



Gutes für alle.



ALDI SÜD
ERNÄHRUNGSREPORT
#ERNÄHRUNGSWECHSEL

STAND SEPTEMBER 2024

INHALT

1. #ERNÄHRUNGSWECHSEL – ALDI SÜD MACHT GUTES ESSEN FÜR ALLE EINFACHER	4
2. GUT FÜR DICH: GESUNDHEITSBEWUSSTE ERNÄHRUNG	7
2.1 SALZ-/ ZUCKERREDUKTION.....	7
2.2 FETTE UND ÖLE.....	10
2.3 ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE DARMFLORA.....	12
2.4 UNSERE REZEPTUREN.....	15
2.5 NUTRI-SCORE.....	18
2.6 LEBENSMITTEL FÜR KINDER.....	21
3. GUT FÜR ALLE: UMWELT- UND SOZIALBEWUSSTE ERNÄHRUNG	24
3.1 PFLANZENBASIERTE PRODUKTE.....	24
3.2 BIO.....	28
3.3 HEIMISCHE LANDWIRTSCHAFT.....	35
3.4 SOZIALBEWUSSTE ERNÄHRUNG.....	38
3.5 ERNÄHRUNGSBILDUNG.....	40
3.6 FOOD-WASTE-REDUKTION.....	43
4. EXPERT:INNENGREMIUM ERNÄHRUNG	45
5. UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK #ERNÄHRUNGSWECHSEL	46
6. QUELLEN UND VERLINKUNGEN	50
IMPRESSUM	52



1. #ERNÄHRUNGSWECHSEL – ALDI SÜD MACHT GUTES ESSEN FÜR ALLE EINFACHER

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

Wir arbeiten kontinuierlich daran, in all unseren Unternehmensbereichen Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit umzusetzen und haben dafür eine Strategie entwickelt, die sechs Handlungsfelder umfasst: „**Menschenrechte**“, „**Tierwohl und Landwirtschaft**“, „**Klima, Umwelt & Natur, zertifizierte Produkte**“, „**Kreislaufwirtschaft & Verpackungen**“, „**Food Waste**“ und „**Bewusste Ernährung**“.

→ [Mehr Infos](#)

Bewusste Ernährung ist demnach ein wichtiger Teil der ALDI SÜD Nachhaltigkeitsstrategie: **Wir möchten bewusste und nachhaltigere Ernährung für jeden leistbar machen und setzen uns dafür ein, Ernährungsformen zu unterstützen, die Aspekte der Nachhaltig-**

keit und Gesundheit verbinden. Dabei werden aktuelle Trends und wissenschaftliche Erkenntnisse betrachtet.

Die EAT-Lancet-Kommission hat 2019 eine **Planetary Health Diet** entwickelt, die einen wissenschaftlich fundierten und anerkannten Ernährungsplan vorgibt, der die Gesundheit der Menschen und den Planeten gleichzeitig schützen soll.¹ Der Referenzrahmen steht für eine gesunde und umweltgerechte Ernährungsweise, die bis zum Jahr 2050 etwa 10 Milliarden Menschen auf der Erde gesund ernähren kann, ohne den Planeten zu zerstören. Der Planetary Health Diet zufolge sollte der Konsum von Obst, Gemüse, Hülsenfrüchten und Nüssen ungefähr verdoppelt werden. Fleisch und Zucker hingegen sollten maximal halb so viel verzehrt werden, damit die Grenzen des Planeten eingehalten werden können.¹ Damit sollen die pflanzlichen Lebensmittel die Basis der Planetary

Health Diet darstellen. Rotes Fleisch, Zucker und gesättigte Fettsäuren sollen eine untergeordnete bis keine Rolle spielen.



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

VEREINFACHTE DARSTELLUNG DER ERNÄHRUNGSWEISE NACH DER PLANETARY HEALTH DIET

(bezogen auf eine tägliche Energieaufnahme von 2.500 Kilokalorien)



Quelle: EAT-Lancet Commission: EAT-Lancet Commission Summary Report, 10, 2019

Die EAT-Lancet-Kommission definiert je Lebensmittelgruppe Spannbreiten für die empfohlene Verzehrmenge pro Tag. In der Abbildung orientieren sich die angegebenen Verzehrmenngen pro Tag zur Vereinfachung an den empfohlenen Mittelwerten oder Höchstwerten im Falle von Süßungsmitteln und gesättigten Fettsäuren.

Eine pflanzenbasierte Ernährung kann negative Auswirkungen auf das Klima, die Umwelt und die Gesundheit reduzieren² und ist damit ein wichtiges Themenfeld für ALDI SÜD. Um die Auswirkungen auf Umwelt und Mensch so gering wie möglich zu halten, setzen wir uns zudem mit dem konsequenten Ausbau unseres Bio-Sortiments für eine ökologische Landwirtschaft und mit unserem [#Haltungswechsel](#) für mehr Tierwohl ein. Denn ein weiteres wichtiges Handlungsfeld unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist die Förderung einer ökologischen, fairen und tierwohlorientierten Landwirtschaft, die zu einer bewussteren Ernährungsweise beiträgt.

WIE SIEHT DIE ERNÄHRUNG IN DEUTSCHLAND AUS UND WAS MUSS NOCH GETAN WERDEN?

Die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) hat ihre Ernährungsempfehlungen angepasst und empfiehlt ebenfalls eine nachhaltigere und klimafreundlichere Ernährung. Die neuen Empfehlungen stimmen mit denen der Planetary Health Diet weitestgehend überein. Betrachtet man jedoch die Daten der Nationalen Verzehrsstudie (NVS II), deren Daten repräsentativ für die Verzehrmenngen in der deutschen Bevölkerung sind, weichen diese stark von den Empfehlungen ab. Während vor allem Produktgruppen wie Hülsenfrüchte, Vollkornprodukte, Nüsse und Samen, Obst und Gemüse deutlich zu wenig verzehrt werden, liegt der Verzehr vor allem von Fleisch und Wurstwaren sowie von Zucker und Salz weit über der empfohlenen Zufuhr.³ Zur Unterstützung der Ernährungswende wollen wir als ALDI SÜD durch vielfältige Maßnahmen beitragen.

² WBAE: Politik für eine nachhaltigere Ernährung, 2020

³ Quelle: Medienservice: Planetary Health Diet | Ernährungsradar (ernaehrungsradar.de)

Als großer Lebensmitteleinzelhändler sehen wir uns in der Verantwortung, den [#Ernährungswechsel](#) voranzubringen. Mit unseren Maßnahmen zur Optimierung von Salz- und Zuckergehalten oder Zusatzstoffen in Lebensmitteln sowie dem Ausbau unseres Angebots pflanzenbasierter Produkte möchten wir unseren Kund:innen einen nachhaltigeren und gleichzeitig gesundheitsbewussteren Einkauf ermöglichen. Unsere Ernährung kann die eigene Gesundheit positiv beeinflussen und vielen Krankheiten, wie Bluthochdruck, Diabetes und Herz-Kreislauf-Erkrankungen, vorbeugen. Dazu trägt eine ausgewogene und abwechslungsreiche Auswahl von Lebensmitteln bei, die beispielsweise viel Obst, Gemüse und Vollkornprodukte enthält, aber nur wenig Salz und Zucker.⁴

Die Basis für gute Lebensmittel ist für ALDI SÜD die Kontrolle und Sicherstellung der Lebensmittelqualität. Die Lebensmittelsicherheit unserer Produkte gehört zu unserem Selbstverständnis.

Dazu trägt bei, dass unsere Eigenmarken-Produkte in einem engmaschigen Prüfsystem regelmäßig von unabhängigen akkreditierten Laboren untersucht werden. So kamen im Jahr 2023 über 29.000 umfangreiche Untersuchungen unserer Lebensmittel zusammen, darunter unter anderem die Untersuchungen auf Pestizide und Kontaminanten für den Warenbereich frisches Obst und Gemüse.



„Gutes für alle.“ bedeutet auch eine bewusste Ernährung für alle. Als Grundversorger sehen wir es als unsere Aufgabe, nachhaltigere und gesündere Lebensmittel für alle leistbar zu machen und so gemeinsam den #Ernährungswechsel voranzutreiben.“

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

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

2. GUT FÜR DICH: GESUNDHEITSBEWUSSTE ERNÄHRUNG

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



2.1 SALZ-/ ZUCKERREDUKTION

RELEVANZ

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

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

Männer jedoch durchschnittlich 10,0 g und Frauen 8,4 g Salz am Tag.⁶

Für Zucker orientiert sich die DGE an der Empfehlung der World Health Organization (WHO), nach der freier Zucker nicht mehr als 10% der Gesamtenergiezufuhr pro Tag ausmachen sollte.⁷

Freie Zucker umfassen laut WHO Mono- und Disaccharide, die in Lebensmitteln zugesetzt werden, sowie in Honig, Sirupen, Fruchtsäften und Fruchtsaftkonzentraten natürlich vorkommende Zucker. Das bedeutet bei einer Energieaufnahme von 2.000 kcal / Tag maximal 50 g freier Zucker pro Tag.⁶ In der Planetary Health Diet werden sogar nur maximal 31 g (bei 2.500 kcal / Tag) empfohlen.

In Deutschland lag der Pro-Kopf-Verbrauch im Jahr 2022 / 23 jedoch bei durchschnittlich 90 g Zucker pro Tag.⁸

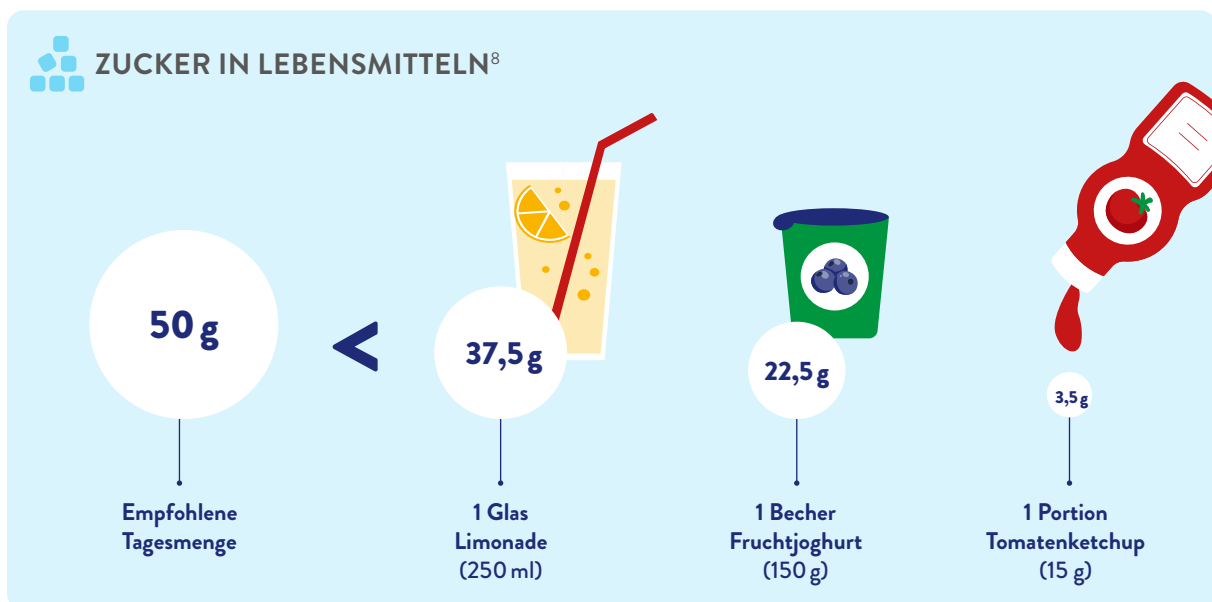
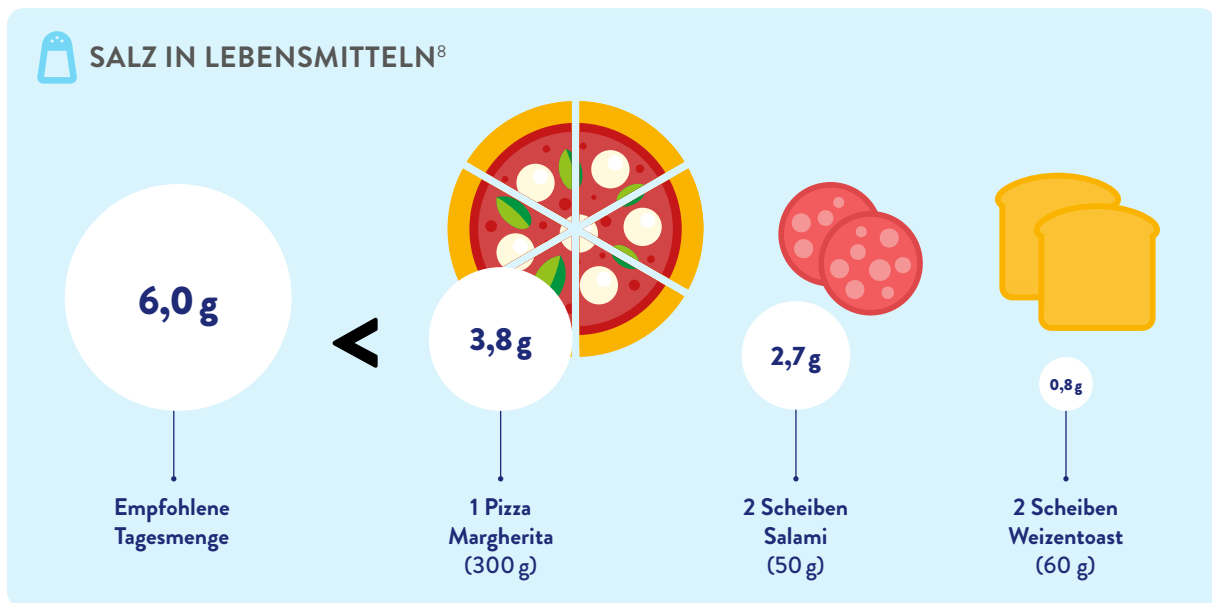


⁵ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Ausgewählte Fragen und Antworten zu Speisesalz, 2020

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

⁷ Konsensuspapier der Deutschen Adipositas-Gesellschaft e. V., Deutschen Diabetes Gesellschaft e. V., Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V.: Quantitative Empfehlung zur Zuckerzufuhr in Deutschland, 2018

⁸ <https://www.bmel-statistik.de/ernaehrung/versorgungsbilanzen/zucker-glukose>



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

Damit sich der Geschmack an geringere Zucker- und Salzgehalte gewöhnen kann, bietet es sich an, dass die Reduzierungen stufenweise, aber kontinuierlich

erfolgen. Bereits seit 2014 arbeiten wir gemeinsam mit unseren Eigenmarken-Lieferant:innen daran, regelmäßig und konsequent Salz- und Zuckeranteile in unseren Eigenmarken-Produkten zu optimieren – natürlich immer bei gleichbleibend gutem Geschmack. Die Anpassungen fanden über viele Warengruppen hinweg bereits statt: Bei Frühstücksprodukten, Fertiggerichten, Brot und Joghurts wird inzwischen weniger Zucker und Salz verwendet. Zudem konnten wir den Zuckeranteil einiger unserer Getränke verringern.

⁹ Heseke, Helmut; Heseke, Beate: Die Nährwerttabelle, 7. Auflage 2021/2022 (Herausgeber DGE)

Neben der schrittweisen Reduktion setzen wir uns als ALDI SÜD zum Ziel, unsere Produkte stetig den offiziellen Ernährungsempfehlungen anzupassen. 2023 haben wir dafür sechs Warengruppen ausgewählt, für die wir innerhalb des vergangenen Jahres Zielwerte für Salz und Zucker definiert haben und bis 2025 umsetzen. Die Auswahl der

Warengruppen orientiert sich an der „nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.¹⁰ Es werden verarbeitete Lebensmittel betrachtet, die hohe und teilweise versteckte zugesetzte Salz- und Zuckermengen enthalten.



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

Dr. Stephan Lück, Ernährungswissenschaftler



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT



- Wir haben in 2023 für folgende Warengruppen Zielwerte definiert:

ZUCKER:

- Frühstückscerealien ✓
- Erfrischungsgetränke ✓
- gesüßte Milchprodukte ✓

SALZ:

- Tiefkühl-Fertiggerichte ✓
- Wurstwaren ✓
- verpacktes Brot und Brötchen ✓



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE



- Wir setzen die bereits definierten Zielwerte für die oben genannten Warengruppen bis Ende 2025 um.
- Wir definieren und setzen Rezepturleitlinien mit Zielwerten für Salz und Zucker für alle relevanten Warengruppen bis Ende 2026 um.

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



2.2 FETTE UND ÖLE

RELEVANZ

Während Fette und Öle in der Vergangenheit eher einen schlechten Ruf als Dickmacher hatten, weiß man heute: Es kommt auf die richtigen Fette und Öle an. Generell wird der Verzehr von ungesättigten Fettsäuren, die vor allem in pflanzlichen Ölen und bestimmten fettreichen Fischarten zu finden sind, empfohlen. Besonders wichtig ist die Aufnahme spezieller ungesättigter Fettsäuren, die der Körper nicht selber herstellen kann.

Gesättigte Fettsäuren sollten hingegen nur in Maßen verzehrt werden, da diese bei übermäßigem Verzehr das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen begünstigen. Von der DGE wird ein Verhältnis

von 1:2 bei gesättigten vs. einfach und mehrfach ungesättigten Fettsäuren empfohlen.¹¹ Der Anteil an industriellen Transfettsäuren in der Nahrung sollte ebenfalls möglichst niedrig sein.¹²

DIE BEDEUTUNG DES NUTRI-SCORE

Die Einführung des Nutri-Score ist hinsichtlich des Einsatzes von Fetten und Ölen für uns besonders hilfreich. Denn die Nutri-Score-Optimierung gibt uns den Anlass, unsere Produkte insbesondere im Bereich Fette und Öle immer wieder zu überprüfen und zu optimieren.

RICHTWERTE FÜR DIE ZUFUHR VON FETTSÄUREN

Mehrfach ungesättigte Fettsäuren (Omega-3- zu Omega-6-Fettsäure- Verhältnis 1:5)

Leinöl
Rapsöl
Walnussöl
Chiasamen
Lachs

7 bis 10%*

Einfach ungesättigte Fettsäuren

Avocado
Olivenöl
Mandeln

>10%*

Gesättigte Fettsäuren

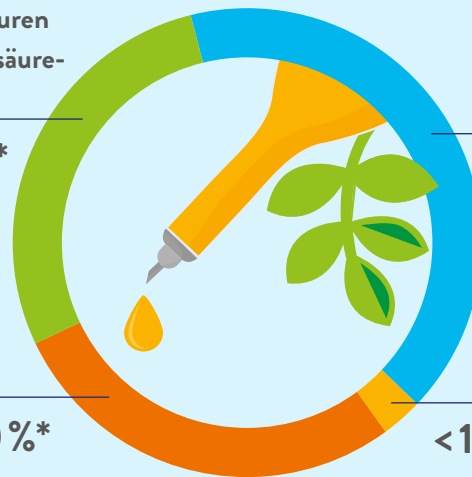
Fleisch
Käse
Kokosmilch

<10%*

Transfettsäuren

frittierte Erzeugnisse
Milchfett

<1%*



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

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

¹¹ DGE, Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 1. Ausgabe, 2015

¹² Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Evidenzbasierte Leitlinie Fettzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2015

PALMÖL

Von Margarine und Schokoriegel bis hin zu Backwaren: Palmöl ist aufgrund seiner besonderen Eigenschaften in Hinsicht auf Konsistenz und Haltbarkeit ein wichtiger Rohstoff für eine Vielzahl von Lebensmitteln. Auch die besonders hohe Ertragskraft der Ölpalme ist nennenswert. Um die gleiche Menge Öl aus Raps, Sonnenblumen, Soja oder Kokos zu erzeugen, braucht man die 5- bis 8-fache Anbaufläche.¹³ Trotz dieser positiven Eigenschaften gerät Palmöl oft in die Kritik, denn die steigende

Nachfrage treibt die Entwaldung und Umwandlung diverser Ökosysteme voran.

Aus diesem Grund setzen wir ausschließlich auf RSPO-zertifiziertes Palmöl in unseren Eigenmarken-Produkten.¹⁴ Im Rahmen von Multi-Stakeholder-Initiativen wie der [Palm Oil Transparency Coalition](#) arbeiten wir gemeinsam mit anderen Akteur:innen zusammen, um die Transparenz und Nachhaltigkeit in der Lieferkette zu steigern.



„Ungesättigte Fettsäuren haben vorwiegend positive Wirkungen auf den Körper wie z. B. Senkung des Cholesterolspiegels, Blutdruckregulation, Beeinflussung des Immunsystems und von Entzündungsreaktionen. Die mehrfach ungesättigten Fettsäuren (Omega-6-Fettsäure und Omega-3-Fettsäure) können vom Körper selbst nicht hergestellt werden und müssen über die Nahrung zugeführt werden. Bei der Zufuhr von Fetten sollte das Verhältnis von Omega-6-Fettsäuren zu Omega-3-Fettsäuren idealerweise bei 5:1 liegen.“

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



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

- Wir konnten im Zuge von Nutri-Score-Optimierungen bereits bei ausgewählten Produkten das Fettsäureprofil optimieren.



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

- Wir werden sowohl im Rahmen der Eigenmarken-Rezepturoptimierung als auch der Nutri-Score-Optimierung das Fettsäureprofil der ALDI SÜD Produkte kontinuierlich verbessern.
- Wir werden im Rahmen unserer Rezepturleitlinien Anforderungen an den Einsatz von Ölen und Fetten bei unseren Eigenmarkenprodukten definieren und bis Ende 2026 umsetzen.



¹³ WWF: Auf der Ölspur – Berechnungen zu einer palmölfreien Welt, 2016

¹⁴ Der RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) Standard deckt sowohl das Thema Entwaldung und weitere Umweltauswirkungen ab als auch soziale Aspekte wie Landrechte und Arbeitsnormen. → [Mehr Infos](#)



2.3 ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE DARMFLORA

RELEVANZ

Der Darm kann weitaus mehr als nur Lebensmittel abzubauen. Er ist eines der wichtigsten Forschungsfelder unserer Zeit. Für viele positive gesundheitliche Effekte werden Bakterien im Darm verantwortlich gemacht, die auch Darmflora genannt werden. Man geht nach heutigem Forschungsstand davon aus, dass eine gesunde Darmflora Adipositas, Bluthochdruck und koronaren Herzkrankheiten vorbeugen und präventiv vor Krebserkrankungen schützen kann.¹⁵

Neueste Forschungen zeigen zudem, dass es einen Zusammenhang zwischen der Darmflora und unserer Psyche gibt („Darm-Hirn-Achse“).¹⁶ Auch wenn hier noch viel Forschungsbedarf besteht, machen die heutigen Erkenntnisse Hoffnung, Krankheiten besser zu verstehen und behandeln zu können. Bis jetzt lässt sich jedoch sicher sagen, dass **ein gesunder Darm grundsätzlich positive Auswirkungen auf unser Wohlbefinden hat.**

Bereits heute weiß man, dass Ballaststoffe für die Darmflora wichtig sind, denn zum Überleben brauchen die Darmbakterien Nahrung – und zwar in Form von Ballaststoffen. Wenn den Bakterien genügend Ballaststoffe zur Verfügung stehen, nimmt ihre Menge und Vielfalt zu, was sich positiv auf die menschliche Gesundheit auswirken kann.¹⁷

Ballaststoffe sind überwiegend Kohlenhydrate, welche durch den menschlichen Magen-Darm-Trakt nicht abgebaut werden können. Dadurch gelangen sie unverdaut in den Dickdarm. Wasserlösliche Ballaststoffe werden dort durch die Darmflora verstoffwechselt, also fermentiert (z. B. lösliches Pektin im Apfel). Nicht-wasserlösliche Ballaststoffe hingegen werden von den Bakterien weniger gut verwertet, sodass sie unverändert ausgeschieden werden (z. B. unlösliche Zellulose aus Vollkorngetreide). Beide Arten von Ballaststoffen erfüllen wichtige, wenn auch unterschiedliche Funktionen im Körper. Vereinfacht gesagt, fördern sie u. a. die Aufrechterhaltung und das Wachstum der Darmflora sowie das Sättigungsgefühl und einen normalen Stuhlgang.¹⁸ Darüber hinaus können Ballaststoffe viele weitere positive Auswirkungen auf unsere Gesundheit haben. Beispielsweise kann eine erhöhte Ballaststoffzufuhr die Cholesterinwerte im Blut verbessern und das Risiko für Diabetes, Bluthochdruck, Herzinfarkt, Schlaganfall sowie das Gesamt-Sterblichkeitsrisiko senken.¹⁹



¹⁵ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Evidenzbasierte Leitlinie Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2011

¹⁶ Smith, P.: The tantalizing links between gut microbes and the brain. Nature 526, 312 – 314, 2015

¹⁷ BMEL: Kompass Ernährung, 2022

¹⁸ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 7. aktualisierte Ausgabe, 2021

¹⁹ Ausgewählte Fragen und Antworten zu Ballaststoffen; Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.; November 2021; <https://www.dge.de/fileadmin/dok/gesunde-ernaehrung/faq/DGE-FAQ-Ballaststoffe-2021.pdf>

Da die vielfältigen Funktionen im Darm verschiedene Ballaststoffarten benötigen, sollten sowohl **Vollkorngetreide als auch Gemüse, Obst und Kartoffeln regelmäßig gegessen werden**. Die Empfehlung der DGE lautet, täglich mindestens

30 g Ballaststoffe aufzunehmen.²⁰ In Deutschland wird die empfohlene Menge an Ballaststoffen jedoch oft nicht erreicht. Die tägliche Aufnahmemenge liegt im Schnitt bei 18 g pro Tag bei Frauen und bei 19 g pro Tag bei Männern.²¹

TIPPS FÜR EINE AUSREICHENDE BALLASTSTOFFZUFUHR:

- Getreide stets in seiner Vollkornform konsumieren, sei es Vollkornmehl, Vollkornbrot oder Getreideflocken
- Täglich eine ausreichende Menge an Obst und Gemüse verzehren, insbesondere grünes Blattgemüse, das reich an Ballaststoffen ist
- Eine Handvoll Nüsse und Kerne pro Tag konsumieren
- Hülsenfrüchte regelmäßig in den Speiseplan integrieren

BEISPIELTAG FÜR EINE OPTIMALE BALLASTSTOFFZUFUHR

MITTAGESSEN

[Grünkohl-Curry mit Kokosmilch und Kichererbsen ALDI Rezeptwelt](#)

→ Vollkornreis verwenden
(pro Portion ca. 8 g Ballaststoffe)

FRÜHSTÜCK

Porridge:
60 g Haferflocken,
ca. 300 ml Milch /
Pflanzendrink, eine
Prise Salz, 100 g
Heidelbeeren, optional:
Honig / Süßungsmittel
nach Wahl
(11 g Ballaststoffe)



SNACK

1 Apfel + eine Handvoll Mandeln
(ca. 5 g Ballaststoffe)

ABENDBROT

2 Scheiben Vollkornbrot mit einer halben Avocado und 2 Eiern + 4 Cherry-Tomaten
(ca. 11 g Ballaststoffe)

Insgesamt: ca. 35 g Ballaststoffe

²⁰ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.: D-A-CH-Referenzwerte für die Nährstoffzufuhr, 7. aktualisierte Ausgabe, 2021

²¹ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V.: Evidenzbasierte Leitlinie Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2011

FERMENTIERTE LEBENSMITTEL FÜR DIE DARMFLORA

Neben den Ballaststoffen sind auch fermentierte Lebensmittel förderlich für die Darmflora. Sie sind häufig besser verdaulich als nicht fermentierte Lebensmittel.²² Zudem können fermentierte Produkte für eine erhöhte Vielfalt in der Darmflora sorgen, da bei der Fermentation durch Milchsäurebakterien wertvolle Inhaltsstoffe entstehen, die wichtig für unseren Darm sind.²³

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



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

- Wir haben das Eigenmarken-Sortiment um fermentierte und ballaststoffreiche Produkte erweitert.
- Wir haben die Ballaststoffgehalte relevanter Eigenmarken-Produkte im Rahmen der Nutri-Score-Optimierung gescreent und Rezepturoptimierungen hinsichtlich möglicher Erhöhungen angestoßen.



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

- Wir loben freiwillig den Ballaststoffgehalt auf Verpackungen von Lebensmitteln aus, die einen relevanten Ballaststoffgehalt von mehr als 1 g Ballaststoffe pro 100 g aufweisen. Damit möchten wir mehr Transparenz in Hinblick auf die Nährwerte unserer Produkte schaffen.
- Wir werden die Ballaststoffgehalte relevanter Eigenmarken-Produkte, bei denen dies möglich ist, im Rahmen der Nutri-Score-Optimierung erhöhen.
- Wir überprüfen kontinuierlich, inwiefern das Eigenmarken-Sortiment um fermentierte und ballaststoffreiche Produkte erweitert werden kann.



²² <https://www.bzfe.de/ernaehrung-im-fokus/aus-der-aktuellen-ausgabe/fermentierte-lebensmittel/>.

²³ Wastyk, Hannah C.; Fragiadakis, Gabriela K.; Perelman, Dalia et al.: Gut-microbiota-targeted diets modulate human immune status, 184 (16), 4137-4153.E14, 2021



2.4 UNSERE REZEPTUREN

RELEVANZ

Viele Lebensmittel entstehen durch das Zusammenfügen von Zutaten und deren weitere Verarbeitung, z. B. durch Mischen, Rösten, Backen, Trocknen oder Fermentieren. Die Rezeptur und Verarbeitung charakterisiert daher maßgeblich das Lebensmittel. Für die Herstellung bestimmter Produkte sind Zusatzstoffe notwendig, damit das Produkt haltbar und sicher ist und die gewünschte Konsistenz und Sensorik erreicht wird. Die genaue Betrachtung der Eigenmarken-Rezepturen gehört zur routinemäßigen Aufgabe von ALDI SÜD, um die Notwendigkeit von Zusatzstoffen zu hinterfragen und um Rezepturen so natürlich wie möglich zu gestalten.

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

Allgemein gilt bei ALDI SÜD, dass wir auf Lebensmittelzusatzstoffe verzichten, sofern dies im Hinblick auf die Qualität des Lebensmittels vertretbar ist. Zudem schaffen wir Transparenz durch eine verbraucher:innenfreundliche Kennzeichnung: Statt einer verschlüsselten E-Nummer nennen wir auf unseren Produktverpackungen den Zusatzstoffnamen.

FARBSTOFFE

Wir wollen auf den Einsatz von Farbstoffen möglichst verzichten. Färbende Lebensmittel werden gegenüber Farbstoffen bevorzugt. Die in der Kritik stehenden Azo-Farbstoffe, die in Verdacht stehen, die Aktivität und Aufmerksamkeit bei Kindern zu beeinträchtigen²⁴, werden ausgeschlossen.



²⁴ [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(07\)61306-3/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(07)61306-3/fulltext)



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

Ernährungswissenschaftler Dr. Hans Braun,
Deutsche Sporthochschule Köln

SPORTERNÄHRUNG

Gemeinsam mit der Sporthochschule Köln hat ALDI SÜD verschiedene Protein- und Energieriegel unter dem Namen „Der Riegel“ entwickelt, um die Ernährung rund um den Sport sinnvoll zu ergänzen. Diese Riegel sind durch das Siegel der Sporthochschule Köln zu erkennen. Eine Kennzeichnung auf der Verpackung verrät, ob der Riegel am besten vor, während oder nach dem Sport verzehrt werden sollte. Bei der Entwicklung wurde ein großes Augenmerk auf die Auswahl der Inhaltsstoffe gelegt. Der Energy-Riegel eignet sich zur **Vorbereitung und Aufrechterhaltung der Leistungsfähigkeit**. Um die Resorption der Kohlenhydrate zu verbessern, werden verschiedene Kohlenhydratquellen wie Haferflocken, Glucose-Fructose-Sirup und Maltodextrin miteinander kombiniert. Die Proteinriegel sind für den Einsatz **nach einem intensiven, erschöpfenden Training** entwickelt worden. Durch hochwertige Proteinquellen werden essentielle Aminosäuren geliefert, welche dem Körper direkt nach dem Training Material für erste regenerative Prozesse bieten und den Muskelaufbau unterstützen.²⁵

BABYNAHRUNG

Bei der ALDI SÜD Babynahrung der Eigenmarke MAMIA BIO wird ein besonderes Augenmerk auf hochwertige Rezepturen und Zutaten gelegt. Diese Produkte sind bio-zertifizierte Lebensmittel für Babys und Kleinkinder, die aus natürlichen Zutaten bestehen und ohne zugesetzten Zucker, jegliche Zusatzstoffe und Palmöl auskommen. Lediglich bei unseren Säuglingsanfangsmilchen setzen wir aktuell aus ernährungsphysiologischen Gründen Palmöl ein. Nur auf diese Weise erreichen wir den geeigneten Palmitinsäuregehalt. Als Süßungsmittel ist in MAMIA BIO Produkten nur der natürliche Zuckergehalt von Früchten erlaubt. Selbstverständlich halten die MAMIA BIO Produkte alle gesetzlichen Vorgaben für Säuglingsnahrung ein. Dazu gehört beispielsweise, dass Getreidebeikost eine bestimmte Menge Thiamin (Vitamin B1) enthalten muss.



²⁵ Proteine tragen zur Zunahme von Muskelmasse bei.



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT



- 2023 haben wir für die folgenden Produktgruppen Rezepturleitlinien mit Anforderungen an Zusatzstoffe, Nährwertprofile und Rezepturen festgelegt:
Kinderlebensmittel ✓ Pflanzenbasierte Alternativen ✓ TK-Fertiggerichte ✓
- Gemeinsam mit unserem Expert:innengremium haben wir eine Bewertung aller zugelassenen Lebensmittelzusatzstoffe mithilfe eines Ampelsystems vorgenommen. Mit dieser Einstufung bewerten wir nun alle Rezepturen unserer Eigenmarken-Produkte und können Optimierungspotenziale besser erkennen.



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE



- Bis Ende 2025 setzen wir die Rezepturleitlinien mit Anforderungen für Zusatzstoffe, Nährwertprofile und Rezepturen für die oben genannten Warengruppen um.
- Wir weiten unsere Ernährungsrichtlinien mit Anforderungen bezüglich Zusatzstoffe, Nährwertprofile und Zutaten über alle Warengruppen hinweg aus und setzen diese bis Ende 2026 um.



2.5 NUTRI-SCORE

RELEVANZ

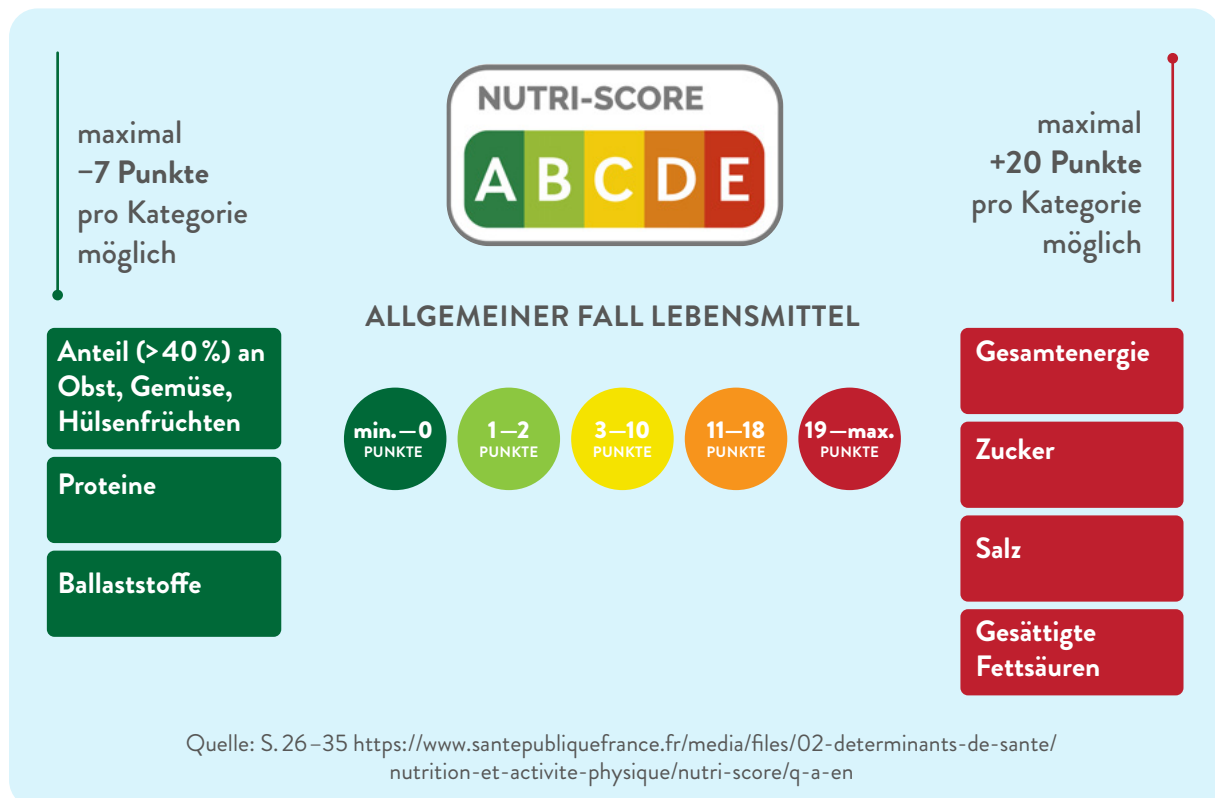
Der Nutri-Score ermöglicht es, die **Nährstoffzusammensetzung** von Lebensmitteln innerhalb einer Produktkategorie auf einen Blick zu erkennen. Für unsere Kund:innen ist der Nutri-Score eine wichtige Hilfe, da es oftmals schwierig ist, die Zucker-, Salz- und Fettgehalte anhand einer Nährwerttabelle ernährungsphysiologisch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

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

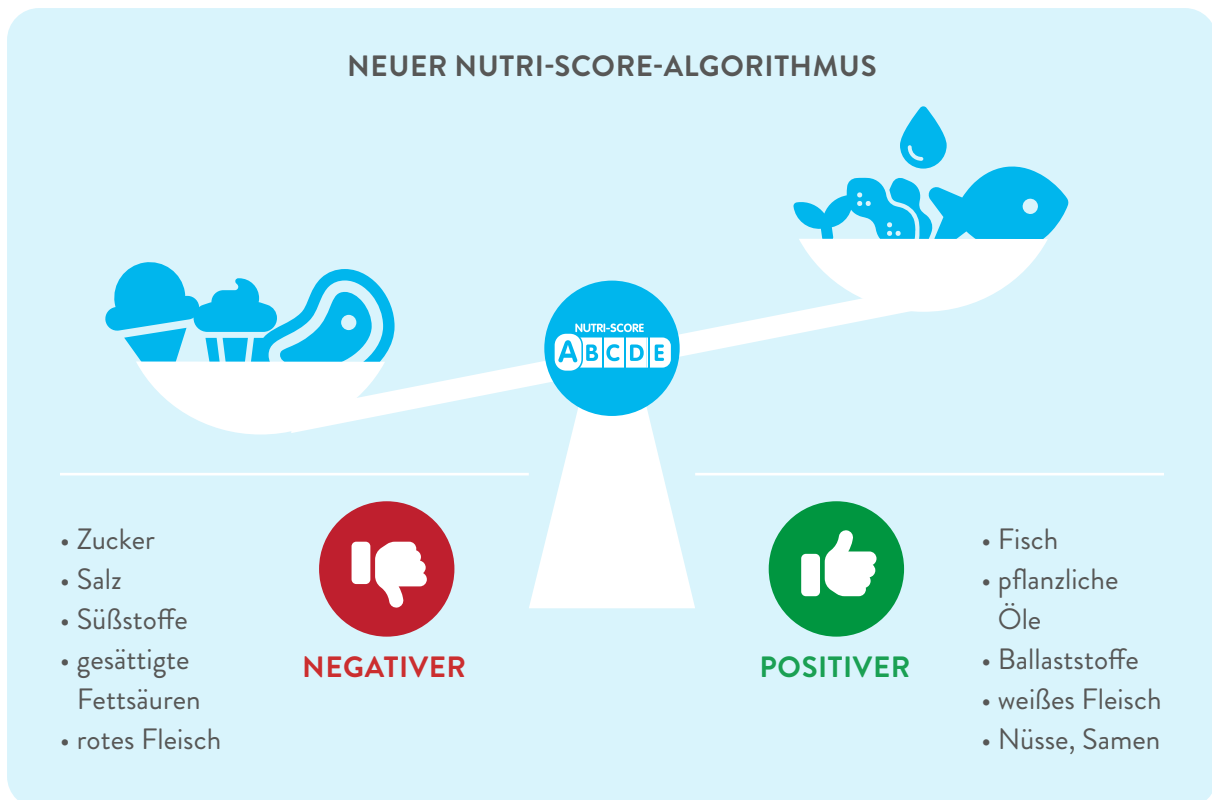
können. Der Nutri-Score macht ähnliche Produkte miteinander vergleichbar und stellt so eine **Entscheidungshilfe beim Lebensmitteleinkauf dar**.

AKTUALISIERUNG UND OPTIMIERUNG DES NUTRI-SCORE IN 2023

Der Nutri-Score-Algorithmus wurde im Jahr 2023 aktualisiert und ermöglicht nun eine bessere Differenzierung innerhalb einer Lebensmittelkategorie entsprechend den Ernährungsempfehlungen. Seit dem 01.01.2024²⁶ darf der aktualisierte Algorithmus von Hersteller:innen und Händler:innen aufgebracht werden. Vom Lizenzgeber, der Santé publique France, ist hierfür eine Umsetzungsfrist von zwei Jahren vorgesehen, sodass spätestens ab dem 01.01.2026 lediglich der aktualisierte Algorithmus auf unseren ALDI Eigenmarken zu finden sein wird.



²⁶ https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/Lebensmittel-Kennzeichnung/stellungnahmen-nutri-score.pdf?__blob=publicationFile&v=3



WAS HAT SICH AM ALGORITHMUS GEÄNDERT?²⁷

Zucker und Salzgehalte werden in der neuen Berechnung stärker als negative Faktoren gewichtet, während Ballaststoffe stärker positiv gewichtet werden. Dadurch wird die Unterscheidung zwischen Vollkornprodukten und raffinierten Produkten erleichtert. Zudem erleichtert der neue Algorithmus die Differenzierung zwischen pflanzlichen Speiseölen und bewertet rotes und weißes Fleisch unterschiedlich: weißes Fleisch wird in der Bewertung besser gestellt. Eine weitere Präzisierung des Algorithmus: Der Süßstoffeinsatz bei Getränken wird abgewertet, um keinen Anreiz zur Verwendung von Süßstoffen anstelle von Zucker zu bieten. Wasser ist zudem nun das einzige Getränk, was die Bewertung A erhalten kann.

Zudem erhalten **Fisch (fettreicher, ungesalzener)** und **pflanzliche Öle** mit hohem Gehalt an ungesättigten Fettsäuren zukünftig eine bessere Bewertung. Dies gilt auch für **Nüsse und Samen (ungewürzt)**. Einen eher schlechteren Nutri-Score erreichen hingegen Süßwaren, Convenience-Produkte, ballaststoffärmere und besonders salzhaltige Backwaren, Milchprodukte und Cerealien mit hohem Zuckergehalt. Ebenfalls negativer bewertet wird rotes Fleisch sowie Erzeugnisse daraus. Bei den Getränken werden solche mit einem relativ hohen Zuckergehalt, Milch, Milchgetränke und Pflanzendrinks sowie süßstoffhaltige Getränke künftig schlechter eingestuft, während Produkte mit einem sehr geringen Zuckergehalt besser als zuvor abschneiden.

²⁷ https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/Lebensmittel-Kennzeichnung/stellungnahmen-nutri-score.pdf?__blob=publicationFile&v=3

DER NUTRI-SCORE GIBT ORIENTIERUNG

Der Vergleich des Nutri-Scores kann lediglich innerhalb einer Lebensmittelkategorie erfolgen. Dies erleichtert Verbraucher:innen eine gesundheitsbewusste Wahl, denn sie können z. B. Wurstwaren oder Milchprodukte bezüglich ihrer Nährwerte auf einen Blick miteinander vergleichen. Hier einige Beispiele.



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

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

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



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

- Wir streben an, immer den besten Nutri-Score zu vergleichbaren Marken- und Eigenmarken-Artikeln zu haben.





2.6 LEBENSMITTEL FÜR KINDER

RELEVANZ

Bei Kindern und Jugendlichen spielt die Ernährung eine besonders wichtige Rolle, da sie sich noch in der Wachstumsphase befinden. Zudem bilden sich in der frühen Entwicklung Vorlieben und Essgewohnheiten, die oft ein Leben lang beibehalten werden. Dass das Essverhalten der Kinder und Jugendlichen in Deutschland verbesserungswürdig ist, bestätigt eine Studie des Robert Koch-Instituts: 15,4 % der drei- bis 17-jährigen Kinder und Jugendlichen sind übergewichtig.²⁸

Die EsKiMo-II-Studie des Robert Koch-Instituts hat darüber hinaus 2015 und 2017 das Essverhalten von Kindern und Jugendlichen im Alter von 6 bis 17 Jahren untersucht und folgende Erkenntnisse erbracht:²⁹

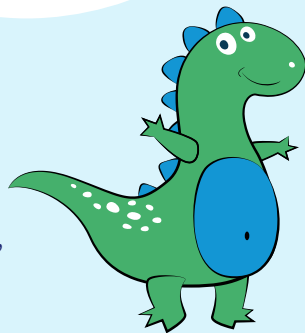
- Die meisten Kinder essen zu wenig Obst und Gemüse
- Der Anteil an Vollkorn in der Ernährung ist zu gering
- Der Verzehr von Fleisch und Wurstwaren ist zu hoch
- Der Konsum von (ungesüßten) Milchprodukten sollte in Maßen gesteigert werden
- Ein Großteil der Kinder trinkt weniger als empfohlen
- Kinder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

ALDINOS

Dürfen wir vorstellen? Die ALDInos!

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

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



Schlemmi

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

Veggie



²⁸ Robert Koch-Institut: KiGGS Welle 2 (2014-2017), 2018

²⁹ Mensink GBM; Haftenberger M, Brettschneider AK et al.: EsKiMo II – die Ernährungsstudie als Modul in KiGGS Welle 2, Journal of Health Monitoring 2(S3): 38 – 46, 2017

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

Bei ALDI SÜD gilt, dass die ernährungsphysiologische Zusammensetzung (insbesondere Salz, Zucker und Fett) und die Inhaltsstoffe (z. B. Zusatzstoffe) von Erzeugnissen, die für Kinder bestimmt sind, niemals schlechter sein sollten als die vergleichbaren, für Erwachsene bestimmten Erzeugnisse. Im Gegenteil: Sie sollten tendenziell besser sein. Lebensmittel, die speziell für Kinder gedacht sind, sollen in ihrer Nährstoffzusammensetzung optimiert werden, sodass sie die offiziellen [Empfehlungen der WHO](#) einhalten.

KINDGERECHT

Unser Active Drink für Kids erfüllt bereits das [Nährstoffprofil-Modell der WHO](#).



ALT VS NEU

Wir passen das Verpackungsdesign von Produkten an, die das Nährstoffprofil-Modell der WHO nicht einhalten, sich jedoch optisch oder aufgrund der Verpackung an Kinder richten.





DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT



- Wir haben 2023 eine ALDI Richtlinie mit strengen Anforderungen für Kinderlebensmittel erarbeitet.



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE



- Für Kinderprodukte werden die Nährwerte der Eigenmarken-Produkte bis Ende 2025 an das Nährstoffprofil-Modell der WHO sowie an unsere seit 2023 existierende ALDI Richtlinie für Kinderlebensmittel angepasst.
- ALDI SÜD setzt sich aktiv für eine bewusste Ernährung ein und fördert gesundheits- und nachhaltigkeitsbewusstes Marketing gegenüber Kindern. Das bedeutet, dass sich ALDI SÜD bei Werbeaktivitäten im Fernsehen, Radio, Social Media und dem Handzettel der Bewerbung einer ausgewogenen Ernährung gegenüber Kindern verpflichtet.*

* Ausnahmen stellen lediglich Ostern, Weihnachten und Halloween dar.

3. GUT FÜR ALLE: UMWELT- UND SOZIALBEWUSSTE ERNÄHRUNG

Für uns als ALDI SÜD gehört zu einer bewussten Ernährung nicht nur eine gesundheitsbezogene, sondern auch eine sozial- und umweltbewusste Ernährung. Denn eine Ernährungsweise, welche die Umwelt schont und die sozialverträgliche Lebensmittelproduktion stärkt, ist wichtig für die Zukunftssicherung.



3.1 PFLANZENBASIERTE PRODUKTE

RELEVANZ

Eine pflanzenbasierte Ernährung ist ein zentraler Aspekt unseres Ansatzes für eine bewusste Ernährung. Sie kann einen positiven Effekt auf unsere Gesundheit und gleichzeitig auf die Umwelt haben, da sie klimafreundlicher ist.²⁸ Eine pflanzenbasierte Ernährung zählt zudem auf die Planetary Health Diet ein, die eine Verdopplung des Konsums von Obst und Gemüse, Hülsenfrüchten und Nüssen sowie eine Halbierung des Fleischkonsums vorsieht.²⁹ ALDI SÜD möchte pflanzliche Produkte für alle leistbar machen und damit eine bewusste und nachhaltigere Ernährung fördern.

Die gute Nachricht: Vegane Artikel werden immer beliebter³⁰, da der Anteil an Flexitariern weiter zunimmt. Während der Fokus früher darauf lag, dass pflanzliche Alternativen tierischen Produkten in Geschmack und Aussehen möglichst ähneln, wird heute immer wichtiger, dass auch die Ernährungsphysiologie stimmt. Dabei sind unterschiedliche Aspekte wichtig, wie z. B. ein ausgewogenes Nährwertprofil, das sich durch geeignete Zucker-, Salz-, Eiweiß- und Fettwerte auszeichnet. Des Weiteren sollten Alternativprodukte so wenig verarbeitet sein wie möglich und nur unbedingt nötige Zusatzstoffe enthalten. All dies berücksichtigt unsere ALDI SÜD Richtlinie für pflanzliche Alternativprodukte. Wie bei allen ALDI SÜD Produkten sollen auch hier natürliche Zutaten gegenüber künstlichen Zusatzstoffen bevorzugt werden: Damit unsere Kund:innen mit der



Wahl des pflanzlichen Alternativproduktes eine mindestens genauso gute Entscheidung treffen können wie mit der tierischen Variante.

Im Januar 2024 launchten wir unsere neue vegane Eigenmarke **MyVay**, die das pflanzliche Sortiment für vegane Alternativprodukte bei ALDI ergänzt und verdeutlicht, dass es bei ALDI SÜD für jeden Ernährungsweg die passenden Produkte gibt. Darüber hinaus vereinfacht die Eigenmarke den Einkauf für Kund:innen, die gezielt auf der Suche nach veganen Produkten sind. Alle Produkte von MyVay sind vegan und entsprechend mit dem V-Label gekennzeichnet.

²⁸ Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V.: Für eine nachhaltigere Ernährung: Wie sich die DGE für mehr Ressourcenschutz einsetzt, 2021

²⁹ EAT-Lancet Commission: EAT-Lancet Commission Summary Report, 2019

³⁰ Forsa: Ernährungsreport 2023

2024 war ALDI schon zum fünften Mal Teil des Veganuarys. Die Initiative setzt sich dafür ein, möglichst viele Menschen für eine pflanzenbasierte Ernährung zu begeistern und bietet den Anstoß, einen veganen Lebensstil auszuprobieren.

Um vegane Produkte zu erkennen, müssen unsere Kund:innen bei ALDI SÜD nicht extra die Inhaltsstoffe studieren. Vegane Lebensmittel sind auf den ersten Blick an dem Label Vegan, bzw. Von Natur aus Vegan, das beispielsweise für naturbelassene Nüsse und Sultaninen verwendet wird, zu erkennen. Zusammen mit der Veganblume der Vegan Society für vegane Pflegeprodukte machen sie den veganen Einkauf in unseren Filialen ganz einfach.

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

ALDI hat in den vergangenen Jahren das vegane Sortiment stark ausgebaut. Im April dieses Jahres wurde ALDI SÜD gemeinsam mit ALDI Nord mit dem Peta Vegan Award 2024 im Bereich Food als Gewinner in der Kategorie „Beste vegane Vielfalt“ ausgezeichnet.³¹ Die Tierrechtsorganisation PETA würdigt damit vor allem das langjährige Engagement von ALDI für eine pflanzenbasierte Ernährung.



„ALDI Nord und ALDI SÜD zeigen, dass vegane Geschmacksvielfalt und ein tierfreundlicher Lebensmitteleinkauf für alle möglich sind. Eine rein pflanzliche Ernährungsweise ist genussvoll, kreativ und nachhaltig – für Mensch, Tier und Umwelt. Wir hoffen, dass viele weitere Unternehmen diesem zukunftsweisenden Beispiel folgen werden.“

Harald Ullmann, Mitgründer und
2. Vorsitzender von PETA Deutschland



Ach, übrigens:
Unter unserer Eigenmarke
Mein Veggie Tag laufen
all unsere vegetarischen
Alternativprodukte.

³¹ <https://www.peta.de/neuigkeiten/vegan-award-food-2024/>

ERHEBUNG DER PFLANZEN- UND TIERBASIERTEN SORTIMENTSANTEILE

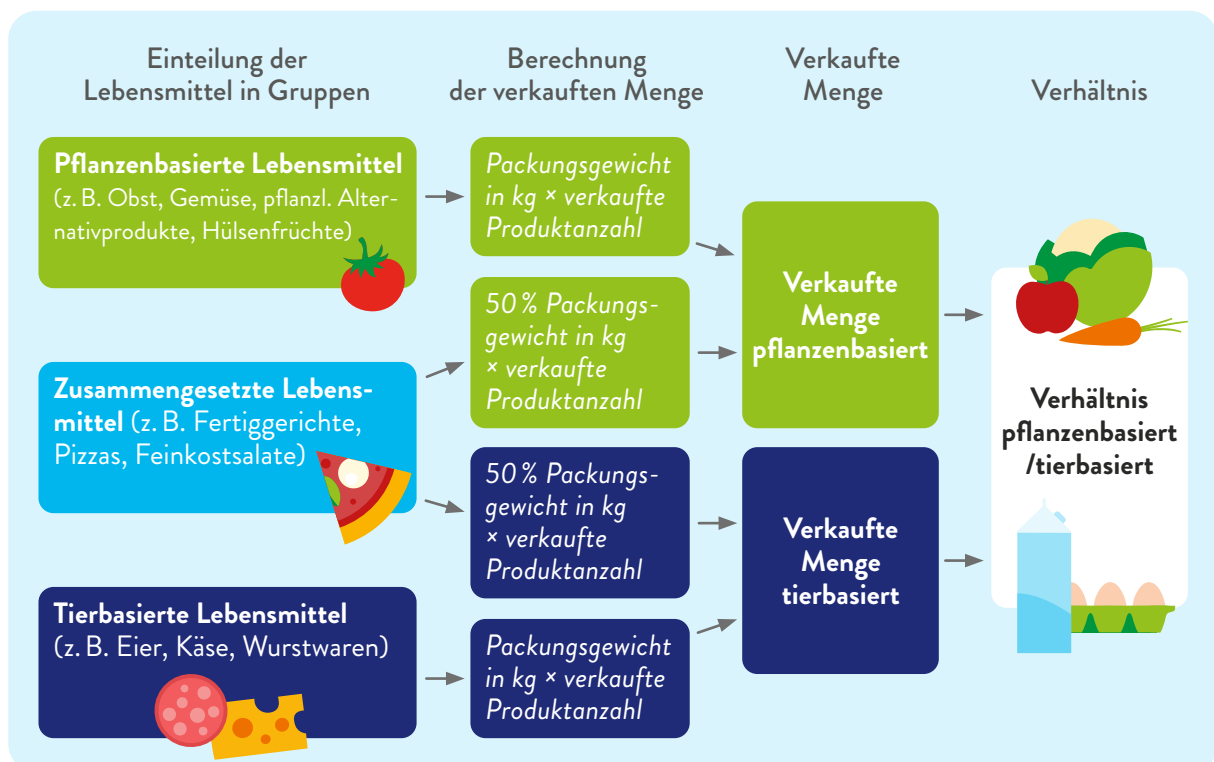
Unsere Ernährung ist ein starker Hebel zur Optimierung der menschlichen Gesundheit und der ökologischen Nachhaltigkeit auf der Erde. Über die Umweltauswirkungen verschiedener Ernährungsweisen wurde bereits eine Vielzahl von Forschungsarbeiten veröffentlicht. Die meisten dieser [Studien](#) kommen zu dem Schluss, dass eine Ernährung, die reich an pflanzlichen Lebensmitteln ist und weniger tierische Lebensmittel enthält, sowohl der Gesundheit als auch der Umwelt zugute kommt. Zur Verbesserung der menschlichen und der planetaren Gesundheit ist also eine Transformation der Ernährungssysteme notwendig.³²

Wir als ALDI SÜD sehen es als unsere Verantwortung, diese Veränderung in der Ernährung mit voranzutreiben. Daher haben wir es uns zum Ziel

gesetzt, den Anteil pflanzenbasierter Produkte in unserem Sortiment³³ kontinuierlich auszubauen. Um unseren derzeitigen Status Quo des pflanzenbasierten ALDI SÜD Sortiments zu erheben und um diesen in Zukunft zu tracken und weiter ausbauen zu können, haben wir eine Methodik zur Bewertung entwickelt.

Bei der Erhebung des Verhältnisses von pflanzen- zu tierbasierten Produkten im ALDI SÜD Sortiment³³ sind wir wie folgt vorgegangen:

- Wir haben unser gesamtes Sortiment in pflanzenbasierte, tierbasierte oder zusammengesetzte Lebensmittel eingeteilt und die verkaufte Menge berechnet (siehe Abb.).
- Aktuell beläuft sich das Verhältnis von pflanzen- zu tierbasierten Produkten im Sortiment von ALDI SÜD auf 60 % zu 40 %.³³



³² EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf (eatforum.org)

³³ Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzen- und tierbasierter Lebensmittel im Standardsortiment für das Geschäftsjahr 2023, ohne alkoholische Getränke und Mineralwasser.

WIR BAUEN UNSER PFLANZENBASIERTES SORTIMENT WEITER AUS

Basierend auf den in 2024 veröffentlichten Ernährungsempfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) sollten pflanzliche Lebensmittel einen größeren Anteil in unserer Ernährung einnehmen.³⁴ Wir von ALDI SÜD haben

es uns daher zum Ziel gesetzt, den Anteil unseres pflanzenbasierten Sortiments kontinuierlich auszubauen.³³ Mit dem Ausbau unseres pflanzenbasierten Produktangebots wollen wir einen Beitrag für eine gesundheitsfördernde und ökologisch nachhaltigere Ernährung leisten.



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT



- Erweiterung des veganen Sortiments auf über das Jahr verteilt mehr als 1.200 vegan gekennzeichnete Produktsorten.* Unser ursprüngliches Ziel, bis Ende 2024 mehr als 1.000 vegan gekennzeichnete Produktsorten anzubieten, haben wir bereits jetzt weit übertroffen.
- Etablierung von MyVay, einer neuen Eigenmarke für pflanzliche Alternativprodukte.
- Entwicklung einer Rezepturleitlinie für pflanzliche Alternativprodukte, welche Anforderungen an Nährwertprofile, Zutaten und Zusatzstoffe stellt.
- Etablierung einer Messmethode für die Anteile pflanzenbasierter vs. tierbasierter Produkte im Sortiment.**

* Gezählt wurden mit dem V-Label vegan oder der Veganblume gekennzeichnete Food- und Kosmetik-Produktsorten (Standard-, Aktions- und Saisonware) über das Jahr 2023 verteilt bei ALDI SÜD.

** Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzen- und tierbasierter Lebensmittel im Standardsortiment für das Geschäftsjahr 2023, ohne alkoholische Getränke und Mineralwasser.



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE



- Umsetzung der Rezepturleitlinie für pflanzliche Alternativprodukte bis 2025.
- Wir streben an, unseren Kund:innen bis Ende 2026 über das Jahr verteilt 1.400 vegan gekennzeichnete Produktsorten im Standard-, Saison- und Aktionsortiment anzubieten.
- Unser Ziel ist es, den Anteil des pflanzenbasierten Sortiments* kontinuierlich auszubauen.

* Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzen- und tierbasierter Lebensmittel, ohne alkoholische Getränke und Mineralwasser.

³⁴ <https://www.dge.de/presse/meldungen/2024/gut-essen-und-trinken-dge-stellt-neue-lebensmittelbezogene-ernaehrungsempfehlungen-fuer-deutschland-vor/>



3.2 BIO

RELEVANZ

Die Landwirtschaft und die Lebensmittelproduktion haben einen erheblichen Einfluss auf die Herausforderungen unserer Ernährungssysteme. Zu diesen Herausforderungen zählen u. a. die Klimakrise, das Artensterben, die Zerstörung von Ökosystemen sowie Bodenverschlechterung und -verlust. In der ökologischen Landwirtschaft sehen wir – genau wie die Bundesregierung³⁵ – eine Schlüsselfunktion, um die Landwirtschaft und Ernährung nachhaltiger zu gestalten. Die ökologische Landwirtschaft basiert auf den Prinzipien der Nachhaltigkeit und zeichnet sich durch eine umwelt- und tierwohlgergere sowie ressourcenschonendere Bewirtschaftung aus.³⁶

Einige wesentliche Anforderungen innerhalb der biologischen Landwirtschaft sind z. B. der Verzicht auf chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel, der Anbau von abwechslungsreichen Fruchtfolgen sowie die Pflege der Bodenfruchtbarkeit.³⁷

Gemäß Thünen-Institut kann eine ökologische Bewirtschaftung verschiedene Umweltbelastungen gleichzeitig reduzieren. Im Vergleich zur konventionellen Variante weist eine biologische Landwirtschaft demnach Vorteile auf, wenn es um Wasserschutz, Bodenfruchtbarkeit, Biodiversität und Klimaanpassung geht.³⁸

Wir bei ALDI SÜD sehen im Ausbau der ökologischen Landwirtschaft eine Schlüsselfunktion, um Ernährungssysteme nachhaltiger zu gestalten. Seit 2004, also seit mittlerweile 20 Jahren, bieten wir



Bio-Lebensmittel in unserem Sortiment an und erweitern das Angebot laufend. Unseren Kund:innen bieten wir die Möglichkeit, ihren Wocheneinkauf in Bio-Qualität durchzuführen. Unser Kernanliegen ist es, dass biologisch erzeugte Lebensmittel für alle leistbar sind, sodass alle Kund:innen eine nachhaltigere Einkaufswahl treffen können.

³⁵ SPD, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN FDP (Hrsg.): Koalitionsvertrag 2021–2025 zwischen der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD), BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN und den Freien Demokraten (FDP)

³⁶ BMEL: FAQ zu Öko-Landbau und Bio-Strategie 2030, 2023

³⁷ BMEL: Ökologischer Landbau in Deutschland, 2023

³⁸ Sanders J./Heß.J. (Hrsg.): Leistungen des ökologischen Landbaus für Umwelt und Gesellschaft, 2. überarbeitete und ergänzte Auflage, 2019



Alle unsere Bio-Produkte erfüllen natürlich die gesetzlichen Mindestanforderungen der EU-Öko-Basisverordnung. Unsere Bio-Produkte sind somit immer mit dem **EU-Bio-Logo** und teilweise zusätzlich mit dem **deutschen Bio-Siegel** gekennzeichnet.

Unsere Kund:innen erkennen unser Bio-Sortiment unter anderem an den Eigenmarken **„NUR NUR NATUR“**, **„GUT BIO“**³⁹ und **„MAMIA BIO“**.

NATURLAND-ZERTIFIZIERUNG

2023 haben wir durch die Partnerschaft mit der Naturland Zeichen GmbH einen weiteren wichtigen Meilenstein innerhalb unserer Bio-Strategie erreicht und führen seitdem Bio-Produkte, die nach den strengen Richtlinien von Naturland zertifiziert wurden: Schon heute sind 25% unseres Bio-Standardsortiments nach den Naturland-Richtlinien zertifiziert. Naturland ist der größte internationale Bio-Verband.



Der Pionier im Öko-Landbau setzt sich entschlossen für eine umwelt- und klimaschonende Agrar- und Ernährungswende ein. Die Richtlinien von Naturland gehen daher in vielen Bereichen über die Richtlinien der EU-Öko-Basisverordnung hinaus.

→ [Mehr Infos](#)

Darüber hinaus unterstützt ALDI SÜD das Naturland-Förderprogramm **„Für mehr Artenvielfalt“** – in der Aufbauphase bis Ende 2024 sogar noch als exklusiver Partner. Für jedes verkaufte Naturland-zertifizierte Produkt zahlt ALDI SÜD einen Beitrag in den Fördertopf des Programms ein.



WIR FÖRDERN DAS ENGAGEMENT VON ÖKO-LANDWIRTEN FÜR MEHR ARTENVIELFALT

Um das Engagement auch direkt für die Kund:innen erkennbar zu machen, sind die Produkte mit dem Label **„Für mehr Artenvielfalt“** gekennzeichnet. Innerhalb eines Jahres seit Programmbeginn haben sich bereits über 100 Naturland-Landwirt:innen für die Teilnahme an dem Programm angemeldet.



³⁹ Zum Ende des Jahres 2024 wird ein Relaunch unserer Bio-Eigenmarken erfolgen und im Laufe des Jahres 2025 werden nach und nach unsere „GUT BIO“-Produkte auf die Eigenmarke „BIO“ umgestellt.



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

- Wir bieten mehr als 1.000 Bio-Artikelsorten* in unserem Standard-, Aktions- und Saisonsortiment über das Jahr verteilt an (Angabe bezogen auf das Jahr 2023).
- Wir sind Bio-Händler Nr.1** in unserem Vertriebsgebiet.
- Wir sind Bio-Frischfleisch- und Bio-Wurstwaren-Händler Nr.1*** in unserem Vertriebsgebiet.
- Wir sind Bio-Obst & Gemüse-Händler Nr.1**** in unserem Vertriebsgebiet.
- 25% des Bio-Standardsortiments Food sind nach den Naturland-Richtlinien zertifiziert.

* Angabe von Artikelsorten zur Etablierung einer einheitlicheren Zählweise.

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

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

**** Quelle: NielsenIQ Homescan, Bio Obst & Gemüse, MAT September 2022, Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland.



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

- Wir unterstützen das 30 % Bio-Ziel der Bundesregierung und die Ausweitung der ökologischen Landwirtschaft durch die kontinuierliche Ausweitung unseres Bio-Sortiments.

UNSER WEG ZU MEHR TIERWOHL



UNSER #HALTUNGSWECHSEL

Zu einer umwelt- und sozialbewussten Ernährung gehört für uns auch die Berücksichtigung des Tierwohls in der Nutztierhaltung. Viele unserer Kund:innen haben schon entdeckt, dass wir immer mehr tierische Produkte aus den höheren, tierwohlgerechteren Haltungsförm 3 (Außenklima) und 4 (Premium/Bio)⁴⁰ anbieten. Das ist einer der sichtbarsten Effekte unseres [#Haltungswechsels](#). Mit dem [#Haltungswechsel](#) hat ALDI ein klares Signal in den Markt gegeben, um in der gesamten Lieferkette die Haltungsbedingungen von Nutztieren zu verbessern. Wir stärken das Tierwohl in der Nutztierhaltung durch eine klare und konkrete Zielsetzung bezüglich höherer Haltungsförm: Bis 2030 wollen wir 100 % unseres Frischfleischs und unserer gekühlten Fleisch- und Wurstwaren auf

Haltungsförm 3 und höher umstellen. Bereits heute stammen 50 % des Frischfleischs, 100 % der Trinkmilch und über 20 % der gekühlten Fleisch- und Wurstwaren aus diesen höheren Haltungsförm.⁴¹

Für unser Engagement im Bereich Tierwohl sind wir in diesem Jahr bereits mehrfach ausgezeichnet worden: Beim 6. Greenpeace-Supermarkt-Check⁴² haben wir Platz 1 belegt. Wir konnten mit unserem großen Angebot an Tierwohlprodukten und der konsequenten Umsetzung des [#Haltungswechsels](#) überzeugen. Im Mai landeten wir bereits gemeinsam mit ALDI Nord mit 36 % auf dem ersten Platz des Tierschutz-Rankings⁴³ der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt.

⁴⁰ Das System zur einheitlichen Kennzeichnung der Haltungsförm wird aktuell von 4 Stufen auf 5 Stufen umgestellt. Die Haltungsförm erhalten neue Bezeichnungen; die Haltungsförm 4 (Premium) wird zudem in Haltungsförm 4 (Auslauf/Weide) und Haltungsförm 5 (Bio) aufgeteilt. In der Umstellungsphase verkaufen wir sowohl Artikel der bisherigen 4-stufigen Haltungsförmkennzeichnung als auch der neuen 5-stufigen Haltungsförmkennzeichnung.

⁴¹ Bezogen auf den Umsatz bei ALDI SÜD in Deutschland mit a) Frischfleisch der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlartikel; mit b) Trinkmilch der Eigenmarken; ausgenommen sind Markenartikel bzw. mit c) unseren Eigenmarken aus den Bereichen gekühlte Fleisch-, Wurst- und Schinkenwaren sowie Frikadellen der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen sind internationale Spezialitäten sowie Convenience- und Fertiggerichte.

⁴² <https://www.greenpeace.de/publikationen/supermarkt-check>

⁴³ <https://lebensmittel-fortschritt.de/aktuell/leh-tierschutz-ranking-2024>

NUR NUR NATUR

SEIT 2023 FÜHREN WIR EINE BIO-EIGENMARKE, DIE SICH PERFECT FÜR DIE GESUNDHEITS- UND UMWELT-BEWUSSTE ERNÄHRUNG EIGNET

Was macht NUR NUR NATUR so ideal für die Ernährungsweise der Planetary Health Diet?

NUR NUR NATUR entstand aus der Idee, Bio-Produkte auf Fachhandelsniveau für möglichst viele Menschen verfügbar und leistbar zu machen. Unsere Bio-Eigenmarke steht für höchste Rezeptursprüche, puren Genuss und kompromisslos hohe Bio-Qualität zum original ALDI Preis – somit holt ALDI SÜD Bio-Fachhandelsqualität in den Discount. NUR NUR NATUR steht für Bio, das weiter geht. Das bedeutet für uns, dass wir die Mehrwerte jedes einzelnen NUR NUR NATUR-Produktes auf der Verpackung transparent für die Kunden aufzeigen. So ist für die Kund:innen direkt ersichtlich, was die Besonderheiten unserer NUR NUR NATUR-Produkte sind und welche hohen Qualitätsmerkmale sie aufweisen. Ein Großteil der Produkte erfüllt zudem die [strengen Kriterien von Naturland](#) (dem größten internationalen Öko-Anbauverband)



und ergänzen das bestehende GUT BIO- und MAMIA BIO-Sortiment bei ALDI SÜD.

NUR NUR NATUR baut auf drei Säulen auf

Mit NUR NUR NATUR haben wir eine Bio-Marke etabliert, deren Werte und Inhalte bewusst über die Ansprüche gängiger Bio-Angebote hinausgehen. Bei unseren Produkten achten wir auf die Verwendung hochwertiger Rohstoffe, den Verzicht auf unnötige Zusatzstoffe und möglichst schonende Herstellungsverfahren. Darüber hinaus haben wir eigene Anforderungen definiert, die weitere, produktgruppenspezifische Kriterien für NUR NUR NATUR-Produkte festlegen. NUR NUR NATUR erfüllt Ansprüche auf drei wesentlichen Gebieten: „Gut für dich“, „Gut für die Umwelt“ und „Gut für das Gefühl“.

Nur Nur NATUR
BIO, DAS WEITER GEHT

SCHÖNENDE HERSTELLUNGSVERFAHREN

MIT NATÜRLICHEN INHALTSSTOFFEN

HOHE BIOLADEN-QUALITÄT NACH NATURLAND-STANDARDS

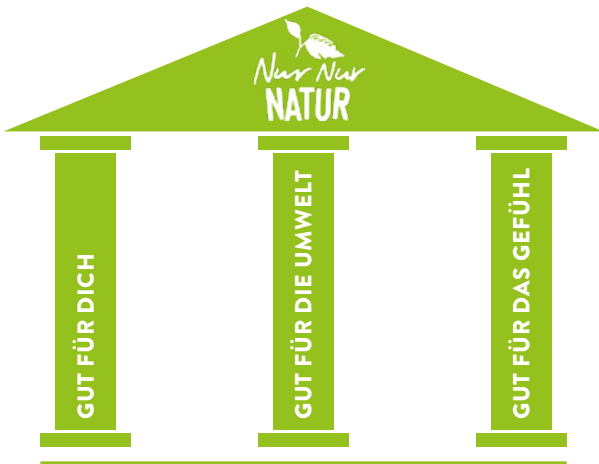
Nur Nur das Leckerste aus der Natur.

NATURLAND-ZERTIFIZIERT

ALDI SÜD

NUR IN DEINER ALDI SÜD FILIALE
ALDI-SUED.DE/NUR-NUR-NATUR

DIE 3 SÄULEN VON NUR NUR NATUR



1. SÄULE: GUT FÜR DICH

Die erste Säule „Gut für dich“ bedeutet, dass die Produkte nur so viele Inhaltsstoffe wie nötig enthalten und so ursprünglich produziert werden wie möglich. Das beinhaltet die Reduzierung der in unseren NUR NUR NATUR-Richtlinien zugelassenen und eingesetzten Zusatzstoffe sowie einen möglichst geringen Einsatz von Salz und Zucker. In wenigen Fällen ist ein Verzicht auf einen Zusatzstoff (noch) nicht möglich, doch dann hat dieser auch seine Berechtigung. Die Herstellungsverfahren sind so schonend wie möglich, so bewahren wir den natürlichen Geschmack der Produkte und deren wertvolle Inhaltsstoffe.

Für die Ursprünglichkeit der Produkte setzen wir auf traditionelle Rezepturen: Sahne statt Pflanzenfett, natives Olivenöl extra statt Sonnenblumenöl, Butter statt Margarine. Ein weiteres Merkmal sind natürliche Zutaten: Wir verwenden hauptsächlich naturbelassene Zutaten wie zum Beispiel Gewürze anstelle von Gewürzextrakten. Unsere Rezepturen werden dahingehend immer wieder überprüft und angepasst. Wir setzen bei NUR NUR NATUR-Produkten auf die Verwendung von Vollkorn, Urgetreide, Stein- und Meersalz sowie unraffinierten Zuckerarten. Als süßende Zutaten werden Honig, Fruchtdicksäfte oder andere klassische natürliche Zuckerzutaten wie z. B. Rübenzucker und Rohrohrzucker eingesetzt. Ausgeschlossen haben wir den Einsatz von Nitritpökelsalz, Aromen, Gewürz-

extrakten und geschmacksverstärkenden Zutaten. Unsere schonenden Herstellungsverfahren geben möglichst wenig Verarbeitung vor. Das bedeutet: Keine Homogenisierung von Milchprodukten, keine Raffination von Ölen und Zucker und lange Reifezeiten von Teigen. Zudem wird auf Enzyme bei der Brotherstellung verzichtet. Für NUR NUR NATUR ist eine reduzierte Wärmebehandlung der Produkte ebenso vorgeschrieben wie geringere Temperaturen in der Herstellung. Bei einigen Produkten können wir sogar auf eine Pasteurisierung verzichten, um noch mehr der wertvollen Inhaltsstoffe zu bewahren, mit dem Ziel, das Produkt so naturbelassen wie möglich zu lassen. Ein hoher Anteil wertgebender Zutaten ist ein zentraler Punkt unserer Rezepturen. So enthält zum Beispiel unser NUR NUR NATUR-Erdbeer-Sorbet einen Fruchtanteil von 50 %.

2. SÄULE: GUT FÜR DIE UMWELT

Der Großteil unserer NUR NUR NATUR-Produkte ist Naturland-zertifiziert. Die [Anforderungen von Naturland](#) gehen dabei in vielen Bereichen über die des EU-Bio-Standards hinaus. Zudem unterstützt ALDI SÜD das Naturland Förderprogramm „[Für mehr Artenvielfalt](#)“, zu erkennen am gleichnamigen Label auf der Verpackung von Naturland-zertifizierten Produkten. Das Förderprogramm Artenvielfalt unterstützt Öko-Landwirt:innen dabei, mehr Nahrungsquellen für Insekten, mehr Brutstätten für Vögel und mehr Schutzräume für Säugetiere wie Feldhasen zu schaffen. Zugleich stärken die Maßnahmen des Programms die Bodenfruchtbarkeit und machen so die Böden widerstandsfähiger gegen extremere klimatische Bedingungen.

3. SÄULE: GUT FÜR DAS GEFÜHL

NUR NUR NATUR verfolgt das Ziel, unseren Kund:innen ein unbeschwertes Einkaufen zu ermöglichen. Mit der dritten Säule „Gut für das Gefühl“ setzen wir dies durch eine transparente Lieferkette um. So wollen wir für den Großteil

unserer NUR NUR NATUR-Produkte eine Rückverfolgbarkeit von der Hauptzutat bis zu den Landwirt:innen gewährleisten. Unsere Kund:innen haben daher die Möglichkeit, auf unserer Rückverfolgbarkeitsplattform chargengenaue Informationen zu Herkunftsn aus gewählter Naturland-zertifizierter Produkte einzusehen.

Was sind die Ziele der Marke?

Das übergeordnete Ziel von NUR NUR NATUR ist es, Produkte in Bioladen-Qualität für unsere Kund:innen leistbar zu machen und zur bewussten Ernährung beizutragen. Dabei verfolgen wir eine kundenorientierte Sortimentszusammensetzung und arbeiten kontinuierlich daran, relevante Produkte unter der Marke NUR NUR NATUR einzulisten. Gestartet ist die Marke im Juni 2023 mit 15 Produkten. Im Jahr 2023 war das Ziel, insgesamt 30 NUR NUR NATUR-Produkte in unserem Bio-Sortiment zu führen. In diesem Herbst umfasst unser NUR NUR NATUR-Sortiment bereits rund 50 NUR NUR NATUR-Produkte im gesamten Vertriebsgebiet von ALDI SÜD. Fast alle der verfügbaren Produkte sind Naturland-zertifiziert. Der stetige Ausbau des NUR NUR NATUR-Sortiments soll dazu beitragen, für unsere Kund:innen ein vielfältiges Produktangebot an hochwertigen Bio-Produkten zu entwickeln. Diese Strategie wird auch im Jahr 2025 weiterverfolgt. Für die Folgejahre streben wir eine stetige Erweiterung des Produktsortiments an.

Aktueller Stand NUR NUR NATUR

Das aktuelle NUR NUR NATUR-Sortiment deckt verschiedene Produktkategorien ab. Wir bieten klassische Produkte wie z. B. verschiedene Brote, Pasta, Dinkel- oder Emmerflocken und Milch an. Beispielsweise überzeugt unser Bio-Roggenvollkornbrot mit einer besonders langen Teigführung (> 72 Stunden), welche das Brot besonders bekömmlich macht. Für unsere Bio-Pasta verwenden wir ausschließlich Urgetreide wie Emmer oder Dinkel anstelle von üblichem Hartweizengrieß. Die frische Bio-Milch zeichnet sich durch eine besonders schonende Verarbeitung aus, da hier auf die Homogenisierung der Milch verzichtet wird.

Darüber hinaus wird unser Sortiment durch weitere besondere Produkte wie Kimchi, Hummus, Alpenkräuter-Eistee und Ingwer-Shots ergänzt. Unser Bio-Kimchi finden die Kund:innen im Kühlregal, da es nicht pasteurisiert ist und durch die Fermentation aktive Kulturen enthält. Mit unserer Bandbreite an NUR NUR NATUR-Produkten machen wir bereits heute die gesundheits- und umweltbewusste Ernährung ganz einfach.

„Die NUR NUR NATUR-Produkte von ALDI SÜD zeichnen sich durch ihre hohe Qualität aus. Sie erfüllen nicht nur die strengen Bio-Richtlinien, sondern unterliegen auch den strengen Rezepturrichtlinien, welche in Zusammenarbeit mit einem unabhängigen Expert:innengremium erstellt wurden. Zudem sind sie zu erschwinglichen Preisen erhältlich, was sie zu einer attraktiven Option für gesundheitsbewusste Konsumenten macht.“

Dr. Stephan Lück, Ernährungswissenschaftler





3.3 HEIMISCHE LANDWIRTSCHAFT

RELEVANZ

Wer beim Einkaufen auf [regionale und saisonale Produkte](#) achtet, schon das Klima und die Umwelt.⁴⁴ In Deutschland kann über das Jahr verteilt eine große Auswahl an Obst und Gemüse angebaut werden: Darunter u. a. Äpfel, Birnen, Beeren, Pflaumen, Kirschen, Salate, Kohl, Möhren, Kartoffeln und Zwiebeln. Verbraucher:innen haben somit in Deutschland die Möglichkeit, sich ganzjährig mit heimischen Obst- und Gemüseartikeln zu versorgen. Der zusätzliche Vorteil von saisonalen Produkten besteht in der Reduzierung von Klima- und Treibhausgas-Emissionen, da saisonale Produkte nicht aus dem Ausland importiert, sondern in Deutschland angebaut und geerntet werden. Durch kürzere Transportwege können Treibhausgasemissionen eingespart werden. Zudem lassen sich viele dieser Produkte im Freiland anbauen, sodass auf beheizte Treibhäuser verzichtet werden kann.

→ [Zum Saisonkalender](#)



Darüber hinaus erfüllen heimische Produkte eine wichtige Funktion für die Gesellschaft. Durch langfristige, verlässliche Partnerschaften und Absatzmärkte werden regionale Anbau- und Vertriebsstrukturen der Lebensmittelbranche in Deutschland gestärkt.

Mit einem eigens für den Ausbau des regionalen Sortiments bei ALDI SÜD angestellten Team aus spezialisierten Regionalscouts betreiben wir aktives Sourcing nach neuen Partnerschaften. Unsere Regionalscouts stärken und erweitern die Beziehungen zu heimischen Partner:innen wie unseren [regionalen Bäckereien](#). So trägt ALDI SÜD zur Sicherung regionaler Arbeitsplätze bei und kann seinen Kund:innen eine steigende Auswahl an regional produzierten Produkten bieten.



⁴⁴ FiBL: Endbericht, Klimaschutz und Ernährung – Darstellung und Reduktionsmöglichkeiten der Treibhausgasemissionen von verschiedenen Lebensmitteln und Ernährungsstilen, 2021

STETIG MEHR LEBENSMITTEL AUS HEIMISCHER PRODUKTION

Darüber hinaus steigert ALDI SÜD den Anteil an Lebensmitteln, die in Deutschland erzeugt werden. So stammen bereits über 90 % unserer verkauften Frischfleischprodukte aus deutscher Herkunft. Bei konventionellem Schweinefleisch haben wir sogar schon zu 100 % auf deutsche Herkunft umgestellt. Hier findet jeder Schritt der Wertschöpfungskette (Geburt, Aufzucht, Mast, Schlachtung und Zerlegung/Verarbeitung) in Deutschland statt („5D-Prinzip“). Davon ausgenommen sind internationale Spezialitäten und Filet.

Ein weiterer Gewinn für die heimische Landwirtschaft, den wir in den vergangenen Monaten erzielen konnten: Als erster großer Lebensmittel-einzelhändler bieten wir seit März 2024 Putenfleisch ausschließlich aus Haltungsfom 3 und zu 100 % aus deutscher Herkunft an.⁴⁵ Gleiches gilt für unsere Trinkmilch. Diese stammt seit Januar 2024 vollständig aus deutscher Landwirtschaft⁴⁶ und seit Februar 2024 auch zu 100 % aus den Haltungsfom⁴⁷ 3 und 4.⁴⁸ Darüber hinaus bezieht ALDI SÜD seit April 2024 auch das Rindfleisch nur noch aus den höheren Haltungsfom 3

und 4.⁴⁹ Damit haben wir wichtige Meilensteine unseres #Haltungswechsels frühzeitig erfüllt – ganze sechs Jahre eher als ursprünglich geplant.

Um Kund:innen regionale Produkte kenntlich zu machen, arbeitet ALDI SÜD seit 2014 mit der Regionalfenster Service GmbH zusammen. Das Regionalfenster-Siegel bietet Kund:innen Transparenz, indem es Auskunft zur Herkunft und zum Verarbeitungsort eines Produkts gibt. Bei Mischprodukten wird auch angegeben, wie hoch der regionale Rohstoffanteil im Gesamtprodukt ist.



ALDI SÜD bietet regionale Lebensmittel unter der Eigenmarke „Bestes aus der Region“ an. Diese Produkte sind mit dem Regionalfenster gekennzeichnet. Lebensmittel dürfen nur dann unter dieser Eigenmarke vertrieben werden, wenn die Hauptzutat zu 100 % und der überwiegende Anteil aller Gesamtzutaten (> 51 %) aus der gekennzeichneten Region stammen. Darüber hinaus muss die Produktion in derselben Region oder in einer angrenzenden Nachbarregion stattfinden. Der Vertrieb der Produkte findet ausschließlich in Filialen der ausgelobten Region und angrenzenden Nachbarregionen statt. Über das Jahr und die Regionen verteilt sind bei uns mehr als 350 Produkte verfügbar, die das Regionalfenster tragen.⁵⁰ Als Region definiert ALDI SÜD ein Bundesland oder einen Natur- oder Kulturraum, wie z. B. das Rheinland.



⁴⁵ Ausgenommen (internationale) Spezialitäten sowie Aktionsartikel.

⁴⁶ Betrifft Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel und internationale Spezialitäten.

⁴⁷ Das System zur einheitlichen Kennzeichnung der Haltungsfom wird aktuell von 4 Stufen auf 5 Stufen umgestellt. Die Haltungsfom erhalten neue Bezeichnungen; die Haltungsfom 4 (Premium) wird zudem in Haltungsfom 4 (Auslauf/Weide) und Haltungsfom 5 (Bio) aufgeteilt. In der Umstellungsphase verkaufen wir sowohl Artikel der bisherigen 4-stufigen Haltungsfomkennzeichnung als auch der neuen 5-stufigen Haltungsfomkennzeichnung.

⁴⁸ Bezogen auf den Umsatz bei ALDI SÜD in Deutschland mit Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel.

⁴⁹ Ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlartikel sowie Aktionsartikel und gemischtes Hackfleisch.

⁵⁰ Über das Jahr 2023 und die Regionen verteilt. Verfügbarkeit kann abweichen.



Neben regionalen Produkten stärkt ALDI SÜD auch die Kennzeichnung von Produkten aus deutscher Landwirtschaft. Daher haben wir in 2024 das Herkunftskennzeichen Deutschland „Gutes aus deutscher Landwirtschaft“ eingeführt. Das Zeichen wurde gemeinsam mit anderen Mitgliedern des Vereins Zentrale Koordination Handel-Landwirtschaft e. V. (ZKHL) entwickelt. Ziel des Herkunftskennzeichens ist die branchenweit einheitliche Kennzeichnung von in Deutschland erzeugten und verarbeiteten Agrarprodukten. Da die Auslobung des neuen Zeichens „Gutes aus Deutscher Landwirtschaft“ derzeit nur für wenige Produktgruppen genutzt werden kann, kennzeichnet ALDI SÜD weitere Produkte aus deutscher Landwirtschaft

weiterhin mit den Zeichen „Qualität aus Deutschland“ und „Ernte aus Deutschland“.

Mit dem Zeichen „Qualität aus Deutschland“ werden Produkte ausgelobt, bei denen die Hauptzutat und mindestens 51% des Gesamtgewichts aus Deutschland stammen. Zudem sind die Produkte in Deutschland verarbeitet und verpackt. Mit dem Zeichen „Ernte aus Deutschland“ kennzeichnen wir frisches und weiterverarbeitetes Obst und Gemüse, das in Deutschland geerntet wird. Die Verarbeitung dieser Produkte kann hingegen auch in Nachbarländern, beispielsweise in Österreich, stattfinden. Über das Jahr verteilt sind bei uns mehr als 500 Artikel⁵¹ mit dem Zeichen „Qualität aus Deutschland“ oder „Ernte aus Deutschland“ gekennzeichnet.



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

- Insbesondere beim Obst und Gemüse bieten wir Produkte, wann immer saisonal verfügbar und regional möglich, aus der jeweiligen Region an.
- Seit Frühjahr 2024 beziehen wir 100 % unseres Putenfrischfleischs aus deutscher Herkunft.* Über 90 % unserer verkauften Frischfleischprodukte und sogar 95 % unseres Rindfrischfleischs stammen aus deutscher Herkunft.
- Unser konventionelles Schweinefrischfleisch erfüllt das 5D-Prinzip (Geburt, Aufzucht, Mast, Schlachtung und Zerlegung/Verarbeitung finden in Deutschland statt).**
- Wir beziehen 100 % unserer Trinkmilch aus deutscher Landwirtschaft.***

* Ausgenommen (internationale) Spezialitäten.

** Ausgenommen sind internationale Spezialitäten und Filet.

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



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

- Wir weiten unser Sortiment an regionalen Eigenmarken-Produkten aus und steigern den Umsatzanteil mit regionalen Artikeln. Parallel dazu erweitern wir stetig unser Angebot an Produkten deutscher Herkunft.



⁵¹ Über das Jahr 2023 verteilt im Standard-, Aktions- und Saisonsortiment.



3.4 SOZIALBEWUSSTE ERNÄHRUNG

RELEVANZ

Die Achtung und Anerkennung von Menschenrechten sind die Basis in einem nachhaltigen Ernährungssystem. Als international tätige Unternehmensgruppe mit Lieferketten auf der ganzen Welt sind wir uns unserer Verantwortung bewusst, die [Menschenrechte entlang unserer Lieferketten](#) gemäß den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte (UNGP) zu achten. So hat sich ALDI SÜD in seiner [Global Sustainability Strategy](#) dazu verpflichtet, Menschenrechte entlang der Lieferketten zu verbessern. Denn Menschenrechte sind für ALDI SÜD nicht verhandelbar. Die ausführliche Grundsatzklärung zur Achtung der Menschenrechte und damit einhergehender Umweltstandards ist hier zu finden:

→ [ALDI SÜD Grundsatzklärung](#)

Menschenrechtsverletzungen sind ein globales Problem, das jede Wirtschaft, Branche und jeden Sektor betrifft. Insbesondere Länder des globalen Südens, aber auch bestimmte Gruppen wie etwa Minderheiten, Kinder, Frauen und Migrant:innen unterliegen einem erhöhten Risiko, dass ihre grundlegenden Menschenrechte verletzt werden. Besonders betroffen sind u. a. auch kleinbäuerliche Familien, die landwirtschaftliche Rohstoffe anbauen und maßgeblich zur globalen Ernährungssicher-

heit beitragen. Herausforderungen, mit denen sie konfrontiert sind, sind u. a. Armut, schwankende Rohstoffpreise, steigende Lebenshaltungskosten und der Klimawandel.

ANERKANNTE ZERTIFIZIERUNGSSYSTEME UND STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN

Im Rahmen von „Gutes für alle.“ ist es unser Ziel als ALDI SÜD, eine nachhaltigere Produktion unserer Artikel sicherzustellen. Ein Baustein ist dabei der Einsatz von weltweit anerkannten Zertifizierungssystemen im Ursprung wie bspw. [Fairtrade](#). Sie unterstützen uns dabei, bessere Geschäftspraktiken zu etablieren, die Arbeitnehmer:innen, Gemeinden und der Umwelt zugutekommen. Ein weiterer Baustein ist die Umsetzung von nachhaltigeren Beschaffungs- und Einkaufspraktiken, um Menschenrechte zu stärken.

Seit 2022 hat ALDI SÜD mit den wichtigsten Bananenlieferant:innen einen neuen partnerschaftlichen Beschaffungsansatz entwickelt, um allen Akteur:innen entlang der Lieferkette mehr Planungssicherheit zu geben. Alle Bananen, die ALDI SÜD in Deutschland verkauft, werden nach diesem partnerschaftlichen Beschaffungsansatz eingekauft.





Wir setzen uns auch dafür ein, dass die Bäuer:innen und Arbeiter:innen in unserer Bananenlieferkette einen angemessenen Lohn erhalten.

Wir sind Teilnehmer der von der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) gegründeten „Arbeitsgruppe des deutschen Einzelhandels zu existenzsichernden Einkommen und Löhnen“. Diese [Arbeitsgruppe](#) hat sich zum Ziel gesetzt, gemeinsame Aktivitäten zu koordinieren und umzusetzen, um auf die Verwirklichung existenzsichernder Löhne und Einkommen in globalen landwirtschaftlichen Lieferketten hinzuwirken. Gemeinsam mit unseren Partner:innen haben wir bereits ein innovatives [Pilotprojekt](#) erfolgreich umsetzen können.



AFRICAN CASHEWS

Wir als ALDI SÜD nutzen unsere Kaufkraft und langfristige Partnerschaften zu Lieferant:innen, um die Wertschöpfungskette von Cashewkernen nachhaltiger zu gestalten. So haben wir in Zusammenarbeit mit den Lieferant:innen die Wertschöpfungskette dauerhaft optimiert. Üblicherweise werden Cashews nach Asien verschifft, um dort verarbeitet zu werden. Die Verarbeitung der Kerne findet stattdessen bei unseren African Cashews im Land des Anbaus statt. Die Cashews werden in Westafrika angebaut, getrocknet, gedämpft und

geschält. Anschließend nehmen die Kerne den direkten Weg nach Europa. Das spart transportbedingte Treibhausgas-Emissionen und schafft zudem Arbeitsplätze im Land des Anbaus.



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

- 100 % unseres Kaffee-Eigenmarkensortiments sowie alle Artikel mit >10 % Kaffeeanteil sind seit Ende 2023 zertifiziert (Fairtrade, Rainforest Alliance oder Bio).



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

- Wir stellen bis Ende 2024 den Kakao in all unseren Tafelschokoladen* vollständig auf Fairtrade-zertifizierten Kakao um.
- Unser Ziel ist es, bis Ende 2025 einen existenzsichernden Lohn im Ursprung bei mindestens 50 % der in Deutschland verkauften Bananen zu erreichen.

* Betrifft Eigenmarken.





3.5 ERNÄHRUNGSBILDUNG



RELEVANZ

Unter dem Motto „[Spenden, helfen, fördern](#)“ engagiert ALDI SÜD sich in vielen Bereichen und hilft mit langfristigen Partnerschaften oder kurzfristigen Aktionen. Die Förderung eines nachhaltigen Umgangs mit Lebensmitteln sowie einer gesunden und nachhaltigeren Ernährungsweise bei Kindern, Jugendlichen und deren Familien steht im Zentrum unseres gesellschaftlichen Engagements. Wir sind davon überzeugt, dass Ernährungsbildung bei den Kleinsten anfängt und gesunde und nachhaltige Ernährung bereits im Kindesalter erlebbar sein muss.

LANGJÄHRIGE PARTNERSCHAFT MIT ACKER E.V.

Bereits seit 2016 unterstützt ALDI SÜD das Sozialunternehmen Acker, das die Wertschätzung für natürliche Lebensmittel in der Gesellschaft fördert. Unser gemeinsames Anliegen: Jedes Kind sollte eine altersgerechte Ernährungsbildung erhalten, um sich dadurch für eine gesunde und nachhaltigere Ernährung entscheiden zu können. Seit dem Start der Kooperation konnten Acker und ALDI SÜD gemeinsam bereits mehr als 60.000 Kinder und Jugendliche im ALDI SÜD Gebiet erreichen und diese für einen nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln und eine bewusste Ernährung gewinnen. Bundesweit hat Acker

mit seinen Bildungsprogrammen bereits mehr als 300.000 Kinder und Jugendliche für frische Lebensmittel, Natur und Nachhaltigkeit begeistert. Das Ziel von Acker: Bis 2030 jedem Kind in Deutschland zu ermöglichen, den Wachstums- und Wertschöpfungsprozess von Lebensmitteln auf dem Acker selbst zu erleben.

HAUPTPARTNERSCHAFT GEMÜSEACKERDEMIE

2024 hat ALDI SÜD die langjährige Partnerschaft mit dem Sozialunternehmen Acker vertieft und ist seither Hauptpartner des Bildungsprogramms → [GemüseAckerdemie](#). In dem Bildungsprogramm erleben die Kinder unmittelbar, woher das Essen auf ihren Tellern kommt. Gemeinsam mit ihren Lehrkräften und mit professioneller Unterstützung von Acker bauen die Schüler:innen selbstständig Gemüse auf einem eigenen Acker an. Sie säen, pflanzen, pflegen und ernten, lernen den Kreislauf der Natur kennen und übernehmen Verantwortung für ihre Gemüsepflanzen. Die involvierten Pädagog:innen werden zudem darauf vorbereitet, das Programm selbstständig umzusetzen und den Acker nach der Teilnahme an der GemüseAckerdemie mit den Schüler:innen weiter zu bewirtschaften.

Acker

 **Gemüse
Ackerdemie**
Ein Bildungsprogramm von Acker e.V.

Acker überprüft jährlich die Effekte der Gemüse-Ackerdemie anhand wissenschaftlicher Wirkungsanalysen, die zeigen: Durch die Teilnahme entwickeln 68 % der Kinder mehr Wertschätzung und Interesse für Gemüse, 44 % bewegen sich regelmäßiger an der frischen Luft und 58 % steigern sogar ihren Gemüsekonsum. Mit der Unterstützung von ALDI SÜD konnte die GemüseAckerdemie wachsen, so haben 2023 bereits über 1.200 Acker-Schulen in der gesamten DACH-Region an dem Bildungsprogramm teilgenommen.

CAMPUSACKERDEMIE: VOM LEHRSAAL AUF DEN ACKER

Mit dem Ziel, die Themen Gemüseanbau und Bildung für nachhaltige Entwicklung in die Ausbildung zukünftiger Lehrkräfte und Erzieher:innen zu integrieren, wurde die CampusAckerdemie nach einem Praxistest als Pilotprogramm 2021 gestartet. Bereits während der Pilotphase unterstützte ALDI SÜD die Weiterentwicklung von Bildungsmaterialien und die Einführung digitaler Lernbegleitung. Seitdem ermöglicht ALDI SÜD zusätzlich mehreren Bildungseinrichtungen im Verbreitungsgebiet die Teilnahme an der CampusAckerdemie.

Seit Anfang 2024 ackern 18 Universitäten und Fachschulen sowie knapp 400 angehende Lehrer:innen und Erzieher:innen deutschlandweit mit uns zusammen.

GEMÜSEACKER FÜR SOS KINDERDÖRFER

Seit 2020 ist ALDI SÜD Teil der Gesundheitsoffensive „Gesund aufwachsen im SOS-Kinderdorf e. V.“. Als langjähriger Partner der GemüseAckerdemie war es für ALDI SÜD selbstverständlich, dass auch die SOS Kinderdörfer ihren eigenen Acker bekommen sollten. Seit 2021 ermöglicht ALDI SÜD die Umsetzung der Bildungsprogramme GemüseAckerdemie und AckerRacker an zwei Standorten. Dadurch wird nun auch in den SOS Kinderdörfern gepflanzt, gesät, gehackt, geerntet.



WEITERE FÖRDERPARTNER

SOS-Kinderdorf e.V.



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

Stiftung Kindergesundheit



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

Auridis Stiftung



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

PRODUKTBEZOGENE SPENDEN

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

Mit unserem Angebot von Spendenprodukten renommierter Partnerorganisationen wie z. B. SOS-Kinderdorf e.V. machen wir es unseren Kund:innen ganz einfach, beim Einkauf in unseren Filialen direkt etwas Gutes zu tun. Produktbezogene Spenden sind ein fester und wichtiger Bestandteil unseres sozialen Engagements.

→ [Soziales Engagement](#)



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

- Wir sind 2024 Hauptpartner der GemüseAckerdemie geworden und fördern so aktiv die Ernährungsbildung von Kindern.



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

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





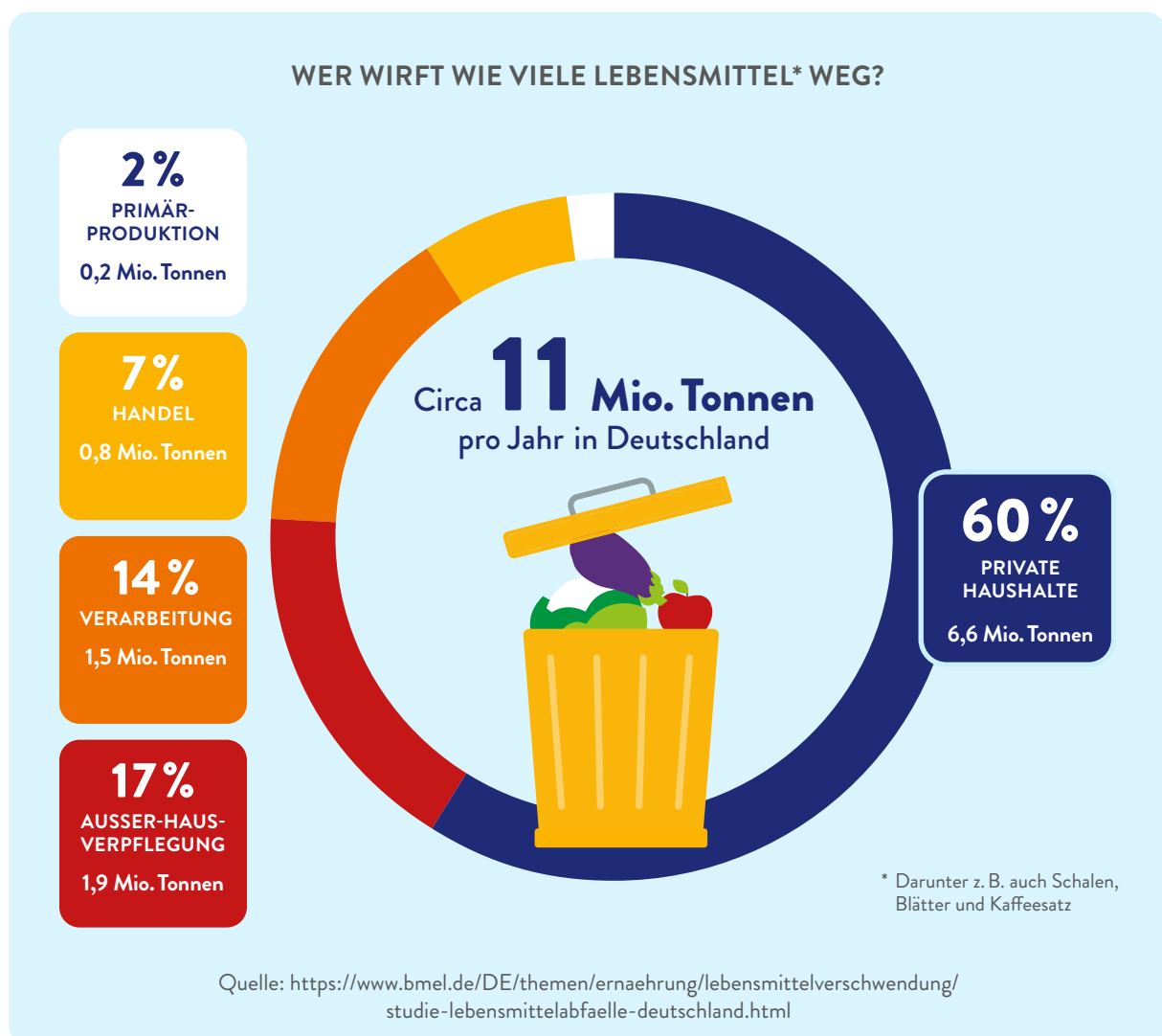
3.6 FOOD WASTE-REDUKTION

RELEVANZ

Entlang der Wertschöpfungskette werden in Deutschland jedes Jahr rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt. Im Groß- und Einzelhandel fallen davon etwa sieben Prozent der Gesamtmenge an.⁵²

Jedes einzelne Nahrungsmittel, das im Müll landet, schadet unserem Klima und vergeudet wertvolle Ressourcen. Als einer der führenden Lebensmitteleinzelhändler Deutschlands sieht

sich ALDI SÜD in der Pflicht, sich für die Lebensmittelrettung zu engagieren. Wir setzen uns dafür ein, die Menge an Lebensmitteln, die weggeworfen wird, so gering wie möglich zu halten und haben eine Vielzahl von **Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung** entwickelt. Denn Lebensmittel sind einfach zu wertvoll, um sie in den Abfall zu werfen – vor allem, wenn andere Menschen sie dringend benötigen.



⁵² BMEL: Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren, 2022

In 2023 haben wir uns dem durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft initiierten [Pakt gegen Lebensmittelverschwendung](#) angeschlossen und verpflichten uns zur Einhaltung von insgesamt fünf Pflichtzielen, unter anderem zur Verringerung der Lebensmittelabfälle um 30 % bis 2025 und 50 % bis 2030. Darüber hinaus verpflichten wir uns dazu, pro Kalenderjahr mindestens acht Wahlpflichtmaßnahmen im eigenen Verantwortungsbereich bzw. an den Schnittstellen zu Lieferant:innen, Kund:innen und Spendenpartner:innen durchzuführen.

Durch tagesgenaue Bestellungen sorgen wir in jeder einzelnen ALDI SÜD Filiale dafür, dass die Waren **jederzeit frisch** und ausreichend verfügbar sind. Gleichzeitig wird auf diese Weise weniger weggeworfen. Zeichnet sich trotz sorgfältiger Planung ab, dass Produkte nicht rechtzeitig verkauft werden, bietet ALDI SÜD Artikel kurz vor dem Erreichen des Verbrauchs- bzw. Mindesthaltbarkeitsdatums zu einem reduzierten Verkaufspreis an. Wir weisen unsere Kund:innen z. B. mit einem „-30%“-Sticker darauf hin. Nahezu alle nicht mehr verkaufsfähigen, aber noch verzehrfähigen Lebensmittel werden in der Regel von ALDI SÜD gespendet. Nahezu alle unserer Filialen spenden

Lebensmittel, z.B. an die Tafel oder an foodsharing. Grundlage für die Abgabe von Lebensmitteln ist selbstverständlich die Einhaltung aller relevanten gesetzlichen Vorschriften.

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



Zusätzlich handeln wir Krumme Dinger im Bereich Wurstwaren, wie z. B. Wiener Würstchen. Das Angebot variiert hierbei regional. Krumme Dinger sind nicht nur ein Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung, sondern kommen auch den Lieferant:innen zugute, da sie mit der „unperfekten“ Ware eine zusätzliche Absatzmöglichkeit haben. Wir prüfen regelmäßig Möglichkeiten zur Erweiterung unseres Krumme-Dinger-Sortiments, um unseren Beitrag zur Reduzierung von Food Waste zu leisten.



DAS HABEN WIR BEREITS ERREICHT

- Fast 100 % unserer Filialen führen eine Kooperation zur Weitergabe nicht mehr verkaufsfähiger, aber noch verzehrfähiger Lebensmittel (z. B. mit den Tafeln, foodsharing).



UNSERE NÄCHSTEN ZIELE

- Fortlaufend bauen wir unser Angebot an Waren mit Schönheitsfehlern unter der Eigenmarke Krumme Dinger aus.
- Fortlaufend reduzieren wir den Preis von Waren kurz vor ablaufendem MHD zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung.





4. EXPERT:INNENGREMIUM ERNÄHRUNG

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

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

ERFOLGE 2023

Im Jahr 2023 konnten wir durch die Zusammenarbeit mit dem Expert:innengremium bereits zahlreiche Erfolge verbuchen: Wir haben unsere Zielwerte für die Salz- und Zuckerreduktion überarbeitet und Rezepturleitlinien für pflanzliche Alternativprodukte und TK-Fertiggerichte entwickelt. Zudem legten wir gemeinsam Leitlinien und Anforderungen für Kinderprodukte fest.

AUSBLICK 2024

Im Jahr 2024 wird uns unser Expert:innengremium mit der weiteren Ausrollung der Ernährungsstrategie unterstützen. Bis nächstes Jahr stehen bereits neue Themen wie z. B. die Ausweitung der Ernährungsrichtlinien sowie die Entwicklung von Maßnahmen der Ernährungsbildung an.



„Eine Grundlage unseres Erfolges sind die hohen Qualitätsanforderungen, die wir an unsere Produkte stellen. Für uns ist es selbstverständlich, leckere Produkte mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis anzubieten. Hierbei ist es für uns ebenso wichtig, einen Beitrag zur gesunden Ernährung zu leisten. Im vergangenen Jahr konnten wir hier mit der Unterstützung unserer kompetenten Expert:innen bereits die ersten Erfolge verzeichnen und blicken mit großer Zuversicht auf die kommenden Herausforderungen zur Erreichung des #Ernährungswechsels.“

Ingo Hoffmann, Director Quality Assurance bei ALDI SÜD



Katharina Petereit,
Managing Director bei
KitchenTown Berlin



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



Dr. Stephan Lück,
Ernährungsexperte für Radio und
TV, promovierter Ernährungswissenschaftler und Lebensmitteltechnologie, stellvertretender Institutsleiter des Kompetenzzentrums für Ernährung (KErn)



Marie Therese Reichert,
Ansprechpartnerin
Verarbeitung/Handel bei der
Naturland Zeichen GmbH

5. UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK #ERNÄHRUNGSWECHSEL



BEWUSSTER

SALZ-/ZUCKERREDUKTION

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Definition von Zucker-Zielwerten für die Warengruppen Frühstückscerealien, Erfrischungsgetränke und gesüßte Milchprodukte	■■■	Ende 2023
Definition von Salz-Zielwerten für die Warengruppen Tiefkühl-Fertiggerichte, Wurstwaren, verpacktes Brot und verpackte Brötchen	■■■	Ende 2023
Definition und Umsetzung von Rezepturleitlinien mit Zielwerten für Salz und Zucker für alle relevanten Warengruppen bis Ende 2026	■□□	Ende 2026
Umsetzung von Zucker-Zielwerten für die Warengruppen Frühstückscerealien, Erfrischungsgetränke und gesüßte Milchprodukte	■■□	2025
Umsetzung von Salz-Zielwerten für die Warengruppen Tiefkühl-Fertiggerichte, Wurstwaren, verpacktes Brot und verpackte Brötchen	■■□	2025

ERNÄHRUNG FÜR EINE GESUNDE DARMFLORA

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Überprüfung des ALDI SÜD Eigenmarken-Sortiments auf eine Ausweitung von fermentierten und ballaststoffreichen Produkten	■□□	Ende 2025
Screening von Ballaststoffgehalten relevanter Produkte und Durchführung von Rezepturoptimierungen hinsichtlich möglicher Erhöhungen	∞	fortlaufend
Freiwillige Auslobung des Ballaststoffgehalts auf Verpackungen von Lebensmitteln, die einen relevanten Ballaststoffgehalt von mehr als 1 g Ballaststoffe pro 100 g aufweisen	∞	fortlaufend

FETTE UND ÖLE

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Verbesserung der Fettsäureprofile unserer Eigenmarken-Produkte im Rahmen der Nutri-Score-Optimierung sowie durch Formulierung von Anforderungen an den Einsatz von Fetten und Ölen im Rahmen unserer Rezepturrichtlinien	∞	fortlaufend

UNSERE REZEPTUREN

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Entwicklung von Rezepturrichtlinien für pflanzenbasierte Alternativen , TK Fertiggerichte, Kinderprodukte	■■■	Ende 2023
Umsetzung unserer Rezepturrichtlinien für pflanzenbasierte Alternativen	■■□	Ende 2025
Umsetzung unserer Rezepturrichtlinien für Tiefkühl-Fertiggerichte	■■□	Ende 2025
Umsetzung unserer Rezepturrichtlinien für Kinderprodukte	■■□	Ende 2025
Ausweitung unserer Rezepturrichtlinien und Umsetzung dieser bis Ende 2026	■□□	Ende 2026

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



BEWUSSTER

LEBENSMITTEL FÜR KINDER

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Erfüllung des WHO-Nährstoffprofil-Modells sowie unserer strengen Rezepturleitlinien unserer Eigenmarken-Kinderprodukte	■ ■ □	Ende 2025
Anpassung des Verpackungsdesigns bei Produkten, welche die WHO-Kriterien nicht einhalten, sich aber aufgrund der Optik oder Verpackung an Kinder richten ¹	■ ■ □	Ende 2025
Aktiver Einsatz für eine bewusste Ernährung und Förderung eines gesundheits- und nachhaltigkeitsbewussten Marketings gegenüber Kindern mit der Verpflichtung einer Bewerbung von einer ausgewogenen Kinderernährung bei Werbeaktivitäten im Fernsehen, Radio, Social Media und Handzettel ¹	∞	fortlaufend



TRANSPARENTER

NUTRI-SCORE

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
All unsere Eigenmarken-Artikel , bei denen es möglich ist, sind mit dem Nutri-Score gekennzeichnet ²	■ ■ □	Ende 2024
Bei unseren Eigenmarken-Produkten streben wir an, immer den besten Nutri-Score zu vergleichbaren Marken- und Eigenmarken-Artikeln zu haben	∞	fortlaufend



PFLANZLICHER

PFLANZENBASIERTE PRODUKTE

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Erweiterung des veganen Sortiments auf (über das Jahr verteilt) 1.000 vegan gekennzeichnete Produktsorten ³	■ ■ ■	Anfang 2024
Erweiterung des veganen Sortiments auf (über das Jahr verteilt) 1.400 vegan gekennzeichnete Produktsorten ³ (Status quo Sept. 2024: über 1.200 vegan gekennzeichnete Sorten ³)	■ ■ □	Ende 2026
Etablierung einer neuen Eigenmarke für pflanzliche Alternativprodukte	■ ■ ■	Ende 2023
Etablierung einer Messmethode für die Anteile pflanzenbasierter vs. tierbasierter Produkte im Sortiment ⁴	■ ■ ■	Sep. 2024
Kontinuierlicher Ausbau des pflanzenbasierten Sortiments ⁴ (Status quo 60%/40%)	∞	fortlaufend
Umsetzung der Rezepturleitlinie für pflanzliche Alternativprodukte	■ ■ □	Ende 2025

¹ Ausnahmen betreffen unsere Aktionsware zu Ostern, Weihnachten und Halloween.

² Eine Ausnahme stellen Eigenmarken dar, die seit der Anmeldung im August 2022 neu erschienen sind.

³ Lebensmittel und Kosmetik

⁴ Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzen- und tierbasierter Lebensmittel im Standardsortiment für das Geschäftsjahr 2023, ohne alkoholische Getränke und Mineralwasser.

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



BIOLOGISCHER



BIO

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Mehr als 1.000 Bio-Artikelsorten in unserem Standard-, Aktions- und Saisonsortiment über das Jahr verteilt ⁵	■■■	Sep. 2024
Bio-Händler Nr.1 ⁶ in unserem Vertriebsgebiet	■■■	Sep. 2023
Bio-Frischfleisch- und Bio-Wurstwaren-Händler Nr.1 ⁷ in unserem Vertriebsgebiet	■■■	Nov. 2022
Bio-Obst & Gemüsehändler Nr.1 ⁸ in unserem Vertriebsgebiet	■■■	Sep. 2022
Umstellung von 100 % unseres a) Frischfleischs, unserer b) Trinkmilch und unserer c) gekühlten Wurst- und Fleischwaren auf Haltungform 3 und 4 ⁹	■■■	2030
Unterstützung des 30 % Bio-Ziels ¹⁰ der Bundesregierung durch Ausweitung unseres Bio-Sortiments und der damit einhergehenden Förderung der ökologischen Landwirtschaft	∞	fortlaufend
Ausbau des Anteils von Naturland-zertifizierten Produkten am Bio-Sortiment und Umstellung von 25 % unseres Bio-Standardsortiments auf Naturland-Qualität	■■■	Sep. 2024



HEIMISCHER

HEIMISCHE LANDWIRTSCHAFT

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Erweiterung des Sortiments an regionalen Marken und Eigenmarken sowie Steigerung des internen Umsatzanteils mit regionalen Artikeln	■■■	fortlaufend
100 % unserer Trinkmilch stammen aus Deutschland ¹¹	■■■	2024
100 % unseres konventionellen Schweinefrischfleischs erfüllen das 5D-Prinzip ¹²	■■■	2022
> 90 % unserer verkauften Frischfleischprodukte stammen aus deutscher Herkunft. Beim Rindfleisch sind es sogar schon 95 % ¹³	■■■	fortlaufend
> 350 Produkte sind über das Jahr verteilt und über alle Regionen hinweg mit dem Regionalfenster gekennzeichnet ¹⁴	■■■	fortlaufend

⁵ Über das Jahr 2023 verteilt im Standard-, Saison- und Aktionsortiment.

⁶ NielsenQ Homescan, Food Bio inkl. Frische Bio, MAT September 2023, Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland

⁷ NielsenQ Homescan, Bio Wurstwaren & Frischfleisch in Selbstbedienung (kundenindividuelle Kategorie), MAT November 2022, Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland

⁸ NielsenQ Homescan, Bio Obst & Gemüse, MAT September 2022, Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland

⁹ Bezogen auf den Umsatz (Durchschnitt ALDI Nord und ALDI SÜD) in Deutschland mit a) Frischfleisch der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlartikel; mit b) Trinkmilch der Eigenmarken; ausgenommen sind Markenartikel bzw. mit c) unseren Eigenmarken aus den Bereichen gekühlte Fleisch-, Wurst- und Schinkenwaren sowie Frikadellen der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute. Ausgenommen sind internationale Spezialitäten sowie Convenience- und Fertiggerichte.

¹⁰ <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oeologischer-landbau/bio-strategie-2030.html>

¹¹ Betrifft Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel und internationale Spezialitäten.

¹² Ausgenommen sind internationale Spezialitäten und Filet.

¹³ Abhängig von Verfügbarkeiten.

¹⁴ Über das Jahr 2023 und die Regionen verteilt. Verfügbarkeit kann abweichen.

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



PARTNERSCHAFTLICHER



SOZIALBEWUSSTE ERNÄHRUNG

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Unser Ziel ist es, bis Ende 2025 einen existenzsichernden Lohn im Ursprung bei mindestens 50 % der in Deutschland verkauften Bananen zu erreichen	■ ■ □	2025
Umstellung des Kakaos in all unseren Tafelschokoladen auf Fairtrade-zertifizierten Kakao	■ ■ □	Ende 2024

ERNÄHRUNGSBILDUNG

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

FOOD WASTE-REDUKTION

ZIEL	STATUS	REALISIERUNG
Fast 100 % unserer Filialen führen eine Kooperation zur Weitergabe nicht mehr verkaufsfähiger, aber verzehrfähiger Lebensmittel (z. B. mit den Tafeln, foodsharing etc.)	■ ■ ■	fortlaufend
Ausbau unseres Angebots an Waren mit Schönheitsfehlern unter der Eigenmarke Krumme Dinger	■ ■ □	fortlaufend
Reduzierung des Preises von Waren kurz vor ablaufendem MHD zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	■ ■ □	fortlaufend

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

6. QUELLEN UND VERLINKUNGEN

Stand: 09.09.2024

BUNDESINFORMATIONSZENTRUM LANDWIRTSCHAFT

Zuckerbilanz 2022/23 vorläufig: Weniger Zucker verbraucht

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

BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT (BMEL)

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

<https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/reduktionsstrategie/reduktionsstrategie-zucker-salz-fette.html>

Ökologischer Landbau in Deutschland, 2022

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

WBAE: Politik für eine nachhaltigere Ernährung, 2020

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

FAQ zum Öko-Landbau, 2022

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

Kompass Ernährung, 2022

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

Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren, 2024

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

Studie zur Gesundheit Erwachsener in Deutschland, 2008-2011

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

Stellungnahmen zur erweiterten Nährwertkennzeichnung Nutri-Score

https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/Lebensmittel-Kennzeichnung/stellungnahmen-nutri-score.html

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR ERNÄHRUNG E. V. (DGE)

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

Evidenzbasierte Leitlinie Kohlenhydratzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2011

<https://www.dge.de/wissenschaft/dge-leitlinien/leitlinie-kohlenhydrate/>

Ausgewählte Fragen und Antworten zu Speisesalz, 2020

<https://www.dge.de/gesunde-ernaehrung/faq/speisesalz/>

Für eine nachhaltigere Ernährung: DGE – Ziele für Nachhaltige Entwicklung, 2022

<https://www.dge.de/gesunde-ernaehrung/nachhaltigkeit/>

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

Evidenzbasierte Leitlinie Fettzufuhr und Prävention ausgewählter ernährungsmitbedingter Krankheiten, 2015

<https://www.dge.de/wissenschaft/dge-leitlinien/leitlinie-fett/>

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

https://www.dge.de/fileadmin/public/doc/ws/stellungnahme/Konsensuspapier_Zucker_DAG_DDG_DGE_2018.pdf

EAT-LANCET COMMISSION

EAT-Lancet Commission Summary Report, 2019

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

FORSA

Ernährungsreport 2022

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

FORSCHUNGSINSTITUT FÜR BIOLOGISCHEN LANDBAU (FIBL)

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

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

IPCC – THE INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE

**Special Report on Climate Change and Land
Chapter 5, Food Security**

<https://www.ipcc.ch/srccl/chapter/chapter-5/>

MCCANN ET AL.

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

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

ROBERT KOCH-INSTITUT, DEGS

KiGGS Welle 2 (2014–2017), 2018

https://www.rki.de/DE/Content/Infekt/EpidBull/Archiv/2018/16/Art_02.html

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

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

ROUNDTABLE ON SUSTAINABLE PALM OIL (RSPO)

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

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

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

<https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/koalitionsvertrag-2021-1990800>

SANTÉ PUBLIQUE FRANCE

Nutri-Score Erklärung / Fragen und Antworten

<https://www.santepubliquefrance.fr/media/files/02-determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/nutri-score/q-a-en>

SANDERS J.; HESS J. (HRSG.)

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

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

SMITH, P.

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

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

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

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

WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF)

Auf der Ölspur - Berechnungen zu einer palmölfreien Welt, 2016

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

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD
Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr
Stand: September 2024

PRODUKTION:

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

BILDNACHWEISE:

Getty Images (S. 31 jasper@jasperwhite.co.uk,
S. 35 josh hodge)
Nadine Stenzel: S. 39
SOS-Kinderdorf.de: S. 40
Dr. Dirk Berressem (Foto von
Prof. Dr. Gunter P. Eckert): S.10/S.44



Gutes für alle.