Gutes für alle.

Pressemitteilung

Haltungswechsel schreitet voran: ALDI SÜD bezieht als erster großer LEH die Hälfte[1] seiner gekühlten Fleisch- und Wurstwaren aus höheren Haltungsformen

Mülheim an der Ruhr (25. November 2026) ALDI SÜD erreicht einen weiteren Meilenstein bei seinem Haltungswechsel: Schon jetzt stammt die Hälfte des Umsatzes mit gekühlten Eigenmarken-Fleisch- und Wurstwaren aus den Haltungsformen 3, 4 und 5. Damit ist ALDI SÜD der erste große Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland, dem dieser Zwischenerfolg gelingt.

Das Ziel ist klar: Bis 2030 will ALDI SÜD mit Ausnahme der (internationalen) Spezialitäten das Eigenmarkensortiment in den Bereichen Trinkmilch, Frischfleisch sowie gekühlte Fleisch- und Wurstwaren auf die höheren Haltungsformen umstellen. Seit Beginn des Haltungswechsels vor fünf Jahren hat ALDI SÜD die Fortschritte bei der Umstellung transparent kommuniziert. 2024 der erste große Erfolg: Seitdem stammt das gesamte Eigenmarkensortiment an Trinkmilch aus den Haltungsformen 3, 4 und 5. Dieses Ziel wurde sechs Jahre früher als geplant erreicht. 2025 folgte ein weiterer Schritt: ALDI SÜD sortiert die Frischfleischkühlung nicht mehr nach Tierarten, sondern nach Haltungsformen. Ein Farbleitsystem zeigt Kund:innen auf einen Blick, aus welcher Haltungsform das Fleisch stammt.

Nun erreicht ALDI SÜD den nächsten Meilenstein: Bereits 50 Prozent des Umsatzes mit gekühlten Eigenmarken-Fleisch- und Wurstwaren aus Rind, Schwein, Hähnchen und Pute stammen aus den höheren Haltungsformen, (internationale) Spezialitäten ausgenommen. „Wir begrüßen, dass ALDI SÜD beim Haltungswechsel auch Fleisch- und Wurstwaren einbezieht und ein weiteres wichtiges Zwischenziel erreicht hat. Die Umstellung auch von verarbeiteten Produkten auf höhere Haltungsformen ist immens wichtig, um den Wandel insgesamt voranzutreiben. Aus Tierschutzsicht kommt es darauf an, die niedrigeren Haltungsformen dauerhaft abzulösen und so die Tierschutzstandards in der Breite weiter anzuheben", erklärt Esther Erhorn, Leitung Lebensmittel-Fortschritt bei der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt.

„Dass inzwischen die Hälfte unseres Umsatzes mit gekühlten Eigenmarken-Fleisch- und Wurstwaren aus höheren Haltungsformen stammt, ist ein wichtiger Meilenstein. Gleichzeitig liegt noch ein gutes Stück Weg vor uns. Genau hier setzt unsere neue Nachhaltigkeitsstrategie ‚Force For Good' an: Wir wollen gemeinsam

[1] Bezogen auf den Umsatz bei ALDI SÜD in Deutschland.

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,
Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de

mit starken Partner:innen Veränderungen vorantreiben. Denn systemischer Wandel gelingt nur gemeinsam. Für den weiteren Ausbau höherer Haltungsformen brauchen wir das Zusammenspiel aller Akteur:innen entlang der Lieferkette und verlässliche politische Rahmenbedingungen“, sagt Dr. Julia Adou, Director Sustainability bei ALDI SÜD.

ALDI SÜD geht Weg für mehr Tierwohl konsequent weiter

Auch beim Frischfleisch sowie im Bereich der gekühlten Fleisch- und Wurstwaren aus Rind, Schwein, Hähnchen und Pute hat ALDI SÜD wichtige Schritte umgesetzt: Seit Mitte Januar 2026 verzichtet der Discounter mit Ausnahme der (internationalen) Spezialitäten beim Eigenmarkensortiment dieser zwei Bereiche auf die Haltungsform 1. Fast zwei Drittel (65 Prozent) des Eigenmarken-Frischfleischs dieser Nutztiergruppen stammen aus den Haltungsformen 3, 4 und 5,[2] (internationale) Spezialitäten sind auch hier ausgenommen.

Damit der Weg hin zu einer tierwohlgerechteren Nutztierhaltung umfassend gelingt, muss die gesamte Branche aktiv bleiben und den Wandel mitgestalten. Dazu braucht es die enge Zusammenarbeit von Handel, Landwirtschaft, Lieferant:innen und Politik sowie verlässliche Rahmenbedingungen, die langfristige Investitionen in höhere Haltungsformen möglich machen. ALDI SÜD wird den eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen und setzt dabei auf starke Partnerschaften entlang der gesamten Lieferkette.

Pressekontakt:
Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Sarah Gaspers, presse@aldi-sued.de
Pressematerial: aldi-sued.de/presse

ALDI – Gutes für alle. Seit mehr als 110 Jahren steht der Name ALDI für **gute Qualität zum besten Preis**, ohne Bedingungen und Bonus-App. Der ALDI Preis gilt für alle. Der Discounter ALDI SÜD betreibt rund 2.000 Filialen in Süd- und Westdeutschland und ist Arbeitgeber von ca. 50.000 Mitarbeiter:innen. Der wirtschaftliche Erfolg beruht auf einem ausgewählten Sortiment, das zu 90 Prozent aus exklusiven ALDI Eigenmarken wie z.B. NUR NUR NATUR, MILSANI, BIO oder MYVAY besteht. Darüber hinaus ist ALDI SÜD **Bio-Händler Nr.1** in seinem Verkaufsgebiet und führt über das Jahr verteilt mehr als 1.000 Bio-Produkte. ALDI belegt den ersten Platz im BrandIndex **Preis-Leistungs-Ranking 2026** von YouGov und Handelsblatt, das 32 Produkt-Kategorien in den Bereichen Lebensmittel, FMCG und Technologie bewertet.

[2] Bezogen auf den Umsatz bei ALDI SÜD in Deutschland.

ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. oHG,
Unternehmenskommunikation, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr, aldi-sued.de