



**VOORTGANG  
2016**

ALDI Nord  
Voortgangsrapportage

---



'Door prestaties te meten,  
kunnen we onszelf verbeteren.  
Deze voortgangsrapportage geeft de  
ontwikkeling van 2016 weer.'

---

Rayk Mende

Managing Director Corporate Responsibility  
ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG

## Inhoudsopgave

Wij doen wat wij beloven	3	Kengetallen	9	Over deze rapportage	30
CR-programma	5	Strategie & management	9	Colofon	31
		Grondstoffen & productieketen	11		
		Kwaliteit	15		
		Klanten & maatschappij	17		
		Medewerkers	20		
		Klimaat & milieu	25		

# Wij doen wat wij beloven

Een jaar nadat wij ons eerste maatschappelijk jaarverslag hebben gepubliceerd, informeren wij u over de belangrijkste verduurzamingsstappen van de ondernemingsgroep ALDI Nord. De ontwikkelingen in onze kengetallen en ons CR-programma laten zien dat wij doen wat wij beloven. Wij werken succesvol aan het behalen van onze doelstellingen en stellen onszelf nieuwe uitdagingen, zodat wij ook in de toekomst verantwoord blijven ondernemen.

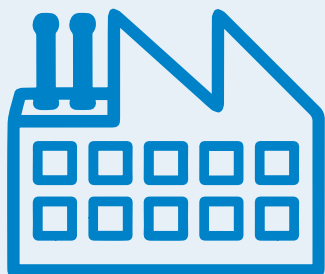
## Doel gerealiseerd

In Duitsland bieden wij onze klanten naast de plastic draagtassen en shoppers uit grotendeels gerecycled materiaal nu ook katoenen en juten draagtassen als duurzaam alternatief.



## Doel gerealiseerd

Publicatie van ons eerste internationale inkoopbeleid voor duurzame koffie.



## Doel gerealiseerd

# 19

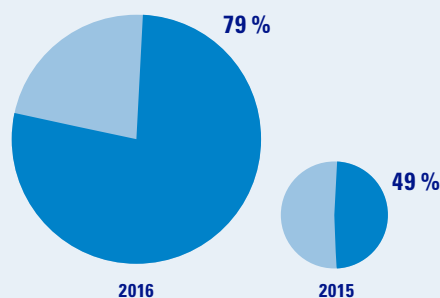
In 2016 zijn 19 productielocaties aan het ALDI Factory Advancement (AFA) Project toegevoegd. Het aantal aangesloten productielocaties is hierdoor in 2016 gestegen van 20 naar 39.



## Meer dan

# 64.000

In 2016 werkten meer dan 64.000 medewerkers voor de gehele ondernemingsgroep, bijna 6.000 meer dan in 2015.



## Ongeveer

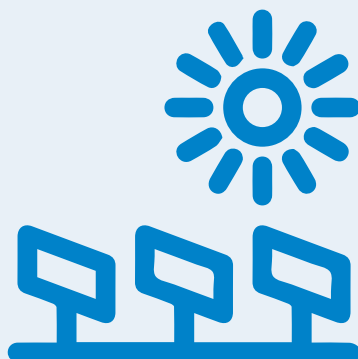
# 79

procent van onze cacao-houdende eigenmerk-producten was Fair-trade, UTZ of Rainforest Alliance gecertificeerd. In 2015 bedroeg dit nog 49 procent.



# 70

In 2016 voerden wij een assortiment van 70 Fairtrade gecertificeerde producten in de gehele ondernemingsgroep, 12 meer dan in 2015.



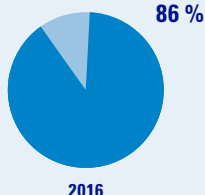
Ongeveer

# 16.000 MWh

In 2016 is er door onze zonnepanelen ongeveer 16.000 MWh milieuvriendelijke stroom opgewekt. Dit staat gelijk aan het jaarlijkse verbruik van 4.000 huishoudens. Dat is bijna een verdubbeling ten opzichte van 2015.

Meer dan

# 86



procent van de palmolie in onze producten is fysiek gecertificeerd volgens de Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) standaard, een stijging van bijna 10 procent ten opzichte van 2015.



Doel gerealiseerd

Publicatie van ons eerste internationale inkoopbeleid voor duurzame thee.

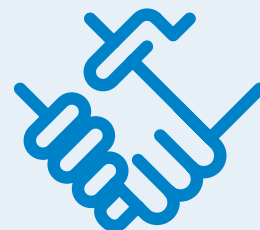


Onze filialen

We zijn begonnen onze filialen te voorzien van installaties met het natuurlijke koudemiddel CO<sub>2</sub>.

Oprichting

van de ALDI Nord Stiftungs GmbH. Deze stichting is internationaal georiënteerd en geeft invulling aan de maatschappelijke betrokkenheid van de hele ondernemingsgroep. Wij willen hiermee een positieve bijdrage leveren aan maatschappelijke uitdagingen.



Meer dan

# 500

In 2016 voerden wij in ons assortiment meer dan 500 producten met het Europees biologisch keurmerk. In 2015 waren dit nog 433 producten.

# CR-programma



## Pijler ketenverantwoordelijkheid

Doel	Status	Streefdatum	Streefwaarde	Bereik
Borgen dat alle productielocaties, die non-food artikelen voor ALDI in BSCI-risicolanden produceren, beschikken over een geldig en voldoende BSCI audit-resultaat (Business Social Compliance Initiative)	→	2019	100 %	ONDERNEMINGS-GROEP
Uitbreiden van het aantal productielocaties dat deelneemt aan het ALDI Factory Advancement (AFA) Project, een project dat de dialoog tussen medewerkers en management stimuleert en daardoor arbeidsomstandigheden in Bengaalse fabrieken verbetert	↑	Continu	Continueren en uitbreiden	ONDERNEMINGS-GROEP
Opzetten van een eigen controleprogramma in Azië	→	2017	Opzetten programma en doorvoeren controles	ONDERNEMINGS-GROEP
Borgen dat alle groente- en fruittelers een sociale evaluatie (GRASP of gelijkwaardig) laten uitvoeren	→	2018	100 %	ONDERNEMINGS-GROEP
Uitsluiten van bepaalde chemicaliën in de productie van textiel en schoenen (ALDI Detox Commitment)	→	2020	100 %	ONDERNEMINGS-GROEP
Opstellen en publiceren van internationaal inkoopbeleid katoen	→	2017	Inkoopbeleid	ONDERNEMINGS-GROEP

↑ Doel gerealiseerd → Lopend proces



## Pijler ketenverantwoordelijkheid

Doel	Status	Streefdatum	Streefwaarde	Bereik
Opstellen en publiceren van internationaal inkoopbeleid koffie	↑	2016	Inkoopbeleid	ONDERNEMINGS-GROEP
Opstellen en publiceren van internationaal inkoopbeleid voor hout, karton en papier	→	2017	Inkoopbeleid	ONDERNEMINGS-GROEP
Omzetten van palmoliehoudende eigenmerk-foodproducten naar fysieke RSPO-gecertificeerde palmolie (Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO))	→	2018	100 %	ONDERNEMINGS-GROEP
Uitbreiden van de ALDI Transparency Code (ATC) naar twee extra warengroepen (waaronder de groep vis en vishoudende producten)	↑	2016	Twee extra warengroepen	DUITSLAND
Omzetten van cacao-houdende eigenmerk-producten naar gecertificeerde grondstoffen (UTZ, Rainforest Alliance, Fairtrade). Deze doelstelling geldt voor vaste assortimentsproducten in de door ons gedefinieerde warengroepen en voor onze wekelijkse actieartikelen met een relevant aandeel cacao	→	2017	100 %	ONDERNEMINGS-GROEP
Opstellen en publiceren van internationaal inkoopbeleid thee	↑	2017	Inkoopbeleid	ONDERNEMINGS-GROEP

↑ Doel gerealiseerd → Lopend proces



## Pijler behoud van natuurlijke hulpbronnen

Doel	Status	Streefdatum	Streefwaarde	Bereik
Aanbrengen van LED-verlichting in alle nieuwe filialen (binnen- en buitenverlichting). Beoordelen of we bestaande filialen en distributiecentra naar LED-verlichting kunnen omzetten	→	2019 (en continu)	100 %	ONDERNEMINGS- GROEP
Verhogen van het aandeel filialen met zonnepanelen	→	Continu	Continueren en uitbreiden	ONDERNEMINGS- GROEP
Ontwikkelen van een concept waarmee wij de uitstoot van broeikasgassen kunnen bepalen, analyseren en terugdringen	→	2017	Concept	ONDERNEMINGS- GROEP
Ontwikkelen van een concept voor de invoering van een energiemonitoring- en managementsysteem	→	2017	Concept	ONDERNEMINGS- GROEP
Verhogen van het aandeel eigen gebruik uit zelf gewonnen energie door de inzet van zonnepanelen, gebruik van koude- en warmtesystemen en een optimale oriëntatie van zonnepanelen	→	Continu	Continueren en uitbreiden	DUITSLAND
Onderzoeken of alternatieve logistieke concepten in te zetten zijn in onze processen	→	2017	Beoordelen	DUITSLAND
Invoeren van een landelijk digitaal monitoringsysteem voor koelinstallaties; het verminderen van lekkage en het inzetten van milieuvriendelijke koudemiddelen dragen bij aan de reductie van de uitstoot van broeikasgassen	→	Continu	100 %	DUITSLAND
Gefaseerd implementeren van propaan-toepassingen (R290) voor stekkerklare koel- en diepvriesmeubels. Propaan heeft een zeer laag Global Warming Potential (GWP)	→	Continu	100 %	DUITSLAND
Onderzoeken van de introductie van alternatieve duurzame draagtasconcepten	↑	2016	Beoordelen	DUITSLAND

Pijler maatschappelijke betrokkenheid &  dialoog

Doel	Status	Streefdatum	Streefwaarde	Bereik
Ontwikkelen van pilots om duurzame consumptie te stimuleren	→	2018	Project	DUITSLAND
Invoeren van een richtlijn voor de omgang met onverkoopbare levensmiddelen in onze filialen	→	2017	Ontwikkelen en invoeren	ONDERNEMINGS-GROEP
Intensiveren van de dialoog met relevante stakeholders	→	Continu	Deelname aan initiatieven en netwerken	ONDERNEMINGS-GROEP

↑ Doel gerealiseerd → Lopend proces



# Strategie & management

## KENGETALLEN

Als één van de grootste discountformules in Europa zijn we ons bewust van de gevolgen van onze activiteiten. Wij staan voor duidelijke kernwaarden en principes, met als doel blijvend succesvol te zijn. Ook in de toekomst zullen wij met de kernwaarden 'eenvoud', 'verantwoord' en 'betrouwbaar' de norm in de levensmiddelensector bepalen. De behoefte van onze klanten staat centraal en wij vinden het belangrijk dat klanten met een goed gevoel bij ons de dagelijkse boodschappen kunnen doen.

## Artikelen en eigen merken in het assortiment

Aantal artikelen en percentage eigenmerk-artikelen in het vaste assortiment.<sup>1</sup>

	2015		2016	
	Aantal artikelen	Percentage eigen merken	Aantal artikelen	Percentage eigen merken
België/Luxemburg <sup>2</sup>	1.113	99,7	1.373	97,6
Denemarken	1.394	87,7	1.651	81,0
Duitsland	1.183	94,8	1.461	94,0
Frankrijk	1.210	94,6	1.450	95,1
Nederland	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
Spanje	1.422	90,2	1.609	89,7
Ondernemingsgroep	1.297	92,9	1.523	90,2

<sup>1</sup> Wij stellen voor onze eigen merken duidelijke eisen en hebben invloed op het productieproces.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Filialen en medewerkers

Aantal filialen en aantal medewerkers naar geslacht en regio, op 31 december 2014, 2015 en 2016.

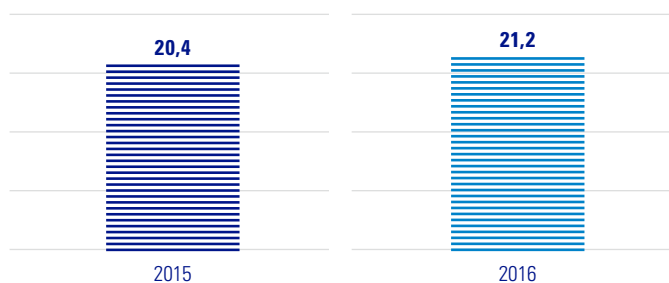
	2014 <sup>1</sup>		2015		waarvan vrouw	2016		
	Aantal filialen	Aantal medewerkers	Aantal filialen	Aantal medewerkers		Aantal filialen	Aantal medewerkers	waarvan vrouw
België/Luxemburg <sup>2</sup>	460	6.116	461	6.256	4.452	457	6.412	4.455
Denemarken	227	1.985	220	2.037	1.051	222	2.184	1.128
Duitsland	2.387	29.568	2.339	31.429	22.521	2.298	35.215	25.405
Frankrijk	908	6.947	899	7.420	4.533	891	8.243	5.204
Nederland	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
Spanje	245	2.463	260	2.973	1.889	264	3.456	2.174
Ondernemingsgroep	4.867	54.293	4.829	58.179	39.757	4.789	64.079	44.012

<sup>1</sup> Een verdeling naar geslacht is pas vanaf 2015 mogelijk.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Netto-omzet ondernemingsgroep ALDI Nord

Totale netto-omzet 2015 en 2016 (in mld. Euro).



## Grondstoffen & productieketen

KENGETALLEN

Wij nemen onze verantwoordelijkheid in de productieketen. Ons assortiment bestaat voor circa 90 procent uit eigenmerk-producten, die wij zorgvuldig voor onze klanten selecteren en ontwikkelen. Hierdoor zijn wij in staat om verduurzaming op productniveau te realiseren. Wij formuleren duidelijke eisen en oefenen zo invloed uit op de ingrediënten, samenstelling en de productie van onze artikelen. Samen met onze leveranciers werken wij bovendien aan eerlijke en veilige arbeidsvoorwaarden en milieuvriendelijke productie- en teeltmethoden.

### Gecertificeerde duurzame visproducten

Eigenmerk-visproducten met MSC-, ASC-, GLOBALG.A.P.- of Europees biologisch keurmerk (percentage van het totaal aantal ingekochte eigenmerk-visproducten).

Het aandeel gecertificeerde grondstoffen volgens MSC, ASC, GLOBALG.A.P. of Europees biologisch keurmerk bedroeg eind 2016 voor de gehele ondernemingsgroep circa 36 procent. Het grootste deel is MSC-gecertificeerd (circa 63 procent), gevolgd door GLOBALG.A.P. (circa 20 procent), ASC-certificering (circa 18 procent) en het Europees biologisch keurmerk (circa drie procent).<sup>1</sup>

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>2</sup>	25,0	32,4	56,0
Denemarken	39,1	56,9	59,4
Duitsland	53,4	70,6	66,9
Frankrijk	19,3	17,9	22,2
Nederland	42,7	47,4	50,9
Polen	33,3	35,8	31,1
Portugal	28,2	25,0	28,8
Spanje	10,9	10,9	10,0
Ondernemingsgroep	27,3	32,9	36,0

<sup>1</sup> Producten met meerdere keurmerken worden onder alle betreffende categorieën opgenomen. In het totaal worden ze als één product meegeteld. De totale som van de categorieën kan hierdoor boven de 100 procent uitkomen.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## KAT-gecertificeerde eieren

KAT-gecertificeerde eieren (percentage van het totaal aantal ingekochte eieren).<sup>1</sup>

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>2,3</sup>	9,1	86,0	80,0
Duitsland	100,0	100,0	100,0
Nederland	100,0	100,0	100,0
Polen	23,9	34,4	32,3
Ondernemingsgroep	97,8	97,6	96,6

<sup>1</sup> Let op: De KAT-certificering wordt niet in alle landen gebruikt. Daarom zijn hier alleen de landen opgenomen die deze certificering toepassen.

<sup>2</sup> De data van 2015 zijn gecorrigeerd door een foutieve data-opgave bij ALDI in België/Luxemburg.

<sup>3</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Gecertificeerde palmolie

Fysieke RSPO-gecertificeerde palmolie in onze eigenmerk food- en non-foodproducten (percentage van de totale hoeveelheid palmolie in onze eigenmerk-producten).<sup>1</sup>

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>2</sup>	63,6	77,7	85,4
Denemarken <sup>3</sup>	n/a	30,1	91,0
Duitsland	87,7	86,7	90,0
Frankrijk	52,7	66,5	82,2
Nederland	29,8	71,4	88,3
Polen	73,5	78,7	69,2
Portugal	59,2	62,7	84,1
Spanje <sup>3</sup>	n/a	36,9	68,7
Ondernemingsgroep	71,7	76,8	86,7

<sup>1</sup> De data zijn deels gebaseerd op extrapolatie.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

<sup>3</sup> Er zijn pas gegevens beschikbaar vanaf 2015 (n/a = niet aanwezig).

## Gecertificeerde cacao-houdende producten

Cacao-houdende eigenmerk-producten met Fairtrade-, UTZ- of Rainforest Alliance-keurmerk (percentage van het totaal aantal ingekochte cacao-houdende eigenmerk-producten).

Het aandeel eigenmerk-producten met gecertificeerde duurzame cacao bedroeg eind 2016 circa 79 procent. Het grootste deel is UTZ-gecertificeerd (circa 98 procent), gevolgd door het Fairtrade-keurmerk (circa twee procent) en Rainforest Alliance-certificering (0,1 procent).

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>1</sup>	8,7	20,0	77,0
Denemarken	40,9	73,5	89,6
Duitsland	56,8	77,0	90,1
Frankrijk	20,0	23,9	90,9
Nederland	53,3	77,5	84,2
Polen	49,2	69,7	68,6
Portugal	51,5	68,5	80,2
Spanje	36,1	55,4	70,3
Ondernemingsgroep	32,3	48,9	78,8

<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Gecertificeerde of geverifieerde duurzame koffie

Gecertificeerde of geverifieerde duurzame koffie (percentage van het totaalgewicht aan ingekochte koffie).

Wij zetten Fairtrade, het Europees biologisch keurmerk, 4C, Rainforest Alliance en UTZ in als certificerings- en verificatiestandaarden. Het percentage eigenmerk-producten met gecertificeerde of geverifieerde koffie bedroeg in 2016 circa 20 procent. Het grootste deel was 4C-geverifieerd (circa 40 procent), gevolgd door het Fairtrade-keurmerk en het Europees biologisch keurmerk (elk circa 20 procent) en UTZ-certificering (circa 20 procent).

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>1</sup>	5,0	5,6	6,9
Denemarken	5,6	7,6	9,5
Duitsland	15,6	18,6	30,5
Frankrijk	3,4	3,1	6,0
Nederland	4,1	4,5	5,9
Polen	3,6	4,7	4,6
Portugal	8,8	12,5	19,0
Spanje	11,6	15,1	30,0
Ondernemingsgroep	10,8	12,8	19,5

<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Producten met FSC®- en PEFC-gecertificeerde grondstoffen

FSC®- of PEFC-gecertificeerde eigenmerk-producten (percentage van het totaal aantal ingekochte eigenmerk-producten met bestanddeel hout, karton of papier).

Wij zetten FSC® 100%, FSC® MIX en PEFC in als certificeringsstandaarden. In 2016 was het grootste deel FSC® MIX-gecertificeerd (circa 50 procent), gevolgd door FSC® 100%-certificering (circa 26 procent) en PEFC (circa 24 procent).

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>1,2</sup>	24,3	24,8	28,8
Denemarken	73,4	72,4	89,8
Duitsland	86,3	84,4	87,3
Frankrijk	41,7	41,5	46,4
Nederland	51,8	54,3	58,4
Polen	60,4	59,4	60,6
Portugal	66,2	60,2	68,7
Spanje	31,2	42,6	64,0
Ondernemingsgroep	39,1	41,3	53,1

<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

<sup>2</sup> De data over 2014 zijn deels gebaseerd op extrapolatie.

# Kwaliteit

## KENGETALLEN

Met onze belofte 'Hoge kwaliteit – Lage prijs' overtuigen we onze klanten dat goede producten niet duur hoeven te zijn. Wij doen geen concessies aan de kwaliteit van onze producten; dit geldt zowel voor de samenstelling en smaak van onze levensmiddelen als voor de functionaliteit en veiligheid van onze verbruiksartikelen. De kwaliteit van onze eigenmerk-producten wordt vaak bevestigd door onafhankelijke onderzoeken. Wanneer wij ondanks de strenge kwaliteitscontroles afwijkingen vaststellen, dan nemen we onze producten direct uit de verkoop. Bij twijfel over de veiligheid of gezondheid van onze producten informeren wij onze klanten.

## Publieke terugroepacties

Aantal publieke terugroepacties (recalls), uitgesplitst naar food en non-food artikelen.

	2014			2015			2016		
	Totaal	Recall Food	Recall Non-Food	Totaal	Recall Food	Recall Non-Food	Totaal	Recall Food	Recall Non-Food
België/Luxemburg <sup>1</sup>	4	4	–	3	3	–	1	1	–
Denemarken	4	3	1	2	2	–	3	3	–
Duitsland	2	2	–	5	1	4	10	10	–
Frankrijk	3	3	–	14	12 <sup>2</sup>	2	23 <sup>3</sup>	22	1
Nederland	2	2	–	2	2	–	3	3	–
Polen	–	–	–	–	–	–	1	1	–
Portugal	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Spanje	1	–	1	–	–	–	3	1	2
Ondernemingsgroep	16	14	2	26	20	6	44	41	3

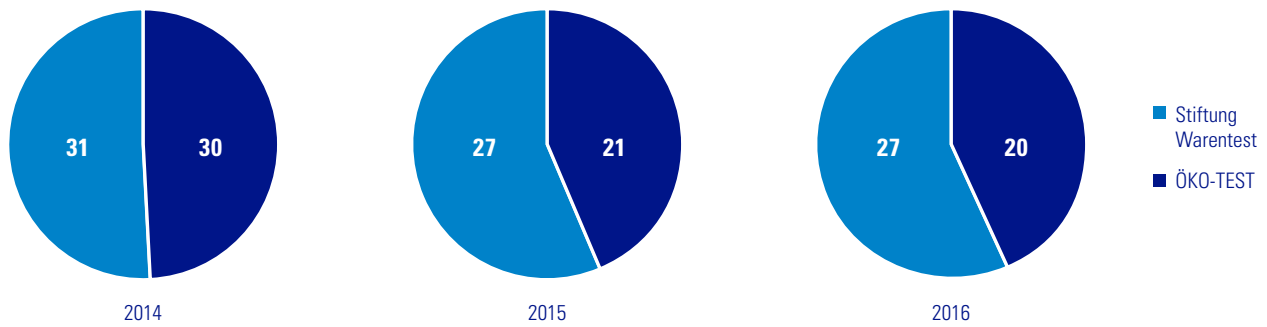
<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

<sup>2</sup> Waarvan zes door foutieve declaratie.

<sup>3</sup> In 16 gevallen betrof het een regionale terugroepactie, in zes gevallen betrof het een foutieve declaratie.

## Artikelen met 'Stiftung Warentest' of 'ÖKO-TEST' aanduiding

Het aantal artikelen dat van Stiftung Warentest- of ÖKO-TEST-testresultaat is voorzien.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Het aanduiden van testresultaten op producten is alleen in Duitsland mogelijk. Deze data hebben daarom alleen betrekking op Duitsland.



## Klanten & maatschappij

KENGETALLEN

Wij zien het als onze verantwoordelijkheid om voor een brede groep klanten verantwoorde, betaalbare en gezonde levensmiddelen toegankelijk te maken. Wij voorzien biologische en Fairtrade-producten van duidelijke etiketinformatie. Onze klanten kunnen zich hierdoor goed oriënteren. Wij streven ernaar om voedselverspilling te voorkomen. In veel landen doneren wij levensmiddelen aan charitatieve instellingen; deze producten zijn geschikt voor consumptie, maar voldoen vaak niet meer aan onze hoge kwaliteitseisen. Daarnaast draagt onze ALDI Nord Stiftungs GmbH met maatschappelijke partners – zoals het Duitse ‘Kinderhilfswerk’ – bij aan oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen.

### Aantal biologische en Fairtrade-producten

Aantal ingekochte biologische en Fairtrade eigenmerk-producten in het assortiment.

	2014 <sup>1</sup>		2015		2016	
	Biologisch	Fairtrade	Biologisch	Fairtrade	Biologisch	Fairtrade
België/Luxemburg <sup>2</sup>	20	3	56	3	61	9
Denemarken	54	5	86	8	118	11
Duitsland	100	5	125	15	144	21
Frankrijk	31	1	45	–	60	1
Nederland	33	3	66	37	114	41
Polen	5	–	9	1	10	1
Portugal	41	2	60	7	77	12
Spanje	80	1	105	1	131	4
Ondernemingsgroep <sup>3</sup>	304	14	433	58	517	70

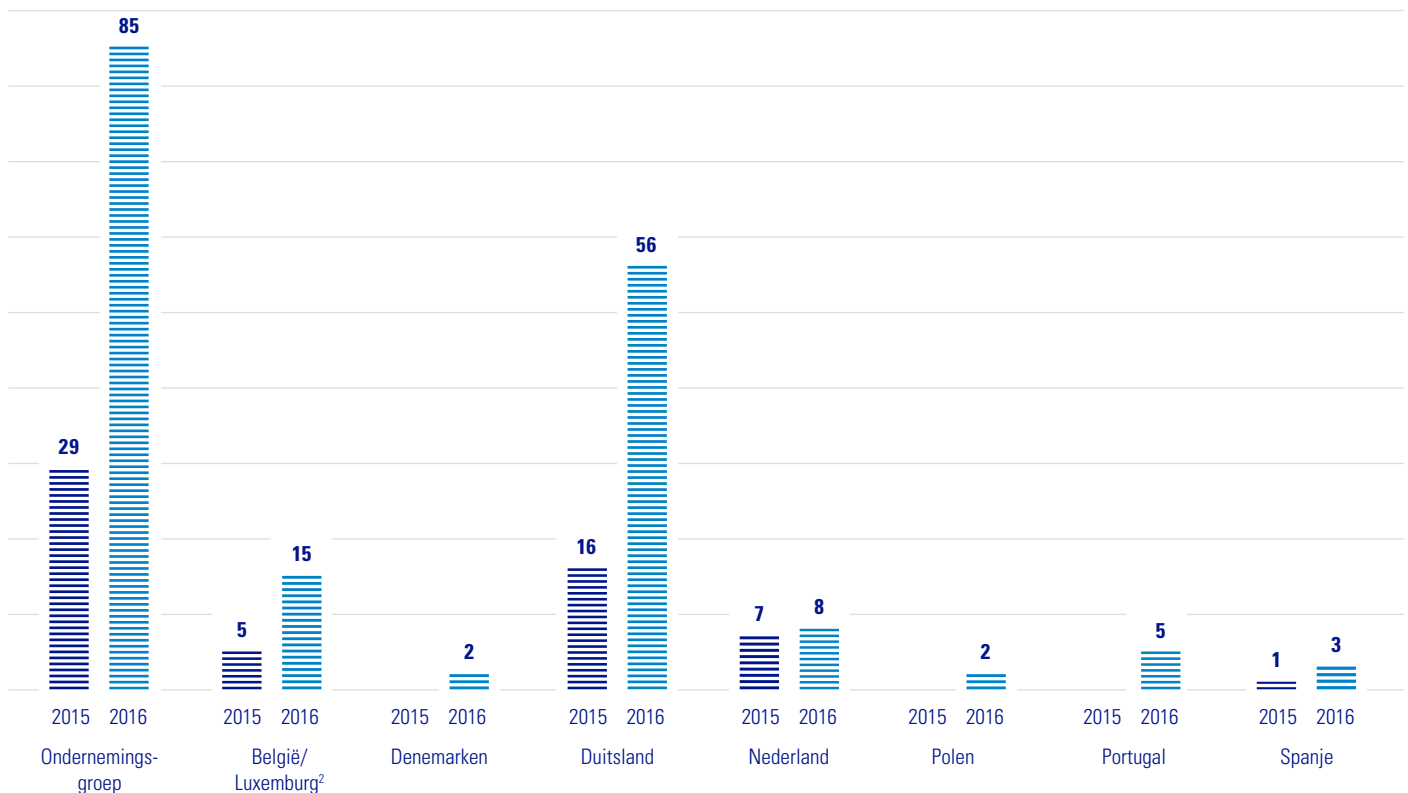
<sup>1</sup> Voor het jaar 2014 zijn niet alle gegevens beschikbaar van de centraal door ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG ingekochte producten.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie ‘Over deze rapportage’, pagina 30).

<sup>3</sup> Omdat enkele artikelen voor meerdere landen ingekocht worden, kan het totale aantal gecertificeerde producten lager uitvallen dan de som van de optelling.

## Herkenbare vegetarische en veganistische producten

Aantal als vegetarisch en/of veganistisch herkenbare producten in het assortiment.<sup>1</sup>



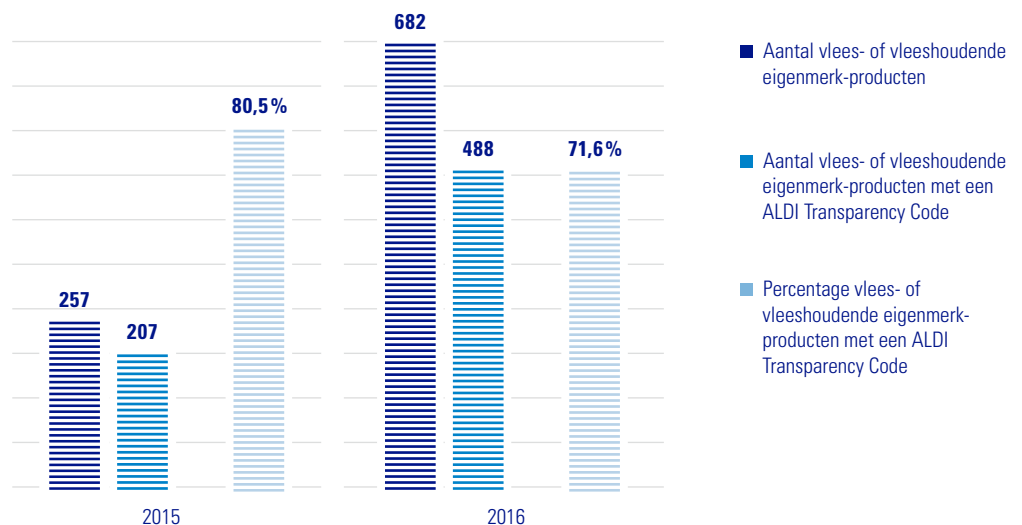
<sup>1</sup> Omdat enkele artikelen voor meerdere landen ingekocht worden, kan het totale aantal gecertificeerde producten lager uitvallen dan de som van de optelling.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Aantal en percentage artikelen met een ATC

Aantal en percentage vlees- en vleeshoudende eigenmerk-producten die in Duitsland voorzien zijn van een ALDI Transparency Code (ATC).

De methodiek en de databank zijn het afgelopen jaar veranderd.



## Donatie levensmiddelen

Percentage filialen dat onverkoopbare levensmiddelen doneert aan charitatieve instellingen.

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>1</sup>	100,0	100,0	100,0
Denemarken	–	3,6	3,6
Duitsland	89,4	98,1	99,1
Frankrijk	–	–	–
Nederland	–	–	28,7
Polen	–	4,8	24,6
Portugal	–	8,5	25,0
Spanje	60,4	76,5	75,4
Ondernemingsgroep	56,7	61,5	65,2

<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

# Medewerkers

## KENGETALLEN

Onze 64.000 medewerkers zijn bepalend voor het blijvende succes van de ondernemingsgroep ALDI Nord. Wij werken doelgericht, coöperatief, open en respectvol met elkaar samen. Waardering van medewerkers betekent voor ons dat we een verantwoorde en betrouwbare werkgever willen zijn. Wij vinden het belangrijk dat onze medewerkers trots zijn om bij ALDI te werken.

## Aantal medewerkers naar afdeling

Op 31 december 2014, 2015 en 2016.

	2014 <sup>1</sup>		2015		2016	
	Ondernemingsgroep	Ondernemingsgroep	Waarvan vrouwelijk	Ondernemingsgroep	Waarvan vrouwelijk	Ondernemingsgroep
Verkoop	43.182	46.708	36.146	51.780	40.157	
Magazijn	4.400	4.604	1.183	4.983	1.207	
Transport	2.494	2.490	39	2.596	36	
Kantoor	1.970	2.215	1.950	2.401	2.105	
Hoger management	576	577	122	589	139	
Lager management	1.146	1.043	284	1.174	337	
Overig <sup>2</sup>	525	542	33	556	31	
<b>Ondernemingsgroep</b>	<b>54.293</b>	<b>58.179</b>	<b>39.757</b>	<b>64.079</b>	<b>44.012</b>	

<sup>1</sup> Een uitsplitsing naar geslacht is pas vanaf 2015 mogelijk.

<sup>2</sup> Tot deze categorie behoren onder andere vrijgestelde OR-medewerkers en technische vakspecialisten.

## Percentage vrouwen in leidinggevende posities

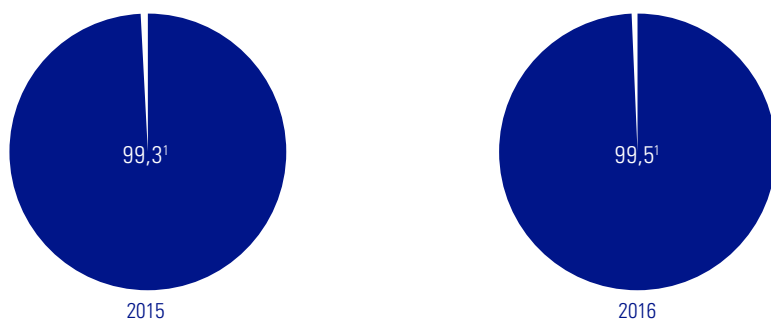
Op 31 december 2015 en 2016.

	2015	2016
België/Luxemburg <sup>1</sup>	24,9	27,3
Denemarken	20,2	20,0
Duitsland	24,6	26,7
Frankrijk	17,5	21,4
Nederland	15,1	16,3
Polen	38,6	40,3
Portugal	43,2	45,2
Spanje	34,8	32,8
Ondernemingsgroep	23,8	25,8

<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Percentage medewerkers die onder een CAO vallen

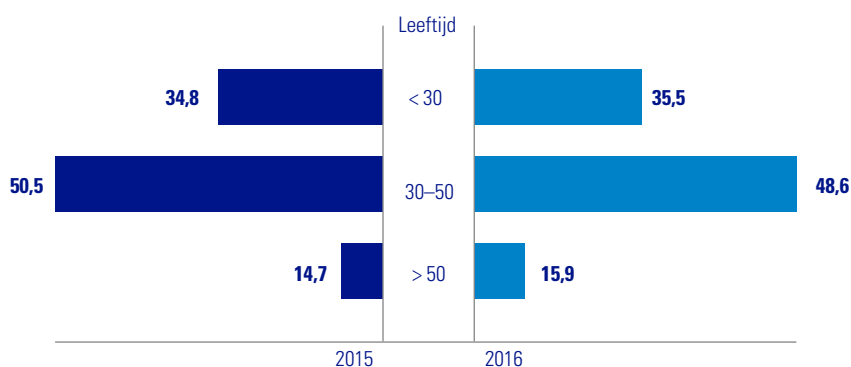
Op 31 december 2015 en 2016.



<sup>1</sup> Deze berekening is exclusief Polen, omdat daar geen collectieve arbeidsovereenkomst is afgesloten.

## Percentage medewerkers naar leeftijdscategorie

Medewerkers naar leeftijdscategorie op 31 december 2015 en 2016.



## Medewerkers naar contractvorm

Aantal medewerkers naar contractvorm en geslacht op 31 december 2014, 2015 en 2016.

	2014 <sup>1</sup>		2015				2016			
	Voltijd	Deeltijd	Voltijd	Waarvan vrouw	Deeltijd	Waarvan vrouw	Voltijd	Waarvan vrouw	Deeltijd	Waarvan vrouw
België/Luxemburg <sup>2</sup>	1.997	4.119	2.021	877	4.235	3.575	2.117	903	4.295	3.552
Denemarken	1.059	926	1.048	468	989	583	1.074	468	1.110	660
Duitsland	7.646	21.922	7.267	3.125	24.162	19.396	7.258	2.977	27.957	22.428
Frankrijk	4.794	2.153	5.184	2.504	2.236	2.029	5.474	2.722	2.769	2.482
Nederland	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
Spanje	1.033	1.430	1.220	611	1.753	1.278	1.407	718	2.049	1.456
Ondernemingsgroep	18.607	35.686	19.082	8.340	39.097	31.417	20.026	8.866	44.053	35.146

<sup>1</sup> Een uitsplitsing naar geslacht is pas vanaf 2015 mogelijk.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Gemiddelde duur van het dienstverband

Gemiddelde duur van het dienstverband van medewerkers (in jaren).

	2014	2015	2016
België/Luxemburg <sup>1</sup>	11	12	12
Denemarken	4	4	4
Duitsland	10	10	10
Frankrijk	6	6	6
Nederland	10	10	10
Polen	4	3	3
Portugal	3	3	2
Spanje	4	3	3
Ondernemingsgroep	7	6	6

<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Aantal stagiaires en duale studenten

Aantal stagiaires en duale studenten op 31 december 2014, 2015 en 2016.

Het Duitse opleidingsmodel wordt niet in alle landen in deze vorm gebruikt. Daarom zijn de gegevens over het aantal stagiaires beperkt tot Denemarken, Duitsland en Frankrijk. De Nederlandse en Spaanse opleidingsystemen wijken op onderdelen af. Wij nemen die niet mee in dit kengetal. In Duitsland bieden wij ook een duale studie aan.

	2014		2015		2016	
	Stagiaires	Duale studenten	Stagiaires	Duale studenten	Stagiaires	Duale studenten
Denemarken	54	–	53	–	52	–
Duitsland	2.330	117	2.014	92	1.757	99
Frankrijk	187	–	241	–	194	–
Totaal	2.571	117	2.308	92	2.003	99

## Medewerkers naar contractvorm

Percentage medewerkers naar contractvorm en geslacht op 31 december 2015 en 2016.

	2015				2016			
	Bepaalde tijd	Waarvan vrouw	Onbepaalde tijd	Waarvan vrouw	Bepaalde tijd	Waarvan vrouw	Onbepaalde tijd	Waarvan vrouw
België/Luxemburg <sup>1</sup>	9,6	64,3	90,4	68,2	9,2	62,9	90,8	75,7
Denemarken	1,5	65,5	98,5	51,9	0,2	60,0	99,8	52,3
Duitsland	15,5	67,1	84,5	72,1	21,7	68,6	78,3	71,2
Frankrijk	10,8	62,8	89,2	64,3	10,2	64,9	89,8	65,4
Nederland	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
Spanje	4,9	51,4	95,1	63,3	5,3	48,1	94,7	63,5
Ondernemingsgroep	16,5	66,3	83,5	68,7	19,7	67,3	80,3	69,1

<sup>1</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).



## Klimaat & milieu

### KENGETALLEN

Wij willen onze impact op klimaat en milieu verkleinen. Hierbij richten wij ons op het optimaliseren van ons energieverbruik, onze logistieke processen, onze verpakkingen en ons afvalmanagement. De analyse van verschillende kengetallen – zoals broeikasgasemissies, afvalstromen en de hoeveelheid verpakkingsmateriaal – helpt ons bij het identificeren van verbeteringspotentieel.

### Direct energieverbruik

Direct energieverbruik in gebouwen en logistiek, uitgesplitst naar landen (in MWh).<sup>1</sup>

Het grootste gedeelte van het directe energieverbruik bestaat uit het gebruik van aardgas voor verwarming en diesel als brandstof voor logistiek. Het totale verbruik is ten opzichte van 2015 licht gestegen. Verklaring hiervoor is het verhoogde aardgasverbruik door de koude winter in enkele landen en een lichte stijging van het brandstofverbruik in de logistiek.

	2014	2015 <sup>2</sup>	2016
België/Luxemburg <sup>3</sup>	99.607	108.941	109.576
Denemarken	18.309	20.962	20.692
Duitsland	370.237	386.112	402.431
Frankrijk	142.110	149.429	143.479
Nederland	76.905	84.156	86.055
Polen	9.092	12.896	14.905
Portugal	989	1.013	1.084
Spanje	4.199	4.177	4.449
Ondernemingsgroep	721.448	767.686	782.671

<sup>1</sup> De data zijn gedeeltelijk gebaseerd op schatting en extrapolatie.

<sup>2</sup> Door correcties in de data over 2015 is deze tabel gedeeltelijk aangepast ten opzichte van het maatschappelijk jaarverslag van vorig jaar.

<sup>3</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Direct energieverbruik naar bron

Direct energieverbruik in gebouwen en logistiek, uitgesplitst naar energiebron (in MWh).<sup>1</sup>

	2015 <sup>2</sup>	2016
Aardgas	418.129	429.621
Stookolie	27.589	25.321
Biogas	154	89
Diesel (incl. dieselgeneratoren)	321.314	327.163
Benzine	66	26
LPG	434	451

<sup>1</sup> De data zijn gedeeltelijk gebaseerd op schatting en extrapolatie.

<sup>2</sup> Door correcties in de data over 2015 is deze tabel gedeeltelijk aangepast ten opzichte van het maatschappelijk jaarverslag van vorig jaar.

## Indirect energieverbruik

Verbruik elektriciteit en stadsverwarming (in MWh).<sup>1</sup>

Onze gebouwen zijn verantwoordelijk voor het grootste gedeelte van ons energieverbruik. In 2016 bedroeg het stroomverbruik 940 GWh. Dit is een minimale stijging van circa 1 procent ten opzichte van 2015. Deze toename is onder andere te verklaren door de langere openingstijden van onze filialen en de uitbreiding van het aantal koelmeubels en bakautomaten in onze filialen.

	2014			2015 <sup>2</sup>			2016		
	Totaal	Elektriciteit	Stadsverwarming	Totaal	Elektriciteit	Stadsverwarming	Totaal	Elektriciteit	Stadsverwarming
België/Luxemburg <sup>3</sup>	87.581	87.581	–	88.411	88.411	–	89.559	89.559	–
Denemarken	49.605	38.758	10.847	50.569	39.659	10.910	51.141	39.739	11.402
Duitsland	456.809	441.748	15.061	451.014	433.393	17.621	463.361	445.897	17.464
Frankrijk	157.429	157.429	–	177.762	177.762	–	167.805	167.805	–
Nederland	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	–
Spanje	67.928	67.928	–	79.694	79.694	–	79.070	79.070	–
Ondernemingsgroep	921.068	893.198	27.870	958.737	927.921	30.816	968.426	936.637	31.789

<sup>1</sup> De data zijn gedeeltelijk gebaseerd op schatting en extrapolatie.

<sup>2</sup> Door correcties in de data over 2015 is deze tabel gedeeltelijk aangepast ten opzichte van het maatschappelijk jaarverslag van vorig jaar.

<sup>3</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Uitstoot broeikasgas Scope 1 en 2

Uitstoot broeikasgas Scope 1 en 2 (in tonnen CO<sub>2</sub>-equivalenten).

Wij hebben de uitstoot van broeikasgassen berekend aan de hand van het energie- en brandstofverbruik en het verlies van koudemiddelen. De berekening voldoet aan de eisen van het Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Wij passen de DEFRA-emissiefactoren of, voor de emissie van stadsverwarming, GEMIS toe. Conform het GHG Protocol berekenen wij onze scope 2 emissies van het elektriciteitsverbruik volgens de methoden location-based en market-based. Bij de location-based methodiek worden de emissiefactoren uit een specifieke geografische regio (bijvoorbeeld een land) voor de berekening gebruikt. Bij de market-based methodiek wordt – voor zover mogelijk – de individuele elektriciteitsmix van de organisatie als basis voor de emissiefactoren genomen. Deze individuele elektriciteitsmix wordt berekend aan de hand van de daadwerkelijk ontstane emissies bij het opwekken van deze elektriciteit door de producent. De berekeningen van de location-based broeikasgasemissies zijn gebaseerd op de factoren van de International Energy Agency (IEA).

	2014		2015 <sup>1</sup>			2016		
	Scope 1 <sup>2</sup>	Scope 2 <sup>3</sup>	Scope 1 <sup>2</sup>	Scope 2 <sup>3</sup> „location-based“	Scope 2 <sup>3</sup> „market-based“	Scope 1 <sup>2</sup>	Scope 2 <sup>3</sup> „location-based“	Scope 2 <sup>3</sup> „market-based“
België/Luxemburg <sup>4</sup>	37.536	17.673	42.096	17.782	15.781	40.328	18.656	13.246
Denemarken	9.963	13.546	11.104	13.241	8.973	10.466	11.372	10.914
Duitsland	113.483	268.214	120.089	214.793	262.533	110.178	211.664	38.301
Frankrijk	67.917	9.603	74.861	11.350	2.666	75.277	6.863	6.276
Nederland <sup>3</sup>	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
Spanje	5.596	19.748	12.239	19.467	30.218	11.811	20.096	26.774
Ondernemingsgroep	284.831	369.961	297.111	328.507	339.911	286.180	325.525	115.173

<sup>1</sup> Door correcties in de data over 2015 is deze tabel gedeeltelijk aangepast ten opzichte van het maatschappelijk jaarverslag van vorig jaar.

<sup>2</sup> Scope 1: Emissies van direct energieverbruik in gebouwen, brandstofverbruik logistiek en verlies van koudemiddelen.

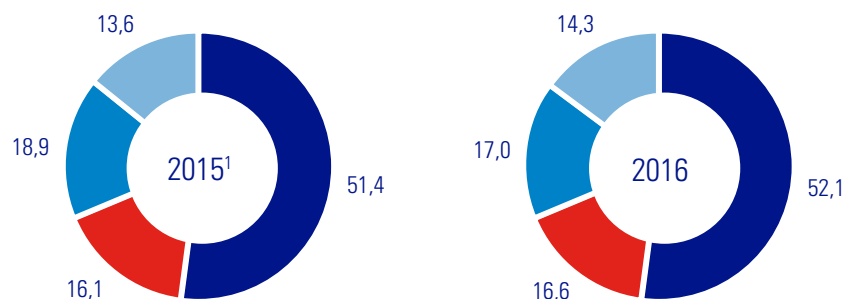
<sup>3</sup> Scope 2: Emissies van elektriciteitsverbruik en stadsverwarming uitgesplitst naar location-based en market-based emissies, vanaf 2015.

<sup>4</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Uitstoot broeikasgas Scope 1 en 2 per bron 2015 & 2016

Totaal aan broeikasgasemissies Scope 1 en 2 per bron (in % van het totaal, gebaseerd op location-based emissies).

■ Elektriciteit    ■ Verwarmingsenergie  
■ Koudemiddelen    ■ Logistiek



<sup>1</sup> Door correcties in de data over 2015 is deze tabel gedeeltelijk aangepast ten opzichte van het maatschappelijk jaarverslag van vorig jaar.

## Aantal voertuigen

Aantal voertuigen op 31 december 2014, 2015 en 2016, per type.

	2014			2015			2016		
	Vrachtwagens	Auto's	Overige voertuigen <sup>1</sup>	Vrachtwagens	Auto's	Overige voertuigen <sup>1</sup>	Vrachtwagens	Auto's	Overige voertuigen <sup>1</sup>
België/Luxemburg <sup>2</sup>	213	180	7	217	185	8	219	211	8
Denemarken	55	86	5	56	89	5	56	92	5
Duitsland	914	850	73	909	909	74	880	969	75
Frankrijk	236	310	27	238	314	23	234	349	25
Nederland	201	184	8	200	188	8	189	201	8
Polen	–	65	2	–	64	2	–	82	2
Portugal	–	37	1	–	41	1	–	47	1
Spanje	–	144	–	–	159	–	–	170	2
Ondernemingsgroep	1.619	1.856	123	1.620	1.949	121	1.578	2.121	126

<sup>1</sup> Onder andere heftrucks en voertuigen met LPG.

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

## Brandstofverbruik

Brandstofverbruik van vrachtwagens, auto's en overige voertuigen.

	2014			2015			2016		
	Diesel <sup>1</sup> (l)	Benzine (l)	LPG (kg)	Diesel <sup>1</sup> (l)	Benzine (l)	LPG (kg)	Diesel <sup>1</sup> (l)	Benzine (l)	LPG (kg)
België/Luxemburg <sup>2</sup>	3.991.141	–	–	4.215.607	–	–	4.322.031	–	–
Denemarken	1.428.007	304	924	1.513.990	–	913	1.480.176	595	330
Duitsland	16.346.023	9.856	20.435	16.335.662	7.368	21.365	16.863.778	2.266	21.270
Frankrijk	5.640.054	–	10.498	5.858.537	–	9.737	5.730.617	–	9.828
Nederland <sup>3</sup>	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
Spanje	406.376	–	–	404.581	–	–	415.182	–	2.828
Ondernemingsgroep	31.611.661	10.160	33.038	32.200.311	7.368	34.001	32.765.608	2.861	35.323

<sup>1</sup> Inclusief het verbruik van stookolie voor de werking van koelmotoren (met uitzondering van Duitsland).

<sup>2</sup> De data van de juridisch zelfstandige bedrijven ALDI België en ALDI Luxemburg zijn ter vereenvoudiging samengevoegd (zie 'Over deze rapportage', pagina 30).

<sup>3</sup> Door correcties in de data van het dieselvebruik over 2015 is deze tabel gedeeltelijk aangepast ten opzichte van het maatschappelijk jaarverslag van vorig jaar.

## Afvalstromen

Afvalstromen per afvalsoort (in tonnen).<sup>1</sup>

In 2016 is de hoeveelheid afval in Duitsland licht gestegen ten opzichte van 2015. Het grootste gedeelte van onze afvalstromen is verpakkingsafval. Gevaarlijk afval maakt met 414 ton slechts voor circa 0,2 procent onderdeel uit van ons totale afval. Hiertoe behoren afgewerkte olie, oliefilters, accu's en TL-lampen die kwik bevatten.

	2014	2015	2016
	Duitsland	Duitsland	Duitsland
Gevaarlijk afval	490	493	414
Papier/karton	426	432	450
Bedrijfsafval <sup>2</sup>	20.006	22.129	22.320
Afval door de bereiding en verwerking van levensmiddelen <sup>3</sup>	6.859	8.173	11.102
Verpakkingsafval	156.461	156.580	161.290
waarvan folie/kunststof	3.966	3.986	3.578
waarvan karton/papier	121.024	121.331	125.174
waarvan PET	31.471	31.264	32.538
Afgedankte apparaten	39	70	56
Totaal afval	184.281	187.877	195.632

<sup>1</sup> De data zijn gedeeltelijk gebaseerd op schatting en extrapolatie.

<sup>2</sup> Restafval: niet-recyclebaar afval, verpakte levensmiddelen, grofvuil, hout en metaalschroot.

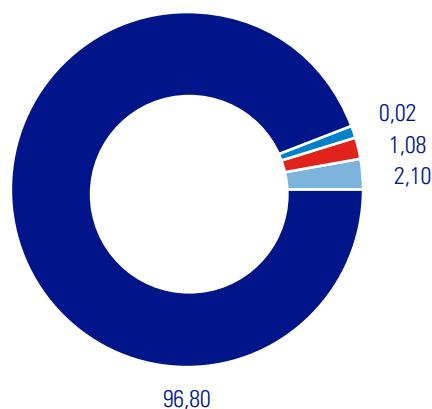
<sup>3</sup> Onder andere afval van de kantine en bake-off producten.

## Hoeveelheid afval naar verwerkingsmethode

Hoeveelheid afval gerelateerd aan aandeel recycling in Duitsland (in %).<sup>1</sup>

In 2016 is circa 99 procent van het niet-gevaarlijke afval hergebruikt of gerecycled.

■ Hergebruik en Recycling<sup>2</sup>    ■ Stort  
■ Verbranding                    ■ Compostering



<sup>1</sup> De indeling naar verwerkingsmethode is deels gebaseerd op schatting en extrapolatie.

<sup>2</sup> Inclusief verbranding met energierecuperatie.

## Over deze rapportage

Met deze voortgangsrapportage informeren wij onze interne en externe stakeholders transparant over de verduurzaming van de ondernemingsgroep ALDI Nord. Het volgende maatschappelijk jaarverslag publiceren wij naar verwachting in 2018.

### Uitgever

De merknaam ALDI staat voor het succes van discount. Het merk wordt gebruikt door de ondernemingsgroepen ALDI Nord en ALDI SÜD. Beide ondernemingen zijn familiair aan elkaar verbonden. Binnen ALDI Nord is ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG eigenaar van het merk ALDI.

ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG in Essen is [uitgever](#) van deze voortgangsrapportage. De Duitse regionale bedrijven zijn aandeelhouder van ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG en vormen samen een ondernemingsgroep. De ALDI Nord-bedrijven in de andere landen zijn licentienemer van het merk ALDI. Al deze juridisch zelfstandige bedrijven vormen de ondernemingsgroep ALDI Nord, die onderwerp van verslaglegging is. Afwijkingen van bepaalde kengetallen of van bepaalde inhoud maken wij dienovereenkomstig kenbaar. De afdelingen Inkoop en Logistiek van ALDI België verzorgen de inkoop van producten voor ALDI Luxemburg. ALDI België en ALDI Luxemburg zijn echter juridisch zelfstandige bedrijven. Voor de leesbaarheid voegen wij deze bedrijven in deze rapportage regelmatig samen. De verslagperiode loopt van 1 januari tot en met 31 december 2016. Bijzondere gebeurtenissen hebben wij tot aan de redactionele termijn van 31 maart 2017 meegenomen in de rapportage.

De rapportage is ook online beschikbaar via [www.cr-aldinord.com](http://www.cr-aldinord.com). Hier kunt u alle documenten downloaden en aanvullende informatie bekijken.

# Colofon

## UITGEVER

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

## REDACTIONELE TERMIJN

31 maart 2017

## CONCEPT, REDACTIE EN VORMGEVING

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

## VERANTWOORDELIJKE

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

## PROJECTVERANTWOORDELIJKE

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

## CONTACT

cr-grk@aldi-nord.de

Wij bedanken alle collega's en stakeholders die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van deze rapportage.

Deze voortgangsrapportage is beschikbaar in meerdere talen; in geval van afwijkingen van de Duitse rapportage is de Duitse versie leidend.

## Ondernemingsgroep ALDI Nord - Voortgangsrapportage

De voortgangsrapportage van  
ALDI Nord met aanvullende  
informatie en downloads kunt u  
ook vinden via



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

De rapportage is beschikbaar  
in de volgende talen:

Deens  
Duits  
Engels  
Frans  
Frans (BE)  
Nederlands (BE)  
Pools  
Portugees  
Spaans

## Vrijwaringsclausule

Deze voortgangsrapportage bevat verklaringen over toekomstige ontwikkelingen van de ondernemingsgroep ALDI Nord. Deze komen voort uit inschattingen die afgeleid zijn van de op dat moment beschikbare informatie. Actuele ontwikkelingen kunnen van deze inschattingen afwijken. De ondernemingsgroep ALDI Nord is hiervoor niet aansprakelijk.



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