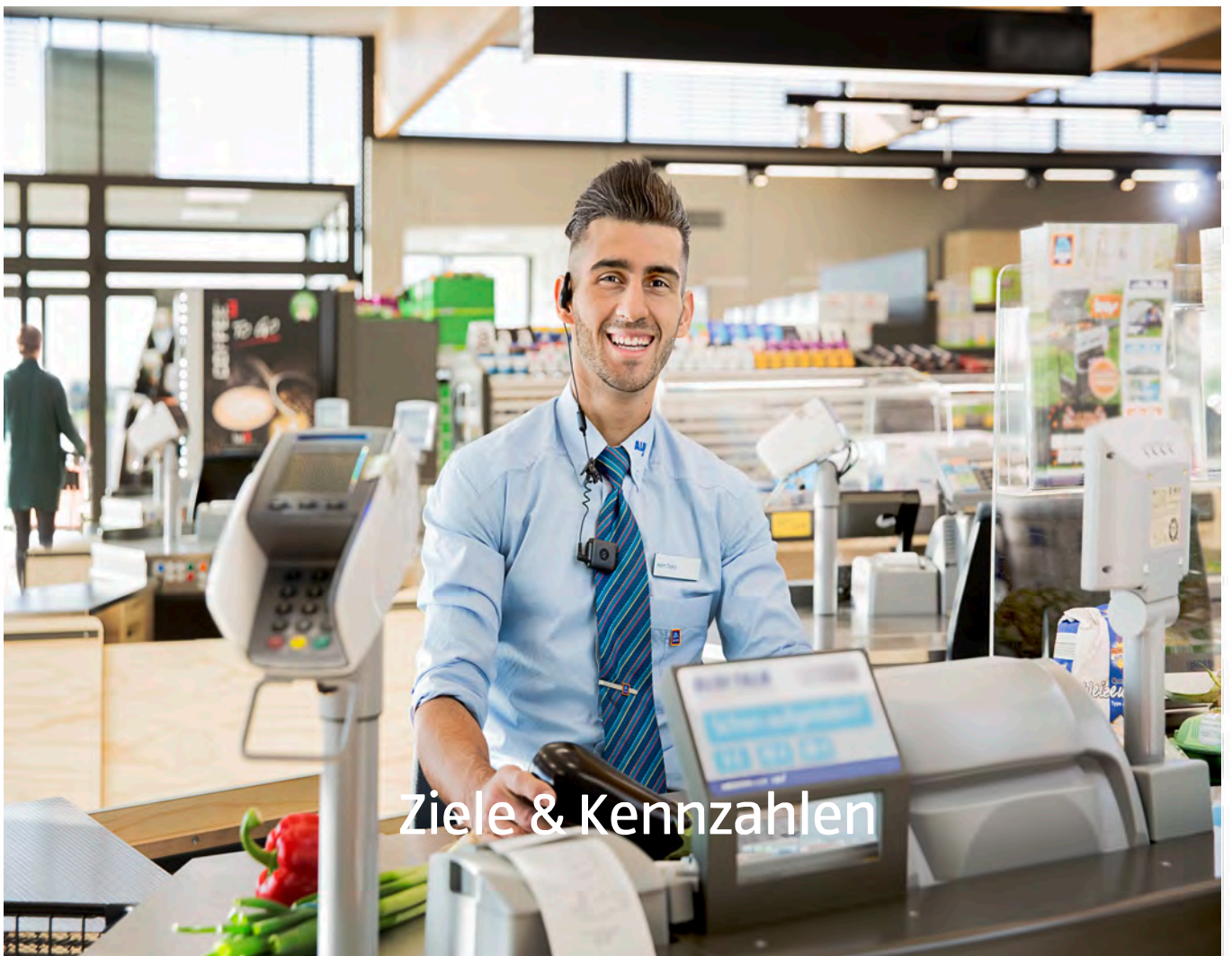




Ziele und Kennzahlen

Übersicht April 2020

Unternehmensgruppe ALDI SÜD



Ziele & Kennzahlen

Unser Ansatz

Indem wir regelmäßig die erzielten Fortschritte unseren Zielen im Bereich Unternehmensverantwortung gegenüberstellen, gelingt es uns, ein Bild von der Effektivität unserer Maßnahmen zu erhalten. Hierbei liegt unser Augenmerk auf jenen Bereichen, in denen wir bereits viel erreicht haben, sowie auch auf allen Bereichen, in denen wir unsere Anstrengungen noch verstärken müssen. Bitte beachten Sie, dass ALDI China im Rahmen der Ziele und Kennzahlen nicht berücksichtigt ist.



Unternehmen

Anzahl Filialen

Anzahl Filialen	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	5.902	6.225	6.510
Deutschland	1.886	1.903	1.934
Österreich	485	508	524
Schweiz	189	198	209
Slowenien	83	83	87
Ungarn	128	137	144
Italien	-	50	78
USA	1.738	1.859	1.974
Vereinigtes Königreich	761	824	874
Irland	130	137	140
Australien	502	526	546

Anzahl Logistikzentren

Anzahl Logistikzentren	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	85	87	88
Deutschland	30	30	30
Österreich	7	7	7
Schweiz	3	3	3
Slowenien	1	1	1
Ungarn	1	1	1
Italien	-	1	1
USA	24	25	25
Vereinigtes Königreich	9	9	10
Irland	2	2	2
Australien	8	8	8



Achtung von Menschenrechten

Social Monitoring Programme (SMP)

Zur Überwachung der Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards in den Produktionsstätten und Förderung ihrer Umsetzung in Kooperation mit unseren Geschäftspartnern haben wir unser Social Monitoring Programme (SMP) entwickelt. Vor Ort durch unabhängige Fachleute durchgeführte Audits stellen eine wesentliche Komponente dieses Programms dar. Seit dem Jahr 2018 sind alle Non-Food-Warengruppen der Unternehmensgruppe ALDI SÜD, die mit einem hohen Risiko verbunden sind, einschließlich Bekleidungs- und Haushaltstextilien, in das Social Monitoring Programme integriert.

Unsere Ziele:

1. Aufnahme aller Hochrisiko-Non-Food-Warengruppen in das Social Monitoring Programme (SMP).
2. Alle Hauptproduktionsstätten für Non-Food-Artikel, die in das Social Monitoring Programme aufgenommen sind, müssen ein gültiges von der Unternehmensgruppe ALDI SÜD akzeptiertes Sozialaudit oder -zertifikat vorweisen können.

Anteil an Non-Food-Produktionsstätten mit einem gültigen Sozialaudit, in %

	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	100	100	100

ALDI Social Assessments (ASAs)

Im Rahmen von ALDI Social Assessments (ASA) überprüfen ALDI Mitarbeiter gemeinsam mit externen Auditoren und Vertretern unserer Geschäftspartner die für ALDI eingesetzten Hauptproduktionsstätten. Diese ASAs finden hauptsächlich in Ländern statt, die von der amfori BSCI als Hochrisikoländer eingestuft werden.

Unsere Ziele:

1. Bewertung der Lage in den Produktionsstätten ergänzend zu den von unabhängigen Dritten durchgeführten Audits.
2. Einholung und Überprüfung von Informationen zu den Geschäftspartnern, die für die betreffenden Produktionsstätten verantwortlich sind.

Anzahl der Länder, in denen ein ASA durchgeführt wurde

	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	302	388	343

Corporate Responsibility Supplier Evaluation (CRSE)

Die Corporate Responsibility Supplier Evaluation (CRSE) ist eine vergleichbare und transparente Bewertung unserer Geschäftspartner, die auf der Grundlage quantitativer und qualitativer Indikatoren erfolgt. Die Indikatoren, die sich im Wesentlichen auf die von den Geschäftspartnern eingesetzten Compliance-Managementsysteme zur Einhaltung der Sozial- und Umweltstandards und auf die CR-Performance der von ihnen verwendeten Produktionsstätten beziehen, werden auf der Grundlage unserer CR-Anforderungen definiert. Letztere sind Bestandteil jedes mit uns geschlossenen Vertrages.

Unsere Ziele:

1. Für alle Geschäftspartner, die Produkte aus hochpriorisierten Warengruppen liefern, sind jährliche Überprüfungen hinsichtlich der Einhaltung der von ALDI festgelegten CR-Anforderungen geplant. Für Lieferanten von Bekleidungstextilien und Schuhen erfolgt bereits eine entsprechende Bewertung.
2. Wir verfolgen hierbei das Ziel, die Kenntnisse unserer Geschäftspartner im Bereich CR und Monitoring zu verbessern und sie zu befähigen, die Einhaltung unserer CR-Anforderungen entlang der Lieferketten sicherzustellen.
3. Darüber hinaus beabsichtigen wir, langfristige Geschäftsbeziehungen mit denjenigen strategischen Geschäftspartnern aufzubauen, die sich durch eine genaue Einhaltung der CR-Anforderungen auszeichnen, und unserer Produkte vornehmlich von diesen Geschäftspartnern zu beziehen.

Anteil der Textilartikel liefernden Geschäftspartner, die in unser Programm für Corporate Responsibility Supplier Evaluations (CRSE) aufgenommen worden sind, in %

	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	100	100	100



Verantwortungsvolle Beschaffung

Tierwohl

Unser Ziel: Wir streben an, spätestens ab dem Jahr 2025 alle Schaleneier aus Lieferketten, die auf Käfighaltung verzichten, zu beziehen.

Anteil „käfigfreier“ Eier, in %	2017	2018
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	42	46

Kakao

Unser Ziel: Sämtlicher Kakao, der in relevanten Eigenmarkenartikeln verwendet wird, soll bis Ende 2020 aus nachhaltigen Quellen bezogen werden.

Anteil der Artikel mit Kakao aus zertifizierten Quellen, in %	2017	2018
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	83	86

Kakao, der in relevanten Eigenmarkenartikeln verwendet wird, muss nach einem der folgenden Standards zertifiziert sein:

Fairtrade/Fairtrade Sourced Ingredients

UTZ/Rainforest Alliance

Bio

Die Kennzahl bezieht sich auf sämtliche Schokoladen-/Pralinen- und Gebäckartikel, Saisonartikel, sowie Artikel aus anderen Warengruppen, die einen Kakaoanteil von mindestens 10% aufweisen, wie etwa Back- und Trinkschokolade. (Ausnahme im Fall von ALDI USA: Schokoladen-/Pralinenartikel und Saisonartikel, sowie Artikel aus anderen Warengruppen, die einen Kakaoanteil von mindestens 40% aufweisen.)

Kaffee

Unser Ziel: Der Anteil nachhaltigen Kaffees soll stetig gesteigert werden.

Anteil nachhaltiger Kaffeetonnage, in %	2017	2018
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	47	56

Unser Kaffee muss nach einem der folgenden Standards zertifiziert sein:

- Fairtrade
- UTZ/Rainforest Alliance
- 4C
- Bio

Baumwolle

Unser Ziel: Ab dem Jahr 2025 werden wir ausschließlich nachhaltige Baumwolle für die Herstellung unserer unter ALDI Eigenmarken angebotenen Bekleidungs- und Heimtextilien verwenden.

Anteil nachhaltiger Baumwolltonnage, in %	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	21	25

In unseren Eigenmarkenartikeln verwendete Baumwolle muss entweder recycelten Ursprungs oder nach einem der folgenden international anerkannten Nachhaltigkeitsstandards zertifiziert sein:

- Fairtrade
- Global Organic Textile Standard (GOTS)
- Organic Content Standard (OCS) 100/blended
- Cotton made in Africa (CmiA)
- Better Cotton Initiative (BCI)

Fisch & Meeresfrüchte

Unser Ziel: Sämtliche Artikel unseres Fisch- und Meeresfrüchtesortimentes sollen bis spätestens Ende des Jahres 2020 verantwortungsvoll beschafft werden.

Anteil der verantwortungsvoll beschaffter Fisch- und Meeresfrüchteartikel, in %	2017	2018
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	82	88

Unsere Kriterien für verantwortungsvollen Fischeinkauf:

1. Zertifizierung nach einem von uns anerkannten Standard (Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC), Bio, GlobalG.A.P., Best Aquaculture Practices (BAP) und weitere durch Global Sustainable Seafood Initiative (GSSI) anerkannte Standards) oder
2. geringes bis mittleres Risiko nach Risikobewertung durch den World Wide Fund for Nature (WWF) oder Sustainable Fisheries Partnership (SFP) oder
3. Rohware stammt aus einem Fishery Improvement Project (FIP) bzw. Aquaculture Improvement Project (AIP).

Zusätzlich gültige Kriterien für Thunfisch: Produzent ist Mitglied der International Seafood Sustainability Foundation (ISSF) oder Fangschiff ist im ProActive Vessel Register (PVR) registriert.

Forstwirtschaft

Unser Ziel: Sämtliche relevanten holzbasierten Non-Food-Eigenmarkenartikel sollen ab Ende des Jahres 2020 aus recyceltem Material oder zertifizierten Rohstoffen hergestellt werden.

Anteil Eigenmarkenartikel aus zertifizierten/recyclten Rohstoffen, in %	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	71	73	79

Zu den relevanten Produkten gehören sämtliche Non-Food Produkte mit holzfaserbasierten Komponenten, einschließlich Zellulose und Zellstoff. (Ausnahme ALDI US: Relevant sind alle Produkte mit holzfaserbasierten Komponenten des Kernsortiments sowie sämtliche Papierprodukte.)

Palm(kern)öl

Unser Ziel: Sämtliches Palm(kern)öl und sämtliche auf Palm(kern)öl basierende Derivate und Fraktionen, die in unseren Eigenmarkenartikeln enthalten sind, sollen zertifiziert sein.

Anteil zertifizierten Palm(kern)öls in unseren Eigenmarkenartikeln, in %

	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	71	100	100

Die Kennzahl basiert auf der Gesamtmenge an Palmöl, das in unseren Food- und Non-Food-Artikeln enthalten ist und aus den physischen Lieferkettenoptionen „Identity Preserved“ (IP), „Segregated“ (SG) oder „Mass Balance“ (MB) des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“ (RSPO) bezogen wird. Sollten im Fall von Non-Food-Artikeln die erforderlichen Derivate und Fraktionen aus physischen Lieferketten noch nicht verfügbar sein, können stattdessen als Zwischenlösung RSPO-Credits für die betreffenden Volumina erworben werden, bis die entsprechenden physischen Lieferketten vorhanden sind – maximal jedoch bis zum Ende des Jahres 2025.

Textilien

Unser Ziel: Sämtliche Geschäftspartner, die uns mit Bekleidungstextilien beliefern, sollen hinsichtlich ihrer Leistung im Bereich unternehmerischer Verantwortung („Corporate Responsibility“, CR) bewertet und nach Bedarf geschult werden.

Anteil der Textilartikel liefernden Geschäftspartner, die in unser Programm für Corporate Responsibility Supplier Evaluations (CRSE) aufgenommen worden sind, in %

	2017	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	100	100	100

Südfrüchte

Bananen: Seit dem Jahr 2019 sind alle in europäischen und US-amerikanischen ALDI Filialen angebotenen Bananen entweder gemäß dem Standard von Rainforest Alliance zertifiziert oder von Bio-Qualität und zusätzlich gemäß den Anforderungen von Fairtrade bzw. des „GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice“ zertifiziert.

Ananas: In unseren europäischen und US-amerikanischen Filialen sind ausschließlich Ananas erhältlich, für die eine Zertifizierung vorliegt – in der Regel gemäß dem Standard von Rainforest Alliance, andernfalls gemäß den Standards von Sustainably Grown oder Fairtrade.

Anteil der in unseren europäischen und US-amerikanischen Filialen angebotenen Bananen und Ananas sind zertifiziert, in %

	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	100



Schutz der Umwelt

Klimaschutz

Unser Ziel: Wir möchten die im Rahmen unseres Geschäftsbetriebs verursachten Treibhausgasemissionen insgesamt um 30 % bezogen auf die Verkaufsfläche (in Quadratmetern) bis zum Jahr 2020 reduzieren (im Vergleich zum Basisjahr 2012).

CO₂-Fußabdruck in kg CO₂e pro m² Verkaufsfläche nach

Ländern/Ländergruppen (Veränderung im Vergleich zum Basisjahr 2012 in %)

	2016	2018
Deutschland	120	57 (-73 %)
HOFER S/E	89	68 (-67 %)
USA	561	240 (-55 %)
Vereinigtes Königreich/Irland	178	162 (-55 %)
Australien	735	564 (-33 %)

Detox

Unsere Ziele

1. Seit dem Jahr 2015 arbeiten wir an dem Ausschluss gefährlicher Chemikalien aus der Produktion von Textil- und Schuhartikeln sowie ihrer Substitution durch sicherere Alternativen.
2. Wir streben eine Reduzierung des Ressourcenverbrauchs im Baumwollanbau und die Verbesserung des Chemikalienmanagements, unter anderem mithilfe speziell auf die Baumwollverarbeitung ausgerichteter Zertifizierungssysteme, wie etwa des „Global Organic Textile Standards“, an. Ab dem Jahr 2025 werden wir ausschließlich nachhaltige Baumwolle für die Herstellung unserer unter ALDI Eigenmarken angebotenen Bekleidungs- und Heimtextilien verwenden.

Verpackungen

Unsere Ziele:

1. Sämtliche Holz- und Papierbestandteile in den Produktverpackungen der Food- und Non-Food-Eigenmarkenartikel aus dem Standardsortiment von ALDI sollen bis Ende 2020 aus zertifizierten Rohstoffen oder Papierrecyklat hergestellt sein.
2. Das Gesamtgewicht der Verpackungen von ALDI Eigenmarkenartikeln soll spätestens bis zum Ende des Jahres 2025 um 15 % in Bezug auf den Umsatz gesenkt werden. Die Lieferanten sind dazu verpflichtet, die eingesetzte Verpackungsmenge größtmöglich zu reduzieren, ohne dabei die Produktsicherheit zu mindern.
3. Sämtliche Produktverpackungen von ALDI Eigenmarkenartikeln sollen spätestens ab dem Ende des Jahres 2025 recycelbar, kompostierbar oder wiederverwendbar sein.

Über unsere oben dargestellten internationalen Ziele hinaus haben sich einige unserer Landesorganisationen noch ehrgeizigere Ziele zur Gewichtsreduktion und Recyclingfähigkeit gesetzt.

Anteil der Artikel mit Verpackungen aus zertifizierten

Rohstoffen/Rezyklat,

in %

	2018	2019
Unternehmensgruppe ALDI SÜD	37	54

Abfallmanagement

Anteil an Transportverpackungen, die aus Pappe, Papier und Kartonagen recycelt wurden, in %

2017

Unternehmensgruppe ALDI SÜD

99

Anteil an Transportverpackungen, die aus Kunststoffolie recycelt wurden, in %

2017

Unternehmensgruppe ALDI SÜD

99

Anteil der Filialen, die zur Verwertung qualitativ einwandfreier, aber nicht verkaufter Lebensmittel mit karitativen Einrichtungen zusammenarbeiten, an der Gesamtzahl der Filialen in %

2017

Unternehmensgruppe ALDI SÜD

82



Rechtshinweis

Herausgeber:

HOFER Kommanditgesellschaft
Corporate Responsibility International
Hofer Straße 1
A-4642 Sattledt
UID-Nr. ATU24963706
Firmenbuch: FN 26451z, Landesgericht Wels

Version 1.0 von April 2020

Sofern dieses Dokument mehrsprachig ausgefertigt wird, dient die deutsche Fassung lediglich dem besseren Verständnis; bei Widersprüchen zwischen der deutschen und der englischen Fassung ist die englische Fassung maßgeblich.

Kontakt:

Corporate Responsibility International (CRI)
cri@aldi-sued.com

Weitere Informationen zu unseren internationalen Aktivitäten im Bereich Unternehmensverantwortung finden Sie unter cr.aldisouthgroup.com.