aufbringung des Ballaststoffgehalts und des Nutri-Scores auf allen Eigenmarken-Produkten, bei denen es möglich ist	fortlaufend	∞
Wir streben an, den besten Nutri-Score zu vergleichbaren Marken- und Eigenmarkenartikeln im Wettbewerb zu haben	fortlaufend	∞
Wir weiten unser Eigenmarken-Sortiments hinsichtlich fermentierter und ballaststoffreicher Produkte aus	fortlaufend	∞
PFLANZENBASIERTES SORTIMENT		
Wir erweitern das pflanzenbasierte Sortiment auf 1.400 vegan gekennzeichnete Produkte* ¹ im Standard-, Saison- und Aktionssortiment über das Jahr verteilt	2025	■■■
Wir bauen unseren pflanzenbasierten Sortimentsanteil insbesondere in den Kategorien Obst und Gemüse, Vollkorngetreide und pflanzliche Proteinquellen aus	kontinuierlich	∞
Mit unserer Zielsetzung, die Planetary Health Diet in unserem Sortiment umzusetzen, wollen wir auch eine Versorgung mit pflanzlichen Proteinquellen erreichen. Auf unserem Weg des Ernährungswechsels ist ein konkretes Proteinziel ein nächster Schritt, idealerweise zusammen mit allen deutschen Lebensmitteleinzelhändlern	kontinuierlich	∞
KINDERLEBENSMITTEL		
Wir fördern ein gesundheitsbewusstes Marketing gegenüber Kindern: ALDI SÜD verpflichtet sich, bei Werbeaktivitäten im Fernsehen, im Radio, in den sozialen Medien und im Handzettel eine ausgewogene Ernährung gegenüber Kindern zu bewerben* ²	fortlaufend	∞
Wir erfüllen die WHO-Anforderungen* ³ bei unseren Eigenmarken-Kinderprodukten	fortlaufend	∞



Wir erweitern unser pflanzenbasiertes Sortiment!

*¹ Lebensmittel und Kosmetik.

*² Ausnahmen betreffen unsere Aktionsware zu Ostern, Halloween und Weihnachten.

*³ WHO-Nährstoffprofil-Modell; 2023.

UNSERE ZIELE

ZIEL – GUT FÜR ALLE	REALISIERUNG	STATUS
BIO		
Wir bieten derzeit mehr als 1.000 Bio-Produkte* ¹ an und setzen weiterhin auf ein starkes Bio-Sortiment	fortlaufend	∞
Wir sind Bio-Händler Nr. 1* ² in unserem Vertriebsgebiet	2020	■■■
#HALTUNGSWECHSEL		
Wir stellen 100 % unseres Frischfleisches, unserer Trinkmilch und unserer gekühlten Fleisch- und Wurstwaren auf die höheren Haltungsformen 3, 4 und 5 um* ³	2030	■■■□
REGIONALITÄT		
Wir steigern die Anzahl von Artikeln mit Rohstoffen aus deutscher Landwirtschaft, z. B. mit dem Herkunftskennzeichen Deutschland oder dem Regionalfenster	fortlaufend	∞
FOOD WASTE		
Wir reduzieren unsere Lebensmittelabfälle bis Ende 2025 um 30%* ⁴ und bis Ende 2030 um 50 %* ⁴	30 % bis 2025 50 % bis 2030	■■■□
KLIMA UND UMWELT		
Wir streben Net-Zero gem. Science Based Targets initiative (SBTi) entlang der gesamten Wertschöpfungskette an* ⁵	2050	■■■□
Wir haben uns zum Ausschluss von Entwaldung und Umwandlung in unseren hochpriorisierten Lieferketten verpflichtet	Ende 2025	■■■□

Eine umfassende Übersicht unserer Nachhaltigkeitsziele findest du im ALDI SÜD Fortschrittsbericht.



*¹ Über das Jahr 2024 verteilt im Standard-, Saison- und Aktionsassortiment, bezogen auf Produktsorten.

*² Quelle: NielsenIQ Homescan, Food Bio inkl. Frische Bio O&G, MAT Oktober 2019, Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland.

*³ Bezogen auf den Umsatz bei ALDI SÜD in Deutschland mit a) Frischfleisch der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen Markenartikel und (internationale) Spezialitäten; mit b) Trinkmilch der Eigenmarken bzw. mit c) unseren Eigenmarken aus den Bereichen gekühlte Fleisch-, Wurst- und Schinkenwaren sowie Frikadellen der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen sind (internationale) Spezialitäten sowie Convenience- und Fertiggerichte.

*⁴ Basisjahr 2019.

*⁵ -90 % in Scope 1 & 2 im Vergleich zum Basisjahr 2021 bis 2035 und -90 % in Scope 3 im Vergleich zum Basisjahr 2022 bis 2050 bezogen auf die ALDI SÜD Gruppe; Die Zielvorgabe inkludiert landnutzungsbezogene Emissionen und die Entnahme von Emissionen aus der Atmosphäre durch Herstellung von Bioenergieträgern, gewonnen aus natürlichen Rohstoffen. Mehr Informationen: <https://www.aldi-sued.de/de/nachhaltigkeit/klimaschutz-umwelt/klima.html>

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD
Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr
Stand: September 2025

PRODUKTION

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

BILDNACHWEISE

Getty Images (S. 2 valio84sl)



Gutes für alle.