

# ALDI SÜD MACHT BEWUSSTE ERNÄHRUNG FÜR ALLE LEISTBAR.

Wir setzen uns aktiv für eine bewusste und nachhaltigere Ernährungsweise ein. Durch zahlreiche Maßnahmen erleichtern wir unseren Kund:innen eine ausgewogene Ernährung, die zugleich umwelt- und klimabewusster ist.



## BEWUSSTER

### BEREITS ERREICHT

Entwicklung von **Salz- und Zuckerzielwerten** sowie **Rezepturleitlinien** mit Anforderungen für Nährwerte, Zutaten und Zusatzstoffe.

### UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir **weiten** unsere **Rezepturleitlinien** auf das **gesamte Produktsortiment** aus und setzen diese bis Ende 2025 um.



## PFLANZLICHER

### BEREITS ERREICHT

Wir bieten **mehr als 1.200 vegan gekennzeichnete Produktsorten** über das Jahr verteilt an.<sup>1</sup>

### UNSER NÄCHSTES ZIEL

**Erweiterung** des pflanzlichen Sortiments auf **1.400 vegan gekennzeichnete Produktsorten** bis Ende 2026 sowie kontinuierlicher **Ausbau des pflanzenbasierten Sortiments**.<sup>2</sup>



## BIOLOGISCHER

### BEREITS ERREICHT

Wir bieten **über 1.000 Bio-Artikelsorten** an<sup>3</sup> und **25% unseres Bio-Standardsortiments** ist **Naturland-zertifiziert**.

### UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir unterstützen das **30% Bio-Ziel der Bundesregierung**<sup>4</sup> und den Ausbau der ökologischen Landwirtschaft durch die kontinuierliche Ausweitung unseres Bio-Sortiments.



Wirf einen Blick in unseren aktuellen **Ernährungsreport**.



## TRANSPARENTER

### BEREITS ERREICHT

Alle **ALDI Eigenmarken**, bei denen es möglich ist, sind mit dem **Nutri-Score** gekennzeichnet.<sup>5</sup>

### UNSER NÄCHSTES ZIEL

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



## HEIMISCHER

### BEREITS ERREICHT

Wir beziehen **100% unserer Trinkmilch**<sup>6</sup> und **unseres Putenfrischfleischs**<sup>7</sup> aus Deutschland. Zudem erfüllt unser konventionelles **Schweinefrischfleisch** das **5D-Prinzip**.<sup>8</sup>

### UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir **weiten** unser Sortiment an **regionalen Eigenmarken-Produkten** aus und steigern den Umsatzanteil von regionalen Produkten.



## PARTNER-SCHAFTLICHER

### BEREITS ERREICHT

Gemeinsam mit dem **Expert:innen-gremium Ernährung** haben wir Rezepturleitlinien für **Kinderlebensmittel**, **pflanzenbasierte Produkte** und **TK-Fertiggerichte** erarbeitet. Zudem sind wir **Hauptpartner der GemüseAckerdemie** von Acker e. V.

### UNSER NÄCHSTES ZIEL

Umstellung des **Kakao**s in all unseren **Tafelschokoladen** auf **Fairtrade-zertifiziertes Kakao** bis Ende 2024.

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzen- und tierbasierter Lebensmittel im Standardsortiment, ohne alkoholische Getränke und Mineralwasser.

<sup>3</sup> Über das Jahr 2023 verteilt im Standard-, Saison- und Aktionsortiment.

<sup>4</sup> Quelle: <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/bio-strategie-2030.html>

<sup>5</sup> Bei neu registrierten Eigenmarken gilt eine Umsetzungsfrist von 2 Jahren.

<sup>6</sup> Betrifft Trinkmilch der Eigenmarken, ausgenommen sind Markenartikel und internationale Spezialitäten.

<sup>7</sup> Ausgenommen (internationale) Spezialitäten.

<sup>8</sup> Ausgenommen sind (internationale) Spezialitäten und Filet.