



Mehr
fürs Leben.

ALDI SUISSE

Nachhaltigkeits- update



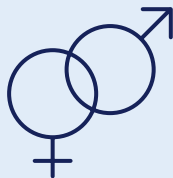
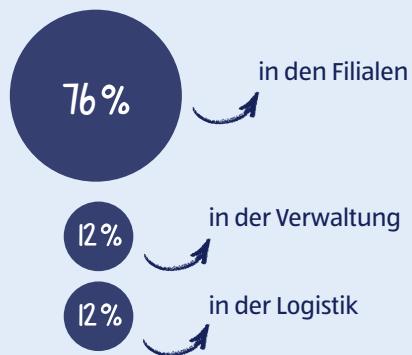
Mehr als
Versprechen

↙
Inklusive Handeln

Mitarbeitende

Über 3'300

Mitarbeitende, davon 243 Lernende



69 % Frauen
31 % Männer

22 Mitarbeitende
für ALDI SUISSE in

7 Ländern

und auf

4 Kontinenten

im Auslandseinsatz



70 Lernende,

die 4 Filialen je eine Woche
geführt haben

Unser Produktsortiment

Rund **1'600** Artikel des täglichen Bedarfs
5'500 Aktionsartikel ergänzen das Stan-
dardsortiment

90 % Exklusivmarken
10 % Markenprodukte



3 Verteilzentren in
Schwarzenbach (SG), Domdidier
(FR) und Perlen (LU)

217 Filialen
12 Neueröffnungen

Mindestlohn

4'386 CHF

(x 13)

Höchster Mindestlohn im
Schweizer Lebensmittel-
detailhandel

Wusstest du...?

das

600'000 ALDI-Bienen

unsere 3 Bienenhäuser bevölkern?

HANDELN MIT VERANTWORTUNG

ALDI SUISSE ist sich seiner unternehmerischen Verantwortung als Schweizer Detailhändler bewusst. International und national setzen wir auf Strategien, um auch für zukünftige Generationen Ressourcen sicherzustellen.



Das Detailhandelsunternehmen ALDI SUISSE hat sich als Teil der ALDI SÜD-Gruppe in der Schweiz zu einer starken Marke entwickelt und ist aus dem Markt nicht mehr wegzu-denken. Verantwortungsvolles Handeln bildet dabei die Basis unseres Unternehmenserfolges. Wir verpflichten uns deshalb zu einer verantwortungsvollen Unternehmensführung, die in unseren Corporate Responsibility (CR)-Grundsätzen festgehalten ist.

Zusammenspiel von internationalem und nationalem Nachhaltigkeitsengagement

Die internationale Corporate Responsibility-Abteilung (CRI) analysiert Zukunftsentwicklungen und bündelt und koordiniert strategische wie auch operative Themen im Nachhaltigkeitsbereich. CRI hält auch den Kontakt zu internationalen Stakeholdern und vertritt die Landesorganisationen der Unternehmensgruppe ALDI SÜD in internationalen Gremien und bei Multi-Stakeholder-Initiativen wie BSCI. ALDI SUISSE ist

national ebenfalls vernetzt, beispielsweise mit dem Sojanetzwerk Schweiz oder der Schweizer Kakaoplattform.

Ziele und Evaluation

In den Strategien zur Implementierung der CR-Grundsätze innerhalb der einzelnen Handlungsfelder sind internationale Ziele mit Indikatoren definiert, die der Unternehmensgruppe ALDI SÜD Orientierung bieten. Über die internationalen Ziele hinaus definiert ALDI SUISSE eigene Zielsetzungen und entwickelt wirksame Massnahmen und CR-Aktivitäten über das internationale Vereinbarte hinaus.

Die Überprüfung und Fortschrittmessung wird jährlich vorgenommen und von allen Landesorganisationen an CRI rapportiert. Die Zusammenfassung dieser Fortschrittsberichte ist die Basis für das internationale Reporting. Die aktuelle Datenabfrage kann über die Nachhaltigkeitsplattform von ALDI SUISSE heutefürmorgen.ch oder über das interna-

tionale CR-Portal cr.aldisouthgroup.com heruntergeladen werden.

Starkes Handeln mit klaren Vorgaben

Verbindliche Leitlinien für ein verantwortungsvolles Handeln werden zudem durch unseren Verhaltenskodex, den Compliance-Richtlinien und -Schulungen sowie weiteren Compliance-Massnahmen unseren Mitarbeitenden sowie unseren Geschäftspartnern auferlegt. Durch diese eigenen, bindenden Ansprüche als verantwortungsvolles und nachhaltiges Unternehmen werden wir auch unserer Verpflichtung gegenüber der Gemeinschaft und Schweizer Gesellschaft gerecht.

LIEBE LESERINNEN UND LESER

Nachhaltig zu handeln, das bedeutet, heute bereits an morgen zu denken. Nicht nur mich treiben aktuelle Fragen rund um nachhaltiges Wirtschaften und den verantwortlichen Umgang mit globalen Ressourcen um – unsere Kundinnen und Kunden wünschen sich umweltfreundlich und sozial verantwortlich hergestellte Produkte zu einem fairen Preis. Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsinitiative «HEUTE FÜR MORGEN» übernehmen wir als Detailhändler durch unsere Zusammenarbeit mit Produzenten und Lieferanten bewusst Verantwortung. Dadurch möchten wir langfristige Veränderungen bewirken und nachhaltiges Handeln entlang der Wertschöpfungskette fest verankern.

In diesem ALDI SUISSE-Nachhaltigkeitsupdate stellen wir unsere gemeinsamen Erfolge in Sachen Nachhaltigkeit 2019 vor und beleuchten die wichtigsten Entwicklungsschritte in den fünf Handlungsfeldern Kunden, Lieferkette, Mitarbeitende, Gesellschaft und Umwelt. Insbesondere in den Bereichen Klima- und Umweltschutz, verantwortungsbewusster Konsum und nachhaltige Beschaffung haben wir bedeutsame Erfolge zu verzeichnen. Ich bin stolz darauf, dass schweizweit alle unsere Standorte klimaneutral operieren und wir die grösste durchgehende Photovoltaikanlage der Schweiz auf dem Dach des Verteilzentrums in Perlen (LU) einweihen konnten. Auch in gesellschaftlichen Anliegen konnten wir neue wertvolle Partner und vielversprechende Projekte zum Wohl von Menschen in Not und für bessere Bildungschancen von Kindern und Jugendlichen gewinnen.

Natürlich wollen wir uns auch in Zukunft nicht auf den bisherigen Erfolgen ausruhen, sondern aufgrund unserer Unternehmensstrategie einen nachhaltigen Wandel vorantreiben. Wir setzen daher weiterhin auf ganzheitliche Massnahmen, die eng auf unser Kerngeschäft abgestimmt sind. Zum Beispiel haben wir uns im Rahmen der «ALDI Verpackungsmission» vorgenommen, bis 2025 den Materialeinsatz bei Verpackungen unserer Eigenmarken, die exklusiv bei uns erhältlich sind, um 25 Prozent zu reduzieren. Zudem möchten wir unser Ange-

bot an Bio-Produkten, Fairtrade Max Havelaar-Artikeln und regionalen sowie saisonalen Lebensmitteln weiter ausbauen. Im Non Food-Bereich werden wir beispielsweise unser Baumwollsortiment bis 2025 vollständig auf nachhaltige Herkunft umstellen. Dank der vielen weiteren Zielsetzungen dürfen sich unsere Kundinnen und Kunden künftig über noch mehr Transparenz bei unseren Produkten und nachhaltigen Aspekte unseres Engagements freuen.

Alles Wissenswerte rund um unsere Nachhaltigkeits-Erfolge aus 2019 erfahren Sie in dieser Broschüre. Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.



Jérôme Meyer

Landesgeschäftsführer
Schweiz

INHALTSVERZEICHNIS

Handlungsfelder	2
Projekte ALDI SUISSE	4
Kunden	6
Lieferkette – Produktion	10
Lieferkette – Rohstoffe	12
Lieferkette – Verantwortungsvolle Beschaffung	14
Mitarbeitende	16
Gesellschaft	20
Umwelt	24
Ziele Lieferkette und Umwelt	28
Labelübersicht	30
Meilensteine	32



gedruckt in der
schweiz



Impressum

September 2020
ALDI SUISSE AG, CH-9536 Schwarzenbach
Grafik: Büro Haeberli, CH-8003 Zürich
Druck: Appenzeller Druckerei, CH-9100 Herisau

Mehr als
Orientierung



Inklusive Umsetzung

UNSERE FÜNF HANDLUNGSFELDER

Nachhaltiges Handeln hat einen beachtlichen Einfluss auf die Umwelt, Kundinnen und Kunden, Lieferkette, Mitarbeitende und die Gesellschaft. Eine wertvolle Orientierung und einen verbindlichen Handlungsrahmen für unsere Tätigkeit und diejenige unserer Geschäftspartner bilden fünf Handlungsfelder.

Umwelt

Unser unternehmerisches Handeln hat erheblichen Einfluss auf Klima und Umwelt. Wir übernehmen Verantwortung – nicht nur im Rahmen unserer Einkaufspolitik, sondern auch für unseren Geschäftsbetrieb: vom Bau und dem Betrieb unserer Gebäude über den Warentransport bis hin zum Wertstoffmanagement.

Gesellschaft

ALDI SUISSE ist Teil der Gesellschaft. Verantwortung heisst für uns, mit unseren Fähigkeiten und Ressourcen über unser Kerngeschäft hinaus einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. Wir engagieren uns für die Themen Gesundheit, Bildung und ökologische Anliegen mit dem Ziel, einen Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung zu leisten.



Mitarbeitende

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind der Schlüssel zu unserem Erfolg. Sie sind es, die sich Tag für Tag für das Unternehmen einsetzen. Wir geben unseren Mitarbeitenden Verantwortung, Freiräume für selbstständige Entscheidungen und Weiterentwicklung. Teilzeit-Arbeitsmodelle, sichere und moderne Arbeitsplätze sowie ein attraktives Gehalt zeichnen uns als Arbeitgeber aus.

Kundinnen und Kunden

Die Sicherheit, Gesundheit und das Wohlergehen unserer Kundschaft liegt uns am Herzen. Wir bieten nicht nur gute Qualität zum bestmöglichen Preis-Leistungsverhältnis, sondern auch ein ausgewähltes Sortiment mit nachhaltigen Alternativen, das sich an Kundenbedürfnissen orientiert. Wir ermöglichen bewusste Kaufentscheidungen, indem wir transparent und klar mittels Produktkennzeichnung und direkter Kommunikation informieren.

Lieferkette

Vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt in der Filiale achten wir auf die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Nachhaltigkeitskriterien sowie bei tierischen Produkten auf Aspekte des Tierwohls. Gemeinsam mit unseren Lieferanten arbeiten wir an einer erhöhten Transparenz in der Lieferkette und engagieren uns dafür, die Lebens- und Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette zu verbessern.

Mehr als Projekte

Eine Auswahl unserer weltweiten Projekte für ökologische, ökonomische oder soziale Verbesserungen



Inklusive Hilfe vor Ort

Schweiz



Honduras



Honduras

FAIRTRADE KAFFEE

Wir unterstützen in Zusammenarbeit mit Fairtrade und örtlichen Netzwerken den Kaffeeanbau. Kleinbäuerinnen und -bauern werden dabei geschult, mit den Folgen des Klimawandels umzugehen, die Möglichkeiten für die eigene Weiterverarbeitung der Rohstoffe auszubauen und in die Verbesserung der Strukturen und Prozesse in den Kooperativen zu investieren.
ALDI Coffee Project seit 2016 mit Fairtrade International, CLAC und CHPP

Côte d'Ivoire



Malawi

Namibia



Malawi



Madagaskar



Bangladesch



Namibia

HOLZKOHLE AUS DORNBUSCHEN

Die Verbuschung zählt zu den grössten ökologischen Problemen in Namibia und bedroht die Lebensgrundlage von Tieren und Menschen. Die FSC-zertifizierte Holzkohle wird im Rahmen der Buschbekämpfung in Namibia hergestellt und ist bei ALDI SUISSE als Saisonartikel erhältlich.
ALDI Holzkohle Projekt seit 2019 mit FSC

Bangladesch

MITBESTIMMUNG IN TEXTILFABRIKEN

Durch das ALDI Factory Advancement Project (AFAP) werden nachhaltig Arbeitsbedingungen verbessert. In mehrjährigen Projektaktivitäten lernen Arbeiter und Manager, Probleme aus dem Arbeitsleben zu identifizieren und gemeinsam Lösungen zu finden, die ihren beiderseitigen Bedürfnissen entsprechen.
AFAP seit 2013 für 40 Textilfabriken

Schweiz

UNTERSTÜTZUNG VON ARMUTSBETROFFENEN FAMILIEN

Der «Fonds für armutsbetroffene und -gefährdete Familien in der Schweiz» hilft Familien, Kindern und Jugendlichen finanzielle Hürden zu überwinden.
Seit 2012 mit Caritas Schweiz

nen ein. Jedes Kind in der Schweiz soll sein Potenzial bestmöglich entfalten können.
Früh- und Leseförderung seit 2018 mit dem Verein a primo

BIO-WEIDEMAST FÜR RINDER

ALDI SUISSE initiiert mit dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) ein Projekt zur Reduktion von Antibiotika in der Weidmast und zur nachhaltigen Nutzung der männlichen Milchrasse-Kälber.
Seit 2018 mit dem FiBL

KINDER BESTIMMEN IN DER GEMEINDE MIT

Die UNICEF Initiative «Kinderfreundliche Gemeinde» hilft Gemeinden, die Kinderrechte im direkten Lebensumfeld von Kindern umzusetzen und die Gemeinden dadurch kinderfreundlicher zu gestalten.
Seit 2017 mit UNICEF Schweiz und Liechtenstein

SNOW4FREE

Kinder sollen sich bewegen und durch Spiel und Spass gesund aufwachsen. Mit Unterstützung von ALDI SUISSE kommen Kinder mit dieser Initiative in den Genuss von kostenlosem Wintersport mit Skipass und Material sowie Kursen und Betreuung – alles inklusive.
Wintersportinitiative für Kinder, 2005 lanciert von Bernhard Russi mit der Clemen-Stiftung

SPIELEND LERNEN

Der Verein a:primo setzt sich schweizweit für die frühe Förderung von Kindern in sozial belasteten Situa-

Mehr als
Einkaufen

Inklusive
Verantwortung



**fast
200**
vegane oder
vegetarische Produkte

Sensibilisierung zum **Umgang** im Haushalt: zum sparsamen Energieverbrauch, zur **Food Waste-Problematik** und korrekten Entsorgung von Bioabfall



ALDI SUISSE bekennt sich zu verantwortungsvoller Vermarktung von Tabak und E-Zigaretten und unterzeichnet **den Codex** des Schweizerischen Tabakwarenhandels zum **besseren Jugendschutz.**

Unterzeichnung der Fortsetzung der Erklärung von Mailand und Beschluss zu einer weiteren Reduktion des zugesetzten **Zuckers** bis 2024 sowie die Erweiterung der Erklärung von Mailand auf andere Lebensmittelgruppen und **Salz**



Umfassende Produktsicherheit und hohe Qualitätsstandards für alle Produkte durch

Prüfung von **unabhängigen Laboren**



Produktinformationen, wie Nährwertangaben, Labels, Entsorgungspiktogramme für die Verpackungsmaterialien und erste Produkte mit der Lebensmittelampel «Nutri-Score», sorgen für mehr **Transparenz und eine bewusste Einkaufsentscheidung.**



Rezeptideen für ausgewogene Mahlzeiten

Mit **«Check your Product»** mehr über die Herkunft erfahren

- Fisch und Meeresfrüchte
- Fleisch
- «Iss Reif»-Früchte
- Nature Suisse
- Soja ^{NEU}
- Textilien ^{NEU}



UNSERE KUNDINNEN UND KUNDEN IM FOKUS

Täglich verlassen sich unsere Kundinnen und Kunden auf unser Versprechen: gute Qualität zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Unser ganzheitliches Qualitätsverständnis umfasst die Sicherheit, Gesundheit und das Wohl der Kundinnen und Kunden ebenso wie die Umwelt- und Sozialverträglichkeit der Produkte und ihrer Herstellung.



Verantwortungsvolles Marketing

Um unserer Verantwortung gegenüber den Kundinnen und Kunden gerecht zu werden, setzen wir auf eine freiwillige Selbstverpflichtung, die über gesetzliche Bestimmungen hinausgeht. Darin definieren wir unsere Grundsätze und Massnahmen für Werbung und Verkauf von Food und Non Food-Artikeln. Der Kinder- und Jugendschutz liegt uns besonders am Herzen und leitet uns in der Gestaltung und dem Einsatz unserer Werbemittel.

Werbefotos

- ✓ Wir bilden Kinder nur in Zusammenhang mit gesunden Produkten ab.
- ✓ Unsere Werbemittel zeigen die Diversität unserer Kundinnen und Kunden, möglichst ohne stereotypische Genderrollen und anderen Vorurteilen.

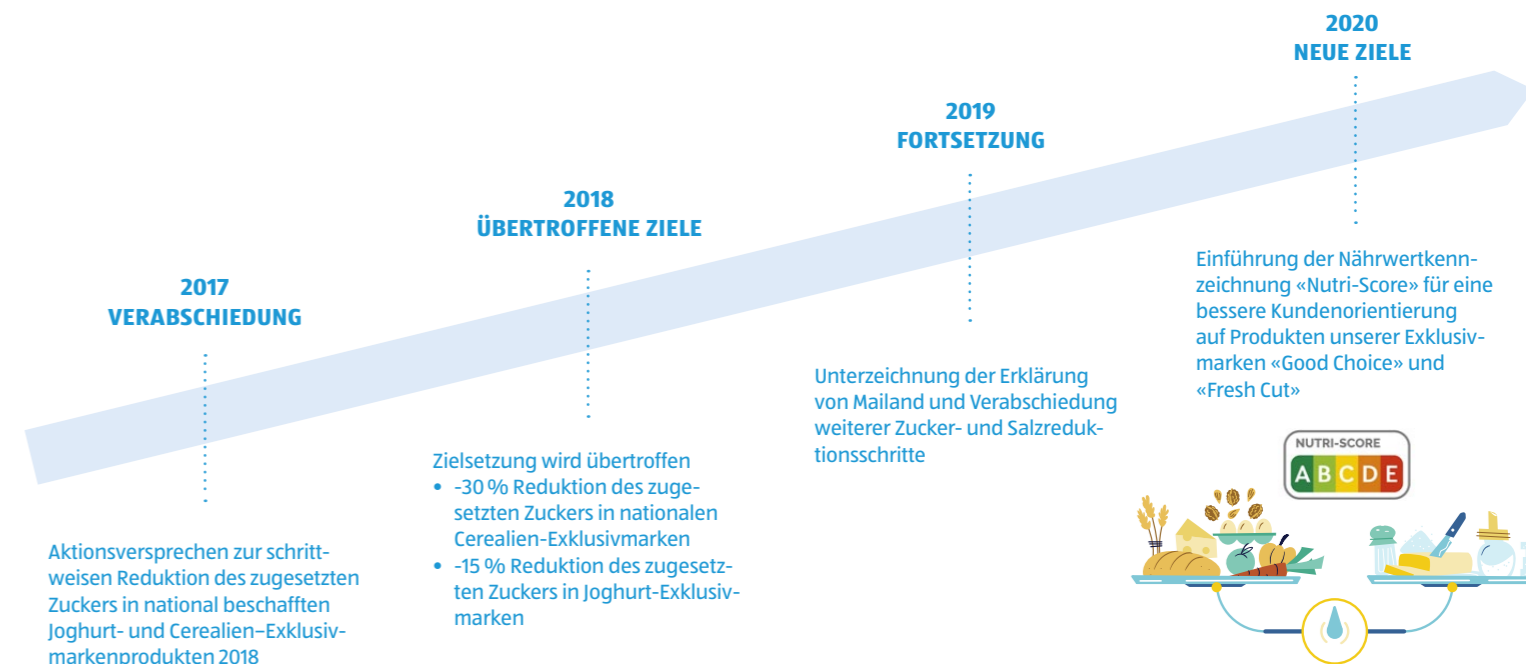
Bewerbung von Alkoholika und Tabak

- ✓ Wir achten darauf, dass an Kinder gerichtete Produkte nicht auf derselben Werbefläche wie Alkoholprodukte beworben werden.
- ✓ Wir verzichten bewusst auf die Bewerbung von Tabak und E-Zigaretten.

Bewerbung gesunder Alternativen

Ein bewusster und ausgewogener Ernährungsstil soll auch preiswert möglich sein, darum lancieren wir regelmässig Informationskampagnen und bieten ein alternatives Sortiment für einen gesunden Lebensstil an.

- ✓ Früchte und Gemüse erhalten wöchentlich Platz in der Werbung.
- ✓ Wir weisen regelmässig auf vegane und vegetarische Alternativen sowie Lebensmittel mit verbesserten Rezepturen hin.



- ✓ Wir bieten ein stetig wachsendes Angebot an Bio-Produkten zu fairen Preisen an.
- ✓ Für eine ausgewogene Ernährung entwickeln wir Rezepte in Zusammenarbeit mit Ernährungsfachleuten.
- ✓ Wir achten auf transparente und klare Produktkennzeichnungen, die eine bewusste Einkaufsentscheidung möglich machen.

Mit actionsanté in die nächste Runde

Laufend erweitern wir Produkte, bei denen die ernährungsphysiologischen Eigenschaften verbessert wurden, die einen gesunden Lebensstil unterstützen oder besondere Ernährungsbedürfnisse berücksichtigen und nachhaltiger hergestellt werden. 2017 wurde eine Analyse des gesamten Food-Sortiments gestartet, um im Rahmen der nationalen Strategie Verbesserungen der Nährwertprofile zu initiieren. Als Partner der Initiative actionsanté verpflichtet sich ALDI SUISSÉ zudem mit einem Aktionsversprechen, sich gemäss dem Leitgedanken «Make the healthy choice, the easy choice.» zu engagieren. Wir setzen

Massnahmen um, damit sich unsere Kundinnen und Kunden besser informiert fühlen und sich ausgewogen, gesund und abwechslungsreich mit dem ALDI SUISSÉ-Sortiment ernähren können.

ACTIONSANTE



Die Schweizer Initiative actionsanté wird vom Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) getragen. Durch freiwillige Aktionsversprechen von Unternehmen zielt actionsanté darauf ab, die Rahmenbedingungen so zu verändern, dass die Wahl gesunder Lebensmittel leichter fällt.

Vertiefte Informationen zu unserem Qualitätsverständnis von Produkten findest du auf heutefürmorgen.ch

Mehr als
Produktion

Inklusive Verantwortung



Detox-Commitment für Textilien und Lederwaren:
Verbot von



11 Chemikalien-
gruppen

sowie unter anderem:

97%

unserer Produktionsstätten für Textilien und Leder verfügen über gültige Abwasser- und Schlammuntersuchungsergebnisse.

Bezug von **Leder** für Hauptbestandteile ausschliesslich aus **Gerbereien**, die von der Leather Working Group **zertifiziert** sind

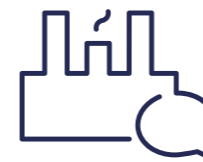


Gültige Auditierung (amfori BSCI oder SMETA) oder Zertifizierung (SA 8000) durch unabhängige Experten bei relevanten Produktionsstätten mit dem «**ALDI Social Monitoring Program**» zur Einhaltung sozialer und ökologischer Standards

Non-Food
100%

Konserven
100%

Umsetzung des
**ALDI Factory
Advancement Projects**
in den relevanten
Produktionsstätten in
Bangladesch



Verabschiedung der Grundsatzklärung zur Achtung von



Menschenrechten

und



Richtlinie gegen Kinderarbeit

Mehr als Rohstoffe

Inklusive Verantwortung



100%
des Rohstoffs Kaffee



stammen von Fairtrade-
oder UTZ-zertifizierten
Farmen.



Für 98%
aller Kakaoprodukte

bei Schokolade/Pralinen,
Gebäck, Saisonartikel Süss-
waren sowie bei Produkten mit
einem Kakaoanteil von über
10% beschaffen wir Kakao
gemäss den Standards von
Fairtrade, UTZ oder
Rainforest Alliance.

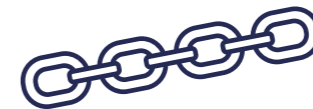
Frischeier
100%
zertifiziert

Eier als Zutat
100%
ohne Käfighaltung

83%

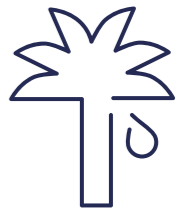
unserer Non-Food-
Produkte mit einem Holz-
oder Papier-
bestandteil sind
FSC®-, PEFC-zertifiziert
oder bestehen aus
100% Recyclingmaterial.

**Lückenlose
Rückverfolgbarkeit**
aller Artikel mit tierischen
Rohstoffen bis zu ihrem
Ursprung von Lieferanten
gefordert



100%

unserer **Grün-, Weiss-
und Schwarztees** sind
Fairtrade- oder UTZ-
zertifiziert.



Palm(kern)öl

RSPO-Zertifizierung sämtlicher
Palmbestandteile

100% Food
100% Non-Food



100%

unseres Fisch- und Meerestiersortiments stammen
aus verantwortungsvollen Quellen.

FOKUS AUF EINER VERANTWORTUNGS- VOLLEN BESCHAFFUNG

Wir setzen uns für die Achtung der Menschenrechte sowie die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen entlang unserer Lieferketten ein. Wir achten darauf, dass unsere Produkte auf nachhaltige Weise erzeugt werden.

Enge Zusammenarbeit mit Lieferanten und Produzenten

Entlang unserer globalen Lieferketten, von der Rohstoffgewinnung bis hin zum finalen Produktionsprozess, berücksichtigen wir ökologische und soziale Kriterien. Gemeinsam mit unseren Geschäftspartnern arbeiten wir an einer erhöhten Transparenz und erwarten von ihnen, dass sie alle unsere Sozial- und Umweltstandards wie zum Beispiel die ALDI «Sozialstandards in der Produktion» einhalten.

Besonderes Augenmerk legen wir auf die Produktionsbedingungen in Ländern, in denen die Einhaltung dieser Standards noch nicht selbstverständlich ist. In diesen Ländern möchten wir zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen und zum Schutz der Umwelt beitragen. Dies tun wir, indem wir einen fortlaufenden Dialog mit unseren Geschäftspartnern führen, gemeinsam Projekte umsetzen und Aktivitäten überwachen, um sicherzustellen, dass unsere Anforderungen in allen für ALDI eingesetzten Produktionsstätten umgesetzt und eingehalten werden.

Am Beispiel Textilien

Der Grossteil unserer Bekleidungs- und Heimtextilien wird in Asien produziert. Bezüglich einer umweltfreundlichen und sozialverträglichen Herstellung dieser Produkte arbeiten wir an einer kontinuierli-



Verbesserte Arbeitsbedingungen dank regelmässiger Besuche in unseren Fabriken

chen Verbesserung. Unser Interesse gilt neben der Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten auch der Überprüfung weiterer Abschnitte unserer Lieferketten, von der Baumwollproduktion über die Garnspinnerei und das Färben bis hin zur Veredelung der Textilien. Bereits 2016 haben wir uns gegenüber dem Detox-Commitment von Greenpeace verpflichtet und verzichten freiwillig bei Textilien und Lederwaren auf 11 Chemikaliengruppen. Baumwolle in unseren Bekleidungs- und Heimtextilien bieten wir spätestens ab 2025 ausschliesslich aus zertifizierten Quellen an.

Unsere Asia-Büros in Bangladesch und Hongkong kontrollieren regelmässig die Umsetzung unserer CR-Anforderungen und die Sozialbedingungen in den Produktionsstätten vor Ort.



Gemeinsame Lösungssuche fördert Engagement und Selbstbewusstsein

Mir ist bewusst geworden, dass meine Meinung und meine Ideen für die Weiterentwicklung meiner Fabrik wichtig sind. Wir haben gelernt, dass wir durch gute Kommunikation und den Dialog jegliche Probleme und Konflikte, die in der Fabrik auftreten, lösen können.



Rabeya, Arbeiterin in einer AFA Project Fabrik

Bangladesch: Das «ALDI FACTORY ADVANCEMENT» Project

Mit dem «ALDI Factory Advancement (AFA) Project» hat die ALDI SÜD-Gruppe gemeinsam mit ALDI Nord ein Instrument etabliert, das einen wirksamen Wandel in Bekleidungsfabriken in Bangladesch vorantreibt.

Seit dem Projektstart im Jahr 2013 entwickeln Arbeitnehmende und Management gemeinsam nachhaltige Lösungen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Bekleidungsfabriken. Die erfolgreiche Umsetzung zeigt, dass:

- ✓ Kooperation am Arbeitsplatz nachhaltige Lösungen ermöglicht.
- ✓ effektive Kommunikation in kooperativem Verhalten und gegenseitigem Verständnis resultiert.
- ✓ die Nutzung des Mitarbeitendenpotenzials positiven Wandel in Fabriken erzeugt.
- ✓ die Produktivität und Qualität gesteigert werden.

Von 2016 bis 2019 stellte das «AFA Project PLUS» den dringenden Bedarf von Fabrikarbeiterinnen an hochwertiger Betreuung für ihre Kinder in den Mittelpunkt der Aktivitäten. Gemeinsam mit lokalen Nichtregierungsorganisationen unterstützten wir die Fortbildung der Erziehungspersonen, des leitenden Personals in den Kindertagesstätten, des Pflegepersonals und der Eltern, die in der Fabrik beschäftigt sind.

- ✓ **85'000** Mitarbeitende sowie Führungskräfte aus **40** Fabriken in Bangladesch
- ✓ **16** Fabriken mit dem AFA Project Plus mit einer Kinderbetreuung

ROHSTOFF-PROJEKTE

Information zu «Sozialstandards in der Produktion», dem «Detox-Commitment», dem «AFA Project», allen Rohstoff-Projekten und Statistiken zu Lieferkette, Rohstoffen und Tierwohl findest du im internationalen Bericht auf cr.aldisouthgroup.com und auf der ALDI SUISE-Nachhaltigkeitsplattform heutefürmorgen.ch



Mehr als
Miteinander

Inklusive Verantwortung



Über

4'000

Aus- und Weiterbildungstagen der ALDI SUISSE Akademie sowie **individuelle Angebote** zur Talentförderung und Weiterentwicklung wie beispielsweise Sprachkurse oder externe Weiterbildungen

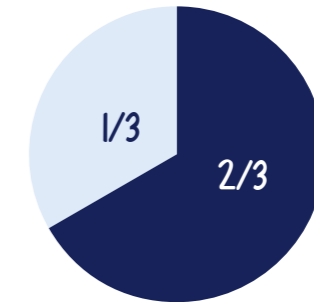
Kostenlose Früchte und Gemüse, Kaffee, Tee und Mineralwasser für die gesunde **Zwischenverpflegung** am Arbeitsplatz



Erhöhung des Vaterschaftsurlaubs
von 2 auf 4 Wochen

Berufliche Vorsorge mit der **ALDI SUISSE Pensionskasse:**

Die Beiträge werden zu 2/3 für Nicht-Leitende Angestellte von ALDI SUISSE finanziert.



Work-Life-Balance
durch flexible
Arbeitszeiten

Blutspendeanlass
sowie
Kostendeckung von
Blutstammzellspenden-
Registrierung
von Mitarbeitenden



Regelmässige
Mitarbeitenden-
befragung



zur kontinuierlichen
Verbesserung des
Arbeitsumfeldes und der
Arbeitsatmosphäre

MITARBEITENDE STEHEN IM MITTELPUNKT



Lernende übernehmen das Ruder für eine Woche in unseren Lernendenfilialen.

Ob im Verkauf oder Einkauf, in der Logistik oder Verwaltung – ein starkes Miteinander, Vertrauen und eine gute Work-Life-Balance sind der Schlüssel zum Erfolg. Unsere Mitarbeitenden profitieren von überdurchschnittlichen Anstellungsbedingungen und flexiblen Arbeitszeitmodellen, zielgerichteten Aus- und Weiterbildungen sowie einem Ausbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements.

Eine Unternehmenskultur im Wandel

Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von Respekt, Fairness und vertrauensvoller Zusammenarbeit. Interdisziplinäre Teams in der Verwaltung arbeiten gemeinsam erfolgreich an abteilungsübergreifenden Projekten für prägende Umsetzungen. Die Umstellung auf das kollegiale «Du» über die ganze ALDI-Welt hinaus ist die logische Folge von diesem positiven Kulturwandel innerhalb des Unternehmens.

«Gemeinsam. Gesund.» für mehr Wohlbefinden am Arbeitsplatz

Gesunde und motivierte Mitarbeitende sind keine Selbstverständlichkeit. Die tägliche Leistung verlangt viel ab. Deshalb untermauert der Ausbau des Gesundheitsmanagements auf drei Ebenen die Wichtigkeit einer guten Work-Life-Balance und unterstützt Mitarbeitende in individuell herausfordernden Lebenslagen.



Mit einem Kochkurs zur richtigen Ernährung während der Arbeit



Bewegung als Ausgleich zum Arbeitsalltag hält gesund.

- ✓ Betrieblicher Arbeitnehmerschutz mit Themen wie **Arbeitssicherheit**, **Arbeitsmedizin** und **Gesundheitsvorsorge**, beispielsweise durch ausführliche Einarbeitung von neuen Mitarbeitenden, **Sicherheitsschulungen** oder kontinuierliche Information
- ✓ **Betriebliche Gesundheitsförderung** mit gesundheitsfördernden Massnahmen wie Bewegungsangeboten und Möglichkeiten zur gesunden Verpflegung, ergonomisch ausgerichteten Arbeitsplätzen oder Schulungen zum Umgang mit körperlicher Belastung im Filial- und Logistikalltag
- ✓ **Betriebliches Eingliederungsmanagement** nach längerer, gesundheitlich bedingter Abwesenheit mit Unterstützungs- und Beratungsangeboten

Motivation durch Aus- und Weiterbildungen

Unsere eigene ALDI SUISSE-Akademie bietet zahlreiche Seminare und Schulungen, die zur Weiterentwicklung und Förderung von Potenzialen unserer Mitarbeitenden führt. Wir fördern zudem auch individuelle Bedürfnisse durch vielfältige Möglichkeiten wie beispielsweise Sprachkurse, fachliche Fortbildungen oder externe Weiterbildungen.

Begleitet und gefördert: unsere Lernenden

Auch unsere Lernenden sind vom ersten Tag an Teil des Teams - ob im Verkauf, in der Verwaltung, Informatik oder Logistik. Sie überneh-

men rasch verantwortungsvolle Aufgaben und wachsen mit einer engen Betreuung in die Welt des Handels hinein. So werden in kleinen Gruppen in allen drei Sprachregionen regelmässig relevante Themen in Begleitung einer Ausbildungsleitenden diskutiert und aufgearbeitet. Der Höhepunkt für die Verkaufslernenden im letzten Lehrjahr ist die jährlich durchgeführte Lernendenfiliale. Dabei wird das Tagesgeschäft von vier Filialen in verschiedenen Regionen der Schweiz komplett von den angehenden Detailhandelsangestellten geleitet. Mit viel Herzblut und Stolz auf ihren Beruf zeigen die Lernenden all ihr Können und ernten grosses Lob von begeisterten Kundinnen und Kunden.

MEHR DAZU

Vertiefte Information zu ALDI SUISSE als Arbeitgeber findest du auf jobs.aldi.ch

Mehr als Unterstützen

Inklusive Verantwortung



Spende

von
35 Tonnen Textilien und
5 Tonnen Non Food-Artikeln
an die Caritas Kleiderzentrale und
den Caritas-Markt



105'000 Franken

zugunsten des Caritas Fonds
für armutsbetroffene und
armutsgefährdete Familien in
der Schweiz aus dem Verkauf
speziell gekennzeichneteter
Dentalhygieneartikel für:

- **54 Gesuche** zur Übernahme von Zahnarztkosten, Sport- und Musikkursen, Tagesbetreuung etc.
- **1/3** für Schulden- und Rechtsberatungen von Familien

160'000 Franken

zugunsten UNICEF aus den
verschiedenen Spenden-
aktionen wie:

- **Grösstes Firmenteam** am Cycling for Children-Spendenevent in Uster (ZH)
- **Spendenkässeli** in jeder Filiale
- **UNICEF-Mehrwegtaschen**
- **UNICEF-Äpfel**



100'000 Franken

zugunsten der Zusammen-
arbeit mit der **Schweizer
Tafel** und **Tischlein deck
dich** und der zusätzlichen
Abgabe von Lebensmitteln
für soziale Institutionen und
armutsbetroffene Personen in
der Schweiz



Neue Kooperation mit dem
**Verein
Buy Food with Plastic**

Finanzielle Unterstützung zur
Sensibilisierung zum Umgang
mit Plastik durch ein sozia-
les und umweltschützendes
Projekt in Nicaragua, Ghana
und Aufklärungsarbeit in der
Schweiz

98%

der Filialen geben nicht ver-
kaufte Lebensmittel an karita-
tive Organisationen, Landwirte
oder Tierparks ab.



Die ersten **5 Container** der
gesamtschweizerischen
Ausrollung für Kleidersamm-
lungen zugunsten von Caritas
vor ausgewählten Filialen

2'000 spendete
Zmittag-Verpflegungen
zur Feier der «30 Jahre
Kinderrechtskonvention»
in Bern

622

regionale Projekte
wurden schweizweit finanziell
unterstützt.

Mit dem Partner a:primo
wurden

57 Bücher

hinsichtlich Qualität, Kinder-
freundlichkeit und der frühen
Förderung von Gleichberech-
tigung und multikulturellen
Themen geprüft.

ENGAGEMENT MIT HERZ



ALDI SUISSE ist Teil der Gesellschaft und setzt sich für Familien und Kinder ein. Mit verschiedenen Spendensammlungen und der Unterstützung von Projekten verschiedener Organisationen unterstützen wir bedürftige Menschen.

die unregelmässigen Arbeitszeiten bis in die späten Abendstunden zwingend notwendig ist. Kosten, die gedeckt werden müssen. Im Herbst 2019 findet in Annas Schule ein einwöchiges Kindercamp statt. Das Mädchen hätte gerne wie die anderen Kinder auch daran teilgenommen. Doch konnte ihre Mutter die Kosten nicht auch noch aufbringen. Die Zahnarzt-Rechnung von 1'200 Franken ist auch noch offen. Ferien kann sich die kleine Familie seit Jahren nicht leisten. Umso wichtiger war es der Mutter, dass ihre Tochter mit den anderen Kindern das Lager erleben durfte. Dank finanzieller Unterstützung konnte Anna im Camp mit dabei sein und so am sozialen Leben teilhaben.

*Name der regionalen Sozialberatungsstelle von Caritas bekannt

Unsere Unterstützung konzentrieren wir vor allem in den Bereichen Nothilfe, Gesundheit und Ernährung sowie auf nachhaltige Projekte in der Landwirtschaft. Menschen in Not erreichen wir über nationale, sozial aktive Organisationen. Darum arbeiten wir mit ausgewählten Organisationen wie beispielsweise Caritas Schweiz, UNICEF Schweiz und Liechtenstein, dem Schweizerischen Roten Kreuz oder Buy Food with Plastic zusammen. Wir ermöglichen unseren nationalen Partnerorganisationen, ihr Anliegen und Angebot bei den ALDI SUISSE-Kundinnen und -Kunden über unsere Plattformen bekannt zu machen. Die ALDI SUISSE-Regionalgesellschaften unterstützen darüber hinaus Vereine, Schulen und wohltätige Organisationen der näheren Umgebung.

Zum Beispiel Familien kleine Freiheiten ermöglichen

Armut ist in der Schweiz meist unsichtbar und unausgesprochen. Der «Fonds für armutsbetroffene und armutsgefährdete Familien in der Schweiz» kommt zu rund einem Drittel den Unterstützungsdienstleistungen der juristischen Rückberatung der Schuldenberatung von Caritas Schweiz zugute. Zwei Drittel der Gelder gehen über die Sozialberatungen der regionalen Caritas-Organisationen an Familien in finanzieller Not, wie derjenigen von Anna*: Anna wohnt zusammen mit ihrer alleinerziehenden Mutter in einer Dreizimmer-Wohnung. Durch die Teilzeitarbeit der Mutter entstehen Kosten für ein Auto, das durch

Unterstützung von armutsbetroffenen und armutsgefährdeten Familien in der Schweiz (in CHF)



2019: Produktverkauf verschiedener mit Caritas-Logo gekennzeichneter Artikel und einer Spende von ALDI SUISSE



Die Caritas-Finanzberatung stärkt die ganze Familie.



Eine «Kinderfreundliche Gemeinde» nimmt ihre Kleinsten ernst.

MEHR DAZU

Information zu all unseren Partnern und den einzelnen Projekten findest du auf heutefürmorgen.ch

UNICEF-Programme in der Schweiz und in Malawi zugunsten von Kindern (in CHF)



2019: Produktverkauf verschiedener mit UNICEF-Logo gekennzeichneter Artikel und einer Spende von ALDI SUISSE



Zum Beispiel die Beteiligung von Kindern in Schweizer Gemeinden

Die Initiative «Kinderfreundliche Gemeinde» hat die systematische Umsetzung der UN-Konvention über die Rechte des Kindes auf kommunaler Ebene zum Ziel: Kinder sollen sich in der Schweiz sicher bewegen und optimal entfalten können. Die Auszeichnung zur «Kinderfreundlichen Gemeinde» kommt in erster Linie den Kindern und Jugendlichen zugute. Die Gemeinden eruieren die Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen, um auf dieser Grundlage einen umfassenden Massnahmenplan zu erarbeiten, der die Kinderfreundlichkeit auf kommunaler Ebene steigert. Dadurch verschaffen sie den Kindern Gehör und binden sie aktiv in das Gemeindeleben mit ein. ALDI SUISSE unterstützt mittels eines Fonds Gemeinden, die sich um das UNICEF-Label bemühen und die Workshops für Kinder und Jugendliche ausrichten. So entstehen beispielsweise sicherere Fussgängerüberquerungen, breitere Fahrradwege, von und für Kinder gestaltete Spielplätze, Kinder- und Jugendräte, Sprechstunden und Besuche beim Gemeinderat.

Mehr als Reduzieren

Inklusive Verantwortung



100%

unserer ALDI SUISSE-Standorte sind **klimaneutral** durch Kompensation der betrieblichen Emissionen in Zusammenarbeit mit der Schweizer Klimastiftung myclimate.

47% Reduktion

der Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter Verkaufsfläche zwischen 2012 und 2018

Durchdachte **Logistik** mit einer Warenabholung bei Lieferanten auf dem Rückweg nach Filialbelieferungen



100% Strom aus Schweizer Wasserkraft oder Photovoltaikanlagen auf ALDI SUISSE-Dächern

Goldpartner des Energydays 2019 sowie **ausschliesslich** LED-Leuchtmittel im Sortiment



Reduktionsziel der ALDI Verpackungsmission

25% weniger Verpackungsgewicht bei Exklusivmarken bis Ende 2025

Verkauf von **Einweg-Plastikprodukten** wie Geschirr oder Wattestäbchen schon 2019 **gestoppt**

2019
Vollmitglied bei «PET Recycling Schweiz», für den geschlossenen Flaschenkreislauf in der Schweiz



Über 3'800 Kilogramm weniger Plastik

alleine dank Weglassen der Stülpedeckel beispielsweise auf Saurem Halbrahm, Crème Fraîche und Skyr

Gründungsmitglied bei «Allianz Design for Recycling», damit Verpackungen recyclingfähig entworfen werden

Gründungsmitglied bei «PRISMA», damit recyclingfähige Verpackungen eines Tages auch recycelt werden können

STARKE ZIELE FÜR DEN SCHUTZ DER UMWELT

«Reduktion vor Kompensation»: Unser Ziel ist es, den ökologischen Fussabdruck unserer unternehmerischen Tätigkeit stetig zu minimieren. Zu diesem Zweck verringern wir unseren Ausstoss an Treibhausgasen und kompensieren unvermeidbare Emissionen. Um wirksame Massnahmen zu identifizieren und umzusetzen, arbeiten wir eng mit weiteren Branchenteilnehmern in Multi-Stakeholder-Initiativen zusammen und stehen im Dialog mit Lieferanten.

Grüner Strom, Klimaneutralität und modernste Bautechnik

Der Fokus unserer internationalen Klimastrategie liegt auf der systematischen Senkung unseres Energieverbrauchs, dem Einsatz erneuerbarer Energien, der Nutzung umweltverträglicherer Kältemittel sowie der Umsetzung moderner Logistikkonzepte:

- ✓ Ausschliesslich Strom aus
 - Schweizer Wasserkraft
 - Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach des Verteilzentrums in Perlen und auf rund 80 Filialdächern
- ✓ Wärmerückgewinnung der Abwärme der Kühleinrichtungen
- ✓ Weitestgehende Nutzung der Abwärme unserer PANETTERIA-Öfen zum Heizen
- ✓ Moderne Kältetechnik mit natürlichen Kältemitteln unserer Kühl- und Tiefkühltruhen
- ✓ LED-Beleuchtungskonzept unserer Filialen
- ✓ Logistik mit einer möglichst effizienten Routenplanung mit Backhaul-Prinzip

Klimaneutralität durch CO₂- Kompensation

ALDI SUISSE-Standorte sind seit 2017 klimaneutral durch Kompensation. CO₂-Emissionen, die sich derzeit nicht vermeiden lassen, kompensieren wir durch die Unterstützung hochwertiger Gold Standard zertifizierter Klimaschutzprojekte in Zusammenarbeit mit der Schweizer Klimaschutzstiftung myclimate.

Anspruchsvolle Ziele in der Verpackungsfrage

Zum Schutz der Umwelt wurde auf internationaler Ebene die «ALDI Verpackungsmission» unter dem Leitgedanken «Vermeiden. Wiederverwenden. Recyceln.» initiiert. Dabei setzen wir auf das Prinzip «So wenig Verpackung wie möglich, so viel wie zur Vermeidung von Food Waste nötig». Wir arbeiten gemeinsam mit Lieferanten an der ökologischen Optimierung und im Rahmen der «Allianz Design for Recycling

Plastics» mit der ganzen Verpackungs-Wertschöpfungskette an der Schaffung besser rezyklierfähiger Verpackungen. Und weil Rezyklierfähigkeit zwar die Voraussetzung für Rezyklierbarkeit ist, aber es dazu auch Sammel- und Recyclingsysteme braucht, beteiligen wir uns zusätzlich aktiv an der Brancheninitiative «PRISMA Kreislaufwirtschaft».

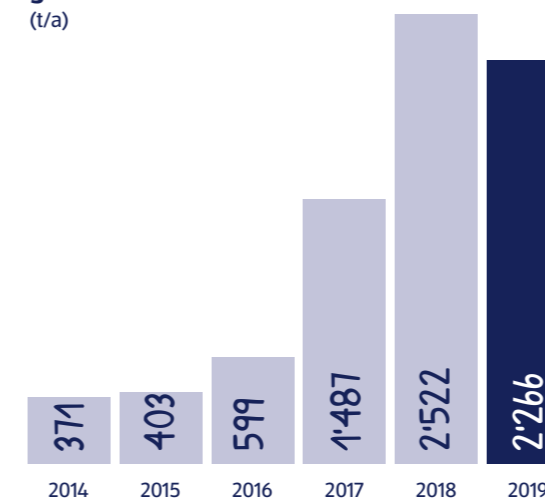
Wertstoffmanagement von Plastikflaschensammlungen bis zu Food Waste Monitoring

ALDI SUISSE überwacht umfassend die anfallenden Wertstofffraktionen. Auf dieser Grundlage werden nationale Projekte umgesetzt, um so ein nachhaltiges Wertstoffmanagement sicherzustellen:

- ✓ PET-Getränkeflaschen- und Plastikflaschen-Sammelstationen schweizweit und flächendeckend
- ✓ Kooperationsvereinbarung mit Tischlein deck dich und Schweizer Tafel sowie mit lokalen Landwirten zur Gratisweitergabe von Lebensmitteln
- ✓ Flächendeckende Zufuhr der aufgrund gesetzlicher Regelungen nicht mehr zur Spende geeigneten oder verfütterungsfähigen Lebensmittelüberschüsse in Biogasanlagen zum Recycling der enthaltenen Nährstoffe

PET-Getränkeflaschen, Plastikflaschen, Getränkekartons gesammelt

(t/a)



PRISMA – mehr als Recycling



Simone Alabor,
Prisma
prisma-Innovation.ch

In der Schweiz produzieren wir über 700 Kilogramm Abfall pro Person und Jahr. Nur die Hälfte dieses Abfalls wird recycelt, die andere Hälfte verbrannt. Mit ALDI SUISSE und anderen engagierten Unternehmen suchen wir gemeinsam nach Lösungen, die Kreislaufwirtschaft für Verpackungen zu realisieren.

Allianz Design for Recycling – nachhaltige Verpackungslösungen



Raymond Schelker,
Allianz Design for Recycling
circular-economy.swiss/allianz

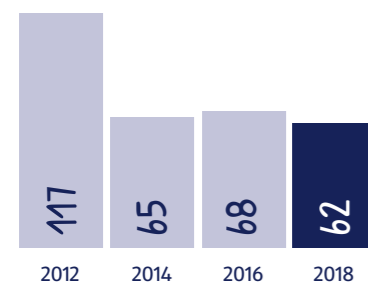
Viele Kunststoffverpackungen, die heute im Umlauf sind, können nicht oder nur mit sehr hohem technischen und finanziellen Aufwand rezykliert werden. In der Allianz definieren Verpackungshersteller, Detailhändler wie ALDI SUISSE und Recycler gemeinsam, wie Kunststoffverpackungen designt und hergestellt werden sollten, damit sie besser rezyklierbar sind.

MEHR DAZU

Information und Statistiken zu unseren Klima- und Umweltmassnahmen findest du im internationalen Bericht auf cr.aldisouthgroup.com und auf der ALDI SUISSE-Nachhaltigkeitsplattform heutefürmorgen.ch

Carbon Footprint von ALDI SUISSE

(in kg CO₂e pro m² Verkaufsfläche für Scope 1 und Scope 2)



ERFOLGREICH UNTERWEGS MIT KLARER ZIELSETZUNG

		<input checked="" type="radio"/> Internationales Ziel <input type="radio"/> Nationales Ziel	Labels / Zertifizierungen	Zielerreichung bis Ende	Stand Ende 2019
Nachhaltigkeitsumsatz	Analysetool zur Berechnung des Nachhaltigkeitsumsatzes	<input type="radio"/>		2021	In Ausarbeitung
Fisch und Meeresfrüchte	100 % aus verantwortungsvollen Quellen; Kein Verkauf von gefährdeten Fischarten	<input checked="" type="radio"/>	MSC, ASC, GlobalG.A.P., Bio, WWF-Bewertung: GELB, GRÜN	2020	✓
Eier	100 % Ausschluss Käfigeier	<input type="radio"/>	Bio, Integrierte Produktion (IP), Suisse Garantie, agroVet, KAT	2017 (national)	✓
Kakao	100 % Zertifizierung sämtlicher Schokoladen, Pralinen, Gebäck, saisonale Süßwaren sowie aller Artikel mit ≥10 % Kakaoanteil	<input checked="" type="radio"/>	Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance	2016	98 %
	Zertifizierung sämtlicher Artikel mit Kakaobestandteilen	<input type="radio"/>		2020	88 %
Kaffee	100 % des Rohkaffees aus zertifizierten Quellen	<input type="radio"/>	Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance	2020	✓
Tee	100 % des Rooibosteess aus zertifizierten Quellen	<input type="radio"/>	Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance	2017	kein Artikel 2019
	100 % des Weiss-, Schwarz- und Grüntees aus zertifizierten Quellen	<input type="radio"/>	Ausnahmen: NATURE SUISSE BIO, NATURE SUISSE, Suisse Garantie und Instanttees	2018	✓
	50 % des Früchte- und Kräutertees aus zertifizierten Quellen	<input type="radio"/>		2019	✓ Übertroffen: 59 %
Palmöl	Food: 100 % Palmöl aus zertifizierten Quellen	<input checked="" type="radio"/>	Mass Balance, Segregation, Identity Preserved	Food: 2015	✓
	Bio-Produkte: 100 % palmölfrei	<input type="radio"/>		2018	✓
Holz	100 % der holz- oder papierbasierten Non Food-Artikel aus verantwortungsvollen Quellen	<input checked="" type="radio"/>	FSC, PEFC, 100 % Recycling	2020	83 %

		<input checked="" type="radio"/> Internationales Ziel <input type="radio"/> Nationales Ziel	Labels / Zertifizierungen	Zielerreichung bis Ende	Stand Ende 2019
Obst und Gemüse	Weitestgehender Verzicht auf Flugware, Kompensationspflicht für Ausnahmen	<input type="radio"/>		2019	✓
Blumen & Pflanzen	GlobalG.A.P. Lieferkettensertifizierung sowie eine zusätzliche Sozialzertifizierung	<input type="radio"/>	GlobalG.A.P. Chain of Custody & GlobalG.A.P. Modul GRASP, anerkannte Alternativen gemäss Einkaufspolicy	2019	Auswertung in Erarbeitung
Torf	Torffreie Sackerden (max. 5 % Anteil an Gesamtmenge erlaubt)	<input type="radio"/>		2020	✓
Sozialstandards in der Produktion	100 % Non Food-Artikel und Konserven mit Produktion in Risikoländer ausschliesslich aus Produktionsstätten mit gültigem Audit oder Zertifizierung (gem. Social Monitoring Program von ALDI)	<input checked="" type="radio"/>	gültiges BSCI oder SMETA-Audit der Produktionsstätte & Mitgliedschaft, SA 8000	Non Food: 2017 Konserven: 2018	Non Food: ✓ Konserven: ✓
Leuchtmittel	100 % LED-Leuchtmittel im Sortiment	<input type="radio"/>		2017	✓
Baumwolle	100 % bei Bekleidungs- und Heimtextilien aus nachhaltigen Quellen	<input checked="" type="radio"/>	Fairtrade, Global Organic Textile Standard (GOTS), Organic Content Standard (OCS), Cotton made in Africa (CmiA), Better Cotton Initiative (BCI)	2025	Auswertung per Ende 2020
Verpackung	Reduktion der Gesamtmenge des Verpackungsgewichts um 25 %	<input type="radio"/>		2025	Auswertung per Ende 2020
	100 % der holzbasierten Produktverpackungen (z. B. Karton oder Papier) aus nachhaltiger Forstwirtschaft oder mind. 70 % Recycling-Anteil	<input type="radio"/>		2020	49 %
Photovoltaikanlagen und Naturstrom	100 % Naturstrom aus Schweizer Wasserkraft oder Solar-kraftwerken	<input type="radio"/>		2014	✓
	Photovoltaikanlagen auf Dachfläche Verteilzentrum Perlen	<input type="radio"/>		2019	✓
	Photovoltaikanlagen auf allen freistehenden Filialen nach Prüfung Umsetzbarkeit und Bewilligung	<input type="radio"/>		2021	13
Geschäftsflüge & betriebliche CO₂-Emissionen	100 % CO ₂ -Kompensation	<input checked="" type="radio"/>		2017	✓

MEHR ALS EINE ORIENTIERUNGSHILFE

Als Entscheidungshilfe beim Einkauf sind Labels hilfreich. Gerade nachhaltige Produkte können so Auskunft über Herkunft, Umweltaspekte, Anbauweisen, Tierschutzkriterien oder soziale Arbeitsbedingungen geben.



ASC
Das Label des Aquaculture Stewardship Council (ASC) kennzeichnet Fisch und Meeresfrüchte aus umweltverträglicher und sozial verantwortungsvoller Zucht.
asc-aqua.org



CmiA
Cotton made in Africa (CmiA) ist ein international anerkannter Standard für nachhaltige Baumwolle aus Afrika und setzt sich für den kontrollierten Umweltschutz sowie bessere Lebens- und Arbeitsbedingungen für afrikanische Kleinbauern ein. Eine Initiative der Aid by Trade Foundation.
cottonmadeinfrica.org



EU-Bio-Produkte
Dies ist ein Standard für die Produktion von biologisch angebauten landwirtschaftlichen Erzeugnissen und für die Fütterung, Haltung und Schlachtung von Tieren in der Europäischen Union.
oekolandbau.de/bio-siegel



Fairtrade Max Havelaar
Wer Produkte mit dem Label von Fairtrade Max Havelaar kauft, ermöglicht Kleinbauernfamilien und Angestellten in Entwicklungsländern ein besseres Einkommen und gute Arbeitsbedingungen. Sie erhalten einen stabilen Preis und zusätzlich eine Fairtrade-Prämie sowie Beratung vor Ort. Beim schwarzen Vollzutatenlabel enthält ein Produkt ausschliesslich Fairtrade-Zutaten. Das weisse Label zeichnet aus, welche Einzelzutat eines Produkts aus Fairtrade-zertifiziertem Anbau stammt.
maxhavelaar.ch



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft
FSC® N001545

FSC®
Das Label der Organisation «Forest Stewardship Council®» (FSC) kennzeichnet Holzprodukte aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft.
fsc-schweiz.ch



GGN-Label
Das GGN-Label steht für eine verantwortungsvolle Landwirtschaft und Aquakultur. An diesem Label erkennt man Produkte, die von unabhängig geprüften und nach dem GLOBALG.A.P. Standard zertifizierten Farmen stammen. Diese Farmen erfüllen unter anderem Anforderungen zu Lebensmittelsicherheit, Umwelt bzw. Tierschutz und sozialen Aspekten. Mit der 13-stelligen GGN-Nummer können Verbraucher transparent zurückverfolgen, wie ihr Produkt produziert wurde.
ggn.org



GOTS
Mit dem «Global Organic Textile Standard» GOTS wird die Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards entlang der gesamten textilen Produktionskette gewährleistet. Nur Textilprodukte, die mindestens aus 70 % biologisch erzeugten Naturfasern bestehen, können gemäss GOTS zertifiziert werden.
global-standard.org



MSC
Das blaue Label des Marine Stewardship Council (MSC) steht für umweltbewussten und nachhaltigen Fischfang. Ziel ist es, Fischbestände auch für zukünftige Generationen zu erhalten und die Arbeit nachhaltiger Fischer zu belohnen.
msc.org



NATURE ACTIVE BIO
Dieses Label kennzeichnet Produkte und Lebensmittel, die den Kriterien der EU-Rechtsvorschriften für eine ökologische Landwirtschaft entsprechen.
naturesuisse.ch



NATURE SUISSE
Exklusivmarken-Label von ALDI SUISSE, welches Produkte auszeichnet, die nach den Standards der integrierten Produktion produziert werden.
naturesuisse.ch



NATURE SUISSE BIO
Exklusivmarken-Label von ALDI SUISSE, welches Bio-Produkte aus Schweizer Landwirtschaft auszeichnet.
naturesuisse.ch



Organic Content Standard 100 / blended
Der Organic Content Standard 100 (OCS 100) und der Organic Content Standard blended (OCS blended) ermöglicht Unternehmen, den Anteil an ökologischem Material in Textilien zu erfassen.



PEFC
Das Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC) setzt sich für eine ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltige Waldbewirtschaftung und dem Schutz von Wäldern ein. Das Zertifikat garantiert, dass die im Produkt verwendeten Holzrohstoffe aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, Recycling und kontrollierten Quellen stammen. Die gesamte Produktherstellung wird von unabhängigen Gutachtern kontrolliert.
pefc.ch



STANDARD 100 by OEKO-TEX®
Das Label zeichnet Textilien aus, die von unabhängigen Instituten auf gesetzlich verbotene und gesundheitsschädliche Schadstoffe geprüft wurden und somit humanökologisch sicher sind.
oeko-tex.com



Suisse Garantie
Das Ziel dieser Garantiemarke ist es, die Schweizer Landwirtschaftsprodukte zu fördern.
suissegarantie.ch

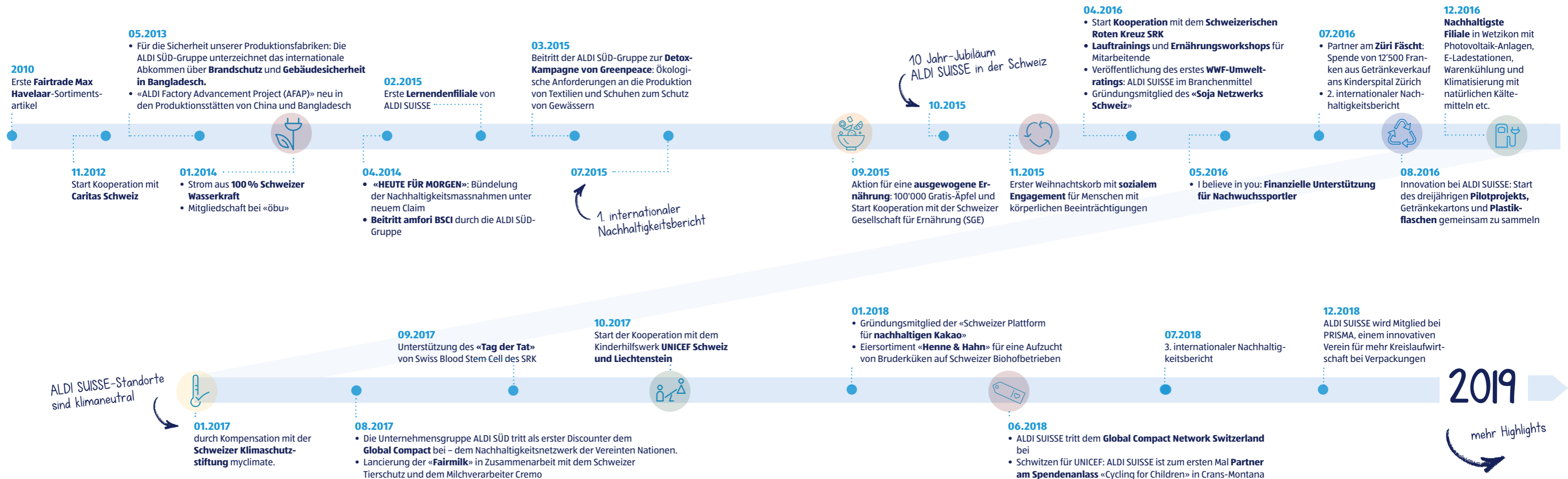


UTZ / RAINFOREST ALLIANCE CERTIFIED™
Rainforest Alliance und UTZ schliessen sich zukünftig unter dem Namen Rainforest Alliance zusammen. Die Organisation unterstützt weiterhin Kleinbauern und Farmen darin, mit Schulungen Ernteerträge zu steigern und so Einkommen zu sichern. Dabei wird auf nachhaltige Wirtschaftlichkeit ebenso geachtet wie auf sozial- und umweltverträglichen Anbau verschiedenster Rohstoffe, insbesondere aus tropischen Gebieten.
rainforest-alliance.de



V-Label
Mit dieser international anerkannten und geschützten Marke zur Kennzeichnung vegetarischer und veganer Produkte erhalten Konsumenten eine einfache sowie sichere Orientierungshilfe beim täglichen Einkauf.
v-label.eu

SEIT 15 JAHREN IN DER SCHWEIZ: UNSERE NACHHALTIGEN MEILENSTEINE



Highlights 2019

01.2019

- Ausbau des **betrieblichen Gesundheitsmanagements** für ALDI SUISSE-Mitarbeitende
- Start der internationalen **ALDI-Verpackungsmission** «Reduzieren. Wiederverwenden. Recyclen.»
- Unterzeichnung des «Codex des Schweizerischen Tabakwarenhandels für einen besseren Jugendschutz»

03.2019

200. ALDI SUISSE-Filiale

04.2019

2. WWF-Nachhaltigkeitsrating zeigt insbesondere in der Kategorie Umwelt eine starke Weiterentwicklung

06.2019

Teilnahme am **UNICEF Spendenevent** «Cycling for Children»

07.2019

Partner am Züri Fäscht: Teilerlösspende aus dem Getränkeverkauf erneut an die Stiftung des Kinderspitals Zürich: 12'605 Franken

08.2019

Unterzeichnung der Erweiterung zur Erklärung von Mailand

09.2019

Gründungsteilnehmer der «Allianz Design for Recycling» für **besser rezyklierfähige Verpackungslösungen**

11.2019

- **Vaterschaftsurlaub** auf 4 Wochen verdoppelt
- Unterzeichnung der Partnerschaft mit der «Schweizer Tafel» und «Tischlein deck dich»

10.2019

- Vollmitgliedschaft bei **PET Recycling Schweiz**
- Start Bau **Photovoltaikanlage** auf dem Dach des Verteilzentrums Perlen

12.2019

Auslistung aller Einweg-Kunststoffprodukte

2020

Wir bleiben an unseren nachhaltigen Zielen dran!