



**FREMSKRIDT
2016**

Virksomhedsgruppen ALDI Nord
Fremskridtsrapport



„Kun dem, der måler resultater,
kan blive bedre.
Denne fremskridtsrapport
viser vores resultater for 2016.“

Rayk Mende

Managing Director Corporate Responsibility
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

Indholdsfortegnelse

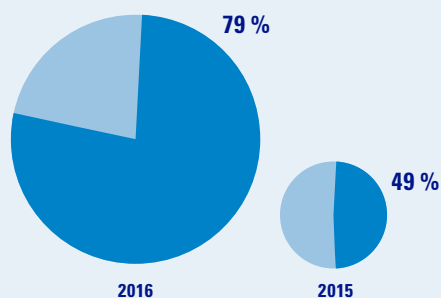
Vi står ved vores ord	3	Nøgletal	9	Om denne rapport	30
CR-Program	5	Strategi & ledelse	9	Kolofon og kontakt	31
		Råstoffer & leverandørkæde	11		
		Kvalitet	15		
		Kunder & samfund	17		
		Medarbejdere	20		
		Lokaliteter	25		

Vi står ved vores ord

Et år efter offentliggørelsen af ALDI Nord gruppens første bæredygtighedsrapport informerer vi om de vigtigste fremskridt i vores bæredygtighedsengagement. Udviklingen i vores nøgletal og status for vores CR-program understreger: Vi står ved vores ord. Vi når vores mål og fortsætter med at adressere nye udfordringer, for at sikre, at vi også i fremtiden handler ansvarligt.

Mål opnået

Udover vores almindelige bærepose og vores genanvendelige bærepose, der begge hovedsagligt er lavet af genbrugt plast, tilbyder vi nu vores kunder endnu et bæredygtigt alternativ i form af vores nye bomulds-bærepose.



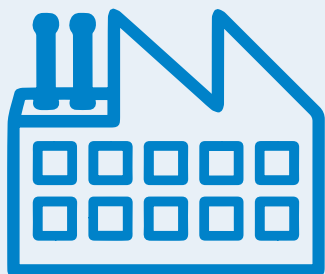
Mål opnået

Offentliggørelse af vores første internationale kaffe-indkøbspolitik.

Ca.

79

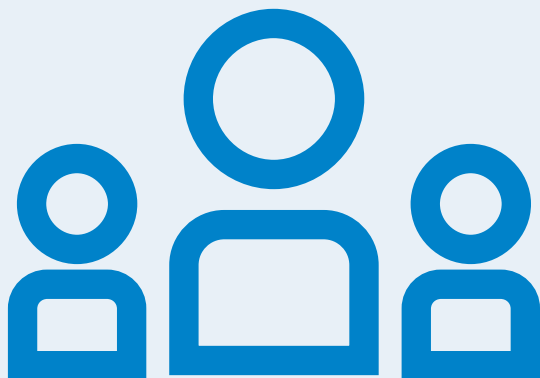
procent af vores kakaoholdige produkter af eget mærke indeholder certificeret bæredygtig kakao. I 2015 lå denne andel på 49 procent.



Mål opnået

19

produktionssteder blev i 2016 inkluderet i ALDIs Factory Advancement (AFA) Project. Antallet af involverede produktionssteder er steget fra 20 til 39 i løbet af 2016.



Over

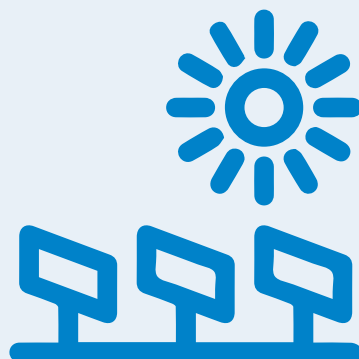
64.000

medarbejdere beskæftiger vi på tværs af virksomhedsgruppen – det er ca. 6.000 mere end i 2015.



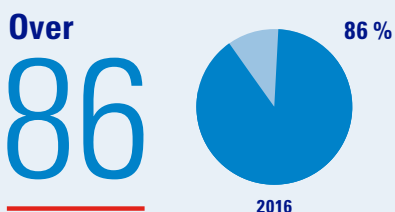
70

I 2016 havde vi på tværs af virksomhedsgruppen 70 Fairtrade-certificerede produkter af eget mærke i vores sortiment. Det er 12 produkter mere end i 2015.



Ca. **16.000** MWh

klimavenlig strøm blev produceret på vores solcelleanlæg i 2016. Det svarer til det årlige forbrug for 4000 énfamiliehuse og er næsten en fordobling i forhold til 2015.



procent af vores produkter, der indeholder palmeolie, er fysisk certificeret i henhold til standarden fra Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Det er en stigning på knap 10 procent siden 2015.



Mål opnået

Offentliggørelse af vores første internationale te-indkøbspolitik.

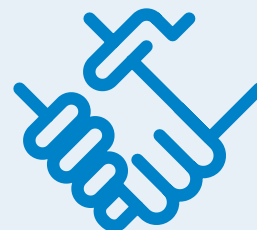


Den første

butik med miljøvenligt CO₂ køleanlæg blev åbnet.

Stiftelse

af ALDI Nord Stiftung GmbH, der har til formål at fremme virksomhedsgruppens engagement i samfundsansvar. Formålet er at være med til at løse samfundsrelaterede udfordringer.



Mere end

500

økologiske produkter tilbyder vi vores kunder på tværs af virksomhedsgruppen. I 2015 lå dette tal på 433.

CR-Program



Indsatsområde ansvar i leverandørkæden

Målsætning	Status	Tidspunkt for målopfyldelse	Målværdi	Måltrelevans
Alle produktionssteder i BSCI-risikolande, som producerer non-food produkter af eget mærke til virksomhedsgruppen ALDI Nord, har en gyldig social audit med et tilfredsstillende resultat (Business Social Compliance Initiative – BSCI)	→	2019	100 %	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Integrering af udvalgte produktionssteder for non-food produkter af eget mærke i kvalifikationsprogrammet ALDI Factory Advancement (AFA) med henblik på forbedring af arbejdsforhold gennem fremme af dialog mellem arbejdstagere og ledere i Bangladesh	↑	Løbende	Fortsættelse og udvidelse	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Opbygning og styring af egen kontrolproces i Asien	→	2017	Færdiggørelse af kontrol-processen og gennemførelse af kontrol	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Dokumentation for en social evaluering (GRASP eller lignende) af alle producenter af frugt og grønt	→	2018	100 %	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Udfasning af bestemte kemikalier i produktionen af produkter af eget mærke i varegrupperne beklædning, boligtekstiler og sko (ALDI Detox Commitment)	→	2020	100 %	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Formulering og offentliggørelse af en international bomulds-indkøbspolitik	→	2017	Indkøbspolitik	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Formulering og offentliggørelse af en international kaffe-indkøbspolitik	↑	2016	Indkøbspolitik	VIRKSOMHEDS-GRUPPE

↑ Mål opnået → Løbende proces



Indsatsområde ansvar i leverandørkæden

Målsætning	Status	Tidspunkt for målopfyldelse	Målværdi	Målrelevans
Formulering og offentliggørelse af en international træ, pap og papir- indkøbspolitik	→	2017	Indkøbspolitik	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Omstilling til 100 procent fysisk RSPO-certificeret palmeolie for produkter af eget mærke med indhold af palmeolie inden for food-området (Roundtable on Sustainable Palm Oil – RSPO)	→	2018	100 %	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Udvidelse af ALDI Transparency Code (ATC), så den ud over kødprodukter også kommer til at gælde for produkter af eget mærke i standard- og kampagnesortimentet inden for yderligere to varegrupper, herunder fisk og fiskeholdige produkter	↑	2016	Yderligere to varegrupper	TYSKLAND
Omstilling til certificerede råvarer (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade) for produkter af eget mærke og med et væsentligt indhold af kakao, i standard- og kampagnesortimentet inden for det definerede gyldighedsområde	→	2017	100 %	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Formulering og offentliggørelse af en international te-indkøbspolitik	↑	2017	Indkøbspolitik	VIRKSOMHEDS-GRUPPE

↑ Mål opnået → Løbende proces



Indsatsområde ressourcebeskyttelse

Målsætning	Status	Tidspunkt for målopfyldelse	Målværdi	Målrelevans
Indførelse af LED-belysning i alle nye butikker (indendørs og udendørs belysning) og kontrol af omstilling af eksisterende butikker samt logistikcentre til LED-belysning	→	2019 (og fortløbende)	100 %	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Forøgelse af andelen af butikker, som er udstyret med solcelleanlæg	→	Løbende	Fortsættelse og udvidelse	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Udvikling af koncept til registrering, analyse og reduktion af drivhusgasemission	→	2017	Koncept	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Udvikling af koncept til indførelse af et energiovervågnings- og energistyringsystem	→	2017	Koncept	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Forøgelse af selvforsyningskvoten for den energi, som vi selv producerer ved hjælp af solcelleanlæg i butikker, kombineret med koncepter for integrerede køle- og varmeanlæg og en behovstilpasset justering af solcelleanlæggene	→	Løbende	Fortsættelse og udvidelse	TYSKLAND
Undersøgelse af alternative koncepter til anvendelse i logistikprocesser	→	2017	Undersøgelse	TYSKLAND
Indførelse af et landsdækkende digitaliseret overvågningssystem til kølesystemer for at opnå emissionsreduktion gennem optimerede lækagerater og/eller mere miljøvenlige typer kølemiddel	→	Løbende	100 %	TYSKLAND
Trinvis omstilling af alle kølere og frydere, der udelukkende forsynes med strøm fra el-nettet, til kølemidlet Propan (R290) med meget lavt Global Warming Potential (GWP)	→	Løbende	100 %	TYSKLAND
Undersøgelse af alternative og mere bæredygtige koncepter for bæreposer	↑	2016	Undersøgelse	TYSKLAND



Indsatsområde samfundsengagement &



Indsatsområde opfordring til dialog

Målsætning	Status	Tidspunkt for målopfyldelse	Målværdi	Målrelevans
Udvikling af pilotprojekter for bæredygtigt forbrug	→	2018	Projekt	TYSKLAND
Indførelse af retningslinjer for håndtering af fødevarer, der ikke længere er salgbare i butikkerne	→	2017	Etablering og indførelse	VIRKSOMHEDS-GRUPPE
Udvidelse af dialog med relevante interessenter	→	Løbende	Deltagelse i brancheinitiativer	VIRKSOMHEDS-GRUPPE

↑ Mål opnået → Løbende proces

Strategi & ledelse

NØGLETAL

Som en af Europas mest succesfulde detailhandelsvirksomheder er vi bevidste om påvirkningen af vores forretningsaktiviteter. Vi står for traditionelle købmandsværdier og arbejder ud fra et væsentlighedsprincip. Vi ønsker at fortsætte med at sætte enkle, ansvarsbevidste og pålidelige standarder i detailhandlen i fremtiden. Kundernes velbefindende er vores mål: Vores kunder kan handle ind hos os med god samvittighed.

Antal produkter og egne mærker i sortiment

Antal produkter, og andel af produkter af eget mærke i standardsortiment (i procent)¹

	2015		2016	
	Antal produkter	Andel af egne mærker (i %)	Antal produkter	Andel af egne mærker (i %)
Belgien/Luxembourg ²	1.113	99,7	1.373	97,6
Danmark	1.394	87,7	1.651	81,0
Tyskland	1.183	94,8	1.461	94,0
Frankrig	1.210	94,6	1.450	95,1
Holland	1.238	97,7	1.437	94,2
Polen	1.339	88,6	1.700	86,8
Portugal	1.477	92,3	1.505	85,3
Spanien	1.422	90,2	1.609	89,7
Virksomhedsgruppe	1.297	92,9	1.523	90,2

¹ Overfor vores leverandører af egne mærker definerer vi klare krav.

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Butikker og medarbejdere

Samlet antal butikker og antal medarbejdere (i personer) opdelt efter køn og land pr. 31.12.

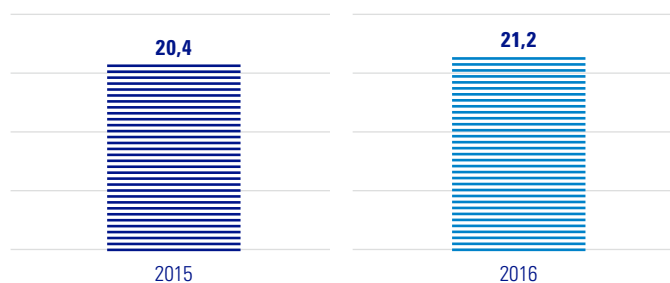
	2014 ¹		2015			2016		
	Antal butikker	Antal medarbejdere	Antal butikker	Antal medarbejdere	heraf kvinder	Antal butikker	Antal medarbejdere	heraf kvinder
Belgien/Luxembourg ²	460	6.116	461	6.256	4.452	457	6.412	4.455
Danmark	227	1.985	220	2.037	1.051	222	2.184	1.128
Tyskland	2.387	29.568	2.339	31.429	22.521	2.298	35.215	25.405
Frankrig	908	6.947	899	7.420	4.533	891	8.243	5.204
Holland	500	5.859	498	6.291	3.893	491	6.300	3.857
Polen	93	871	105	1.160	1.002	118	1.466	1.254
Portugal	47	484	47	613	416	48	803	535
Spanien	245	2.463	260	2.973	1.889	264	3.456	2.174
Virksomhedsgruppe	4.867	54.293	4.829	58.179	39.757	4.789	64.079	44.012

¹ En opdeling ud fra køn er først mulig fra 2015.

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Nettoomsætning for virksomhedsgruppen ALDI Nord

Samlet nettoomsætning i hele regnskabsåret (i mia. EUR)



Råstoffer & leverandørkæde

NØGLETAL

Vi tager ansvar for vores leverandørkæde. Ca. 90 procent af vores sortiment består af produkter af eget mærke fremstillet for virksomhedsgruppen ALDI Nord. Dette giver os mulighed for at implementere bæredygtighed direkte på produktniveau. Igennem vores indkøbspolitikker og projekter definerer vi klare krav til vores leverandører og producenter i form af sociale og miljømæssige standarder, og fremmer en mere bæredygtig produktion af råvarer.

Andel af indkøbte bæredygtige og certificerede fiskeprodukter

Andel af indkøbte produkter af eget mærke, som er MSC-, ASC-, GLOBALG.A.P- eller EU økologi certificeret, af det totale antal indkøbte fiskeprodukter (i procent)

Ultimo 2016 var ca. 36 procent af de indkøbte fiskeprodukter i ALDI Nord gruppen certificeret efter en af de nævnte bæredygtighedsstandarder. Den største del heraf var MSC-certificeret (ca. 63 procent), efterfulgt af GLOBALG.A.P. (ca. 20 procent) og ASC (ca. 18 procent), samt EU's Økologimærke (ca. 3 procent).¹

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ²	25,0	32,4	56,0
Danmark	39,1	56,9	59,4
Tyskland	53,4	70,6	66,9
Frankrig	19,3	17,9	22,2
Holland	42,7	47,4	50,9
Polen	33,3	35,8	31,1
Portugal	28,2	25,0	28,8
Spanien	10,9	10,9	10,0
Virksomhedsgruppe	27,3	32,9	36,0

¹ Produkter, som er certificeret med flere certificeringer, anføres i opdelingen under alle berørte certificeringer, men tælles kun med som ét produkt i det samlede antal. Derfor kan summen for opdelingerne overstige 100 procent.

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Andel af KAT-certificerede skalæg

Andel af KAT-certificerede skalæg i forhold til det samlede antal indkøbte skalæg (i procent)¹

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ^{2,3}	9,1	86,0	80,0
Tyskland	100,0	100,0	100,0
Holland	100,0	100,0	100,0
Polen	23,9	34,4	32,3
Virksomhedsgruppe	97,8	97,6	96,6

¹ KAT-certificeringen anvendes ikke i alle lande. Derfor er der kun anført de lande, hvor denne anvendes.

² Der er sket en revision af dataene sammenlignet med 2015 pga. forsinket tilbagemelding fra ALDI Nord i Belgien og Luxembourg. Denne revision har resulteret i en ændring af dataene for virksomhedsgruppen ALDI Nord.

³ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Andel af certificeret palmeolie

Andel af den samlede mængde palmeolie anvendt til fremstilling af vores food- og non-food produkter, som er certificeret iht. et fysisk RSPO-leverandørkædesystem (i procent)¹

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ²	63,6	77,7	85,4
Danmark ³	n/a	30,1	91,0
Tyskland	87,7	86,7	90,0
Frankrig	52,7	66,5	82,2
Holland	29,8	71,4	88,3
Polen	73,5	78,7	69,2
Portugal	59,2	62,7	84,1
Spanien ³	n/a	36,9	68,7
Virksomhedsgruppe	71,7	76,8	86,7

¹ Dataene er i et vist omfang baseret på estimater.

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

³ Data er først tilgængelige fra 2015 (n/a = utilgængelig).

Andel af certificerede kakaoholdige produkter

Andel af indkøbte kakaoholdige produkter af eget mærke, med certificeret bæredygtig kakao, af den totale mængde af indkøbte kakaoholdige produkter (i procent)

Frem mod udgangen af 2016 omstillede vi i alt ca. 79 procent af de kakaoholdige produkter af eget mærke til certificerede råstoffer i hele virksomhedsgruppen. Heraf var den største del UTZ-certificeret (ca. 98 procent), efterfulgt af Fairtrade (ca. 2 procent) og Rainforest Alliance (0,1 procent).

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ¹	8,7	20,0	77,0
Danmark	40,9	73,5	89,6
Tyskland	56,8	77,0	90,1
Frankrig	20,0	23,9	90,9
Holland	53,3	77,5	84,2
Polen	49,2	69,7	68,6
Portugal	51,5	68,5	80,2
Spanien	36,1	55,4	70,3
Virksomhedsgruppe	32,3	48,9	78,8

¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Andel af indkøbt certificeret og verificeret bæredygtig kaffe

Andel af indkøbt certificeret eller verificeret bæredygtig kaffe, af totalvægten af indkøbt kaffe til produkter af eget mærke (i procent)

Som certificerings- og verificeringsstandarder er der benyttet Fairtrade, EU's økologimærke, 4C, Rainforest Alliance og UTZ. I 2016 var ca. 20 procent af den indkøbte kaffe certificeret eller verificeret efter én af ovennævnte standarder. 4C-certificeringen står for den største andel (ca. 40 procent), efterfulgt af Fairtrade og EU's økologimærke (begge ca. 20 procent), samt UTZ-certificeringen (ca. 20 procent).

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ¹	5,0	5,6	6,9
Danmark	5,6	7,6	9,5
Tyskland	15,6	18,6	30,5
Frankrig	3,4	3,1	6,0
Holland	4,1	4,5	5,9
Polen	3,6	4,7	4,6
Portugal	8,8	12,5	19,0
Spanien	11,6	15,1	30,0
Virksomhedsgruppe	10,8	12,8	19,5

¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Andel af indkøbte produkter med FSC®- eller PEFC-certificerede råstoffer

Andel af indkøbte produkter af eget mærke, som er produceret med FSC®- eller PEFC-certificerede råstoffer, af det samlede antal indkøbte produkter af eget mærke med indhold af træ, pap og papir (i procent)

Som certificeringsstandard er der benyttet FSC® 100%, FSC® MIX og PEFC. FSC® MIX-certificeringen står for den største andel (ca. 50 procent), efterfulgt af FSC® 100%-certificeringen (ca. 26 procent), samt PEFC-certificeringen (ca. 24 procent).

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ^{1, 2}	24,3	24,8	28,8
Danmark	73,4	72,4	89,8
Tyskland	86,3	84,4	87,3
Frankrig	41,7	41,5	46,4
Holland	51,8	54,3	58,4
Polen	60,4	59,4	60,6
Portugal	66,2	60,2	68,7
Spanien	31,2	42,6	64,0
Virksomhedsgruppe	39,1	41,3	53,1

¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

² Dataene fra 2014 er i et vist omfang baseret på estimater.

Kvalitet

NØGLETAL

Vores princip "Kvaliteten helt i top - prisen helt i bund" overbeviser vores kunder om, at kvalitetsprodukter ikke behøver at være dyre. Alle produkter solgt hos ALDI Nord bliver sikkerheds- og kvalitetstestet. Størstedelen af disse produkter er tildelt kvalitetsmærker eller certificeringer fra uafhængige kontrolmyndigheder. Hvis vi på trods af vores kontroller konstaterer kvalitetsmangler efter start af salg, gennemfører vi straks yderligere kontroller for at igangsætte passende tiltag.

Offentlige produkttilbagekaldelser

Antal offentligt tilbagekaldte produkter fordelt på food- og non-food produkter

	2014			2015			2016		
	I alt	Tilbagekaldelser food	Tilbagekaldelser non-food	I alt	Tilbagekaldelser food	Tilbagekaldelser non-food	I alt	Tilbagekaldelser food	Tilbagekaldelser non-food
Belgien/Luxembourg ¹	4	4	–	3	3	–	1	1	–
Danmark	4	3	1	2	2	–	3	3	–
Tyskland	2	2	–	5	1	4	10	10	–
Frankrig	3	3	–	14	12 ²	2	23 ³	22	1
Holland	2	2	–	2	2	–	3	3	–
Polen	–	–	–	–	–	–	1	1	–
Portugal	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Spanien	1	–	1	–	–	–	3	1	2
Virksomhedsgruppe	16	14	2	26	20	6	44	41	3

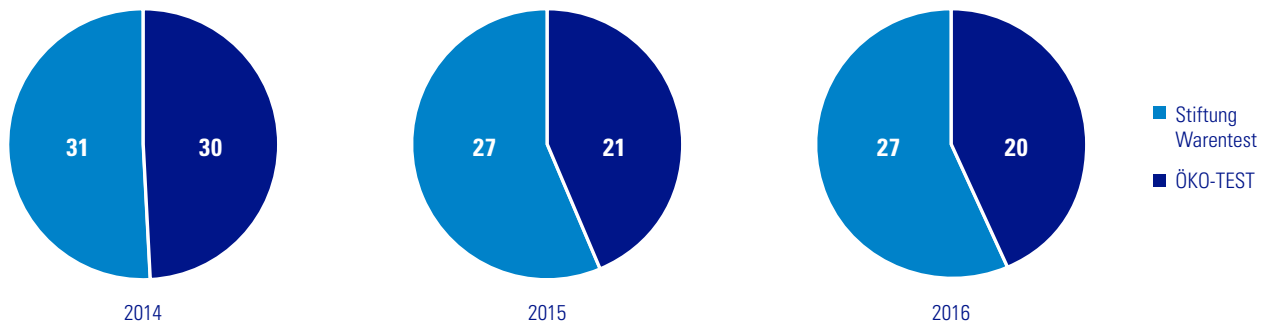
¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

² Heraf seks på grund af deklarationsmangler.

³ Heraf 16 regionale tilbagekaldelser og seks tilbagekaldelser på grund af deklarationsmangler.

Produkter annonceret med Stiftung Warentest eller ÖKO-TEST

Antal produkter, som blev annonceret med Stiftung Warentest- eller ÖKO-TEST-testresultat¹



¹ Mærkning af produkter med denne test er kun mulig i Tyskland, og derfor vedrører dataene kun Tyskland.

Kunder & samfund

NØGLETAL

Vi gør det muligt for vores kunder at træffe bevidste valg. Vi udvider løbende vores sortiment af bæredygtige produkter. Takket være en klar produktmærkning kan vores kunder hurtigt identificere produkter der for eksempel er økologiske eller Fairtrade, vegetariske eller veganske, eller er produceret uden tilsætningsstoffer. Mange af vores ikke længere salgbare, men stadig spiselige fødevarer, donerer vi til velgørende organisationer. Derudover samarbejder vi igennem ALDI Nord Stiftung GmbH med partnere såsom Deutsches Kinderhilfswerk på at løse samfundsmæssige udfordringer.

Antal økologiske og Fairtrade produkter

Antal produkter af eget mærke med EU's Økologimærke og antal produkter af eget mærke med Fairtrade-certificering i sortimentet

	2014 ¹		2015		2016	
	Økologiske produkter	Fairtrade produkter	Økologiske produkter	Fairtrade produkter	Økologiske produkter	Fairtrade produkter
Belgien/Luxembourg ²	20	3	56	3	61	9
Danmark	54	5	86	8	118	11
Tyskland	100	5	125	15	144	21
Frankrig	31	1	45	–	60	1
Holland	33	3	66	37	114	41
Polen	5	–	9	1	10	1
Portugal	41	2	60	7	77	12
Spanien	80	1	105	1	131	4
Virksomhedsgruppe ³	304	14	433	58	517	70

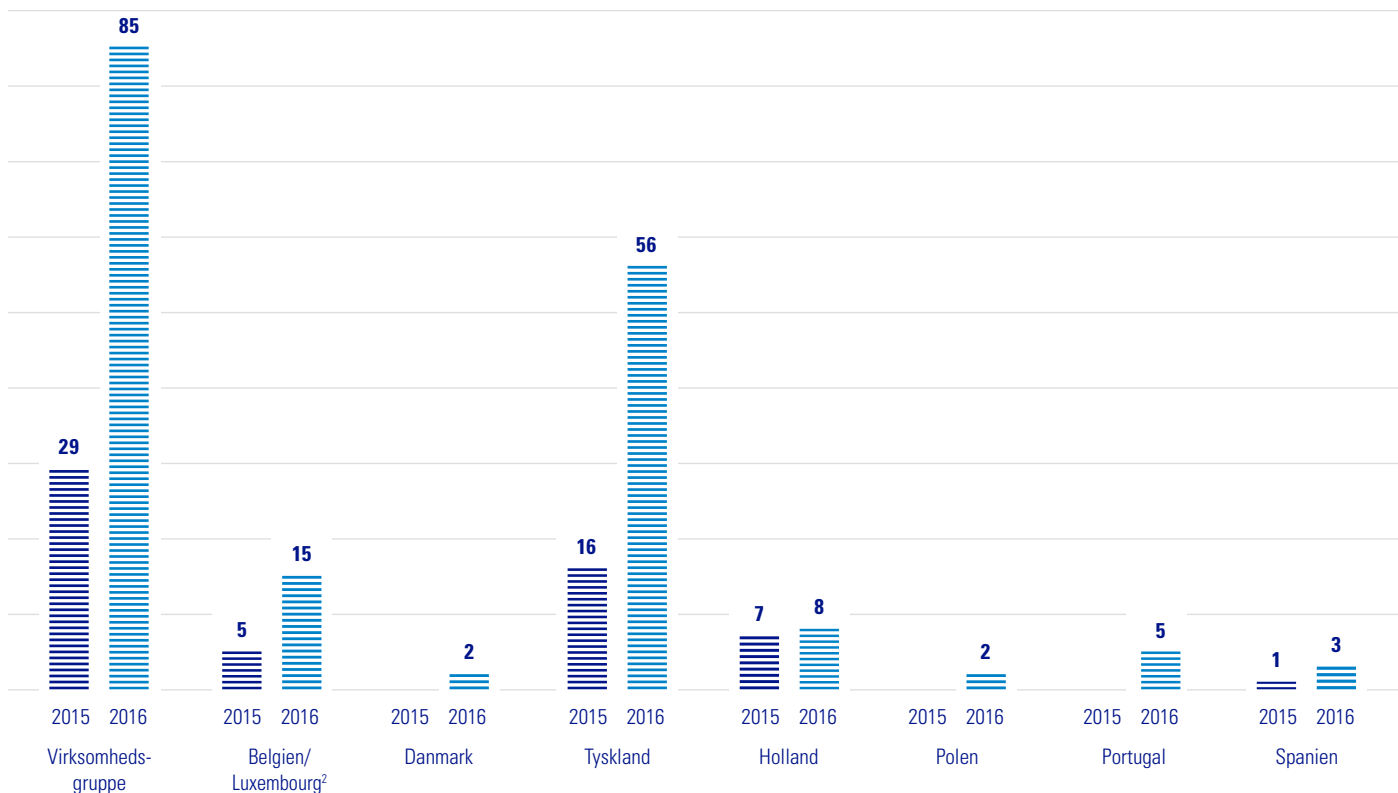
¹ For 2014 er der ikke tilgængelige data for centralt indkøbte produkter for alle lande.

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

³ Indkøbsselskaberne under ALDI Nord køber delvist også enkelte produkter til flere lande, og derfor kan det samlede antal af indkøbte produkter være lavere end summen af opdelingerne for de enkelte lande.

Mærkede vegetariske og veganske produkter

Antal mærkede vegetariske og/eller veganske produkter i sortimentet¹



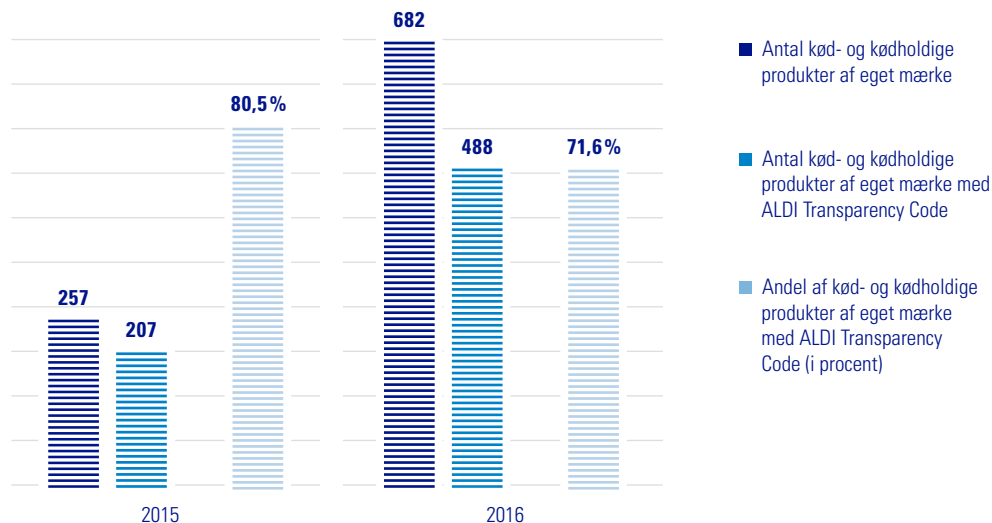
¹ Indkøbsselskaberne under ALDI Nord køber delvist også enkelte produkter til flere lande, og derfor kan det samlede antal af indkøbte produkter være lavere end summen af opdelingerne for de enkelte lande.

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Antal og andel af produkter med ALDI Transparency Code

Antal og andel af kød- eller kødholdige produkter i Tyskland af eget mærke som er mærket med ALDI Transparency Code (ATC).

Undersøgelsesmetoden og datagrundlaget er ændret i forhold til det foregående år.



Donation af fødevarer

Andel af butikker, som donerer ikke længere salgbare, men stadig spiselige fødevarer, til velgørende organisationer (i procent)

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ¹	100,0	100,0	100,0
Danmark	–	3,6	3,6
Tyskland	89,4	98,1	99,1
Frankrig	–	–	–
Holland	–	–	28,7
Polen	–	4,8	24,6
Portugal	–	8,5	25,0
Spanien	60,4	76,5	75,4
Virksomhedsgruppe	56,7	61,5	65,2

¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Medarbejdere

NØGLETAL

Vores ca. 64.000 medarbejdere yder et afgørende bidrag til den fortsatte succes i virksomhedsgruppen ALDI Nord. Vores samarbejde er defineret af fairness, åbenhed og mangfoldighed. For os betyder påskønnelse, at være en ansvarlig og pålidelig arbejdsgiver. Vi ønsker, at vores medarbejdere skal være stolte af at arbejde i ALDI Nord.

Antal medarbejdere fordelt på områder

Antal medarbejdere fordelt på arbejdsområde og køn pr. 31.12. (i personer)

	2014 ¹	2015		2016	
	Virksomhedsgruppe	Virksomhedsgruppe	heraf kvinder	Virksomhedsgruppe	heraf kvinder
Salg	43.182	46.708	36.146	51.780	40.157
Lager	4.400	4.604	1.183	4.983	1.207
Vognpark	2.494	2.490	39	2.596	36
Kontor	1.970	2.215	1.950	2.401	2.105
Øverste ledelseslag	576	577	122	589	139
Mellemste ledelseslag	1.146	1.043	284	1.174	337
Øvrige ²	525	542	33	556	31
Virksomhedsgruppe	54.293	58.179	39.757	64.079	44.012

¹ En opdeling ud fra køn er først mulig fra 2015.

² Denne kategori omfatter bl.a. medarbejdere, som er frigjort til arbejde i samarbejdsudvalg, samt håndværkere i virksomheden.

Andel af kvinder i ledende stillinger

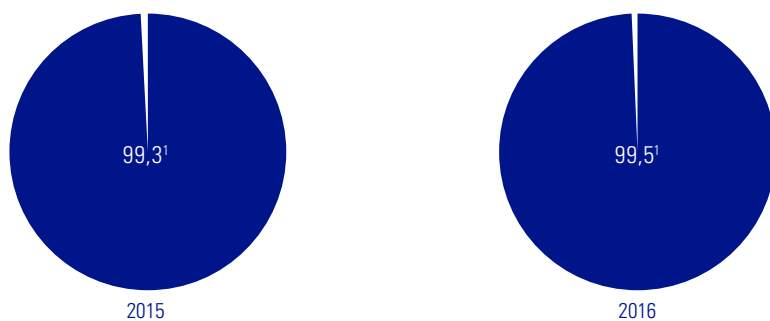
Andel af kvindelige medarbejdere i ledende stillinger pr. 31.12. (i procent)

	2015	2016
Belgien/Luxembourg ¹	24,9	27,3
Danmark	20,2	20,0
Tyskland	24,6	26,7
Frankrig	17,5	21,4
Holland	15,1	16,3
Polen	38,6	40,3
Portugal	43,2	45,2
Spanien	34,8	32,8
Virksomhedsgruppe	23,8	25,8

¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Andel af medarbejdere, som er dækket af overenskomster

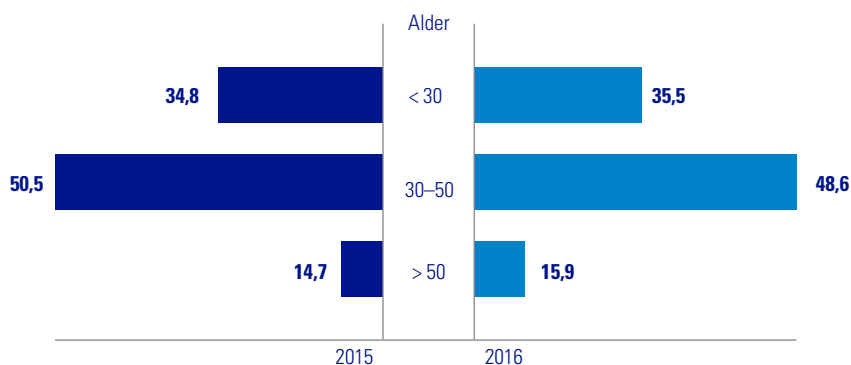
Andel af medarbejdere, som er dækket af overenskomster pr. 31.12. (i procent)



¹ Medarbejderandelen blev beregnet eksklusive Polen, da der ikke er indgået nogen fælles overenskomst her.

Medarbejdere fordelt efter aldersgrupper

Andel af medarbejdere fordelt efter aldersgrupper pr. 31.12. (i procent)



Medarbejdere fordelt efter beskæftigelsesart

Antal medarbejdere fordelt efter beskæftigelsesart og køn pr. 31.12 (i personer)

	2014 ¹		2015				2016			
	Fuldtid	Deltid	Fuldtid	heraf kvinder	Deltid	heraf kvinder	Fuldtid	heraf kvinder	Deltid	heraf kvinder
Belgien/Luxembourg ²	1.997	4.119	2.021	877	4.235	3.575	2.117	903	4.295	3.552
Danmark	1.059	926	1.048	468	989	583	1.074	468	1.110	660
Tyskland	7.646	21.922	7.267	3.125	24.162	19.396	7.258	2.977	27.957	22.428
Frankrig	4.794	2.153	5.184	2.504	2.236	2.029	5.474	2.722	2.769	2.482
Holland	1.645	4.214	1.639	324	4.652	3.569	1.622	317	4.678	3.540
Polen	272	599	473	337	687	665	809	617	657	637
Portugal	161	323	230	94	383	322	265	144	538	391
Spanien	1.033	1.430	1.220	611	1.753	1.278	1.407	718	2.049	1.456
Virksomhedsgruppe	18.607	35.686	19.082	8.340	39.097	31.417	20.026	8.866	44.053	35.146

¹ En opdeling ud fra køn er først mulig fra 2015.

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Anciennitet i virksomheden

Gennemsnitlig anciennitet for medarbejderne (i år)

	2014	2015	2016
Belgien/Luxembourg ¹	11	12	12
Danmark	4	4	4
Tyskland	10	10	10
Frankrig	6	6	6
Holland	10	10	10
Polen	4	3	3
Portugal	3	3	2
Spanien	4	3	3
Virksomhedsgruppe	7	6	6

¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Antal elever og studerende med tostrengt uddannelse

Antal elever og studerende med tostrengt uddannelse pr. 31.12.

Uddannelsesmodellen efter tysk forbillede benyttes ikke i alle lande. Derfor vedrører dataene om antal elever kun landene Danmark, Tyskland og Frankrig. Der tages ikke højde for det system, som benyttes i Holland og Spanien på tidspunktet for registrering af nøgletallene, da uddannelsesmodellerne ikke er identiske. I Tyskland tilbydes der desuden et tostrengt studium.

	2014		2015		2016	
	Elever	Studerende med tostrengt uddannelse	Elever	Studerende med tostrengt uddannelse	Elever	Studerende med tostrengt uddannelse
Danmark	54	–	53	–	52	–
Tyskland	2.330	117	2.014	92	1.757	99
Frankrig	187	–	241	–	194	–
Virksomhedsgruppen	2.571	117	2.308	92	2.003	99

Andel af medarbejdere fordelt på typen af ansættelseskontrakt

Andel af medarbejdere fordelt på typen af ansættelseskontrakt og køn pr. 31.12 (i procent)

	2015				2016			
	Tidsbegrænset	heraf kvinder	Uden tidsbegrænsning	heraf kvinder	Tidsbegrænset	heraf kvinder	Uden tidsbegrænsning	heraf kvinder
Belgien/Luxembourg ¹	9,6	64,3	90,4	68,2	9,2	62,9	90,8	75,7
Danmark	1,5	65,5	98,5	51,9	0,2	60,0	99,8	52,3
Tyskland	15,5	67,1	84,5	72,1	21,7	68,6	78,3	71,2
Frankrig	10,8	62,8	89,2	64,3	10,2	64,9	89,8	65,4
Holland	32,8	59,7	67,2	63,6	30,9	57,7	69,1	63,6
Polen	61,1	86,6	38,9	85,0	60,8	86,3	39,2	83,7
Portugal	58,0	69,9	42,0	69,1	58,2	67,2	41,8	68,7
Spanien	4,9	51,4	95,1	63,3	5,3	48,1	94,7	63,5
Virksomhedsgruppe	16,5	66,3	83,5	68,7	19,7	67,3	80,3	69,1

¹ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Lokaliteter

NØGLETAL

Vi vil reducere følgerne af vores aktiviteter på klima og miljø. Der er fokus på optimering af energiforbruget, logistikprocesser og emballage, samt affaldshåndtering. Evalueringen af en række nøgletal – fra drivhusgasemission og affaldsproduktion til mængden af anvendt emballage – hjælper os med at identificere potentialet for yderligere forbedringer.

Direkte energiforbrug

Direkte energiforbrug i bygninger og transport opdelt efter lande (i MWh)¹

Den største del af det direkte energiforbrug skyldes anvendelsen af naturgas til varmeproduktion samt diesel som brændstof til transport. Det samlede forbrug er steget en smule sammenlignet med 2015. Dette skyldes først og fremmest et øget forbrug af naturgas på grund af en koldere vinter i nogle lande, samt en mindre stigning i brændstofforbruget til transport.

	2014	2015 ²	2016
Belgien/Luxembourg ³	99.607	108.941	109.576
Danmark	18.309	20.962	20.692
Tyskland	370.237	386.112	402.431
Frankrig	142.110	149.429	143.479
Holland	76.905	84.156	86.055
Polen	9.092	12.896	14.905
Portugal	989	1.013	1.084
Spanien	4.199	4.177	4.449
Virksomhedsgruppe	721.448	767.686	782.671

¹ Dataene er i et vist omfang baseret på estimater.

² På baggrund af tilbagemeldinger for 2015 er der sket en revision sammenlignet med sidste års rapport.

³ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Direkte energiforbrug fordelt på energikilder

Direkte energiforbrug i bygninger og transport opdelt efter energikilder (i MWh)¹

	2015 ²	2016
Naturgas	418.129	429.621
Fyringsolie	27.589	25.321
Biogas	154	89
Diesel (inkl. diesel-generatorer)	321.314	327.163
Benzin	66	26
Autogas	434	451

¹ Dataene er i et vist omfang baseret på estimater.

² På baggrund af tilbagemeldinger for 2015 er der sket en revision sammenlignet med sidste års rapport.

Indirekte energiforbrug

Strøm- og fjernvarmeforbrug (i MWh)¹

Strømforbruget for vores lokaliteter udgør med næsten 940 GWh den største del af energiforbruget. Dette er kun en minimal stigning på ca. 1 procent i forhold til det foregående år. Stigningen skyldes bl.a. længere åbningstider, samt et øget antal fryser og bageovne i butikkerne.

	2014			2015 ²			2016		
	I alt	Strøm	Fjernvarme	I alt	Strøm	Fjernvarme	I alt	Strøm	Fjernvarme
Belgien/Luxembourg ³	87.581	87.581	–	88.411	88.411	–	89.559	89.559	–
Danmark	49.605	38.758	10.847	50.569	39.659	10.910	51.141	39.739	11.402
Tyskland	456.809	441.748	15.061	451.014	433.393	17.621	463.361	445.897	17.464
Frankrig	157.429	157.429	–	177.762	177.762	–	167.805	167.805	–
Holland	75.566	74.831	735	79.780	78.779	1.001	82.177	81.077	1.100
Polen	13.671	12.444	1.227	17.394	16.110	1.284	20.429	18.606	1.823
Portugal	12.479	12.479	–	14.113	14.113	–	14.884	14.884	–
Spanien	67.928	67.928	–	79.694	79.694	–	79.070	79.070	–
Virksomhedsgruppe	921.068	893.198	27.870	958.737	927.921	30.816	968.426	936.637	31.789

¹ Dataene er i et vist omfang baseret på estimater.

² På baggrund af tilbagemeldinger for 2015 er der sket en revision sammenlignet med sidste års rapport.

³ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Emission af drivhusgasser scope 1 og 2

Emission af drivhusgasser scope 1 og 2 (i ton CO₂-ækvivalenter)

Emission af drivhusgasser er beregnet på basis af energi- og brændstofforbrug samt kølemiddeltab. Beregningen følger kravene fra Greenhouse Gas (GHG) Protocol, med anvendelse af DEFRA-emissionsfaktorer samt GEMIS for emission fra fjernvarmeforbrug. For første gang udføres ifølge kravene fra GHG Protocol en særskilt beregning af udledningen af scope 2 emissioner fra strømforbruget ud fra lokations- og markedsbaserede emissionsfaktorer. Hvor den lokationsbaserede metode definerer emissionsfaktoren for et bestemt geografisk område (f.eks. et land), er den markedsbaserede emissionsfaktor – så vidt muligt – baseret på et selskabs individuelle strømmix på baggrund af den faktiske produktion af emissioner. Beregningen af de lokationsbaserede drivhusgasser er baseret på de, af det Internationale Energiagentur (IEA), definerede faktorer.

	2014		2015 ¹			2016		
	Scope 1 ²	Scope 2 ³	Scope 1 ²	Scope 2 ³ „lokationsbaserede“	Scope 2 ³ „markedsbaserede“	Scope 1 ²	Scope 2 ³ „lokationsbaserede“	Scope 2 ³ „markedsbaserede“
Belgien/Luxembourg ⁴	37.536	17.673	42.096	17.782	15.781	40.328	18.656	13.246
Danmark	9.963	13.546	11.104	13.241	8.973	10.466	11.372	10.914
Tyskland	113.483	268.214	120.089	214.793	262.533	110.178	211.664	38.301
Frankrig	67.917	9.603	74.861	11.350	2.666	75.277	6.863	6.276
Holland	46.780	27.262	31.253	35.044	72	29.802	38.393	143
Polen	2.174	10.134	3.940	12.866	13.488	5.501	14.688	15.185
Portugal	1.382	3.781	1.529	3.964	6.180	2.817	3.793	4.334
Spanien	5.596	19.748	12.239	19.467	30.218	11.811	20.096	26.774
Virksomhedsgruppe	284.831	369.961	297.111	328.507	339.911	286.180	325.525	115.173

¹ På baggrund af tilbagemeldinger for 2015 er der sket en revision sammenlignet med sidste års rapport.

² Scope 1: Emission fra direkte energiforbrug, bygninger, brændstofforbrug, transport og kølemiddeltab.

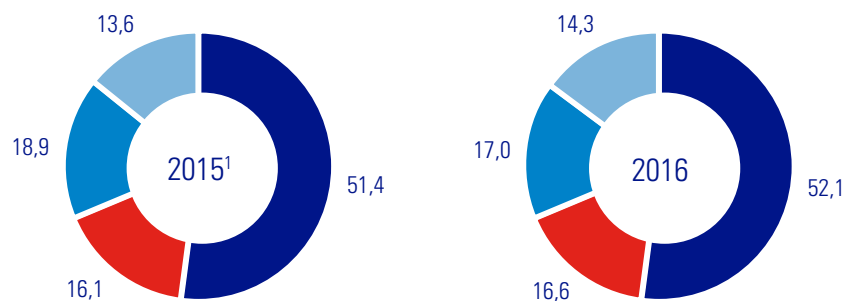
³ Scope 2: Emission fra strøm- og fjernvarmeforbrug opdelt efter lokations- og markedsbaseret emission siden 2015.

⁴ Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Drivhusgasemissioner scope 1 og 2 fordelt på energikilder 2015 & 2016

Samlet mængde drivhusgasemissioner scope 1 og 2, opdelt efter kilder (i procent, baseret på lokationsbaserede emissioner)

■ Strøm ■ Energi til opvarmning
■ Kølemiddel ■ Transport



¹ På baggrund af tilbagemeldinger for 2015 er der sket en revision sammenlignet med sidste års rapport.

Antal køretøjer

Antal køretøjer pr. 31.12 opdelt efter køretøjstype

	2014			2015			2016		
	Antal lastbiler	Antal personbiler	Yderligere køretøjer ¹	Antal lastbiler	Antal personbiler	Yderligere køretøjer ¹	Antal lastbiler	Antal personbiler	Yderligere køretøjer ¹
Belgien/Luxembourg ²	213	180	7	217	185	8	219	211	8
Danmark	55	86	5	56	89	5	56	92	5
Tyskland	914	850	73	909	909	74	880	969	75
Frankrig	236	310	27	238	314	23	234	349	25
Holland	201	184	8	200	188	8	189	201	8
Polen	–	65	2	–	64	2	–	82	2
Portugal	–	37	1	–	41	1	–	47	1
Spanien	–	144	–	–	159	–	–	170	2
Virksomhedsgruppe	1.619	1.856	123	1.620	1.949	121	1.578	2.121	126

¹ Dette omfatter LPG-drevne gaffeltrucks og køretøjer (LPG = Liquefied Petroleum Gas).

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

Brændstofforbrug

Brændstofforbrug for lastbiler, personbiler og yderligere køretøjer (i liter eller kilogram)

	2014			2015			2016		
	Diesel ¹ (l)	Benzin (l)	LPG (kg)	Diesel ¹ (l)	Benzin (l)	LPG (kg)	Diesel ¹ (l)	Benzin (l)	LPG (kg)
Belgien/Luxembourg ²	3.991.141	–	–	4.215.607	–	–	4.322.031	–	–
Danmark	1.428.007	304	924	1.513.990	–	913	1.480.176	595	330
Tyskland	16.346.023	9.856	20.435	16.335.662	7.368	21.365	16.863.778	2.266	21.270
Frankrig	5.640.054	–	10.498	5.858.537	–	9.737	5.730.617	–	9.828
Holland ³	3.553.070	–	–	3.626.422	–	–	3.687.240	–	–
Polen	148.367	–	781	144.629	–	1.386	158.452	–	567
Portugal	98.623	–	400	100.883	–	600	108.132	–	500
Spanien	406.376	–	–	404.581	–	–	415.182	–	2.828
Virksomhedsgruppe	31.611.661	10.160	33.038	32.200.311	7.368	34.001	32.765.608	2.861	35.323

¹ Inklusiv forbrug af fyringsolie til drift af kølemotorer (udenfor Tyskland).

² Oplysningerne om de juridisk selvstændige selskaber under virksomhedsgruppen ALDI Nord i Belgien og Luxembourg præsenteres samlet for overskuelighedens skyld (se "Om denne rapport", side 30).

³ På baggrund af tilbagemeldinger for 2015 er der sket en revision sammenlignet med sidste års rapport.

Affaldsproduktion

Affaldsproduktion efter affaldsart (i ton)¹

Affaldsmængden i Tyskland er steget en anelse i forhold til 2015, hvor den største del af vores affaldsproduktion stammer fra emballageaffald. Mængden af farligt affald udgør 414 ton, hvilket kun er ca. 0,2 procent af den samlede affaldsmængde.

Hertil hører først og fremmest spildolie, oliefiltre og bilbatterier samt lysstofrør indeholdende kviksølv.

	2014	2015	2016
	Tyskland	Tyskland	Tyskland
Farligt affald	490	493	414
Papir/pap/karton	426	432	450
Husholdningsaffald ²	20.006	22.129	22.320
Affald fra produktion og forarbejdning af fødevarer ³	6.859	8.173	11.102
Emballageaffald	156.461	156.580	161.290
heraf folie/plast	3.966	3.986	3.578
heraf pap/papir	121.024	121.331	125.174
heraf PET	31.471	31.264	32.538
Brugte apparater	39	70	56
Total affaldsmængde	184.281	187.877	195.632

¹ Dataene er i et vist omfang baseret på estimater.

² Erhvervsmæssigt affald. Hertil hører bl.a. „restaffald“, indpakkede fødevarer, storskrald, træ og metalkrot.

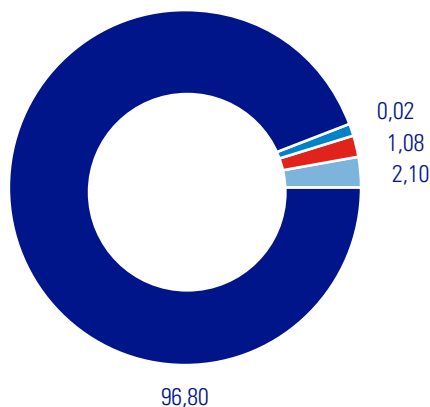
³ Hertil hører affald fra kantinedrift og bake-off produkter.

Affaldsmængder ud fra udnyttelsesformer

Affaldsmængde fordelt efter bortskaffelsesmetode i Tyskland (i procent)¹

Med en bortskaffelsesprocent på ca. 99 blev størstedelen af ikke-farligt affald i 2016 leveret til genanvendelse og recycling.

- Genanvendelse og recycling²
- Deponering
- Forbrænding (masseforbrænding)
- Kompostering



¹ Tilknytningen til bortskaffelsesarter er delvist baseret på estimater og fremskrivninger.

² Inklusiv forbrænding til energiudnyttelse.

Om denne rapport

Med denne fremskridtsrapport ønsker vi at informere vores interne og eksterne interessenter om den bæredygtige udvikling i virksomhedsgruppen ALDI Nord. Det forventes, at vores næste samlede rapport om bæredygtighed udgives i 2018.

Udgiver

Varemærket ALDI står for succesfuld disconthandel. Vi anvender logoerne for virksomhedsgrupperne ALDI Nord og ALDI SÜD, som er tæt forbundet. Hos virksomhedsgruppen ALDI Nord er ALDI Einkauf indehaver af varemærket ALDI.

Udgiver af rapporten er ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, Essen (herefter benævnt: ALDI Einkauf). Selskaberne under ALDI Einkauf er primært ALDI GmbH & Co. KGs, som i Tyskland udgør en horisontal koncern. ALDI selskaberne uden for Tyskland er licenstagere af varemærket ALDI. Alle disse juridisk selvstændige virksomheder udgør virksomhedsgruppen ALDI Nord, som er genstand for denne rapport. Afvigelser fra enkelte nøgletal eller indhold, angives hvis nødvendigt. Indkøb af produkter for ALDI Luxembourg sker via den indkøbs- og logistikansvarlige i ALDI Belgien. ALDI Luxembourg og ALDI Belgien er juridisk selvstændige selskaber som, for overskuelighedens skyld, præsenteres samlet i denne rapport. Rapporteringsperioden løber fra 1. januar til 31. december 2016. Redaktionens afslutning er den 31. marts 2017.

Rapporten foreligger i trykt form på tysk samt på andre sprog. For at forbedre læsbarheden afstår vi fra kønsrelaterede dobbeltbenævnelser samt angivelse af retsformen på de sprog, hvor dette er relevant.

Alt indhold i rapporten findes også på vores platform www.cr-aldinord.com. Her findes dokumenter til download og yderligere supplerende oplysninger.

Kolofon & kontakt

UDGIVER

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

ANSVARLIG

Rayk Mende
Managing Director
Corporate Responsibility
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

PROJEKLEDELSE

Dr. Christina Fries-Henrich
Director CR Division
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

KONTAKT

cr-grk@aldi-nord.de

REDAKTIONENS AFSLUTNING

31. marts 2017

KONCEPT/REDAKTION/LAYOUT

Stakeholder Reporting GmbH, Hamborg

Fremskridtsrapport for virksomhedsgruppen ALDI Nord

Man kan også finde rapporten om bæredygtighedsaktiviteterne for virksomhedsgruppen ALDI Nord med supplerende oplysninger og mulighed for download under:



www.cr-aldinord.com

Fremskridtsrapporten er tilgængelig på følgende sprog:

Tysk
Engelsk
Fransk
Fransk (BE)
Hollandsk
Hollandsk (BE)
Polsk
Portugisisk
Spansk

Vi vil gerne takke alle vores kolleger samt alle andre personer, der har medvirket til udgivelsen af denne rapport.

Den aktuelle rapport findes også på andre sprog. Hvis der forekommer afvigelser i forhold til den tyske udgave, er den tyske udgave gældende.

Ansvarsfraskrivelse

Denne rapport indeholder udsagn, som vedrører den fremtidige udvikling af virksomhedsgruppen ALDI Nord. Disse udsagn skal forstås som vurderinger, som ALDI Nord har foretaget på baggrund af de oplysninger, der forelå på det aktuelle tidspunkt. Den faktiske udvikling kan afvige fra de på daværende tidspunkt foretagne vurderinger. Virksomhedsgruppen ALDI Nord kan derfor ikke holdes ansvarlig for disse udsagn.



www.cr-aldinord.com