

# Einfach wichtig.

**FORTSCHRITTE  
2018**



Unternehmensgruppe ALDI Nord  
Zwischenbericht 2018





# Inhalt

<b>03</b>	<b>Vorwort</b>	<b>11</b>	<b>Arbeitsnormen</b>	<b>21</b>	<b>Korruptionsbekämpfung</b>
03	Erklärung zur fortlaufenden Unterstützung des UNGC	12	Verantwortung entlang unserer Lieferketten	22	Wertorientierte Unternehmensführung
<b>04</b>	<b>Highlight-Kennzahlen</b>	14	Mitarbeiterwertschätzung bei ALDI Nord	22	Unser Compliance-Verständnis
<b>05</b>	<b>CR-Programm im Überblick</b>	<b>15</b>	<b>Umweltschutz</b>	22	Strukturiertes Compliance-Management-System
<b>09</b>	<b>Menschenrechte</b>	16	Klimaschutz in Gebäuden	22	Verankerung im Unternehmen
10	Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte	17	Kooperation für Klimabildung an Schulen	<b>23</b>	<b>Über diesen Bericht</b>
10	Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten in unseren Lieferketten	17	Kaffee: Umweltschutz vor Ort	<b>24</b>	<b>Impressum &amp; Kontakt</b>
10	Kontinuierliche Verbesserung und Transparenz	17	Textilien: Herstellungsverfahren und Projekte am Ursprung		
		18	Unsere neue Wasserschutzpolitik		
		18	Bewusstsein schaffen		
		18	Nachhaltigere Sortimente		
		19	Gemeinsam auf „Verpackungsmission“		

[← Zurück](#)[Inhalt](#)**VORWORT**[Highlight-Kennzahlen](#)[CR-Programm im Überblick](#)[Menschenrechte](#)[Arbeitsnormen](#)[Umweltschutz](#)[Korruptionsbekämpfung](#)[Über diesen Bericht](#)[Impressum & Kontakt](#)

# Einfach wichtig.



## Erklärung zur fortlaufenden Unterstützung des UNGC

### Liebe Leserinnen und Leser,

als erster Lebensmitteldiscounter trat ALDI Nord 2017 dem Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC) bei. Damit verpflichteten wir uns dazu, die zehn Prinzipien des UNGC in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltbelange und Korruptionsbekämpfung als Teil unserer Unternehmenswerte und im Rahmen der täglichen Geschäftstätigkeit umzusetzen. Zusammen mit den 17 Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs) bilden die UNGC-Prinzipien die Grundlage für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategien.

2018 haben wir eine Grundsatzerklärung zum Thema Menschenrechte veröffentlicht. Sie bildet den Rahmen für systematische Maßnahmen zur Prävention von Menschenrechtsverletzungen und zum Umgang mit potenziellen Risiken. Dabei ist uns bewusst, dass die Umsetzung unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten ein Entwicklungsprozess ist, der kontinuierliche Verbesserung erfordert. Diesen Weg werden wir in den kommenden Jahren konsequent weitergehen. Dabei arbeiten wir mit vielen engagierten Partnern zusammen – denn die meisten Herausforderungen auf globaler Ebene lassen sich nur gemeinsam bewältigen.

Auch der Klimaschutz steht weiterhin ganz oben auf unserer Agenda. Denn wir wissen: Auch wir müssen einen aktiven Beitrag dafür leisten. Bis 2021 wollen wir unsere Treibhausgasemissionen um 40 Prozent gegenüber 2015 senken. Ein wichtiger Baustein ist der kontinuierliche Ausbau der Fotovoltaikanlagen auf den Filialdächern.

Ein weiteres Thema, das uns im Berichtszeitraum besonders beschäftigt hat – und auch in Zukunft weiter beschäftigen wird – ist die Reduktion von

Verpackungsabfällen. 2018 haben wir deshalb in Deutschland unsere Verpackungsmission für Eigenmarken-Produktverpackungen gestartet: Bei jedem Artikel hinterfragen wir, wie viel Verpackung tatsächlich notwendig ist. Wir arbeiten daran, den Einsatz von Verpackungsmaterial stetig zu verringern oder unsere Verpackungen nachhaltiger zu gestalten, um die Umwelt zu schützen. An oberster Stelle steht für uns dabei, die Bedürfnisse und die Wünsche unserer Kunden zu berücksichtigen, um ihnen unsere Produkte in der für sie gewohnten Qualität anzubieten: einfach, verantwortungsbewusst und verlässlich. Hierzu haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt: Bis Ende 2022 sollen 100 Prozent unserer Eigenmarken-Produktverpackungen in Deutschland recyclingfähig sein. Die nächste Herausforderung wird sein, dass vergleichbare Maßnahmen in den ALDI Gesellschaften in den Ländern auf den Weg gebracht werden. Auf diese Weise wollen wir unseren Beitrag zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und der notwendigen Ressourcenschonung leisten.

Im vorliegenden Zwischenbericht legen wir dar, welche Fortschritte wir 2018 bei der Umsetzung der zehn UNGC-Prinzipien gemacht haben. Unsere jährliche Nachhaltigkeitsberichterstattung ist Teil eines kontinuierlichen, offenen Dialogangebots an unsere Stakeholder. Sollten Sie Fragen oder Anregungen haben, kontaktieren Sie uns daher gerne.

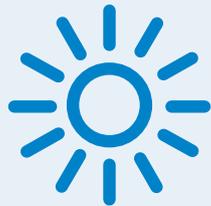
Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre!

#### Rayk Mende

Geschäftsführer Corporate Responsibility /  
Quality Assurance International  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

# Ausgewählte Fortschritte 2018

2018 sind wir mit unserem Nachhaltigkeitsengagement wieder ein großes Stück vorangekommen. Neben der nachhaltigeren Gestaltung unserer Sortimente haben wir uns in diesem Jahr vor allem den Themen Menschenrechte und Klimaschutz gewidmet. Ausgewählte Highlights 2018:



**10.300**

Tonnen CO<sub>2</sub> konnten durch die Nutzung selbsterzeugten Stroms vermieden werden - das sind 55 % mehr als im Vorjahr



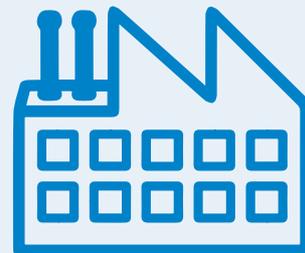
**-1.660**

Tonnen Plastik pro Jahr durch Auslistung der Einweg-Plastiktüte



**90**

Fairtrade-zertifizierte Eigenmarkenartikel in den Sortimenten – ein Plus von 23 %



**320**

Mehr als 320 ALDI Social Assessments wurden durchgeführt – ein Plus von 64 %

## Erste



Grundsatzklärung zum Thema Menschenrechte für die Unternehmensgruppe ALDI Nord veröffentlicht



**1.024**

Produkte mit EU-Bio-Logo im Einsatz – ein Plus von 28 %

← Zurück

- Inhalt
- Vorwort
- Highlight-Kennzahlen
- CR-PROGRAMM IM ÜBERBLICK**
- Menschenrechte
- Arbeitsnormen
- Umweltschutz
- Korruptionsbekämpfung
- Über diesen Bericht
- Impressum & Kontakt

## Unsere Handlungsfelder im Überblick



### Mitarbeiterwertschätzung

Wir möchten, dass die Mitarbeiter stolz auf ALDI sein können.



### Lieferkettenverantwortung

Wir übernehmen Verantwortung in unseren Lieferketten.



### Ressourcenschonung

Wir handeln umwelt- und klimaverträglich.



### Gesellschaftsengagement

Mit unseren Kompetenzen und Erfahrungen wollen wir über unser Kerngeschäft hinaus einen Beitrag zur Lösung zivilgesellschaftlicher Herausforderungen leisten.



### Dialogförderung

Transparent und offen fördern wir den Dialog mit unseren Anspruchsgruppen.

## Konkret und messbar: unser CR-Programm



### Handlungsfeld: Mitarbeiterwertschätzung

ZIELSETZUNG	STATUS	ZIELDATUM	ZIELWERT	ZIELRELEVANZ
Entwicklung eines Schulungsprogramms zur Kompetenzsteigerung der Führungskräfte	→	2020	Konzept	Unternehmensgruppe
Ausbau der Mitarbeiterkommunikation	→	2020	u. a. weitere Kommunikationskanäle für ALDI Mitarbeiter	Unternehmensgruppe

↑ Ziel erreicht → Laufender Prozess ↓ Ziel nicht erreicht



### Handlungsfeld: Lieferkettenverantwortung

ZIELSETZUNG	STATUS	ZIELDATUM	ZIELWERT	ZIELRELEVANZ
Nachweis einer Sozialevaluierung (GRASP oder vergleichbar) von allen Produzenten (Erzeugern) von Obst und Gemüse	↓*	2018	100 %	Unternehmensgruppe
Umstellung aller Blumen und Pflanzen für definierte Eigenmarkenartikel auf nachhaltig zertifizierte Ware (z. B. GLOBALG.A.P. in Kombination mit GRASP)	→	2019	100 %	Unternehmensgruppe

\* Mehrheit ist umgestellt, Zielerreichung für 2019 angestrebt.

↑ Ziel erreicht → Laufender Prozess ↓ Ziel nicht erreicht

ZIELSETZUNG	STATUS	ZIELDATUM	ZIELWERT	ZIELRELEVANZ
Verzicht auf bestimmte Substanzgruppen in der Produktion von Eigenmarkenartikeln der Warengruppen Bekleidung, Heimtextilien und Schuhe (ALDI Detox Commitment)	➔	2020	100 %	Unternehmensgruppe
Einsatz nachhaltiger Baumwolle (z. B. GOTS, OCS 100/blended, Fairtrade, recycelte Baumwolle) für Bekleidungs- und Heimtextilien	➔	fortlaufend	Ausweitung in Abhängigkeit von Verfügbarkeit in der jeweiligen Qualität	Unternehmensgruppe
Einsatz nachhaltiger Baumwolle (z. B. nach GOTS, OCS, Fairtrade-Standard)	⬆	2018	30 %	Deutschland
Erhöhung des zertifizierten Anteils der Rohkaffeemenge (UTZ, Fairtrade, Rainforest Alliance und Bio) für definierte Eigenmarkenartikel	➔	2020	Ausweitung	Unternehmensgruppe
Umstellung der Schwarz- und Grünteeemenge auf nachhaltig zertifizierte Rohware (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade, Bio) für definierte Eigenmarkenartikel	⬆	2018	80 %	Unternehmensgruppe
Umstellung der Kräuter- und Fruchteeemenge für definierte Eigenmarkenartikel auf nachhaltig zertifizierte Rohware (Rainforest Alliance, Fairtrade, UTZ, UEBT/UTZ, Bio)	⬆	2018	30 %	Unternehmensgruppe
Umstellung der Kräuter- und Fruchteeemenge für definierte Eigenmarkenartikel auf nachhaltig zertifizierte Rohware (Rainforest Alliance, Fairtrade, UTZ, UEBT/UTZ, Bio)	➔	2020	40 %	Unternehmensgruppe
Umstellung auf physisch-RSPO-zertifiziertes Palmöl für sämtliche Eigenmarkenprodukte mit Palmölbestandteilen (Roundtable on Sustainable Palm Oil – RSPO)	⬇*	2018	100 %	Unternehmensgruppe
Umstellung der Holz- und holzbasierten Produkte auf nachhaltig zertifizierte Materialien (FSC®, PEFC™, EU Ecolabel oder vergleichbare Standards)	➔	2020	100 %	Unternehmensgruppe
Umstellung aller neu eingekauften Verkaufs-, Um- und Transportverpackungen für Produkte je nach Verfügbarkeit auf recycelte und/oder nachhaltig zertifizierte Materialien (FSC®, PEFC™, EU Ecolabel oder vergleichbare Standards)	➔	2020	100 %	Unternehmensgruppe
Ausweitung des Sortiments an vegetarischen und veganen Produkten inkl. Zertifizierung (z. B. V-Label)	➔	fortlaufend	Ausweitung	Unternehmensgruppe
Ausweitung von Prüf-/Zertifizierungssystemen sowie eigenen Standards, die über das gesetzliche Maß hinausgehen und Tierwohl-Aspekte beinhalten	➔	fortlaufend	Ausweitung	Unternehmensgruppe

\* Mehrheit ist umgestellt, Zielerreichung für 2019 angestrebt.

⬆ Ziel erreicht ➔ Laufender Prozess ⬇ Ziel nicht erreicht

ZIELSETZUNG	STATUS	ZIELDATUM	ZIELWERT	ZIELRELEVANZ
Steigerung der Anzahl von Fleisch- und fleischhaltigen Artikeln mit dem ALDI Transparenz Code (ATC)	→	fortlaufend	Ausweitung	Unternehmensgruppe
Erhöhung des Anteils der zertifiziert nachhaltigen Fisch- und fischhaltigen Produkte (MSC, ASC, GLOBALG.A.P. und EU-Bio)	↑	2018	50 %	Unternehmensgruppe
Ausweitung der Reduktion des Salz- und Zuckergehalts bei weiteren Eigenmarkenartikeln	→	fortlaufend	Ausweitung	Unternehmensgruppe
Auszeichnung aller in den Niederlanden angebauten Obst- und Gemüseprodukte mit dem PlanetProof-Gütesiegel	→	2019	100 %	Niederlande
Einlistung von BEE-FRIENDLY-zertifizierten Produkten	→	2019	Erstellung und Entwicklung	Frankreich

↑ Ziel erreicht → Laufender Prozess ↓ Ziel nicht erreicht



### Handlungsfeld: Ressourcenschonung

ZIELSETZUNG	STATUS	ZIELDATUM	ZIELWERT	ZIELRELEVANZ
Reduzierung der Treibhausgasemissionen bis 2021 um 40 % gegenüber dem Basisjahr 2015	→	2021	-40 % ggü. 2015	Unternehmensgruppe
Einführung von LED-Beleuchtung in allen neuen Verkaufsstellen (Innen- und Außenbeleuchtung) und Prüfung der Umrüstung der Bestandsverkaufsstellen sowie Logistikzentren auf LED-Beleuchtung	→	2019 (und fortlaufend)	100 %	Unternehmensgruppe
Steigerung des Anteils der Verkaufsstellen, die mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet sind	→	fortlaufend	Fortführung und Ausweitung	Unternehmensgruppe
Erhöhung der Eigennutzungsquote der selbstgewonnenen Energie durch Fotovoltaikanlagen in Verkaufsstellen durch Kombination mit Kälte- und Wärme-Verbundanlagen-Konzepten und einer bedarfsgerechten Ausrichtung der Fotovoltaikanlagen	→	fortlaufend	Fortführung und Ausweitung	Deutschland

↑ Ziel erreicht → Laufender Prozess ↓ Ziel nicht erreicht

ZIELSETZUNG	STATUS	ZIELDATUM	ZIELWERT	ZIELRELEVANZ
Schrittweise Umstellung aller steckerfertigen Kühl- und Tiefkühltruhen auf das Kältemittel Propan (R290) mit sehr niedrigem Global Warming Potential (GWP)	➔	fortlaufend	100 %	Deutschland
Auslistung der Einweg-Plastiktragetasche	⬆	2018	100 %	Deutschland, Niederlande, Belgien
Errichtung eines BREEAM-zertifizierten Logistikzentrums (BREEAM – Building Research Establishment Environmental Assessment)	⬆	2019	Errichtung	Belgien
Flächendeckende Zertifizierung nach ISO 50001	⬇*	2018	100 %	Niederlande

\* Zielerreichung für 2019 angestrebt.

⬆ Ziel erreicht ➔ Laufender Prozess ⬇ Ziel nicht erreicht



### Handlungsfeld Gesellschaftsengagement

&



### Handlungsfeld Dialogförderung

ZIELSETZUNG	STATUS	ZIELDATUM	ZIELWERT	ZIELRELEVANZ
Entwicklung von Pilotprojekten zum nachhaltigen Konsum	⬆	2018	Projekt	Deutschland
Einführung einer Richtlinie zum Umgang mit nicht mehr verkaufsfähigen Lebensmitteln in den Verkaufsstellen	⬇*	2017	Erstellung und Einführung	Unternehmensgruppe
Fortführung und Ausweitung des Engagements zur Förderung des Gesundheitsbewusstseins bei Kunden und Mitarbeitern	➔	fortlaufend	Fortführung und Ausweitung	Niederlande
Ausweitung des Dialogs mit wesentlichen Anspruchsgruppen	➔	fortlaufend	Teilnahme an Brancheninitiativen	Unternehmensgruppe

\* Zielerreichung für 2020 angestrebt.

⬆ Ziel erreicht ➔ Laufender Prozess ⬇ Ziel nicht erreicht

Weitere landesspezifische Ziele finden Sie online auf den Seiten Länder-Webseiten.



## INHALTE

Grundsatzklärung zur Achtung der Menschenrechte

Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten in unseren Lieferketten

Kontinuierliche Verbesserung und Transparenz

---

# Menschenrechte

Unsere Verantwortung beginnt nicht erst in den Filialen. Schon beim Anbau von Rohstoffen wie Palmöl oder Kakao setzen wir uns für mehr Nachhaltigkeit ein. Wir arbeiten intensiv daran, die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten unserer Lieferanten dauerhaft zu verbessern.

**1** **Prinzip:**  
Unterstützung  
und Achtung der  
Menschenrechte

**2** **Prinzip:**  
Ausschluss von  
Menschenrechts-  
verletzungen

← Zurück

Inhalt

Vorwort

Highlight-Kennzahlen

CR-Programm im Überblick

## MENSCHENRECHTE

- **Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte**
- **Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten in unseren Lieferketten**
- **Kontinuierliche Verbesserung und Transparenz**

Arbeitsnormen

Umweltschutz

Korruptionsbekämpfung

Über diesen Bericht

Impressum & Kontakt

## GRUNDSATZERKLÄRUNG ZUR ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE

Als internationale Handelsunternehmen mit weit verzweigten Lieferketten sehen wir uns in der Verantwortung, Menschenrechte zu achten und Menschenrechtsverletzungen vorzubeugen. Daher haben wir 2018 eine Grundsatzerklärung zur Achtung der Menschenrechte veröffentlicht. Wir bekennen uns darin zu den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen (United Nations (UN) Guiding Principles on Business and Human Rights). Folgende Rahmenwerke stellen für uns weitere maßgebliche Standards und Richtlinien dar: die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der UN, die UN-Kinderrechtskonvention, die UN-Konvention zur Beseitigung jeder Diskriminierung der Frau, die Kernarbeitsnormen der ILO (International Labour Organization) sowie die Leitsätze für multinationale Unternehmen der OECD (Organisation for Economic Co-Operation and Development). Die dort verankerten Werte und Normen spiegeln sich auch in unseren eigenen Standards und Regelwerken wider. Dazu gehören unsere seit Jahren verbindliche Corporate Responsibility (CR)-Policy sowie die „Zusatzvereinbarung Sozialstandards: Bekenntnis zu menschenwürdigen und fairen Arbeitsbedingungen in unseren Lieferketten“, die unseren Geschäftspartnern und den ALDI Mitarbeitern einen verpflichtenden Handlungsrahmen vorgeben.

## MENSCHENRECHTLICHE SORGFALTPFLICHTEN IN UNSEREN LIEFERKETTEN

Uns ist bewusst, dass die Herstellung von Waren entlang komplexer Lieferketten mit Risiken verbunden ist. Daher ermitteln wir fortlaufend Menschenrechtsrisiken und ergreifen Maßnahmen, um negative Auswirkungen in unseren Lieferketten zu mindern. Dies tun wir unter anderem durch kontinuierliche Hotspot-Analysen, Monitoring, Recherchen und Stakeholder-Dialoge.

Im Non-Food-Bereich verschaffen wir uns regelmäßig ein Bild der Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten unserer Lieferanten in Risikoländern. Dies erfolgt mithilfe flächendeckender Sozialaudits und Zertifizierungen, die durch externe Dienstleister durchgeführt werden, sowie mit eigenen Produktionsstätten-Überprüfungen (ALDI Social Assessments – ASAs). Vor Ort treten wir mit Stakeholdern sowie potenziell Betroffenen in den Austausch, um mögliche Menschenrechtsverstöße besser zu identifizieren und frühzeitig verhindern zu können.

2018 führten wir eine systematische und flächendeckende Analyse der sozialen und ökologischen Menschenrechtsrisiken entlang unserer Food-Lieferketten durch. Dabei wurden folgende Rohstoffe und Sortimentsbereiche als besonders relevant bewertet: Kaffee, Kakao, Nüsse und Südfrüchte sowie Dressings, Öle, Soßen, Gewürze & Kräuter, Fisch & Meeresfrüchte sowie Obst- & Gemüse-Konserven und -Tiefkühlung. Weitere Informationen zu den Ergebnissen der

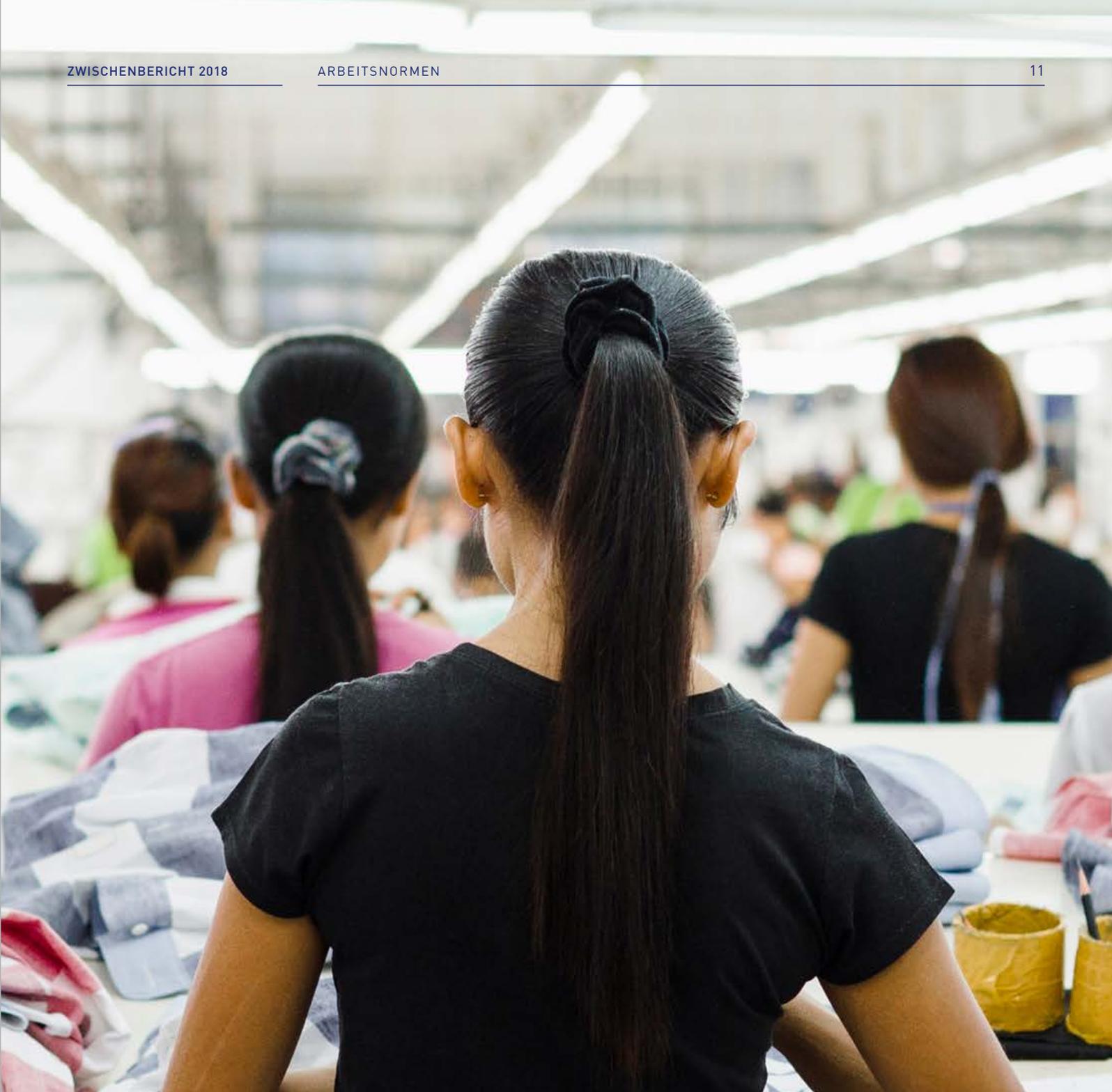
Risikoanalyse finden Sie auf unseren Webseiten. Künftig werden wir einen besonderen Schwerpunkt auf die ermittelten Risikorohestoffe in den relevanten Ursprungsländern legen und im Rahmen von internationalen Strategien zur verantwortungsvollen Beschaffung gezielt Maßnahmen umsetzen.

Bereits heute werden verschiedene Maßnahmen zur Reduzierung von Menschenrechtsrisiken in unseren Food- sowie Non-Food-Lieferketten umgesetzt. Dazu gehören beispielsweise die Qualifizierung von Produktionsstätten für Bekleidungstextilien im Hochrisikoland Bangladesch im Rahmen des ALDI Factory Advancement (AFA) Project oder die Berücksichtigung etablierter Auditierungs- und Zertifizierungsstandards im Einkauf. In unseren Einkaufspolitiken haben wir zudem Zielsetzungen und Maßnahmen für unterschiedliche Rohstoffe und Warengruppen festgelegt. Zugleich steigern wir die Anzahl an Sozialaudits für Food-Artikel, die wir eigenständig sowie mit externen Unternehmen durchführen.

Uns ist bewusst, dass sich viele systemische Herausforderungen nur in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern verbessern lassen. Aus diesem Grund engagieren wir uns in zahlreichen Multi-Stakeholder-Initiativen und arbeiten in Projekten im Ursprung mit unterschiedlichen Partnern zusammen. Beispielsweise starteten wir 2018 an der Elfenbeinküste ein Projekt, um rund 3.200 Palmöl-Kleinbauern zu schulen. Das Projekt wird vor Ort durch die Nichtregierungsorganisation Solidaridad International betreut, die sich für nachhaltigere Lieferketten einsetzt. Die Kleinbauern absolvieren ein umfassendes Trainingsprogramm. Nach Abschluss des Programms sind sie nach den Kriterien des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) zertifiziert.

## KONTINUIERLICHE VERBESSERUNG UND TRANSPARENZ

Bei der Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfalt handelt es sich um einen stetigen Entwicklungsprozess. Daher überprüfen wir unsere CR-Strategien sowie Prozesse und Instrumente kontinuierlich. Über unsere Fortschritte, Maßnahmen und Ziele berichten wir transparent im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung auf [www.cr-aldinord.com](http://www.cr-aldinord.com) und auf unseren Webseiten.



## INHALTE

Verantwortung entlang  
unserer Lieferketten

Mitarbeiterwertschätzung  
bei ALDI Nord

---

# Arbeitsnormen

Rund 74.000 ALDI Mitarbeiter leisten den entscheidenden Beitrag zu unserem Erfolg. Ihnen werden sichere Arbeitsverhältnisse, attraktive Rahmenbedingungen und langfristige Entwicklungsperspektiven geboten. Auch entlang unserer Lieferketten übernehmen wir Verantwortung und treten für faire Arbeitsbedingungen ein.

**3** Prinzip:  
Wahrung der  
Vereinigungsfreiheit

**4** Prinzip:  
Beseitigung von  
Zwangarbeit

**5** Prinzip:  
Abschaffung der  
Kinderarbeit

**6** Prinzip:  
Beseitigung von  
Diskriminierung

← Zurück

Inhalt

Vorwort

Highlight-Kennzahlen

CR-Programm im Überblick

Menschenrechte

**ARBEITSNORMEN**

- **Verantwortung entlang unserer Lieferketten**
- Mitarbeiterwertschätzung bei ALDI Nord

Umweltschutz

Korruptionsbekämpfung

Über diesen Bericht

Impressum & Kontakt

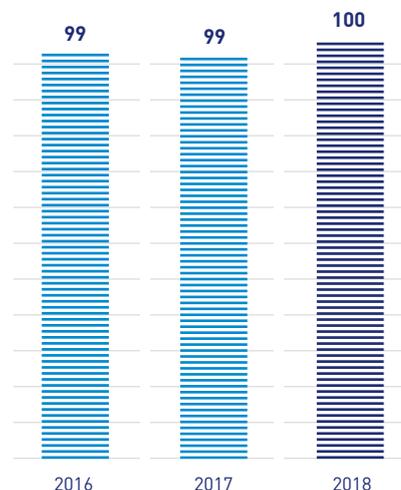
**VERANTWORTUNG ENTLANG UNSERER LIEFERKETTEN**

Lieferkettenverantwortung ist ein zentrales Handlungsfeld unserer Corporate Responsibility (CR)-Policy. Im Hinblick auf die Arbeitsbedingungen stellen wir klare Anforderungen an unsere Lieferanten und die von ihnen beauftragten Produktionsstätten. Dabei gibt es Aspekte, die für uns als Einzelhändler besonders relevant sind, da diese stärker durch unser Handeln beeinflusst werden könnten. Dazu gehören beispielsweise die Themen Sicherheit und Gesundheit, Vereinigungsfreiheit, Entlohnung und Arbeitszeiten sowie der Einsatz gegen Diskriminierung, Kinder- und Zwangsarbeit.

In den Non-Food-Lieferketten verpflichten wir alle unsere Lieferanten zur Einhaltung des amfori BSCI-Verhaltenskodex (BSCI – Business Social Compliance Initiative). Der Verhaltenskodex stützt sich auf zahlreiche internationale Übereinkommen, darunter die Kernkonventionen der ILO (International Labour Organization) oder die Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen (UN). In ihm verankert sind elf zentrale Arbeitnehmerrechte, unter anderem das Recht auf Sicherheit am Arbeitsplatz, korrekte Entlohnung sowie der Ausschluss von Diskriminierung, Kinder- oder Zwangsarbeit. Alle von unseren Lieferanten beauftragten Produktionsstätten müssen ein gültiges amfori BSCI-Audit mit ausreichendem Ergebnis, eine SA8000-Zertifizierung oder ein gültiges vergleichbares Sozialaudit mit ausreichendem Ergebnis vorweisen. Die Auditierungsquote bei Produktionsstätten der Non-Food-Warengruppen in Risikoländern lag im Jahr 2018 bei 100 Prozent.

Gemeinsam mit unseren Lieferanten wurden im Rahmen der ALDI Social Assessments (ASAs) die für uns eingesetzten Produktionsstätten besucht. Ein ASA umfasst Gespräche mit dem Management, Buchprüfungen, eine Begehung der Produktions-

**Auditierungsquote bei Produktionsstätten der Non-Food-Warengruppen in Risikoländern (in Prozent)**



stätten zur Prüfung der Arbeits- und Sozialstandards sowie Gespräche mit den Mitarbeitern. Im Fall von Mängeln erstellen wir gemeinsam mit den Lieferanten und Produktionsstätten Maßnahmenpläne, um möglichst schnell nachhaltige Verbesserungen zu erzielen, und überprüfen deren Umsetzung. Im Berichtsjahr wurden 327 ASAs in sechs Ländern durchgeführt, ein Großteil davon in China (73 Prozent). Bei rund 24,5 Prozent der besuchten Produktionsstätten wurden im Jahr 2018 Mängel festgestellt, etwa im Bereich Arbeitsschutz und

**Anzahl von ALDI Social Assessments (ASAs)**

	2017	2018
Anzahl der Länder, in denen ASAs durchgeführt wurden	8	6
Anzahl von ASAs, die durchgeführt wurden	199	327
davon in China	135	240
Anteil Non-Food Produktionsstätten in Risikoländern, bei denen Sozialrisiken ermittelt wurden (ASA), an der Gesamtzahl der eingesetzten Produktionsstätten	12,6 %	24,5 %

[← Zurück](#)[Inhalt](#)[Vorwort](#)[Highlight-Kennzahlen](#)[CR-Programm im Überblick](#)[Menschenrechte](#)**ARBEITSNORMEN**

- **Verantwortung entlang unserer Lieferketten**
- Mitarbeiterwertschätzung bei ALDI Nord

[Umweltschutz](#)[Korruptionsbekämpfung](#)[Über diesen Bericht](#)[Impressum & Kontakt](#)

Arbeitssicherheit. Häufig liegen solchen Mängeln strukturelle Herausforderungen in den Produktionsländern zugrunde, die wir auch in übergreifenden Initiativen wie dem Bangladesh Accord on Fire and Building Safety angehen.

Im Berichtsjahr haben wir auch das ALDI Factory Advancement (AFA) Project weiter vorangetrieben. Im Mittelpunkt steht der Umgang mit Themen wie Gesundheitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz, Brandschutz, Entlohnung, Arbeitszeiten und Diskriminierung. Derzeit sind 38 Produktionsstätten Teil des Programms, womit etwa 53 Prozent des Einkaufsvolumens für Bekleidungstextilien (2015: 35 Prozent) aus Bangladesch abgedeckt werden. Mehr als 85.000 Arbeiter profitieren davon. Im Zuge eines weiteren Projekts – AFA Project PLUS – wurden gemeinsam mit einer Nichtregierungsorganisation aus Bangladesch bis Mitte 2017 in neun Fabriken Verbesserungen der fabrikinternen Kindertagesstätten herbeigeführt. 2018 durchliefen sieben weitere Produktionsstätten das AFA Project PLUS.

Den vielschichtigen Herausforderungen in der Textilindustrie begegnen wir zudem in Zusammenarbeit mit anderen Wirtschaftsunternehmen, Regierungen, Nichtregierungsorganisationen und Gewerkschaften. Wir arbeiten aktiv in Branchen- und Multi-Stakeholder-Initiativen wie dem deutschen Bündnis für nachhaltige Textilien oder der internationalen amfori-Organisation mit. So leisten wir einen Beitrag dazu, Standards zu entwickeln und strukturelle Verbesserungen zu erzielen.

Auch bei unseren Food-Produkten übernehmen wir über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg Mitverantwortung für die nachhaltigere Erzeugung von Rohstoffen. So werden rohstoffspezifische Einkaufspolitiken und interne Einkaufsrichtlinien definiert. Zugleich arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen und beteiligen uns ebenfalls an branchen- oder Stakeholder-übergreifenden Initiativen.

Alle Erzeuger von Obst und Gemüse, deren Artikel bei ALDI Nord gehandelt werden, müssen neben einer gültigen GLOBALG.A.P.-Zertifizierung eine Sozialevaluierung gemäß dem GLOBALG.A.P.-Zusatzmodul GRASP (GLOBALG.A.P. Risk Assessment on Social Practice) oder eine vergleichbare Sozialevaluierung nachweisen. Ende 2018 lag der Anteil der evaluierten Erzeugerbetriebe für alle ALDI Gesellschaften bei nahezu 100 Prozent.

Auch in den Ursprungsländern der Rohstoffe engagieren wir uns für eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Beispielsweise beim Kakao: 2018 haben wir uns in den Kakaoanbaugebieten der Elfenbeinküste ein Bild der Bedingungen vor Ort bei den Erzeugern gemacht. Zudem sind wir seit 2018 Partner des Fairtrade-Kakaoprogramms. Das heißt, dass wir für verschiedene Eigenmarkenprodukte zertifizierten Kakao aus dem Fairtrade-Kakaoprogramm beziehen. Im Unterschied zum klassischen Fairtrade-Siegel geht es beim Kakaoprogramm um fairen Rohstoffeinkauf und nicht um die Zusammensetzung und Zertifizierung einzelner Produkte. ALDI Belgien ist darüber hinaus Anfang Dezember 2018 der Initiative Beyond Chocolate beigetreten. Die Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, Schokolade nachhaltiger zu machen. Konkret geht es darum, Kinderarbeit zu bekämpfen, die Entwaldung zu beenden und den lokalen Kakaoproduzenten ein lebenswertes Einkommen zu ermöglichen. Mit weiteren Projekten engagieren wir uns auch in den Ursprungsländern unserer Kaffee- und Baumwollprodukte. [Mehr dazu im Kapitel Umweltschutz.](#)

← Zurück

Inhalt

Vorwort

Highlight-Kennzahlen

CR-Programm im Überblick

Menschenrechte

**ARBEITSNORMEN**

- Verantwortung entlang unserer Lieferketten
- **Mitarbeiterwertschätzung bei ALDI Nord**

Umweltschutz

Korruptionsbekämpfung

Über diesen Bericht

Impressum & Kontakt

## MITARBEITERWERTSCHÄTZUNG BEI ALDI NORD

Ob im Verkauf, im Einkauf, in der Verwaltung, in der Logistik oder in der IT – den entscheidenden Beitrag zum anhaltenden Erfolg von ALDI Nord leisten die rund 74.000 ALDI Mitarbeiter. Sie alle sollen stolz darauf sein können, bei ALDI Nord zu arbeiten. Dafür werden ihnen sichere Arbeitsverhältnisse, attraktive Rahmenbedingungen und langfristige Entwicklungsperspektiven geboten. Ein offener, partnerschaftlicher und respektvoller Umgang ist uns sehr wichtig. Die Wertschätzung des Einzelnen und seine Verbundenheit mit ALDI Nord stehen im Fokus.

Die Verantwortung für Personalthemen ist dezentral in allen Gesellschaften der Unternehmensgruppe ALDI Nord verankert. Gemeinsame Grundlage der Personalarbeit sind das Unternehmensleitbild, das Human-Resources-(HR)Konzept sowie das Führungsleitbild „Echte Kaufleute“.

Die Vereinigungsfreiheit ist an den Standorten der Unternehmensgruppe umfassend gewahrt. In Deutschland werden bereits seit den 70er-Jahren betriebliche Interessenvertretungen gewählt. Jede der 32 deutschen ALDI Regionalgesellschaften wurde 2018 durch einen eigenen Betriebsrat vertreten. Auch in Belgien und den Niederlanden gibt es Betriebsräte. In weiteren Ländern erfolgt der Austausch direkt mit den zuständigen Gewerkschaften.

In den neun europäischen Ländern, in denen die ALDI Gesellschaften ihren jeweiligen Sitz haben, arbeiten Menschen aus 120 Nationen. Diese Vielfalt gehört zu ALDI Nord, denn sie bereichert die Zusammenarbeit und spiegelt zudem die Vielfalt unserer Kunden wider. Wir wenden uns deutlich gegen jegliche Form der Diskriminierung. In allen Ländern gilt: Unabhängig von Geschlecht, Alter, Religion oder Weltanschauung, sexueller Identität, Herkunft

oder körperlicher Beeinträchtigung haben alle Beschäftigten die gleichen Chancen. Diese Werte sind auch in unserer CR-Policy festgeschrieben. Um gleiche Bedingungen für alle zu schaffen, werden die Mitarbeiter bei ALDI Nord nach Möglichkeit dabei unterstützt, Arbeit, Freizeit und Familie in Einklang zu bringen. 2018 lag der Frauenanteil in der Gesamtbelegschaft bei rund 67 Prozent. Von den Führungskräften waren rund 28 Prozent weiblich, und etwa jede zweite unserer Filialen wird von einer Frau geführt. Wir sehen dies als Bestätigung für unseren Weg, bei der Vergabe von Führungspositionen die individuelle Leistung klar in den Vordergrund zu stellen. Selbstverständlich werden die ALDI Mitarbeiter – unabhängig vom Geschlecht – fair und leistungsgerecht vergütet.

Seit vier Jahren verfolgen wir über den Filialumbau und die gezielten Überarbeitungen unserer Sortimente in allen Ländern klare Modernisierungsstrategien. Diese bringen auch Veränderungen für die Mitarbeiter bei ALDI Nord mit sich. Die Arbeit der Personalabteilungen wird entsprechend gestaltet. Dabei stand 2018 vor allem die Entwicklung der Führungs- und Nachwuchskräfte im Fokus. Die Inhalte wurden unter Einbeziehung der Ergebnisse der Mitarbeiterbefragungen in allen Ländern aus dem Jahr 2017 ausgewählt und umfassen insbesondere die Themen Führung, Zeit- und Selbstmanagement, Kommunikation sowie Wertschätzung und Fairness. 2018 wurden beispielsweise bei ALDI Niederlande 80 Prozent der Filialleiter und 100 Prozent des oberen Managements geschult. In Deutschland nahmen ebenfalls 100 Prozent des oberen Managements und der operativen Führungskräfte an Trainings teil, zum Beispiel im Rahmen von Führungskräfte-Konferenzen. Auch in Belgien, Frankreich, Dänemark, Polen, Portugal und Spanien wurden 2018 Weiterbildungen für Führungskräfte angeboten. Dabei standen je nach Land weitere Themen wie Mitarbeiterentwicklung, Datenschutz, Compliance oder Rekrutierung auf der Agenda.

## Frauen in Führungspositionen

Anteil weiblicher Mitarbeiter in Führungspositionen zum Stichtag 31.12. (in Prozent)

	2016	2017	2018
Belgien/Luxemburg <sup>1</sup>	27,3	29,5	31,1
Dänemark	20,0	21,3	27,0
Deutschland	26,7	27,8	28,4
Frankreich	21,4	23,1	21,7
Niederlande	16,3	17,9	17,7
Polen	40,3	36,7	33,7
Portugal	45,2	48,0	50,0
Spanien	32,8	34,0	36,3
Unternehmensgruppe	25,8	27,3	28,0

<sup>1</sup> Die Angaben zu den rechtlich selbstständigen Gesellschaften der Unternehmensgruppe ALDI Nord in Belgien sowie in Luxemburg sind zur Vereinfachung zusammengefasst worden (siehe „Über diesen Bericht“).



**INHALTE**

- Klimaschutz in Gebäuden
- Kooperation für Klima-  
bildung in Schulen
- Kaffee: Umweltschutz vor Ort
- Textilien: Herstellungsverfahren  
und Projekte am Ursprung
- Unsere neue Wasserschutzpolitik
- Bewusstsein schaffen
- Nachhaltigere Sortimente
- Gemeinsam auf  
„Verpackungsmision“

# Umweltschutz

Ob in den Filialen, der Logistik oder an unseren Verwaltungsstandorten: Überall, wo wir tätig sind, möchten wir Energie sparen und Ressourcen schonen. Außerdem ist es uns ein Anliegen, das Umweltbewusstsein zu fördern. So leisten wir unseren Beitrag zum Klima- und Umweltschutz.

**7** **Prinzip:**  
Vorsorgender  
Umweltschutz

**8** **Prinzip:**  
Förderung des  
Umweltbewusstseins

**9** **Prinzip:**  
Verbreitung  
umweltfreundlicher  
Technologien

← Zurück

- Inhalt
- Vorwort
- Highlight-Kennzahlen
- CR-Programm im Überblick
- Menschenrechte
- Arbeitsnormen

**UMWELTSCHUTZ**

- **Klimaschutz in Gebäuden**
- Kooperation für Klimabildung in Schulen
- Kaffee: Umweltschutz vor Ort
- Textilien: Herstellungsverfahren und Projekte am Ursprung
- Unsere neue Wasserschutzpolitik
- Bewusstsein schaffen
- Nachhaltigere Sortimente
- Gemeinsam auf „Verpackungsmission“

- Korruptionsbekämpfung
- Über diesen Bericht
- Impressum & Kontakt

**KLIMASCHUTZ IN GEBÄUDEN**

Wir verpflichten uns dazu, die Folgen unserer Geschäftstätigkeiten für das Klima zu verringern. Bereits 2015 haben wir in unserer Corporate Responsibility (CR)-Policy den Anspruch formuliert, klimaverträglich zu handeln. In unserer 2018 verabschiedeten Klimaschutzpolitik setzen wir uns ein ambitioniertes Klimaziel. Bis 2021 wollen wir unsere Treibhausgasemissionen um 40 Prozent gegenüber 2015 senken. Mit einem klaren Fahrplan arbeiten wir daran, dieses Ziel zu erreichen: Beispielsweise verbessern wir mit innovativen Technologien die Energieeffizienz der Filialen und Logistikzentren. Zugleich optimieren wir unsere Logistikprozesse und die Kältetechnik. Mehr Strom aus erneuerbaren Energien ist ein weiterer zentraler Baustein unserer Klimastrategien. Darüber hinaus schaffen wir die Voraussetzungen, um Klimaschutz fest in unseren Geschäftsprozessen zu verankern. Dazu wurde in Deutschland im Laufe des Jahres 2018 ein interner Preis pro Tonne CO<sub>2</sub> festgelegt. Dieser Preis soll in Zukunft bei allen emissionsrelevanten Investitionsentscheidungen Anwendung finden.

Im Berichtszeitraum konnten wir bei der Umsetzung unserer Klimaschutzmaßnahmen weitere Fortschritte erzielen. Unter anderem werden bei ALDI Niederlande Energiemanagementsysteme nach ISO 50001 eingeführt, mit denen der Ener-

gieverbrauch besser ausgewertet und gesteuert werden kann. In Deutschland und Spanien sind bereits seit 2017 umfassende Systeme für das Energiedatenmanagement im Einsatz.

Zwischen 2015 und 2018 konnten wir zudem die Emissionen aus Kältemittelverlusten um circa sechs Prozent auf rund 93.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente senken. Dies gelang unter anderem durch die Einführung digitaler Monitoringsysteme. In Deutschland und den Niederlanden ist das System seit 2017 flächendeckend im Einsatz. Bei ALDI Frankreich wird seit 2018 in allen neuen Filialen, die CO<sub>2</sub> als Kältemittel nutzen, ebenfalls ein digitales Monitoringsystem eingesetzt. ALDI Spanien testet derzeit Gebäudeautomationssysteme, die auch Kältemittelverluste erfassen. Über den Einsatz wird nach Abschluss der Testphase entschieden.

In Turnhout hat ALDI Belgien ein neues Logistikzentrum in Betrieb genommen, das nach dem neuesten Stand für nachhaltiges Bauen errichtet wurde. Das Logistikzentrum wurde gemäß dem internationalen BREEAM-System (Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology) zertifiziert und ist damit das derzeit nachhaltigste Industriegebäude Belgiens. Neben neuester LED-Lichttechnik, die über Bewegungsmelder gesteuert wird, kommen energieeffiziente Kältetechnik sowie eine moderne Fußbodenheizung zum Einsatz.

**Treibhausgasemissionen Scope 1 und 2**

Treibhausgasemissionen Scope 1 und 2 (in Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente)

Die Treibhausgasemissionen wurden auf Basis der Energie- und Kraftstoffverbräuche sowie Kältemittelverluste ermittelt. Die Berechnung entspricht den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol und verwendet die DEFRA-Emissionsfaktoren (DEFRA – Department for Environment, Food and Rural Affairs) beziehungsweise GEMIS (Globales Emissions-Modell Integrierter Systeme) für die Emissionen aus Fernwärmebezug. Gemäß dem GHG Protocol erfolgt eine getrennte Berechnung der Scope-2-Emissionen aus Stromverbrauch nach ortsbasierten und marktbasieren Emissionsfaktoren. Während die ortsbasierte Methode die Faktoren für eine bestimmte geografische Region (zum Beispiel ein Land) zugrunde legt, wird für die marktbasieren Faktoren – soweit möglich – der individuelle Strommix eines Unternehmens anhand der tatsächlich entstehenden Emissionen des Energieerzeugers verwendet. Die Berechnung der ortsbasierten Treibhausgasemissionen basiert auf den Faktoren der International Energy Agency (IEA).

	2016			2017			2018		
	Scope 1 <sup>1</sup>	Scope 2 <sup>2</sup> „orts-basiert“	Scope 2 <sup>2</sup> „markt-basiert“	Scope 1 <sup>1</sup>	Scope 2 <sup>2</sup> „orts-basiert“	Scope 2 <sup>2</sup> „markt-basiert“	Scope 1 <sup>1</sup>	Scope 2 <sup>2</sup> „orts-basiert“	Scope 2 <sup>2</sup> „markt-basiert“
Belgien/Luxemburg <sup>3</sup>	40.328	18.656	13.246	38.639	22.674	14.859	38.325	16.328	22.312
Dänemark	10.466	11.372	10.914	14.942	8.119	10.859	9.300	8.824	18.354
Deutschland	110.178	211.664	38.301	108.069	203.918	223.790	114.111	210.007	195.823
Frankreich	75.277	6.863	6.276	67.101	8.364	6.756	69.181	10.267	9.760
Niederlande	29.802	38.393	143	28.147	40.984	124	25.884	41.910	126
Polen	5.501	14.688	15.185	6.931	17.295	18.441	8.727	19.343	18.558
Portugal	2.817	3.793	4.334	5.728	5.695	5.080	3.455	5.709	5.711
Spanien	12.267	20.096	26.774	10.980	25.718	29.854	8.379	26.340	169
Unternehmensgruppe	286.636	325.525	115.173	280.537	332.767	309.763	277.362	338.728	270.813

<sup>1</sup> Scope 1: Emissionen aus direktem Energieverbrauch Gebäude, Kraftstoffverbrauch Logistik und Kältemittelverlusten.

<sup>2</sup> Scope 2: Emissionen aus Strom- und Fernwärmeverbrauch, mit Aufschlüsselung in orts- und marktbasiertere Emissionen.

<sup>3</sup> Die Angaben zu den rechtlich selbstständigen Gesellschaften der Unternehmensgruppe ALDI Nord in Belgien sowie in Luxemburg sind zur Vereinfachung zusammengefasst worden (siehe „Über diesen Bericht“).

[← Zurück](#)[Inhalt](#)[Vorwort](#)[Highlight-Kennzahlen](#)[CR-Programm im Überblick](#)[Menschenrechte](#)[Arbeitsnormen](#)

## UMWELTSCHUTZ

- Klimaschutz in Gebäuden
- **Kooperation für Klimabildung in Schulen**
- **Kaffee: Umweltschutz vor Ort**
- **Textilien: Herstellungsverfahren und Projekte am Ursprung**
- Unsere neue Wasserschutzpolitik
- Bewusstsein schaffen
- Nachhaltigere Sortimente
- Gemeinsam auf „Verpackungsmission“

[Korruptionsbekämpfung](#)[Über diesen Bericht](#)[Impressum & Kontakt](#)

Die Dächer zahlreicher Filial- und Logistikstandorte sind mit Fotovoltaikanlagen ausgestattet. Im Jahr 2018 hatten unsere Anlagen bereits eine installierte Leistung von knapp 46.000 kWp (Kilowatt peak) und produzierten mehr als 36.400 MWh Strom. Auf diese Weise konnten wir rund 10.300 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen vermeiden – eine Zunahme von rund 55 Prozent gegenüber 2017. Bis 2021 wollen wir durch weitere Anlagen eine zusätzliche Nennleistung von über 50.000 kWp installieren. Allein bei ALDI Frankreich sind 120 Anlagen geplant. Bei ALDI Belgien sind 2018 vier weitere Fotovoltaikanlagen hinzugekommen, sodass dort nun insgesamt 44 Anlagen installiert sind; 30 weitere sind bereits in Planung. Auch bei ALDI Portugal waren Ende 2018 bereits 21 Solaranlagen installiert; bis 2021 sollen dort rund 5.000 kWp zusätzliche Anlagenleistung installiert werden.

Zurzeit verbrauchen wir circa 73 Prozent des erzeugten Stroms selbst, der Rest wird in das Stromnetz eingespeist. Wir wollen den Anteil der selbst genutzten Energie erhöhen. Dafür pilotieren wir den Einsatz von Speichertechnologien, die uns erlauben, erzeugten Strom zu einem späteren Zeitpunkt zu nutzen. In Deutschland haben wir dazu fünf Pilotfilialen mit dem innovativen Eisspeichersystem ESyCool green ausgestattet. Im Sommer nutzen wir die Energie zur Kühlung der Kühlwandregale, im Winter zur Beheizung der Filialen.

Um unsere Klimaziele zu erreichen, planen wir nach heutigem Stand zudem, bis 2021 mehr Grünstrom zu beziehen. ALDI Niederlande hat den Strombezug bereits 2015 vollständig auf Grünstrom umgestellt. 2018 wurde er – wie im Jahr zuvor – vollständig aus europäischer Windkraft bezogen. Im Jahr 2018 konnten dort auf diese Weise über 40.000 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente eingespart werden. Derzeit arbeiten wir an strikten Kriterien für den Grünstromeinkauf.

## KOOPERATION FÜR KLIMABILDUNG IN SCHULEN

In Deutschland sind wir eine neue Kooperation mit der Klimaschutzorganisation atmosfair eingegangen. Ziel ist es, Kinder und Jugendliche für das Thema Klimaschutz zu sensibilisieren. atmosfair bietet an Schulen Unterrichtseinheiten an, in denen realitätsnahe Fragen beantwortet werden. Zum Beispiel: „Welchen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck hinterlassen Lebensmittel auf dem Weg von der Herstellung bis in die Filiale?“ oder „Wie viel CO<sub>2</sub> verursacht ich, wenn ich mit dem Flugzeug in den Urlaub reise?“. In den Unterrichtsmodulen werden diese und weitere Fragen rund um Klima und Umwelt spielerisch beantwortet. atmosfair hat diese Module gemeinsam mit der Deutschen Umwelt-Aktion für die vierte Jahrgangsstufe konzipiert. In weiterführenden Schulen vermittelt die „Germanwatch Klimaexpedition“ Schülerinnen und Schülern einen vertieften Einblick in die globalen Zusammenhänge unseres Klimas und des Klimawandels.

ALDI Nord Deutschland unterstützt das Projekt mit insgesamt 250.000 Euro. Insgesamt sollen deutschlandweit rund 34.000 Schülerinnen und Schüler daran teilnehmen.

Auch ALDI Niederlande setzt ein Schulprojekt zur Umweltbildung um. [Mehr dazu im Abschnitt „Bewusstsein schaffen“.](#)

## KAFFEE: UMWELTSCHUTZ VOR ORT

Wir wollen den verantwortungsvollen Anbau von Kaffee in den Ursprungsländern fördern. In unserer Internationalen Kaffee-Einkaufspolitik haben wir uns 2016 zum Ziel gesetzt, bei unseren Eigenmarkenprodukten den Anteil von zertifizierten Rohkaffeemengen kontinuierlich zu erhöhen. Ende 2018 waren in der gesamten Unternehmensgruppe ALDI Nord 43,8 Prozent der eingesetzten Rohkaffeemengen in Eigenmarkenprodukten mit UTZ, EU-Bio-Logo, Fairtrade- oder Rainforest Alliance Certified™-Siegel ausgezeichnet (2015: 13 Prozent).

Seit März 2017 setzen wir uns in Kolumbien gemeinsam mit der Hanns R. Neumann Stiftung für eine nachhaltigere Kaffeeproduktion ein. Kleinbauern werden in den Bereichen nachhaltige Anbaumethoden, verbesserte Kaffeeaufbereitungsverfahren, professionelles Farmmanagement und Betriebsplanung geschult. Anfang 2019 wurde das Projekt abgeschlossen, insgesamt wurden 800 Kleinbauern gefördert. Im April 2019 haben wir erstmals Kaffee aus dem Projekt als Aktionsartikel bei ALDI Nord Deutschland gehandelt.

## TEXTILIEN: HERSTELLUNGSVERFAHREN UND PROJEKTE AM URSPRUNG

Mit unseren greenline-Produkten fördern wir den Einsatz ressourcenschonender Techniken im Produktionsprozess von Textilien. Eine dieser Techniken ist das Dope Dyed-Verfahren: Dabei werden beim Färben von Polyesterfasern die Pigmente nicht wie bisher üblich auf die Faseroberfläche aufgetragen, sondern direkt beim Spinnprozess eingesprüht. Auf diese Weise lassen sich bis zu 95 Prozent CO<sub>2</sub>, bis zu 85 Prozent Wasser sowie bis zu 75 Prozent Energie einsparen. Zudem kommen weniger Chemikalien zum Einsatz. Wir stellen die von uns gehandelten Produkte auf das Dope Dyed-Verfahren um, wo es möglich und ökonomisch sinnvoll ist. Zudem evaluieren wir gemeinsam mit unseren Lieferanten kontinuierlich weitere umweltschonende Techniken in den Lieferketten.

In Deutschland haben wir 2017 eine Nationale Baumwoll-Einkaufspolitik veröffentlicht. Diese deckt aufgrund des gemeinsamen Einkaufs einzelner Artikel für mehrere Länder bereits den Großteil aller Baumwollartikel ab, die bei den ALDI Gesellschaften in den Ländern gehandelt werden. Darin setzen wir uns das Ziel, den Einsatz zertifiziert nachhaltiger Baumwolle bis 2018 auf 30 Prozent zu erhöhen.

[← Zurück](#)[Inhalt](#)[Vorwort](#)[Highlight-Kennzahlen](#)[CR-Programm im Überblick](#)[Menschenrechte](#)[Arbeitsnormen](#)

## UMWELTSCHUTZ

- Kiimaschutz in Gebäuden
- Kooperation für Klimabildung in Schulen
- Kaffee: Umweltschutz vor Ort
- Textilien: Herstellungsverfahren und Projekte am Ursprung
- **Unsere neue Wasserschutzpolitik**
- **Bewusstsein schaffen**
- **Nachhaltigere Sortimente**
- Gemeinsam auf „Verpackungsmission“

[Korruptionsbekämpfung](#)[Über diesen Bericht](#)[Impressum & Kontakt](#)

Dieses Ziel haben wir Ende 2018 mit 33 Prozent sogar übertroffen. Dabei nutzen wir aktuell den Global Organic Textile Standard (GOTS), den Organic Content Standard (OCS), Fairtrade-, Bio- sowie recycelte Baumwolle. 2018 sind wir zudem mit der Initiative Cotton made in Africa (CmiA) eine Partnerschaft eingegangen und unterstützen deren Aktivitäten in den Ursprungsländern.

Seit 2018 unterstützen wir ein Projekt in Zentralasien, um Kleinbauern den Zugang zu nicht genmanipuliertem Baumwoll-Saatgut zu erleichtern. Durchgeführt wird das Projekt in Kooperation mit Fairtrade Deutschland und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). Dabei geht es nicht nur darum, die Produktionsmenge von nicht gentechnisch veränderter Baumwolle zu erhöhen, sondern auch darum, die Kleinbauern durch Trainings zu unterstützen und so die Qualität der gentechnikfreien Baumwolle zu verbessern. Dadurch können höhere Einkommen für die Bauern erzielt werden. Die Projekte in Kirgisistan und Tadschikistan laufen bis April 2020. Unabhängig davon beziehen wir bereits seit einigen Jahren unsere Edel-Linon-Bettwäsche aus Fairtrade-Baumwolle aus der Region und werden diese auch 2019 erneut anbieten.

2018 nahmen wir zum dritten Mal am Branchenvergleich „Preferred Fiber and Materials Market Report“ zu Textilfasern teil. Das Ranking wird von der Nichtregierungsorganisation Textile Exchange durchgeführt. Bei den größten Anbietern von Bio-Baumwolle belegten wir Rang acht. Zudem gehören wir zu den drei Mitgliedern, die seit Beginn des Benchmarks im Jahr 2016 die größten Fortschritte beim Einsatz nachhaltiger Fasern erreichen konnten.

Auch im Jahr 2018 haben wir einen Fortschrittsbericht zum Detox Commitment veröffentlicht. Mit dieser freiwilligen Selbstverpflichtung unterstreichen wir unsere fortlaufende Unterstützung der Greenpeace Detox-Kampagne.

## UNSERE NEUE WASSERSCHUTZPOLITIK

Als international tätige Einzelhändler sind wir uns bewusst, dass bei vielen der von uns gehandelten Produkte Wasserrisiken in den Herstellungs- und Produktionsländern auftreten können. Dies gilt insbesondere für landwirtschaftliche Produkte, deren Herstellung etwa 70 Prozent der weltweiten Wassernutzung ausmacht. Als weiteren Risikobereich haben wir Veredlungsprozesse bei Textilien und Schuhen identifiziert. Um unserer Verantwortung gerecht zu werden, haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt: In unserer im März 2019 veröffentlichten Wasserschutzpolitik für Deutschland legen wir verbindliche Maßnahmen zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Wasser fest. Diese umfassen die Bereiche Lebensmittel, Textilien und betriebliches Wassermanagement. Zusätzliche Ziele betreffen insbesondere die Reduktion des Eintrags von Mikro-

plastik in die Umwelt. Künftig soll die Wasserschutzpolitik auf weitere Länder ausgeweitet werden.

## BEWUSSTSEIN SCHAFFEN

Als führender Discounter versorgen wir unsere Kunden mit Produkten des täglichen Bedarfs. Jedes Jahr werden bei uns rund 1,2 Milliarden Einkäufe getätigt. Unser Ziel ist es, einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil zu fördern – und breiten Bevölkerungsschichten einen bezahlbaren, umweltbewussten Konsum zu ermöglichen.

Wir nutzen verschiedene Instrumente, um unsere Kunden über soziale und ökologische Aspekte unserer Produkte zu informieren: ob im Kundenmagazin ALDI aktuell, bei unseren sonstigen Werbemaßnahmen, in unseren Filialen oder durch eine klare Kennzeichnung am Produkt. Mit speziellen Kampagnen und Projekten schärfen wir das Bewusstsein für besondere Nachhaltigkeitsherausforderungen: ALDI Niederlande setzt sich beispielsweise gemeinsam mit der Plastic Soup Foundation dafür ein, Schulkinder für das Thema Plastikmüll zu sensibilisieren. 2018 hat ALDI Niederlande dieser Stiftung 200.000 Euro zur Verfügung gestellt. Damit konnte das Projekt 200.000 Schulkinder erreichen. In Deutschland unterstützen wir das Social Start-up Plastic Bank, das sich gegen die Verbreitung von Plastikmüll in den Ozeanen einsetzt. Dafür richtet Plastic Bank Sammelstationen für Kunststoffabfälle in Ländern mit einer hohen Armutsquote und einer unzureichend entwickelten Abfallwirtschaft ein. Wer an Sammelstationen Verpackungsabfall abgibt, bevor dieser in Gewässer oder Ozeane gelangt, kann damit Geld verdienen oder Sozialleistungen in Anspruch nehmen. Anschließend wird der abgegebene Abfall sortiert, verarbeitet und der Recycling-Wertschöpfungskette zugeführt. Dazu werden in Regionen mit hoher Umweltbelastung Stationen aufgebaut, an denen Anwohner ihren Kunststoffmüll in Geld, Waren oder Dienstleistungen eintauschen können. So werden zusätzliche Anreize geschaffen, Müll aus den umliegenden Gebieten zu sammeln. Konkret unterstützen wir eine Sammelstation auf den Philippinen.

## NACHHALTIGERE SORTIMENTE

Die jeweiligen Einkaufsabteilungen sind bei ALDI Nord für die Organisation der Beschaffung zuständig. Gemeinsam wird diskutiert, welche Maßnahmen für nachhaltigere Produkte umgesetzt werden. In unseren Einkaufspolitikern dokumentieren wir den Status quo und setzen uns zugleich Ziele für die Umstellung der Rohwaren auf zertifizierte Rohstoffe. Darüber hinaus schließen wir mithilfe von Negativlisten kritische Produkte oder Produktionsmethoden aus.

Der ALDI Transparenz Code (ATC) ermöglicht es unseren Kunden zudem, die Herkunft von verschiedenen Fleischprodukten unternehmensgruppen-

← Zurück

Inhalt

Vorwort

Highlight-Kennzahlen

CR-Programm im Überblick

Menschenrechte

Arbeitsnormen

**UMWELTSCHUTZ**

- Kiimaschutz in Gebäuden
- Kooperation für Klimabildung in Schulen
- Kaffee: Umweltschutz vor Ort
- Textilien: Herstellungsverfahren und Projekte am Ursprung
- Unsere neue Wasserschutzpolitik
- Bewusstsein schaffen
- Nachhaltigere Sortimente
- **Gemeinsam auf „Verpackungsmision“**

Korruptionsbekämpfung

Über diesen Bericht

Impressum & Kontakt

## Anzahl von Fairtrade-Artikeln

Anzahl eingekaufter Eigenmarkenartikeln mit Fairtrade-Zertifizierung in den Sortimenten<sup>1</sup>

	2016	2017	2018
Belgien/Luxemburg <sup>2</sup>	9	16	16
Dänemark	11	19	22
Deutschland	21	30	42
Frankreich	1	14	15
Niederlande	41	29	34
Polen	1	6	17
Portugal	12	19	22
Spanien	4	4	7
Unternehmensgruppe	70	73	90

<sup>1</sup> Durch einen sogenannten gemeinsamen Einkauf einzelner Artikel für mehrere Länder kann die Gesamtzahl eingekaufter Artikel niedriger ausfallen als die Summe der Länderaufschlüsselungen.

<sup>2</sup> Die Angaben zu den rechtlich selbstständigen Gesellschaften der Unternehmensgruppe ALDI Nord in Belgien sowie in Luxemburg sind zur Vereinfachung zusammengefasst worden (siehe „Über diesen Bericht“).

weit nachzuerfolgen, in Deutschland auch bei Fischprodukten, frischen Eiern sowie seit 2018 von Textilien aus nachhaltiger Baumwolle.

Unser Ziel ist es, unsere Angebote an Fairtrade-Produkten in allen Ländern weiter auszubauen. 2018 hatten wir unternehmensgruppenweit 90 Fairtrade-zertifizierte Produkte in unserem Sortiment – ein Plus von 23 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 2018 war ALDI Belgien zudem führender Fairtrade-Einzelhändler: Kein anderer belgischer Lebensmitteleinzelhändler generierte eine höhere Fairtrade-Prämie.

### GEMEINSAM AUF „VERPACKUNGSMISSION“

Abfallvermeidung ist eine wesentliche Säule nachhaltiger Entwicklung. Verpackungsabfälle machen den größten Teil des gesamten Abfalls bei ALDI Nord aus. 2018 haben wir daher in Deutschland die „Verpackungsmision“ für unsere Eigenmarken-Produktverpackungen gestartet. Bis zum Jahr 2025 möchten wir das Gesamtgewicht unserer Eigenmarkenverpackungen in Deutschland – relativ zum Umsatz – um 30 Prozent reduzieren (Basisjahr 2015). Bis 2022 sollen 100 Prozent unserer Eigenmarkenverpackungen recyclingfähig sein. Die unternehmensgruppenweite Ausweitung ist ein nächster Schritt.

Um unsere Ziele zu erreichen, setzen wir auf das Prinzip „Vermeiden, Wiederverwenden und Recyceln“. Wo immer es möglich ist, versuchen wir, auf Verpackungen zu verzichten. So möchten wir auch die Verpackungsmenge im Bereich Obst und Gemüse größtmöglich reduzieren und noch mehr Artikel unverpackt anbieten. Dabei achten wir

natürlich darauf, dass die Produktqualität erhalten bleibt und Lebensmittelverluste vermieden werden. Mit dem Kampagnenlogo der ALDI „Verpackungsmision“ werden wir zukünftig ökologisch vorteilhafte Verpackungen auch für unsere Kunden kenntlich machen.

Wir streben an, in naher Zukunft internationale Verpackungsziele für die gesamte Unternehmensgruppe zu erarbeiten. So wollen wir ein einheitliches Statement im Kampf gegen den Verpackungsmüll setzen und einen Beitrag zur Förderung der Kreislaufwirtschaft leisten. Auch unsere Internationale Holz-Einkaufspolitik enthält klare Ziele für das Thema Verpackungen. Zudem erarbeiten die ALDI Gesellschaften in den Ländern teilweise eigene Strategien zum Thema Verpackungen.

Dank Mehrwegsystemen bei unseren Transport- und Umverpackungen sowie Mehrwegkisten für unsere Obst- und Gemüseprodukte sparen wir bereits 62 Millionen Einweg-Pappkartons und rund 22.000 Tonnen CO<sub>2</sub> im Jahr ein. Sofern Einwegverpackungen unverzichtbar sind, um unsere Waren beim Transport ausreichend zu schützen, werden Folien und Kartons aus recycelbaren und nachhaltigen Materialien genutzt, die zu 100 Prozent wiederverwertet werden. Darüber hinaus bestehen die Einwegkartons bei vielen ALDI Gesellschaften in den Ländern bereits teilweise aus recyceltem und/oder zertifiziertem Material.

Zudem haben wir uns zum Ziel gesetzt, den Grundgedanken der Kreislaufwirtschaft durch entsprechende Projekte zu fördern. 2019 haben wir den „ALDI Trennhinweis“ entwickelt und werden diesen in Deutschland sukzessive auf unseren Verpackungen bei Eigenmarken einführen. Dieser



[← Zurück](#)[Inhalt](#)[Vorwort](#)[Highlight-Kennzahlen](#)[CR-Programm im Überblick](#)[Menschenrechte](#)[Arbeitsnormen](#)

## UMWELTSCHUTZ

- Klimaschutz in Gebäuden
- Kooperation für Klimabildung in Schulen
- Kaffee: Umweltschutz vor Ort
- Textilien: Herstellungsverfahren und Projekte am Ursprung
- Unsere neue Wasserschutzpolitik
- Bewusstsein schaffen
- Nachhaltigere Sortimente
- **Gemeinsam auf „Verpackungsmission“**

[Korruptionsbekämpfung](#)[Über diesen Bericht](#)[Impressum & Kontakt](#)

Hinweis klärt unsere Kunden über die korrekte Wertstofftrennung der einzelnen Verpackungsbestandteile auf. So leisten wir einen Beitrag zur Erhöhung der Recyclingquoten und zur notwendigen Verbraucheraufklärung. Zudem verpflichten wir uns im Rahmen des „Recycled Polyester Commitment“ der Organisation Textile Exchange, bis 2020 unseren Anteil an rPET (recyceltes Polyester) auf 25 Prozent zu erhöhen (Basis 2016). Im Bereich Textilien und Schuhe setzen wir bereits recycelte Fasern ein.

Ende 2018 wurden darüber hinaus in Belgien, Deutschland, Luxemburg und den Niederlanden sämtliche Tragetaschen auf das Mehrwegprinzip umgestellt und Einweg-Plastiktragetaschen flächendeckend abgeschafft. Auf diese Weise sparen wir 1.660 Tonnen Kunststoff pro Jahr ein. Aus den Erlösen durch den Abverkauf der letzten Einwegtaschen werden in Deutschland und den Niederlanden nachhaltige Projekte gefördert.

Um das Thema nachhaltige Verpackungen und Plastikreduktion in unserer Branche voranzutreiben, unterstützen wir junge Start-up-Unternehmen, die innovative Ideen für nachhaltigere Verpackungslösungen entwickeln. Gemeinsam mit dem Start-up-Accelerator-Programm „TechFounders“ werden wir in einem ersten Schritt Start-ups für innovative Kooperationsprojekte identifizieren. Im Mittelpunkt steht dabei nicht nur die finanzielle Unterstützung der Start-ups: Im Zuge der Partnerschaft wird ALDI Nord den Teilnehmern auch als Impulsgeber und Mentor zur Seite stehen.

Als Lebensmittelhändler spielt für uns die Vermeidung von Lebensmittelverlusten eine zentrale Rolle. Grundsätzlich disponieren wir Waren so, dass möglichst wenige Verluste entstehen. Etwaige Überschüsse werden nach Möglichkeit in Form von sogenannten Lebensmittelspenden zur Verfügung gestellt. Die ALDI Gesellschaften in den Ländern arbeiten dazu mit nationalen Lebensmittelbanken zusammen, teilweise bereits seit vielen Jahren. Diese Zusammenarbeit bauen wir stetig aus. Insbesondere in Dänemark und Portugal konnte 2018 der Anteil an Filialen, die Lebensmittel spenden, signifikant gesteigert werden: In Belgien, Luxemburg sowie Portugal stellten 100 Prozent der Filialen Lebensmittelspenden zur Verfügung, in Dänemark konnte der Anteil von 18,1 auf 56,3 Prozent gesteigert werden. Im Berichtsjahr spendeten unternehmensgruppenweit insgesamt 77,3 Prozent unserer Filialen nicht mehr verkaufsfähige, aber noch verzehrfähige Lebensmittel (2017: 75 Prozent).



## INHALTE

Wertorientierte  
Unternehmensführung

Unser Compliance-Verständnis

Strukturiertes Compliance-  
Management-System

# Korruptionsbekämpfung

„Auf unser Wort ist Verlass.“ – so steht es in unserem Unternehmensleitbild. Daher erwarten wir von allen Mitarbeitern und Geschäftspartnern ein verantwortungsbewusstes und verlässliches Handeln. Es gelten klare Standards für ein ethisch einwandfreies und regelkonformes Verhalten.

**10** Prinzip:  
Maßnahmen gegen  
Korruption

← Zurück

Inhalt

Vorwort

Highlight-Kennzahlen

CR-Programm im Überblick

Menschenrechte

Arbeitsnormen

Umweltschutz

## KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

- Wertorientierte Unternehmensführung
- Unser Compliance-Verständnis
- Strukturiertes Compliance Management-System
- Verankerung im Unternehmen

Über diesen Bericht

Impressum & Kontakt

## WERTEORIENTIERTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

„Einfach. Verantwortungsbewusst. Verlässlich.“ – diese Werte leiten unser Handeln. Sie sind in unserem Unternehmensleitbild „Einfach ALDI“ als Standard für ALDI Nord festgeschrieben. Das Leitbild gibt rund 74.000 ALDI Mitarbeitern eine klare Orientierung. Die ebenfalls für die gesamte Unternehmensgruppe gültige Corporate Responsibility (CR)-Policy schließt an das Unternehmensleitbild an. Sie formuliert unser CR-Verständnis und gibt vor, in welchen Handlungsfeldern unsere unternehmerische Verantwortung umgesetzt wird. In unserem CR-Programm definieren wir klare Ziele für alle Handlungsfelder. Unsere Fortschritte kommunizieren wir unter anderem im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung.

## UNSER COMPLIANCE-VERSTÄNDNIS

Unsere Werte „Einfach. Verantwortungsbewusst. Verlässlich.“ beschreiben auch das Compliance-Verständnis der Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI Nord. Im Unternehmensleitbild „Einfach ALDI“ steht: „Auf unser Wort ist Verlass.“ Von allen ALDI Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird daher ein verantwortungsbewusstes und verlässliches Handeln erwartet. Standards, Richtlinien und Verträge müssen eingehalten werden. So ist es auch in unseren „Compliance-Zielen“ verankert, die den Führungskräften ausgehändigt werden.

Die Mitarbeiter bei ALDI Nord finden im Unternehmensleitbild sowie dem Compliance-Management-System (CMS) klare Standards für ein ethisch einwandfreies und regelkonformes Verhalten. Die Verantwortung für die Einhaltung der Compliance-Standards liegt bei den jeweiligen Führungskräften. Die Einhaltung wird von diesen im Zuge von angemessenen Kontrollen überprüft, die in unserem CMS definiert sind.

Das Verhältnis zwischen Lieferanten und ALDI Gesellschaften ist jeweils in den Allgemeinen Einkaufsbedingungen (AGB) klar geregelt. Wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen seitens der Lieferanten und Hersteller sind untersagt, für Verstöße sind Sanktionen vorgesehen. In den AGB sind auch die Compliance-Anforderungen an die Vertragspartner definiert. Dienstleister müssen zudem den Verhaltenskodex für die Beachtung von Sozialstandards bei der Erbringung von Bau-, Werk- und Dienstleistungen für ALDI Nord einhalten.

Ergeben sich belastbare Anhaltspunkte für einen Verstoß gegen diese Regelungen – sei es durch einen Lieferanten oder durch einen ALDI Mitarbeiter – stellen Compliance-Manager eine umfassende Aufklärung des Vorgangs sicher. Verstöße werden bei ALDI Nord konsequent verfolgt.

## STRUKTURIERTES COMPLIANCE-MANAGEMENT-SYSTEM

Das Compliance-Management-System (CMS) als Standard für ALDI Nord soll allen Mitarbeitern helfen, unserer gemeinsamen Erwartungshaltung jederzeit gerecht zu werden. Oberste Zielsetzung ist es, den nachhaltigen Erfolg der Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI Nord zu sichern und zu fördern sowie Schaden von ihnen abzuwenden. Das CMS wird international den ALDI Gesellschaften zur Verfügung gestellt. Landesbezogene Anpassungen erfolgen im Austausch mit den jeweils verantwortlichen Personen der ALDI Gesellschaften in den jeweiligen Ländern. Als Teil des CMS haben wir Ende 2018 mit unseren Hinweisgebersystemen (Whistleblowing) weitere Meldekanäle geschaffen, über die Hinweise zu Compliance-Verstößen in der Unternehmensgruppe ALDI Nord – auch anonym – gemeldet werden können. Sämtliche Verstöße gegen geltendes Recht und interne Vorgaben (zum Beispiel Korruption, Wettbewerbsverstöße und ethisches Fehlverhalten, aber auch Missachtung von Arbeitsschutzvorschriften, Sozialstandards und Menschenrechten) können hierüber gemeldet werden. Die Hinweisgebersysteme sind über die Webseiten rund um die Uhr für Interne und Externe erreichbar.

## VERANKERUNG IM UNTERNEHMEN

Um alle ALDI Mitarbeiter für die Bedeutung des Themas Compliance zu sensibilisieren, werden verschiedene Schulungen durchgeführt. Neue Mitarbeiter werden zu Beginn ihres jeweiligen Arbeitsverhältnisses zu den maßgeblichen Richtlinien der Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI Nord geschult. Darüber hinaus nehmen in Deutschland Mitarbeiter der ALDI Einkauf aus den Abteilungen Einkauf, Qualitätswesen, CR und Unternehmenskommunikation regelmäßig an Trainings teil. Dabei stehen Themen wie Kartellrecht, unlauterer Wettbewerb, Schutz von Betriebs- und Geschäftsheimnissen, Korruptionsvermeidung und Anforderungen der Supply Chain Initiative auf der Agenda. Auch in den Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI Nord in den anderen Ländern finden hierzu Schulungen statt. Anfang 2018 haben wir in Deutschland Trainings für rund 700 Führungskräfte der einzelnen Regionalgesellschaften zum CMS und zum IT-Tool durchgeführt. Diese Führungskräfte können nun ihrerseits die Mitarbeiter in den Regionalgesellschaften schulen.

[← Zurück](#)[Inhalt](#)[Vorwort](#)[Highlight-Kennzahlen](#)[CR-Programm im Überblick](#)[Menschenrechte](#)[Arbeitsnormen](#)[Umweltschutz](#)[Korruptionsbekämpfung](#)**[ÜBER DIESEN BERICHT](#)**[Impressum & Kontakt](#)

# Über diesen Bericht

Mit dem vorliegenden Zwischenbericht informieren wir unsere internen und externen Anspruchsgruppen transparent über die Nachhaltigkeitsfortschritte der Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI Nord. Der Bericht und seine Struktur sind an die Empfehlungen des United Nations Global Compact (UNGC) angelehnt und entsprechen der geforderten Fortschrittsberichterstattung. Der Bericht deckt die vier Bereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung und die entsprechenden zehn Nachhaltigkeitsprinzipien ab. Die nächste Nachhaltigkeitsberichterstattung erfolgt 2020.

Herausgeberin des Berichts ist die ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, Essen (im Folgenden: ALDI Einkauf). Gesellschafter der ALDI Einkauf sind insbesondere die ALDI GmbH & Co. KGs, die in Deutschland einen Gleichordnungskonzern bilden. Die ausländischen ALDI Gesellschaften sind Lizenznehmer der ALDI Einkauf. All diese rechtlich selbstständigen Unternehmen bilden die Unternehmensgruppe ALDI Nord, die Gegenstand des Berichts ist. Abweichungen bei einzelnen Kennzahlen oder Inhalten werden entsprechend ausgewiesen. Der Einkauf von Ware für ALDI Luxemburg erfolgt über die insoweit beauftragte Einkaufs- und Logistikabteilung von ALDI Belgien. Bei ALDI Luxemburg und ALDI Belgien handelt es sich jedoch um rechtlich selbstständige Gesellschaften, die aus Gründen der Vereinfachung in diesem Bericht regelmäßig zusammengefasst dargestellt werden. Der Berichtszeitraum erstreckt sich vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2018. Redaktionsschluss ist der 31. März 2019.

Der Bericht liegt im PDF-Format auf Deutsch und in weiteren Sprachen vor. Zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichten wir auf geschlechtsbezogene Mehrfachbenennungen sowie die Ausweisung der Rechtsform.

Alle Inhalte des Berichts befinden sich auch auf unserer Plattform [www.cr-aldinord.com](http://www.cr-aldinord.com). Dort finden Sie Downloaddokumente und erläuternde Zusatzinformationen sowie unsere bisherige Nachhaltigkeitsberichterstattung (2015–2017).

[← Zurück](#)[Inhalt](#)[Vorwort](#)[Highlight-Kennzahlen](#)[CR-Programm im Überblick](#)[Menschenrechte](#)[Arbeitsnormen](#)[Umweltschutz](#)[Korruptionsbekämpfung](#)[Über diesen Bericht](#)

## IMPRESSUM & KONTAKT

# Impressum & Kontakt

## HERAUSGEBERIN

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG  
Eckenbergstraße 16A  
45307 Essen

## VERANTWORTLICH

Rayk Mende  
Geschäftsführer Corporate  
Responsibility / Quality  
Assurance International  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## PROJEKTMANAGEMENT

Katharina Kücherer  
Managerin Corporate  
Responsibility / Quality  
Assurance International  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Sarah Mager  
Managerin Corporate  
Responsibility / Quality  
Assurance International  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## KONTAKT

[cr-reporting@aldi-nord.de](mailto:cr-reporting@aldi-nord.de)

## REDAKTIONSSCHLUSS

31. März 2019

## KONZEPT / REDAKTION / GESTALTUNG

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg



[cr-aldinord.com](http://cr-aldinord.com)

Allen Kollegen sowie allen weiteren Beteiligten, die an der Erstellung dieses Berichts mitgewirkt haben, danken wir für die Unterstützung.

## BERICHTSSPRACHE

Die Berichtssprache ist Deutsch. Der aktuelle Bericht ist daneben noch in weiteren Sprachen erhältlich. Bei Abweichungen zwischen der deutschen Originalfassung und den übersetzten Versionen und in sonstigen Zweifelsfragen ist immer die deutsche Originalfassung maßgeblich.

## HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Dieser Bericht enthält Aussagen, die sich auf die zukünftige Entwicklung der Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI Nord beziehen. Diese Aussagen stellen Einschätzungen dar, die auf Basis der ALDI Nord zum gegenwärtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen wurden. Die tatsächlichen Entwicklungen können von den derzeitigen Einschätzungen abweichen. Die Unternehmen der Unternehmensgruppe ALDI Nord können daher keine Haftung für diese Aussagen übernehmen.

## ZWISCHENBERICHT 2018 DER UNTERNEHMENSGRUPPE ALDI NORD<sup>1</sup>

Diesen Bericht finden Sie auch im Internet auf unserer Nachhaltigkeitsplattform unter [cr-aldinord.com](http://cr-aldinord.com). Hier stellen wir Ihnen viele weitere interessante Inhalte, Kennzahlen, Highlights und Downloadmöglichkeiten zur Verfügung.

Verfügbare Sprachen des  
Zwischenberichts 2018  
(PDF):

Deutsch  
Englisch  
Französisch  
Polnisch  
Portugiesisch  
Spanisch

<sup>1</sup>Zur rechtlichen Organisation der Unternehmensgruppe siehe Abschnitt „Über diesen Bericht“.



[cr-aldinord.com](http://cr-aldinord.com)