

ALDI SÜD BRINGT DEN #ERNÄHRUNGSWECHSEL VORAN.

Wir setzen uns aktiv für eine ausgewogene Ernährungsweise ein. Durch zahlreiche Maßnahmen erleichtern wir unseren Kund:innen eine ausgewogene Ernährung.



AUSGEWOGENER

BEREITS ERREICHT

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

UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir setzen unsere **Rezepturleitlinien** sukzessive um.



PFLANZLICHER

BEREITS ERREICHT

Wir bieten über das Jahr verteilt **mehr als 1400 vegan gekennzeichnete Produkte** an.¹ Insgesamt **56,4 %** unseres Sortiments ist pflanzenbasiert.²

UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir bauen unser **pflanzenbasiertes Sortiment** kontinuierlich aus. Auf unserem Weg das Verhältnis von pflanzlichen zu tierischen Proteinen im Verkaufsvolumen messbar zu verändern, ist ein konkretes Proteinziel ein nächster Schritt, idealerweise im Gleichschritt mit allen deutschen Lebensmitteleinzelhändlern.



BIOLOGISCHER

BEREITS ERREICHT

Wir bieten **über das Jahr verteilt über 1000 Bio-Produkte** an³ und sind **Bio-Händler Nr. 1** in unserem Vertriebsgebiet.⁴

UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir **entwickeln** unser **Bio-Sortiment** kontinuierlich **weiter**.



TRANSPARENTER

BEREITS ERREICHT

Alle ALDI Eigenmarken-Produkte sind mit dem **Nutri-Score** gekennzeichnet.⁵

UNSER NÄCHSTES ZIEL

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



HEIMISCHER

BEREITS ERREICHT

Wir bieten über die Regionen und das Jahr verteilt über **350 Eigenmarkenartikel** an, die mit dem **Regionalfenster**⁶ gekennzeichnet sind.⁷

UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir steigern die Anzahl der Artikel, die mit dem **Deutschlandherz „Qualität aus Deutschland“** bzw. **„Ernte aus Deutschland“** und dem **Herkunftskennzeichen „Gutes aus deutscher Landwirtschaft“** oder **„Rohstoff aus deutscher Landwirtschaft“** gekennzeichnet werden.



PARTNERSCHAFTLICHER

BEREITS ERREICHT

Über 99 % unserer Filialen spenden nicht mehr verkaufsfähige, aber noch verzehrfähige Lebensmittel an Organisationen wie die Tafeln oder foodsharing.

UNSER NÄCHSTES ZIEL

Wir bauen unsere Kooperationen weiter aus und setzen die Agenda des **Pakts gegen Lebensmittelverschwendung** um.



**aldi-sued.de/
veroeffentlichungen**

¹ 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.

² Bezogen auf die verkaufte Menge pflanzlichen und tierischer Food-Marken- und Eigenmarkenprodukte im Standard-, Saison und Aktionsassortiment für das Geschäftsjahr 2024; berechnet nach **WWF-Methodik**.

³ Über das Jahr 2024 verteilt im Standard-, Saison- und Aktionsassortiment, bezogen auf Produktsorten.

⁴ 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; kommunizieren.

⁵ Für neue Eigenmarken gilt eine Frist von zwei Jahren zur Kennzeichnung aller darunter vertriebenen Produkte mit dem Nutri-Score. Alle Eigenmarken, bei denen es möglich ist, sind mit dem Nutri-Score gekennzeichnet. Nach dem Lizenzgeber des Nutri-Scores sind einige Produkte (z.B. Babynahrung) von der Kennzeichnung ausgeschlossen.

⁶ <https://www.regionalfenster.de/lizenznehmer/kriterien.html>

⁷ Über das Jahr 2025 verteilt. Verfügbarkeit kann abweichen.