



Internationaler Bericht zur Unternehmensverantwortung

Datenupdate 2016





Vorwort

Mit dem [Internationalen Bericht zur Unternehmensverantwortung 2015](#) haben wir zum ersten Mal zusammenfassend für die gesamte Unternehmensgruppe ALDI SÜD über unsere gemeinsamen Strategien und Ziele informiert und dokumentiert, was wir bereits erreicht haben.

In den Bereichen [Strategie](#), [Lieferkette](#), [Mitarbeiter](#), [Gesellschaft](#) und [Umwelt](#) geben wir mittels ausgewählter Kennzahlen Auskunft über die Wirksamkeit unseres Handelns, zeigen auf, wo wir schon auf einem guten Weg sind, und machen weiteren Handlungsbedarf deutlich.

Diese Kennzahlenübersicht ergänzt die im [Internationalen Bericht zur Unternehmensverantwortung 2015](#) veröffentlichten Kennzahlen um die Daten des Berichtsjahres 2016.

Ausgewählte Kennzahlen des [Internationalen Berichts zur Unternehmensverantwortung 2015](#) wurden von einer unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft. Diese Inhalte sind mit dem Symbol ✓ gekennzeichnet.

Die Bescheinigung über diese prüferische Durchsicht der PricewaterhouseCoopers AG WPG befindet sich [hier](#).

Für dieses Datenupdate 2016 wurden keine Kennzahlen extern geprüft. Kennzahlen werden alle zwei Jahre im Rahmen der Veröffentlichung des Internationalen Berichts zur Unternehmensverantwortung durch eine unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft. Der Bericht über das Jahr 2017 wird voraussichtlich im Jahr 2018 veröffentlicht.

Bei einigen Kennzahlen haben sich im Jahr 2016 die Definition oder die Erhebungsmethode geändert (vgl. Fußnoten). Änderungen zum Vorjahr sind jeweils bei den Kennzahlen angegeben und textliche Änderungen fett hervorgehoben.



Kennzahlen

Strategie

FILIALEN

Stand 31.12.

Jahr	2013	2014	2015	2016
ALDI SÜD gesamt	4.868	5.063	5.304	5.605
Deutschland	1.832	1.851	1.858	1.870
Österreich	448	452	457	471
Schweiz	166	175	180	185
Slowenien	74	75	78	81
Ungarn	93	100	107	119
UK	514	561	627	693
Irland	105	113	122	128
USA	1.297	1.370	1.483	1.602
Australien	339	366	392	456

LOGISTIKZENTREN

Stand 31.12.

Jahr	2013	2014	2015	2016
ALDI SÜD gesamt	78	79	81	85
Deutschland	31	31	31	31
Österreich	7	7	7	7
Schweiz	3	3	3	3
Slowenien	1	1	1	1
Ungarn	1	1	1	1
UK	7	8	8	8
Irland	2	2	2	2
USA	21	21	22	24
Australien	5	5	6	8

Lieferkette

PALM(KERN)ÖL

Jahr	2015	2016
Umstellung aller Lebensmittel-Eigenmarken-artikel auf RSPO-zertifiziertes Palmöl in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Großbritannien, Irland und Australien	✓	Dauerhafte Umstellung

HOLZ UND PAPIER

Erfasst sind alle Artikel mit Holz als Hauptbestandteil und/oder mit Holzapplikationen, alle Artikel aus Zellstoff und Zellulose sowie Artikel, die Papierbestandteile enthalten. Angegeben ist der Anteil der Artikel, bei denen der Holzbestandteil nach FSC oder PEFC zertifiziert ist oder aus Recycling stammt.

Jahr	2015	2016
Anteil zertifizierter/recycelter Artikel in %	70,23 ✓	66,41

KAKAO

Erfasst sind alle Artikel aus den Warengruppen Schokolade/Pralinen, Gebäck und Saisonartikel Süßwaren sowie Artikel anderer Warengruppen, die mindestens 10 % Kakao enthalten, wie z. B. Schokoladenaufstrich oder Trinkschokolade.¹

Jahr	2013	2014	2015	2016
Anzahl relevanter Artikel gesamt	1.452	1.530	1.541	1.686
Anzahl relevanter Artikel mit zertifiziertem Kakao (Rainforest Alliance, UTZ, Fairtrade, Bio ²)	346	907	1.178	1.331
Anteil Artikel mit zertifiziertem Kakao in %	23,83	59,28	76,44 ✓	78,94

KAFFEE

Jahr	2015	2016
Anteil nachhaltiger Kaffee (Fairtrade, UTZ, Rainforest Alliance, CAS ³ -verifiziert, Bio ⁴) an der gesamten Kaffeemenge (t) in %	29,96	39,96

FISCH UND MEERESFRÜCHTE

Umsatzanteil von zertifizierten Artikeln aus Wildfang bzw. Aquakultur am Gesamtumsatz Fisch und Meeresfrüchte aus Wildfang bzw. Aquakultur (Basis: Verkaufspreis, nur Eigenmarken, Warengruppen Tiefkühlung, Kühlartikel, Konserven und Frischfisch)⁵

Jahr	2013	2014	2015	2016
Umsatzanteil zertifizierter Artikel (MSC) aus Wildfang in %	41,82	41,84	44,02 ✓	49,81
Umsatzanteil zertifizierter Artikel (ASC, Bio, GLOBALG.A.P., BAP mindestens 2 Sterne) aus Aquakultur in %	49,51	53,10	67,19 ✓	76,53

¹ Bis 2015 wurden alle Artikel aus den Warengruppen Schokolade/Pralinen, Gebäck und Saisonartikel Süßwaren sowie Artikel mit einem **Kakaoanteil von > 40 %** erfasst.

² Artikel mit „Bio“-zertifiziertem Kakao werden **seit 2016** berücksichtigt.

³ Coffee Assurance Services - ehemals **4C Assocation**.

⁴ Artikel mit „Bio“-zertifiziertem Kaffee werden **seit 2016** berücksichtigt.

⁵ Im Berichtsjahr 2015 lautete die Definition: „Umsatzanteil von zertifizierten Artikeln aus Wildfang bzw. Aquakultur am Gesamtumsatz Fisch und Meeresfrüchte aus Wildfang bzw. Aquakultur (Basis: Verkaufspreis, nur Eigenmarken, **Warengruppen Tiefkühlung, Kühlartikel und Frischfisch**)“. Konserven wurden auch mit geprüft, jedoch in der Definition nicht berücksichtigt.



AUDITS, ALDI SOCIAL ASSESSMENTS (ASA) UND ALDI FACTORY ADVANCEMENT (AFA) PROJECT

- 1) Anteil audierter Non-Food-Produktionsstätten an der Gesamtzahl der im Berichtszeitraum vertraglich vereinbarten Produktionsstätten in Risikoländern gemäß Business Social Compliance Initiative (BSCI)⁶
- 2) Anteil der vertraglich vereinbarten Produktionsstätten, die im Rahmen eines ALDI Social Assessments (ASA) besucht wurden, an der Gesamtzahl der vertraglich vereinbarten Produktionsstätten im Textilbereich in Bangladesch
- 3) Anteil der Produktionsstätten, die am ALDI Factory Advancement (AFA) Project teilgenommen haben, am Einkaufsvolumen Textil aus Bangladesch (Basis: Einkaufspreis)⁷

Jahr	2015	2016
Anteil audierter Produktionsstätten in %	96,4 ⁸ ✓	99,5 ⁹
Anteil der im Rahmen eines ASA besuchten Produktionsstätten in Bangladesch in %	98,6 ✓	93,0 ¹⁰
Anteil der am AFA Project teilnehmenden Produktionsstätten am Einkaufsvolumen Textil in Bangladesch in %	41,7 ✓	44,9

Mitarbeiter

Alle Angaben basieren auf der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl während des Jahres, sofern nicht anders angegeben. Abweichungen der Gesamtzahl der Mitarbeiter sind durch Rundungen möglich.

MITARBEITER NACH LÄNDERN

Anzahl der Mitarbeiter (exklusive Kaffeeröstereien, Schokoladefabrik und International Services)

Jahr	2013	2014	2015	2016
ALDI SÜD gesamt	81.878	92.828	104.400	112.666
Deutschland	29.028	30.070	32.110	33.663
Österreich	7.073	7.883	9.073	9.824
Schweiz	1.998	2.242	2.410	2.572
Slowenien	926	1.130	1.364	1.449
Ungarn	1.390	1.584	1.883	2.226
UK	14.232	20.032	23.620	25.674
Irland	2.329	2.707	2.965	3.035
USA	18.074	18.825	21.604	24.383
Australien	6.829	8.355	9.372	9.841

⁶ Im Berichtsjahr 2015 lautete die Definition: „Anteil audierter Produktionsstätten an der Gesamtzahl der im Berichtszeitraum vertraglich vereinbarten Produktionsstätten in den Warengruppen Textilien, Schuhe und Spielwaren in Risikoländern gemäß Business Social Compliance Initiative (BSCI)“.

⁷ Im Berichtsjahr 2015 lautete die Definition: „Anteil der 20 Produktionsstätten, die in 2015 am ALDI Factory Advancement (AFA) Project teilgenommen haben, am Einkaufsvolumen Textil aus Bangladesch (Basis: Einkaufspreis)“.

⁸ Die Erhebung wurde für die Warengruppen Textilien, Schuhe und Spielwaren durchgeführt.

⁹ Die Erhebung wurde für die Warengruppen Textilien, Schuhe, Spielwaren sowie für weitere risikorelevante Non-Food-Warengruppen durchgeführt.

¹⁰ Aufgrund von Unruhen und Anschlägen und einer damit verbundenen Reisewarnung waren die Reiseaktivitäten nach Bangladesch im Jahr 2016 eingeschränkt. Demzufolge hat sich diese Kennzahl vorübergehend vermindert.

MITARBEITER NACH EINSATZBEREICHEN

Mitarbeiter je Einsatzbereich und Anteil an der Gesamtzahl der Mitarbeiter

Jahr	2015	2016
Filiale (Anteil in %)	83.034 (80 %)	88.772 (79 %)
Logistik (Anteil in %)	14.978 (14 %)	16.585 (15 %)
Zentrale Bereiche ¹¹ (Anteil in %)	6.388 (6 %)	7.309 (6 %)

FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN

In Vollzeitäquivalenten zum 31.12.

Jahr	2015	2016
Anteil von Frauen an der Gesamtzahl der Mitarbeiter in %	65,16 ¹²	60,09
Anteil der weiblichen Mitarbeiter an der Gesamtzahl der Mitarbeiter in Führungspositionen (Ebene Filialleitung und höher) in %	39,21 ✓	38,36

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

Jahr	2014	2016
Anteil der Mitarbeiter, der in der Mitarbeiterbefragung 2016 die folgende Frage mit „stimme zu“ oder „stimme voll zu“ beantwortet hat, in %: „Ich würde ALDI/Hofer als hervorragenden Arbeitgeber weiterempfehlen.“ ¹³	80,25 ✓	79,30

AUSZUBILDENDE, DUAL STUDIERENDE, PRAKTIKANTEN UND WERKSTUDENTEN

Stand 31.12.¹⁴

Jahr	2015	2016
Gesamtzahl Auszubildender bei ALDI SÜD	6.301	6.357
Deutschland	5.058	5.019
Österreich	357	357
Schweiz	173	207
Slowenien	4	1
Ungarn	15	73
UK	694	700
Anteil der Auszubildenden, die nach ihrem Abschluss übernommen wurden, in %	70,51	69,50
Gesamtzahl der dual Studierenden bei ALDI SÜD	277	307
Gesamtzahl der Praktikanten und Werkstudenten bei ALDI SÜD	691	448

UNBEFRISTETE ARBEITSVERHÄLTNISS

Jahr	2015	2016
Anteil unbefristeter Arbeitsverhältnisse an der Gesamtzahl der Arbeitsverhältnisse in %	97,5	97,5

¹¹ Exklusive Kaffeeröstereien, Schokoladefabrik und International Services.

¹² Dieser Wert wurde nachträglich von 65,91 % auf 65,16 % korrigiert.

¹³ In der Mitarbeiterbefragung 2014 lautete die Frage: „ALDI/Hofer ist insgesamt ein hervorragender Arbeitgeber.“

¹⁴ Exklusive Kaffeeröstereien, Schokoladefabrik und International Services.



Gesellschaft

GELDSPENDEN

Geldzahlungen an gemeinnützige oder einem sozialen Zweck verpflichtete Organisationen zur Förderung ideeller Zwecke ohne Gegenleistung

Jahr	2015	2016
Summe Geldspenden in Millionen Euro	12,1 ✓	15,2

Umwelt

COMPANY CARBON FOOTPRINT

Company Carbon Footprint in kg CO₂e pro m² Verkaufsfläche nach Ländern/ Ländergruppen; Veränderung zum Basisjahr 2012 in %

Jahr	2012	2014	2016 ¹⁵
Deutschland	213	158 (-26 %)	
Hofer S/E	207	95 (-54 %)	
UK/Irland	360	223 (-38 %)	
USA	572	560 (-2 %)	
Australien	844	738 (-13 %)	

ABSOLUTE TREIBHAUSGASEMISSIONEN

Absolute Treibhausgasemissionen in tausend Tonnen CO₂e nach Ländern/ Ländergruppen

Jahr	2012	2014	2016 ¹⁵
ALDI SÜD gesamt	1.521 ✓	1.385 ✓	
Deutschland	358 ✓	275 ✓	
Hofer S/E	142 ✓	68 ✓	
UK/Irland	189 ✓	136 ✓	
USA	617 ✓	666 ✓	
Australien	215 ✓	240 ✓	

BELEUCHTUNG

Jahr	2015	2016
Anteil der Filialen mit LED-Beleuchtung im Kühlregal an der Gesamtzahl der Filialen in %	52,83	72,76

KÜHLUNG

Filialen mit Kälteanlagen der Normalkühlung, die ein Kältemittel mit einem GWP-Wert < 2.200 einsetzen

Jahr	2013	2014	2015	2016
Anteil an der Gesamtzahl der Filialen in %	21,68	39,78	50,57 ✓	62,66
ALDI SÜD gesamt	1.064	2.014	2.682 ✓	3.512

Deutschland	577	756	984	1.364
Hofer S/E	168	200	321	399
UK/Irland	89	659	749	821
USA	110	204	373	580
Australien	120	195	255	384

Filialen mit Kälteanlagen der Normalkühlung, die ein Kältemittel mit einem GWP-Wert > 2.200 einsetzen

Anteil an der Gesamtzahl der Filialen in %	78,14	60,22	49,43	37,34
--	-------	-------	-------	-------

ALDI SÜD gesamt	3.804	3.049	2.622	2.093
Deutschland	1.255	1.095	874	506
Hofer S/E	613	602	501	457
UK/Irland	530	15	0	0
USA	1.187	1.166	1.110	1.022
Australien	219	171	137	72

PHOTOVOLTAIK

Jahr	2013	2014	2015	2016 ¹⁵
Durch Photovoltaikanlagen von ALDI SÜD erzeugter Strom in kWh	30.010.490	63.453.275	108.128.344	
Von Dritten durch verpachtete Photovoltaikanlagen erzeugter Strom in kWh	31.246.643	32.080.810	38.224.219	
Durch Photovoltaik insgesamt erzeugter Strom in kWh	61.257.133	95.534.085	146.352.563	
Durch die Unternehmensgruppe ALDI SÜD erzeugter und selbst verbrauchter Strom in kWh	24.445.132	50.280.271	84.849.669	

RECYCLING VON TRANSPORTVERPACKUNGEN

Jahr	2015	2016
Anteil recycelter Pappe, Papier und Kartonagen an Transportverpackungen in %	99,95	99,89
Anteil recycelter Kunststoffolie an Transportverpackungen in %	99,93	95,00

VERWERTUNG NICHT VERKAUFTER LEBENSMITTEL

Jahr	2015	2016
Anteil der Filialen, die zur Verwertung qualitativ einwandfreier, aber nicht verkaufter Lebensmittel mit karitativen Einrichtungen zusammenarbeiten, in %	81	76

¹⁵ Die Kennzahlen des Company Carbon Footprint 2016 werden ab September 2017 veröffentlicht.



Impressum

Berichtszeitraum:

Der Berichtszeitraum erstreckt sich vom 01.01.2016 bis zum 31.12.2016. Redaktionsschluss war am 15.06.2017.

Herausgeber:

ALDI International Services GmbH & Co. oHG
Mintarder Straße 36–40
45481 Mülheim an der Ruhr

Im Auftrag der Landesorganisationen der Unternehmensgruppe ALDI SÜD

Kontakt:

Corporate Responsibility International
cri@aldi-sued.com