



Unsere Strategie zur Transformation von Landwirtschaft & Ernährung

Gutes für alle.

Agrarfinanztagung Berlin | Dr. Julia Adou | 20.04.2023





Nachhaltigkeitsstrategie

Unser Ziel ist es, nachhaltiges Einkaufen für alle leistbar zu machen.

Gutes für alle.

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie



Unsere Zielsetzungen:

- **Gutes für alle leistbar** machen.
- **Bio-Sortiment** weiter ausbauen.
- **#Haltungswechsel** konsequent umsetzen.
- **Umwelt und Klima schützen** und bewahren.



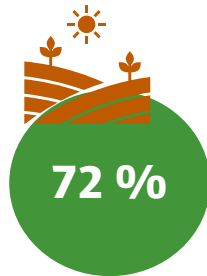
Nachhaltigkeitsthemen von Bedeutung

Welche Kriterien sind Verbrauchern bei der Auswahl von Lebensmitteln wichtig?

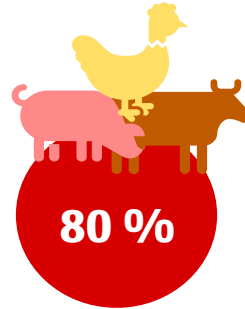
Gutes für alle.



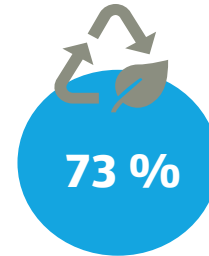
Geschmack



Ökologisch erzeugt



Art der Tierhaltung



Umwelt- und ressourcenschonend produziert



Fair gehandelt

Quelle: forsa/BMEL



Gutes für alle.

Landwirtschaft und Ernährung als strategische Handlungsfelder

Transformation erfordert Betrachtung thematischer Schnittmengen.

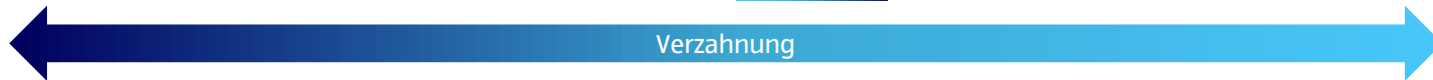


Transformation von Landwirtschaft und Ernährung

Landwirtschaft



Ernährung



Durch unsere Einkaufspraktiken fördern wir eine nachhaltige Landwirtschaft in Deutschland.

Wir bieten dem Kunden gesunde und nachhaltige Lebensmittel, die für alle leistbar sind.



Fokus: #Haltungswechsel

Unsere Zielvorstellungen für die Transformation der Tierhaltung.

Gutes für alle.

Zwischenziele

Bis 2024 vollständiger
Verzicht von **Trinkmilch** aus
HF 1*

Bis 2025 vollständiger
Verzicht von **Frischfleisch
und Fleisch- und
Wurstwaren** aus HF 1*

Bis 2030

Trinkmilch, Frischfleisch
sowie Fleisch- und
Wurstwaren zu **100 % aus
HF 3 & 4.***



Status quo

Bereits heute (2023)

ca. **20 %** des Frischfleischs

ca. **45 %** der Trinkmilch

ca. **15 %** der Wurst- und
Fleischwaren

aus HF 3 & 4*

*Bezogen auf den Umsatz (ALDI SÜD) in Deutschland mit a) Frischfleisch der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute; ausgenommen (internationale) Spezialitäten und Tiefkühlartikel; mit b) Trinkmilch der Eigenmarken; ausgenommen sind Markenartikel bzw. mit c) unseren Eigenmarken aus den Bereichen gekühlte Fleisch-, Wurst- und Schinkenwaren sowie Frikadellen der größten Nutztiergruppen Rind, Schwein, Hähnchen und Pute. Ausgenommen sind internationale Spezialitäten sowie Convenience- und Fertiggerichte.



Fokus: #Ernährungswechsel

Unsere Zielvorstellungen für die Transformation der Ernährung.

Gutes für alle.

Rezeptoptimierungen und Festlegung von Grenzwerten

Ausbau Plant-Based-Sortiment

Ausbau der Bio-Marktführerschaft



Erleichterung einer bewussten Ernährung beim Einkauf

Heimische Landwirtschaft & Regionalität stärken

Stärkere Ernährungsbildung und -kommunikation



Fokus: Finanzierung

LEH kann die Transformation nicht alleine über die Ladentheke finanzieren.

Gutes für alle.

LEH nur **ein Absatzkanal** von vielen.

Politik und **Gesellschaft** mit **finanzieller Verantwortung**.

Mehr **Engagement** muss sich für Landwirte **lohnen**.

Gemeinsame **Förderkonzepte**, die gut **verständlich** und **kommunizierbar** sind.





Gutes für alle.

Die Transformation schaffen wir nur gemeinsam...

...dafür müssen alle Stakeholder an einem Strang ziehen.



Partnerschaften ausbauen:

Gemeinsam **nach vorne** denken und handeln

Brücken bauen

Synergien schaffen



Vielen Dank für Ihr
Interesse.