

**POLITIK**

**TIERWOHL**



**Gutes für alle.**



# INHALT

<b>1</b>	<b>UNSER ANSPRUCH</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>#HALTUNGSWECHSEL</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>TIERWOHLORIENTIERTE SORTIMENTSGESTALTUNG</b>	<b>5</b>
3.1	Sortimentsübergreifende Anforderungen .....	5
3.2	Fleisch und Wurst .....	7
3.3	Milch und Molkereiprodukte.....	8
3.4	Eier .....	9
3.5	Fisch .....	9
3.6	Non-Food.....	10
3.7	Vegan/ Vegetarisches Sortiment .....	10
<b>4</b>	<b>TRANSPARENZ UND RÜCKVERFOLGBARKEIT</b>	<b>11</b>
4.1	Transparenz.....	11
4.2	Herkunft .....	12
4.3	Rückverfolgbarkeit und Kontrollen.....	13
<b>5</b>	<b>LANDWIRTSCHAFTLICHER DIALOG</b>	<b>13</b>



# 1 UNSER ANSPRUCH

Als einer der größten Grundversorger mit Lebensmitteln in Deutschland sehen wir es bei ALDI SÜD als unsere Aufgabe, die Haltungsbedingungen in der Nutztierhaltung weiterzuentwickeln. Mit klaren Anforderungen für die Beschaffung tierischer Produkte möchten wir das Tierwohl verbessern und eine Weiterentwicklung der Nutztierhaltung aktiv vorantreiben – ganz im Einklang mit den Erwartungen unserer Kund:innen.

Die vorliegende ALDI SÜD Tierwohl-Einkaufspolitik bildet den Rahmen für dieses Zielbild. Der Geltungsbereich erstreckt sich auf das gesamte Sortiment der jeweiligen Food- und Non-Food-Eigenmarken mit tierischen Rohstoffen sowie den zugrundeliegenden Lieferketten im In- und Ausland.

Ein zentraler Bestandteil unserer Bestrebungen für mehr Tierwohl ist unser #Haltungswechsel: Bis 2030 werden wir mit Ausnahme von (internationalen) Spezialitäten und bezogen auf die Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute bei unseren Eigenmarken<sup>1</sup> unser Frischfleisch und unsere gekühlten Fleisch- und Wurstwaren (inkl. Frikadellen) sowie auch unsere Trinkmilch auf die höheren Haltungsformen 3, 4 und 5 umstellen.

Unsere Anforderungen, Kriterien und Ziele mit Blick auf das Tierwohl kommunizieren wir deutlich gegenüber unseren Lieferant:innen und Partner:innen entlang der gesamten Lieferketten. Die Einhaltung unseres Ambitionsniveaus hat für uns die größte Priorität. Eine Zusammenarbeit erfolgt ausschließlich mit Geschäftspartner:innen, die im Einklang mit unseren Einkaufspolitiken arbeiten. Werden Zielvorgaben nicht eingehalten, entwickeln wir gemeinsam konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Produktionsprozesse und behalten uns vor, entsprechende Sanktionen – bis zur Beendigung der Geschäftsbeziehung – zu veranlassen.

Darüber hinaus arbeiten wir eng mit externen Fachexpert:innen, Praktiker:innen sowie Wissenschaftler:innen zusammen und befinden uns im regelmäßigen Austausch zu aktuellen Erkenntnissen und Lösungsansätzen. In verschiedenen Programmen, Arbeitsgruppen und Brancheninitiativen engagieren wir uns darüber hinaus für die flächendeckende Weiterentwicklung der Tierhaltung und unterstreichen unsere Zielsetzung bis 2030.

Die nationale Umsetzung der Anforderungen und Ziele der ALDI SÜD Tierwohl-Einkaufspolitik in Deutschland wird, in enger Abstimmung mit anderen Abteilungen wie National Buying oder Quality Assurance, durch das Team für Sustainable Agriculture & Animal Welfare gesteuert.

Die Einhaltung der internationalen Gesetzgebungen sowie Rahmenbedingungen erfolgt in Kooperation mit der internationalen Nachhaltigkeitsabteilung bei ALDI SÜD sowie den jeweiligen nationalen Nachhaltigkeitskolleg:innen in anderen ALDI SÜD Ländern. Das [internationale Factsheet Animal Welfare](#), die Tierwohl-Einkaufspolitik von ALDI SÜD Deutschland sowie weitere Informationen zum Thema sind auf den Webseiten von [ALDI SÜD](#) und der [ALDI SOUTH Group](#) veröffentlicht.

---

<sup>1</sup> Die ALDI-Eigenmarken machen 90 % des Gesamt-Sortiments aus.



## 2 #HALTUNGSWECHSEL

Im Juni 2021 haben wir als erster großer Lebensmitteleinzelhändler unseren #Haltungswechsel für Frischfleisch ausgerufen und unser Vorhaben durch die Ausweitung auf Trinkmilch im Jahr 2022 sowie auf gekühlte Fleisch- und Wurstwaren im Jahr 2023 bekräftigt.



Der #Haltungswechsel kann nur gelingen, wenn alle Akteur:innen entlang der jeweiligen Wertschöpfungsketten eng zusammenarbeiten. Mit den Zielen und Zwischenzielen des #Haltungswechsels sowie deren konsequenter Umsetzung haben wir von Anfang versucht, einen klaren Weg vorzugeben und für unsere Partner:innen marktseitig Planungssicherheit zu schaffen. Mit unterschiedlichen Vertragsmodellen und Laufzeiten von bis zu 7 Jahren unterstreichen wir darüber hinaus die strategischen Langfristigkeit des #Haltungswechsels für ALDI SÜD.

### Status Quo #Haltungswechsel (Eigenmarken; Stand 04.2026)

#### Frischfleisch (Rind, Schwein, Hähnchen, Pute: ausgenommen (internat.) Spezialitäten)

- 60 % des Frischfleisch-Umsatzes stammen aus den Haltungsformen 3, 4 und 5
- Vollständiger Verzicht auf Haltungsform 1
- Abgesehen von Aktionsartikeln stammt das Putenfrischfleisch aus der Haltungsform 3 und aus deutscher Herkunft
- 100 % des Rindfrischfleischs stammen aus den Haltungsformen 3, 4 und 5
- Mit Ausnahme der Filetartikel zu Spitzenzeiten sowie (internationaler) Spezialitäten erfüllt unser konventionelles Schweinefrischfleisch das 5-D-Prinzip
- > 90 % des gesamten Frischfleischs und 95 % des Rindfrischfleischs stammen aus deutscher Herkunft



### gekühlte Fleisch- und Wurstwaren (Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen (internat.) Spezialitäten)

- 35 % des Umsatzes mit gekühlten Fleisch- und Wurstwaren stammen aus den Haltungsformen 3, 4 und 5
- Vollständiger Verzicht auf Haltungsform 1

### Trinkmilch

- 100 % der Trinkmilch stammen aus den Haltungsformen 3, 4 und 5 (seit 02.2024)
- Mit Ausnahme der „BIO Österreichische Bergbauern Heumilch“ stammt unsere Trinkmilch aus deutscher Herkunft (seit 01.2024)
- Auch Produkte der weißen und gelben Linie werden sukzessive auf die höheren Haltungsformen umgestellt.

## 3 TIERWOHLORIENTIERTE SORTIMENTSGESTALTUNG

Wir überprüfen kontinuierlich unsere jeweiligen Sortimente hinsichtlich relevanter Tierwohl-Aspekte. Dabei optimieren wir unser Sortiment fortlaufend und streben, wo immer möglich, eine ganzheitliche Vermarktung an. Wissenschaftliche Erkenntnisse sowie Erfahrungen von Expert:innen spielen bei der Sortimentsgestaltung eine wichtige Rolle. Bei der Erarbeitung unserer Anforderungen orientieren wir uns z.B. an den „Five Provisions“ nach David J. Mellor (2016)<sup>2</sup>:

- Gute Ernährung: Einen leichten Zugang zu frischem Wasser ermöglichen und die Ernährung so gestalten, dass volle Gesundheit und Vitalität aufrechterhalten bleiben.
- Gute Umgebungsbedingungen: Schatten/Schutz bzw. angemessene Unterbringung, gute Luftqualität und bequeme Ruhebereiche zur Verfügung stellen.
- Gute Gesundheit: Erkrankungen und Verletzungen vorbeugen oder schnell diagnostizieren und behandeln sowie einen guten Muskeltonus, eine gute Körperhaltung und eine gute kardiorespiratorische Funktion fördern.
- Artgemäßes Verhalten: Ausreichend Platz, eine adäquate Ausstattung, passende Gesellschaft und angemessen variierende Haltungsbedingungen bereitstellen bzw. ermöglichen.
- Positive mentale Erlebnisse: Sichere, geeignete und der Tierart angemessene Möglichkeiten für angenehme Erlebnisse bieten.

Vor diesem Hintergrund setzen wir uns in den Gremien und Arbeitsgruppen der Lieferkette aktiv für die Verbesserung der Haltungsstandards in der Nutztierhaltung ein.

### 3.1 SORTIMENTSÜBERGREIFENDE ANFORDERUNGEN

- In allen relevanten Lebensmittelbereichen mit tierischen Rohstoffen bieten wir zusätzlich Bio-Artikel unter unseren Bio-Eigenmarken „BIO“, „NUR NUR NATUR“ und „MAMIA BIO“ an. Alle Bio-Produkte mit tierischem Rohstoff sind mindestens mit dem EU-Bio-Logo und darüber hinaus teilweise zusätzlich mit dem Naturland Zeichen gekennzeichnet. Mit Blick auf die Ausweitung unseres Sortiments mit tierwohlgerechteren Haltungsformen spielt auch der Ausbau des Bio-Sortiments eine strategische Rolle. So konnten wir den Umsatz mit Bio-Produkten seit 2020 um 75 % steigern<sup>3</sup> und sind Bio-Händler Nr. 1 in unserem Vertriebsgebiet<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Mellor, D. J. (2016): Moving beyond the “Five Freedoms” by Updating the “Five Provisions” and Introducing Aligned “Animal Welfare Aims”, *Animals* 2016, 6, 59.

<sup>3</sup> Umsatz abhängig von steigender Artikelanzahl und Themen wie Inflation.

<sup>4</sup> Quelle: NielsenIQ Homescan, Food Bio inkl. Frische Bio O&G, MAT September 2025, Ausgaben und Menge in Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland.



- Wir fordern von allen nationalen und wann immer möglich auch internationalen Lieferant:innen für Frischfleisch, Wurst und Tiefkühlfleisch, dass diese Systempartner:innen im nationalen QS-Prüfsystem sind.
- Als Gründungsmitglied unterstützt ALDI SÜD bereits seit 2015 die [Initiative Tierwohl](#) (ITW) und setzt sich damit im Bündnis von Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Lebensmittelhandel für eine tiergerechtere Weiterentwicklung der Fleischerzeugung ein. Dabei zahlen wir für ITW zertifizierte Artikel einen Tierwohlaufpreis, der den teilnehmenden Landwirt:innen zugutekommt.
- Wir setzen uns im Rahmen von Gremien und Arbeitsgruppen gegen eine über das therapeutische Maß hinausgehende Verwendung von Antibiotika in der Nutztierhaltung ein, um u.a. der Bildung von Resistenzen bei Mikroorganismen vorzubeugen. Prävention und Hygiene zählen mit zu den effektivsten Mitteln, um bakterielle Erkrankungen zu vermeiden. Auf die Verwendung von Reserveantibiotika aus der Humanmedizin ist in der Tierhaltung wo immer möglich zu verzichten. Der Einsatz von Wachstumshormonen sowie von Antibiotika als Wachstumsförderer ist, wie gesetzlich gefordert, in unseren Lieferketten untersagt.
- Wir handeln Fleisch und fleischhaltige Artikel, wie gesetzlich gefordert, ausschließlich von Tieren, die vor der Schlachtung wirksam betäubt wurden, d.h. sich in einem Zustand der Wahrnehmungs- und Empfindungslosigkeit befinden. Wir fordern von unseren Lieferant:innen, sicherzustellen, dass diesbezüglich regelmäßige Kontrollen, Wartungen und Personalschulungen durchgeführt werden.
- Wir fordern, dass die gesetzlichen Vorgaben zur Transportdauer verbindlich eingehalten werden. Der Transport sollte so kurz wie möglich gehalten werden. Des Weiteren setzen wir uns für klarere gesetzliche Anforderungen beim Tier-Transport ein und befürworten ausdrücklich ein Verbot von Lebendtierexporten in Drittstaaten.
- Wir verzichten bei Tierfutter der jeweiligen Eigenmarken auf Tierversuche.
- Auch bei unseren Produkten aus den Bereichen Kosmetik, Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sind, wie gesetzlich geregelt, Tierversuche untersagt.
- In Absprache mit verschiedenen landwirtschaftlichen Stakeholder:innen sowie Lieferant:innen setzen wir uns dafür ein, dass nicht kurative Eingriffe am Tier, wie bspw. die Verödung der Hornanlagen von Kälbern, nur mit wirksamer Betäubung bzw. Sedierung vorgenommen werden.
- Wir verzichten auf den Handel von in unserer Negativliste aufgeführten tierischen Rohstoffen bzw. Produkten und Praktiken:

Negativliste
Stopfleber (Foie Gras)
Fleisch von geklonten und genetisch veränderten Tieren und von deren Nachfahren
Wachteln und Wachteleier
Froschschenkel
Lebendrupf
Echtpelzwaren
Angorawolle
Alpaka
Mohair
Rohstoffe exotischer oder bedrohter Tierarten (u.a. Antilope, Känguru, Krokodil, Zebra, Strauß)
Nerzöl
Für Produkte, die aus Kokosnuss hergestellt wurden oder die Kokosnussbestandteile aufweisen, dürfen keine Affen als Erntehelfer eingesetzt werden.



## 3.2 FLEISCH UND WURST

### 3.2.1 Hähnchen und Pute

- 2020 haben wir uns gemeinsam mit ALDI Nord als erster großer Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland der [Europäischen Masthuhn-Initiative \(EMI\)](#) angeschlossen. Unsere Eigenmarken-Hähnchenfrischfleischprodukte sowie gefrorene Natur-Hühnerprodukte werden bis Ende 2030 mindestens den [tierwohlgerechteren Kriterien](#) (z.B. Einsatz langsam wachsender Rassen) der Europäischen Masthuhn-Initiative entsprechen. Im Zuge des #Haltungswechsels stellen wir zudem im Bereich der Eigenmarken mit Ausnahmen von (internationalen) Spezialitäten die gekühlten Fleisch- und Wurstwaren auf die höheren Haltungsformen 3, 4 und 5 um und erfüllen damit künftig auch für gekühlte Fleisch- und Wurstwaren aus Hähnchenfleisch die Anforderungen der EMI.
- Unser Hähnchenfleisch und unsere Hähnchen-Wurstwaren aus den Haltungsformen 3 und höher entsprechen bereits den Anforderungen der EMI.
- Wir handeln Hähnchen- und Putenfrischfleisch nahezu ausschließlich von Tieren, die vor der Schlachtung durch die mehrphasige Kohlendioxidbetäubung wirksam betäubt wurden.
- Wir fordern von unseren Frischfleischlieferant:innen, dass die Hühner und Puten sowie deren Elterntiere nicht in Käfigen gehalten werden und dass keine Systeme mit mehreren Ebenen verwendet werden.
- Abgesehen von den Aktionsartikeln stammt unser Putenfrischfleisch seit März 2024 aus Haltungsform 3 und aus deutscher Herkunft.
- Mit Ausnahme von (internationalen) Spezialitäten stammen unsere reinen Hähnchen- und Putenfleisch-Artikel (frisch und gefroren) der Eigenmarken mindestens aus Haltungsform 2.

### 3.2.2 Rind

- Wir positionieren uns klar gegen die Entwaldung in der Amazonas-Region. Aus diesem Grund verzichtet ALDI SÜD auf Rindfleisch aus Südamerika (ausgenommen Uruguay und Südargentinien) und Mexiko.
- Wir beziehen, wie gesetzlich vorgeschrieben, kein Fleisch (frisch, gefroren oder als Zutat) von Rindern, die im fortgeschrittenen Trächtigkeitsstadium (drittes Trimester) zum Schlachthof abgegeben wurden, sofern keine medizinische Indikation vorliegt. Darüber hinaus erwarten wir von unseren Lieferant:innen eine stetige Verbesserung bei der Identifikation tragender Rinder in allen Trimestern und ein proaktives Engagement, bspw. im Rahmen von Forschungsvorhaben.
- Mit Ausnahme von (internationalen) Spezialitäten stammen das Rindfrischfleisch und die gekühlten Fleisch- und Wurstwaren aus Rindfleisch unserer Eigenmarken aus den Haltungsformen 3, 4 und 5. Damit schließen wir für diese Produktgruppen die Anbindehaltung aus.

### 3.2.3 Schwein

- Mit Ausnahme von (internationalen) Spezialitäten stammen unsere frischen und gefrorenen Eigenmarken-Schweinefleischprodukte (auch Aktionsangebote) aus den Haltungsformen 2 und höher.
- Zum 4. Quartal 2022 haben wir unser konventionelles Schweinefrischfleischsortiment mit Ausnahme von Filetartikeln zu Spitzenzeiten und (internationalen) Spezialitäten auf „5xD“ umgestellt. Das bedeutet, die gesamte Wertschöpfungskette - d.h. Geburt, Aufzucht, Mast, Schlachtung und Zerlegung/ Verarbeitung - findet in Deutschland statt.
- Wir begrüßen eine Teilnahme von schweinehaltenden Landwirt:innen und der Fleischwirtschaft an der [QS-Klimaplattform](#) zur Berechnung ihres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks. Die Plattform ist durch die QS in Zusammenarbeit mit weiteren Institutionen wie dem Thünen Institut und dem KTBL entwickelt worden.



### 3.2.4 Gans und Ente

- Unsere Gänsefleischprodukte müssen mindestens nach dem [Responsible Down Standard](#) (RDS) zertifiziert sein. Für unsere Pekingentenfleischprodukte fordern wir mindestens eine [QS-Zertifizierung](#) und präferieren darüber hinaus eine Zertifizierung durch die Initiative Tierwohl.
- Mangels gesetzlicher Anforderungen haben wir mit unseren Lieferant:innen u.a. folgende Maßnahmen zur Verbesserung der Haltungsbedingungen bei Gänsen und Pekingenten für unsere Fleischprodukte (Frischfleisch und aus der Tiefkühlung) entwickelt:
  - Die Käfighaltung ist verboten.
  - Es ist nicht zulässig, lebenden Tieren Federn, einschließlich Flaumfedern, zu entnehmen.
  - Es ist verboten, den Tieren durch Anwendung von Zwang Futter einzuverleiben.
  - Bei der Pekingentenhaltung müssen Maßnahmen zur Verbesserung der Aufzuchtbedingungen, z.B. durch Beschäftigungsmöglichkeiten für die Tiere wie bspw. das Anbieten von Heu oder Stroh in Raufen sowie die Einrichtung von Tränken, entwickelt und umgesetzt werden.
  - Den Pekingenten müssen während der Mastphase Bademöglichkeiten (z.B. längliche Schwimmteiche) zur Verfügung stehen.
  - Bei der Pekingentenhaltung muss der Boden während der gesamten Mastzeit mit geeignetem Einstreumaterial bedeckt sein. Das Einstreumaterial muss sauber, trocken und locker sein; außerdem muss täglich neues Einstreumaterial hinzugefügt werden. Perforierte Böden/ Roste sind nur unter den Tränkeeinrichtungen (Trögen) erlaubt. Die Verwendung von vollständig perforierten Böden ist verboten.
  - Es ist nicht erlaubt, Eingriffe an den Pekingenten, wie z.B. Schnabel-, Krallen- oder Flügelkürzen, vorzunehmen.
  - Die Gänseküken müssen in Ställen aufgezogen werden. Später muss sichergestellt werden, dass die Tiere ganzjährig tagsüber Zugang zu Auslaufflächen haben. Sollte den Tieren auf dem Freigelände keine Bademöglichkeit zur Verfügung stehen, müssen den Tieren im Stall Wasservorrichtungen angeboten werden, die so ausgelegt sind, dass das Wasser beim Eintauchen des Kopfes diesen bedeckt und mit dem Schnabel aufgenommen werden kann.
  - Bei der Gänsehaltung muss die Bodenfläche im Stall so beschaffen sein, dass alle darin gehaltenen Tiere gleichzeitig ruhen können, und sie muss während der gesamten Mastzeit mit geeignetem Einstreumaterial wie z.B. Stroh bedeckt sein (mind. 1/3 des Bodens). Die Einstreu muss sauber und trocken sein. Perforierte Böden/ Roste sind nur unter den Tränkeeinrichtungen erlaubt.
  - Die Halter:innen bzw. Betreuer:innen der Gänse müssen mind. einmal jährlich an einer Fortbildungsveranstaltung teilnehmen, die Kenntnisse über Tierhaltung, Versorgungs-/ Pflegeabläufe und gesetzliche Vorschriften vermittelt.
- Auch bei Barbarieenten fordern wir die Einhaltung bestimmter Maßnahmen zur Verbesserung der Haltungsbedingungen. Hierzu gehören ein schonenderes Vorgehen beim Schnabelkürzen von eintägigen Entenküken mit Infrarottechnik, die Bereitstellung von Bademöglichkeiten für Entenküken, die Bereitstellung von tiefen Wasserdurchlässen ab einem Alter von ca. vier Wochen sowie die Bereitstellung von manipulierbarem Beschäftigungsmaterial.
- Bei unseren Gänse- und Entenfleischprodukten haben wir den Einsatz von Lebendrupf und Stopfmast untersagt. Es dürfen ausschließlich Waren aus Betrieben an uns geliefert werden, bei denen dies durch unabhängige Kontrollen nachgewiesen wird. Dabei orientieren wir uns u. a. am RDS.

## 3.3 MILCH UND MOLKEREIPRODUKTE

- ALDI SÜD begrüßt eine Teilnahme seiner Lieferant:innen am [QM Nachhaltigkeitsmodul Milch](#), das maßgeblich vom Thünen-Institut für Betriebswirtschaft entwickelt worden ist. Die Teilnahme am Nachhaltigkeitsmodul Milch bietet sowohl der Molkerei als auch dem Einzelbetrieb die Möglichkeit, Stärken, Schwächen und Verbesserungspotentiale zu identifizieren und auf dieser Grundlage einen Beitrag zur nachhaltigen Weiterentwicklung der Milcherzeugung zu leisten.



- Wir befürworten den Ausstieg aus der (ganzjährigen) Anbindehaltung. Durch die vollständige Umstellung unserer Eigenmarken-Trinkmilch auf die Haltungsformen 3, 4 und 5 bieten wir im Eigenmarken-Bereich seit Februar 2024 keine Trinkmilch mehr an, die von Kühen aus ganzjähriger Anbindehaltung stammt.
- Bei der Erzeugung von Büffelmozzarella halten sich unsere Lieferant:innen an den Standard „RIS Buffala“, ehemals „M'ama Buffalo“, der beispielsweise den Zugang zu Wasserlöchern sowie ausreichend Bewegungsfreiheit vorschreibt.

## 3.4 EIER

### 3.4.1 Schaleneier

- Wir handeln ausschließlich Eier aus Boden-, Freiland- und Bio-Haltung aus Betrieben, die durch den [Verein für kontrollierte alternative Tierhaltungsformen](#) (KAT) zertifiziert sind.
- Fast 60 % der von uns verkauften frischen Schaleneier stammen aus Freiland- oder Bio-Haltung, die restlichen Schaleneier aus Bodenhaltung.<sup>5</sup>
- Seit Ende 2021 sind 100 % unserer Schaleneier ohne Kükentöten. Dabei setzen wir insbesondere auf die frühzeitige Geschlechtsbestimmung im Brutei, alternativ akzeptieren wir die Aufzucht der männlichen Schlupfgeschwister. Die In-Ovo-Geschlechtsbestimmung muss bis einschließlich Tag 12 erfolgen, einen späteren Zeitpunkt akzeptieren wir nicht. Gemeinsam mit unseren Lieferant:innen möchten wir bei unseren Eigenmarken-Artikeln den Anteil von verarbeiteten Ei-Produkten ohne Kükentöten ebenfalls ausweiten und handeln bereits heute erste verarbeitete Produkte ohne Kükentöten wie z. B. unsere Bio-Teigwaren.
- 100 % der von uns verkauften Schaleneier sowie in unseren Eigenmarken-Produkten verarbeitete Eier sind käfigfrei. Für die Schaleneier gilt dies seit 2009 und für verarbeitete Eier seit 2012. Die Einhaltung dieser Anforderung lassen wir u.a. von unabhängigen, akkreditierten Kontrollstellen mittels Warenstromkontrollen überprüfen.
- Wir führen regional Eier mit dem Tierschutzlabel „Für Mehr Tierschutz“ des Deutschen Tierschutzbundes in der Premiumstufe.
- Seit April 2018 verkaufen wir nur noch Schaleneier von Legehennen mit ungekürzten Schnäbeln.

### 3.4.2 Produkte mit verarbeiteten Eiern

- Die Verwendung von Eiprodukten aus Käfighaltung (inkl. Kleingruppenhaltung und Haltung in ausgestalteten Käfigen) ist bei der Herstellung unserer Eigenmarken-Produkte untersagt. In unseren Produkten werden ausschließlich Eier aus Boden-, Freiland- oder Bio-Haltung eingesetzt. Die jeweilige Haltungsform kennzeichnen wir transparent mittels Fußnote unter dem Zutatenverzeichnis. Diese Angabe steht auf unseren Produkten, deren Gesamt-Eianteil mindestens 1 % am Gesamtprodukt beträgt.
- Darüber hinaus arbeiten wir bei unseren Eigenmarken an der Umstellung von verarbeiteten Ei-Produkten auf eine KAT-Zertifizierung und „ohne Kükentöten“.

## 3.5 FISCH

- Unsere Anforderungen und Maßnahmen im Bereich Fisch und Meeresfrüchte haben wir in unserem [internationalen Factsheet](#) festgehalten.

<sup>5</sup> Bezogen auf den Umsatz bei ALDI SÜD in Deutschland mit Schaleneiern.



## 3.6 NON-FOOD

### 3.6.1 Textilien

- Wir haben die Pelzfrei-Erklärung der Initiative [Fur Free Retailer](#) 2015 unterzeichnet und verpflichten uns damit auch öffentlich, keine Echtpelzwaren zu handeln.
- 100 % unserer Produkte mit Daunen und/oder Federn (z. B. Kleidung und Bettwaren) sind mit dem [RDS](#) oder dem [Downpass 2017](#) zertifiziert. Damit sind Lebendrupf und Stopfmast bei Produkten mit Daunen oder Federn ausgeschlossen.
- Für unsere Produkte aus Kaschmir verlangen wir eine Zertifizierung mit dem [Good Cashmere Standard](#).
- Wir schließen das Verfahren des Mulesings bei Schafen für unsere Produkte mit Schafswolle (z. B. Merinowolle) aus. Wir verwenden und fördern bereits die Verwendung von zertifizierten Fasern nach dem [Responsible Wool Standard](#) (RWS) und dem [Global Organic Textile Standard](#) (GOTS) für unsere Produkte aus Schafswolle.
- Grundsätzlich verzichten wir bei unseren Produkten vollständig auf die Verwendung von Rohstoffen, die von exotischen und/oder vom Aussterben bedrohten Tierarten stammen. Zudem bieten wir in unseren Sortimenten regelmäßig Produkte aus Alternativen zu Echtleder an (z. B. Schuhe, Hosen, Taschen).
- ALDI SÜD ist Mitglied in der [Leather Working Group](#) (LWG). Produkte aus Leder müssen mit der Stufe "Gold" oder "Silber" nach dem Standard der Leather Working Group zertifiziert sein.

### 3.6.2 Kosmetik, Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

- Unsere Endprodukte im Bereich Kosmetik, Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel werden, wie gesetzlich geregelt, nicht an Tieren getestet. Bei der Herstellung von Kosmetikfertigprodukten und Kosmetikinhaltsstoffen sind Tierversuche bereits seit 2004 bzw. 2009 gesetzlich verboten.
- Wir führen in unseren Kosmetik- und Körperpflegesortimenten vegane Artikel mit der Kennzeichnung „Veganblume“ der Vegan Society, zum Beispiel unter unserer Eigenmarke Lacura.
- Wir handeln keine Kosmetikprodukte, die Nerzöl enthalten.

## 3.7 VEGAN/ VEGETARISCHES SORTIMENT

- Neben der Verbesserung des Tierwohls legt ALDI SÜD einen weiteren Fokus auf eine ausgewogene Ernährung. Aus diesem Grund hat das Unternehmen im Jahr 2023 den ALDI SÜD #Ernährungswechsel zu einer u.a. stärker pflanzenbasierten Ernährung ausgerufen: ALDI SÜD möchte eine ausgewogene Ernährung für alle zugänglich, attraktiv und bezahlbar machen und orientiert sich dabei an der Planetary Health Diet, die die Gesundheit des Menschen unterstützt und dabei die planetaren Grenzen einhält.<sup>6</sup> Ein Ziel im Rahmen des #Ernährungswechsels ist es, den pflanzenbasierten Anteil des Sortiments mit besonderem Fokus auf die Kategorien Obst & Gemüse, Vollkorngetreide und pflanzlichen Proteinquellen kontinuierlich auszubauen. Diese Strategie zeigt Wirkung: Seit 2020 konnte der Umsatz<sup>7</sup> mit veganen Produkten um 65 % gesteigert werden. Unser Ziel, bis Ende 2026 mehr als 1.400 vegan gekennzeichnete Produkte<sup>8</sup> über das Jahr verteilt im Standard-, Saison- und Aktionsassortiment anzubieten, haben wir knapp ein Jahr früher als ursprünglich geplant erreicht. Darüber hinaus ist ALDI SÜD Vegan-Händler Nr. 1 bei Eigenmarken im eigenen Vertriebsgebiet.<sup>9</sup>

<sup>6</sup> Quelle: [https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(25\)01201-2/abstract](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(25)01201-2/abstract)

<sup>7</sup> Umsatz abhängig von steigender Artikelanzahl und Themen wie Inflation.

<sup>8</sup> Gezählt wurden mit dem V-Label vegan oder der Veganblume gekennzeichnete Food- und Kosmetik-Produktsorten (Standard-, Aktions- und Saisonware) über das Jahr 2024 verteilt bei ALDI SÜD.

<sup>9</sup> Quelle: NielsenIQ Homescan, Eigenmarken Vegan, MAT August 2024, Umsatz und Absatz Pack, LEH+DM im ALDI SÜD-Vertriebsgebiet Deutschland.

## 4 TRANSPARENZ UND RÜCKVERFOLGBARKEIT

- Wir gestalten unsere Lieferketten transparent und gewährleisten die lückenlose Rückverfolgbarkeit unserer Produkte.

### 4.1 TRANSPARENZ

- In den Bereichen Fleisch- und fleischhaltige Produkte, Fisch- und fischhaltige Produkte und frische Eier fragen wir spezifische Herkunftsdaten der Rohwaren ab und stellen sie unseren Kund:innen über unsere [ALDI Rückverfolgbarkeitsplattform](#) „ALDI Transparenz Code“ (ATC) zur Verfügung. Mit Hilfe von Tracking- und QR-Codes auf den Verpackungen unserer Eigenmarken-Artikel können die Informationen abgerufen werden.
- Seit August 2018 versehen wir die Verpackungen unserer Schweine-, Rind-, Puten- und Hähnchenfrischfleischprodukte der Eigenmarken mit einer Haltungskennzeichnung und seit April 2019 nutzen wir die unternehmensübergreifende Kennzeichnung „**Haltungsform**“. Das fünfstufige Modell gibt Aufschluss über die jeweiligen Haltungsbedingungen. Damit werden wir dem Wunsch unserer Kund:innen nach mehr Transparenz in der Tierhaltung gerecht und ermöglichen ihnen eine bewusste Kaufentscheidung für tierwohlgerechtere Produkte.



#### Haltungsform 1 „Stall“

Tiere dieser Haltungsstufe werden mindestens nach den **gesetzlichen Mindeststandards** gehalten.



#### Haltungsform 2 „Stall + Platz“

Je nach Nutztierart steht Tieren dieser Stufe etwas **mehr Platz** als gesetzlich vorgeschrieben zur Verfügung und sie erhalten zusätzliches **Beschäftigungsmaterial** (z.B. Picksteine, Stroh oder Baumwollseile).



#### Haltungsform 3 „Frischlufstall“

Die Tiere haben zwingend **Kontakt zu Außenklima**. Je nach Nutztierart haben sie **mehr Platz als in Stufe 2** und ihnen steht **Beschäftigungsmaterial** zur Verfügung.



#### Haltungsform 4 „Auslauf/Weide“

In dieser Haltungsform müssen die Tiere **zwingend Auslaufmöglichkeiten** haben. Sie haben in der Regel **mehr Platz als in Stufe 3** und Beschäftigungsmaterial zur Verfügung.



#### Haltungsform 5 „Bio“

Die Haltung entspricht mindestens den **Vorgaben der EU-Öko-Verordnung**: Den Tieren stehen **Auslauf** und **mehr Platz** zur Verfügung. Sie werden mit **Futter aus ökologischem Anbau** gefüttert.

Die spezifischen Vorgaben je Nutztierart und Haltungsform sind in der [Kriterienübersicht](#) der Haltungsform zu finden.

- Seit Anfang 2022 weiten wir die Kennzeichnung der Haltungsform sukzessive auf Milch- und Molkereiprodukte sowie verarbeitete Fleischprodukte aus.

- Im Sommer 2025 haben wir unsere Frischfleischkühlung neu sortiert: Diese wird nicht mehr – wie im Lebensmitteleinzelhandel üblich – nach Tierart, sondern nach Haltungsform sortiert, damit noch einfacher erkennbar ist, aus welcher Haltungsform die Produkte stammen. Seitdem gibt es in der Frischfleischkühlung drei Bereiche: Produkte aus klassisch konventioneller Haltung (Haltungsform 2) sind im blauen Bereich zu finden. Produkte aus den höheren Haltungsformen (Haltungsform 3, 4 und 5) sowie Hackfleisch befinden sich im grünen Bereich. Aktuelle Angebote im Bereich Frischfleisch sind in der klassischen Angebotsfarbe Rot zu finden.



## 4.2 HERKUNFT

- Produkte aus Deutschland tragen die Qualität aus Deutschland-Kennzeichnung. Das heißt, dass die Haupt- bzw. wertbestimmende Zutat zu 100 % aus Deutschland stammt. Beträgt die erste Hauptzutat weniger als 51 % des Produktgesamtgewichts, so müssen auch die weiteren Zutaten jeweils zu 100 % aus Deutschland stammen, bis mindestens 51 % des Gesamtgewichts erreicht sind. Auch die Verarbeitung und Verpackung des Artikels muss in Deutschland stattfinden.
- Darüber hinaus gibt es in den ALDI SÜD Filialen immer mehr Produkte, die mit dem Herkunftskennzeichen „Gutes aus deutscher Landwirtschaft“ oder dem Rohstoff-Zeichen „Rohstoff aus deutscher Landwirtschaft“ versehen sind – besonders in den Bereichen Frischfleisch, Obst, Gemüse und Molkereiprodukte. Beide Zeichen entstammen der von der Zentralen Koordination Handel Landwirtschaft e.V. (ZKHL) initiierten, herstellerübergreifenden Zeichenfamilie [„Herkunftskennzeichen Deutschland – Gutes aus deutscher Landwirtschaft“](#), die für eine einheitliche Herkunftskennzeichnung von Agrarprodukten und Lebensmitteln, die in Deutschland erzeugt und produziert werden, steht.
- Wir steigern die Anzahl der Artikel, die mit dem Deutschlandherz „Qualität aus Deutschland“ bzw. „Ernte aus Deutschland“ oder mit einem Zeichen der Zeichenfamilie "Herkunftskennzeichen Deutschland - Gutes aus deutscher Landwirtschaft" gekennzeichnet werden. Darüber hinaus gestalten wir die Kriterien in den Gremien der ZKHL aktiv mit und setzen uns für die Weiterentwicklung der zeichenfähigen Produkte ein, um weitere Sortimente kennzeichnen zu können.
- Unser #Haltungswechsel ist eng mit dem Produktionsstandort Deutschland verknüpft. Wir arbeiten konsequent an der Kennzeichnung unserer Produkte mit der Zeichenfamilie des Herkunftskennzeichens "Gutes aus deutscher Landwirtschaft". Über 90 % unseres Frischfleisches stammt aus deutscher Landwirtschaft. So stammen beispielsweise alle Rind- und





Putenfleischprodukte der Haltungsform 3 aus Deutschland. Beim konventionellen Schweinefrischfleisch setzen wir auf 5xD und unsere Eigenmarken-Trinkmilch wird mit Ausnahme der BIO Österreichischen Bergbauern Heumilch von Betrieben in Deutschland erzeugt.

## 4.3 RÜCKVERFOLGBARKEIT UND KONTROLLEN

- Wir kontrollieren und auditieren unsere Geschäftspartner:innen risikoorientiert zur Sicherung unserer Qualitäts- und Verantwortungsversprechen gegenüber unseren Kund:innen.
- Wir erwarten die lückenlose Rückverfolgbarkeit der Herkunft unserer Produkte, da diese ein wesentlicher Aspekt zur Sicherstellung von mehr Tierwohl ist. Unsere Lieferant:innen müssen im Stande sein, anhand der Artikelkennzeichnung (Los- bzw. Chargennummer in Verbindung mit dem jeweiligen Mindesthaltbarkeitsdatum) die gesamte Wertschöpfungskette eines Produktes darzulegen. Diese Rückverfolgbarkeit prüfen wir stichprobenartig mithilfe von Warenstromkontrollen.
- Um die Umsetzung unserer Anforderungen zu überprüfen, führen wir auf Erzeugerbetrieben sowie bei unseren Lieferant:innen stichprobenartig unangekündigte Vor-Ort-Audits zur Überprüfung der vorhandenen Dokumentation sowie zur Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, aber auch von Branchenstandards und vertraglichen Anforderungen, durch. Das gilt auch für Schlachthöfe. Dort lassen wir neben der Einhaltung unserer Anforderungen im Bereich Tierschutz wie z.B. der korrekten und erfolgreichen Durchführung der Betäubung auch die Einhaltung unserer Anforderungen im Bereich Social Compliance (z.B. Arbeitsschutz) überprüfen.
- Für die Durchführung der Vor-Ort-Kontrollen sowie der Warenstromkontrollen beauftragen wir Auditor:innen von unabhängigen, akkreditierten Zertifizierungsstellen. Inhalt solcher Vor-Ort-Audits sind z. B. die Prüfung der Haltungsbedingungen, der Fütterung, des Transports, der Betäubung und weiterer artspezifischer Anforderungen. Unsere Lieferant:innen sind verpflichtet, ALDI sowie beauftragten Dritten den erforderlichen Einblick zu gewähren. Bei Abweichungen werden verpflichtende Korrekturmaßnahmen in einem Corrective-Action-Plan definiert und anschließend umgesetzt.
- Wir erwarten von unseren Lieferant:innen klare Anforderungen an Landwirt:innen bezüglich der Haltungsbedingungen sowie entsprechende Kontrollen und Unterstützungsangebote. Daher prüft ALDI SÜD in Vor-Ort-Kontrollen gemeinsam mit externen Zertifizierungsunternehmen inwiefern die ALDI Tierwohl Kriterien auf den Erzeugerbetrieben eingehalten werden.

## 5 LANDWIRTSCHAFTLICHER DIALOG

- Wir sind davon überzeugt, dass eine Verbesserung des Tierwohls nur durch ein gemeinsames und zielgerichtetes Wirken aller beteiligten Akteur:innen (Landwirt:innen, verarbeitende Unternehmen, Handel, Kontrollstellen, Behörden, Politik, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen) erreicht werden kann. Darum führen wir einen proaktiven und transparenten Dialog mit allen Stakeholder:innen entlang der Lieferkette. Dies geschieht sowohl durch die aktive Beteiligung an unterschiedlichen Arbeitsgruppen, Gremien und Brancheninitiativen – wie beispielsweise ITW, QM Milch, KAT und der Haltungsform – sowie auf entsprechenden Veranstaltungen, als auch durch den direkten bilateralen Dialog mit Vertreterinnen und Vertretern der Branche. Durch regelmäßige Vor-Ort-Besuche bei landwirtschaftlichen Betrieben steht ALDI SÜD in einem direkten Dialog mit Praktiker:innen verschiedenster Wirtschaftszweige.
- Über unsere ALDI SÜD Betriebsbesuche führen wir den Landwirtschaftlichen Dialog direkt an der Basis. Dabei fährt das Landwirtschafts-Team von ALDI SÜD innerhalb Deutschlands regelmäßig auf landwirtschaftliche Betriebe, um in den direkten und persönlichen Austausch mit den Landwirt:innen zu treten. Im Mittelpunkt der Besuche steht die Umstellung auf höhere Haltungsformen. Dabei werden nicht nur praktische Herausforderungen und mögliche Lösungsansätze besprochen, sondern auch aktuelle agrar- und handelspolitische Themen diskutiert.
- Wir steigern das Bewusstsein unserer Kund:innen für das Thema Tierwohl durch eine Vielzahl an gezielten Informationen auf Produktverpackungen, im Produktumfeld in den Filialen und auf vielen



weiteren Kommunikationskanälen wie dem wöchentlichen Handzettel oder den Webseiten. Zur Orientierung unserer Kund:innen kennzeichnen wir u.a. Produkte, die über ein Siegel oder Zertifikat verfügen, eindeutig und transparent auf Verpackungen, in den Werbemitteln und in den Verkaufsstellen.

- Wir informieren die Mitarbeiter:innen stetig über unser Tierwohl-Engagement (z. B. durch Mitarbeitermagazine).
- Wir schulen die relevanten Einkäufer:innen zur Tierwohl-Einkaufspolitik und informieren sie zu aktuellen Entwicklungen.
- Die Tierwohleinkaufspolitik sowie die zugrundeliegenden Kriterien werden bei der Bewertung aller Einkaufs- und Sortimentsentscheidungen berücksichtigt. Im turnusmäßigen Dialog zwischen beteiligten Fachabteilungen aus Nachhaltigkeit, Einkauf und Kommunikation werden bei ALDI SÜD regelmäßig Fragen zur Weiterentwicklung des Tierwohls diskutiert.
- Darüber hinaus stehen wir zu diversen Tierwohl-Themen regelmäßig im konstruktiven Austausch mit Tierschutzorganisationen wie der Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt, Compassion in World Farming, dem Deutschen Tierschutzbund, Greenpeace oder VIER PFOTEN sowie Vertreter:innen und Verbänden der deutschen Landwirtschaft.



**Gutes für alle.**

**Herausgeber:**  
**ALDI SÜD Dienstleistungs-SE & Co. OHG**  
Unternehmensgruppe ALDI SÜD  
Burgstraße 37  
45476 Mülheim an der Ruhr

**Stand:**  
April 2026