



27.07.2020 - 10:03 Uhr

"Süße, Du kommst hier nicht rein!" - ALDI Nord Mitarbeiter veranstalten ungewöhnliche Banner-Aktion

ZAHLEN UND ZIELE

Nachhaltigkeitsbericht 2019



BEWUSSTE ERNÄHRUNG

KENNZAHLEN	ZIELE
305 PRODUKTE MIT EU-BIO-LOGO Anstieg um 18 %*	<ul style="list-style-type: none">Reduktion von Salz- und Zuckergehalten bei an Kinder gerichtete EigenmarkenEinführung des Nutri-Scores bei Eigenmarkenprodukten, sobald die gesetzlichen Rahmenbedingungen dafür geschaffen sind100 % vegetarische und vegane Produkte auf Sojabasis mit nachhaltigem Soja bis Ende 2021
246 VEGETARISCHE ODER VEGANE PRODUKTE	
80,5 % DER FISCHPRODUKTE UND MEERESFRÜCHTE erfüllen Nachhaltigkeitsanforderungen an Fang und Fischzucht	

NACHHALTIGE VERPACKUNGEN

KENNZAHLEN	ZIELE
SEIT 2015 mehr als 11.000 Tonnen Plastikverpackungen eingespart	<ul style="list-style-type: none">100 % der Eigenmarkenverpackungen sind bis Ende 2025 recyclingfähig, kompostierbar oder wiederverwendbar15 % weniger Materialeinsatz bei Eigenmarken-Verpackungen bis 2025 (im Vergleich zu 2020)Mindestens 40 % der Obst- und Gemüseprodukte sollen bis Ende 2025 unverpackt sein
177 TONNEN KUNSTSTOFF durch nachhaltige Wattestäbchen eingespart	

KLIMA & UMWELT

KENNZAHLEN	ZIELE
MEHR ALS 36.000 MWH Strom erzeugen wir auf den Dächern unserer Filialen – reicht aus, um knapp 10.000 Haushalte ein Jahr lang mit Strom zu versorgen	<ul style="list-style-type: none">40 % Reduzierung der Treibhausgasemissionen bis Ende 2021Erhöhung des Anteils der ALDI Filialen, die mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet sindZusammen mit Lieferanten werden gemeinsame Ziele zur Reduzierung von CO₂-Emissionen festgelegt, die das Pariser Klimaabkommen unterstützen

* Im Vergleich zu 2018

Essen (ots) -

ALDI Nord Mitarbeiter befestigten heute Morgen an einigen Märkten in Hamburg Banner mit Sprüchen wie "Bei uns heizt der Kühlschrank" oder "Wir trennen uns!" Die kreative Idee dahinter: Kunden auf ALDI Erfolge rund um die Themen Klima-

und Umweltschutz, verantwortungsbewusster Konsum und nachhaltige Beschaffung aufmerksam machen. Anlass ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht der Unternehmensgruppe ALDI Nord.

"Unser Nachhaltigkeitsbericht 2019 gibt einen umfänglichen Einblick in bisher Erreichtes und erklärt, welche Ziele wir uns für die kommenden Jahre in verschiedenen Themenfeldern gesetzt haben. Ein schönes Zwischenfazit, das uns motiviert, weiter Veränderungen voranzutreiben oder einzuleiten. Gerade im Bereich der nachhaltigen Produktverpackungen haben wir zuletzt viele Fortschritte erzielt. Ähnlich ambitioniert gehen wir jetzt das Thema bewusste Ernährung an", sagt Tobias Heinbockel, Managing Director Category Management bei ALDI Nord. Allerdings sind für viele Kunden im Markt die Erfolge nicht immer direkt sichtbar. Daher haben sich ALDI Mitarbeiter Folgendes überlegt: mit großen Bannern an den Märkten auf die Nachhaltigkeitsthemen aufmerksam machen.

Bis 2025: Alle Eigenmarkenverpackungen recyclingfähig, kompostierbar oder wiederverwendbar

Hinter dem Spruch "Wir trennen uns!" steckt beispielsweise die Verpackungsmission von ALDI. Das Ziel: bis Ende 2020 den Materialeinsatz der Eigenmarkenverpackungen gegenüber 2015 relativ zum Umsatz um 15 Prozent zu reduzieren, bis Ende 2025 sogar um 30 Prozent. Zudem sollen bis Ende 2025 100 Prozent der Eigenmarkenverpackungen bei ALDI Nord recyclingfähig, kompostierbar oder wiederverwendbar sein. Als eine von vielen Maßnahmen listete ALDI Nord beispielsweise 2019 plastikfreie Wattestäbchen ein und spart so im Jahr 177 Tonnen Kunststoff ein.

Weniger Zucker, mehr Veggie - und Nummer Eins bei Bio!

Schon heute ist ALDI Nord laut GfK-Daten für das Jahr 2019 im Segment Bio-Lebensmittel und -Getränke hinsichtlich des Umsatzes Marktführer in Deutschland. Im Jahr 2019 hat der Discounter in Deutschland die Anzahl der Bio-Artikel um 47 Produkte auf insgesamt 305 ausgeweitet. Dazu befinden sich mittlerweile 246 als vegetarisch oder vegan gekennzeichnete Artikel in den ALDI Filialen. Damit zeigt ALDI Nord, wie preiswert und unkompliziert eine bewusste Ernährung und Lebensweise sein kann. Diesen Weg will das Unternehmen für seine Kunden weitergehen. So wird das Angebot an vegetarischen oder veganen Artikeln sowie das Bio-Sortiment weiter ausgebaut. Dazu nimmt ALDI Nord besonders an Kinder gerichtete Eigenmarken in den Fokus und verbessert weiter sukzessive die Salz- und Zuckergehalte. Ganz im Sinne: "Süße, Du kommst hier nicht rein!" Die Einführung des Nutri-Scores ist in Planung, sobald die gesetzlichen Rahmenbedingungen dafür geschaffen sind.

Für mehr Klimaschutz: Bei ALDI Nord heizt der Kühlschrank

Passend zur Veröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts 2019 ist die Unternehmensgruppe ALDI Nord der Science Based Targets Initiative (SBTI) beigetreten. In Deutschland verpflichtet sich ALDI Nord damit als erster Discounter, in den nächsten zwei Jahren verbindliche und wissenschaftlich geprüfte Ziele zur Reduzierung von CO₂-Emissionen festzulegen. Schon heute arbeitet der Discounter mit vielen Maßnahmen daran, seine Treibhausgasemissionen bis 2021 um 40 Prozent gegenüber 2015 zu reduzieren. Beispielsweise nutzt ALDI Nord bereits die Abwärme der Kühlsysteme in einigen Märkten zum Heizen. Zudem erzeugen die Photovoltaikanlagen auf den Filialdächern über 36.000 Megawattstunden Strom. Mit dieser Menge könnten knapp 10.000 Haushalte im Jahr versorgt werden.

Den kompletten Nachhaltigkeitsbericht der Unternehmensgruppe ALDI Nord finden Sie hier: www.aldi-nord.de/nachhaltigkeitsbericht/2019.html

Pressekontakt:

ALDI Nord Pressestelle
Ansprechpartnerin Serra Schlesinger
Telefon +49 201 8593-8800
presse@aldi-nord.de

Medieninhalte



"Süße, Du kommst hier nicht rein!" - ALDI Nord Mitarbeiter veranstalten ungewöhnliche Banner-Aktion / Infografik zum ALDI Nord Nachhaltigkeitsbericht 2019 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/112106 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Unternehmensgruppe ALDI Nord/ALDI Nord"



Das Banner mit der Aufschrift "Süße, Du kommst hier nicht rein!" befestigten ALDI Nord Mitarbeiter in Hamburg-Jenfeld am Montagmorgen an ihrem Markt. Das Ziel der Aktion: Auf die Nachhaltigkeitserfolge von ALDI Nord aufmerksam machen. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/112106 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Unternehmensgruppe ALDI Nord/ALDI Nord"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100065572/100852553> abgerufen werden.