

Bee

Der casualfood-
Nachhaltigkeitsbericht 2022

mindful!



04.
Vorwort



12.
Bee sustainable!
Unser Verständnis von
Nachhaltigkeit



06.
Bee casual!
Die casualfood gmbh





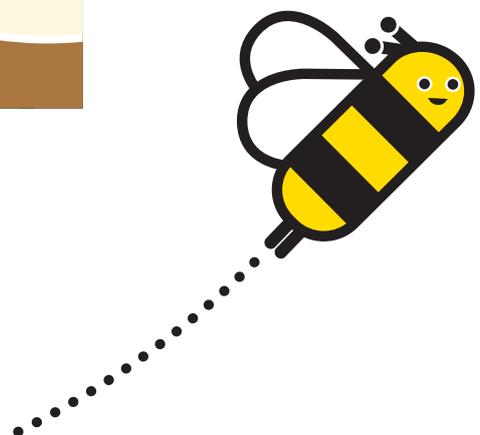
16.
Bee social!
People



24.
Bee responsible!
Planet



32.
Bee visionary!
Products



Liebe Leser:innen,

der zweite casualfood-Nachhaltigkeitsbericht ist gelandet, und mit ihm sind wir bereits ein gutes Stück weiter vorangekommen auf unserer nachhaltigen Reise.

Wir arbeiten kontinuierlich an neuen, klimasensitiven Konzepten. Diese berücksichtigen das Thema von Grund auf: von der inhaltlichen Ausrichtung über die Bauweise und das Interior Design bis hin zum Sortiment.

Auch unser Nachhaltigkeitsteam ist gewachsen, wodurch wir unsere Ziele noch besser und schneller umsetzen können.

Die casualfood-Nachhaltigkeitsstrategie fußt auf drei starken Säulen: PEOPLE, PLANET, PRODUCTS.

In der ersten Säule PEOPLE stehen unsere Mitarbeitenden im Fokus. Auch in Zukunft möchten wir ihnen attraktive Arbeitsplätze sichern und neue schaffen. Menschenrechte, Diversität und Chancengleichheit sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz nehmen wir sehr ernst.

In der zweiten Säule PLANET geht es um unseren Beitrag zum Klimaschutz. Hier sind es vor allem die Reduzierung von Food Waste und der Zuwachs an nachhaltigen Verpackungen, welche wir konstant optimieren möchten.

Die dritte Säule PRODUCTS beschäftigt sich kritisch und bewusst mit unserem Beitrag zu den Themen Ernährung, nachhaltige Produkte und Lieferketten sowie einem verantwortungsvollen Marketing.

Unsere eigene Nachhaltigkeitsmarke POP – Protect Our Planet, welche bereits tief in unserer DNA verankert ist, stellt unter Beweis, dass wir nicht nur über Nachhaltigkeit reden, sondern sie auch leidenschaftlich leben. Sie zieht sich wie ein grüner Faden durch den gesamten Auftritt unserer Markenkonzeppte.

Auch im casualfood-Nachhaltigkeitsbericht 2022 informiert unsere Botschafterin, die fleißige casualbee unterhaltsam über unsere kleineren und größeren Erfolge und gibt Einblicke in ihr Leben als Biene.

Die casualfood-Reise geht nachhaltig weiter,
bitte einsteigen und loslesen...



CASUALBEE'S BUZZ



Was essen Bienen eigentlich?
Honig, könnte man meinen, aber das ist eher die Ausnahme. Was uns das Leben versüßt, dient den Tieren zwar als Wintervorrat, aber die meiste Zeit des Jahres ernähren sie sich von Nektar und Pollen, den sie mit einem Trick haltbar machen.

Bee casual!

Die casualfood gmbh.

„The taste of travelling“ – unter diesem Motto entwickelt und betreibt casualfood innovative Foodkonzepte für die Verkehrsgastronomie. Unsere Gastro- und Convenience-Store-Konzepte sind so bunt und vielseitig, wie unser ganzes Unternehmen.

Die gelungene Kombination aus attraktiven Sortimenten und klaren Markenprofilen macht die casualfood gmbh zu einem der Top-Player in der Verkehrsgastronomie.

Mit vielseitigen Konzepten wie der authentisch italienischen Caffè Bar Mondo, Pizza und Pasta im basta!, dem italo-amerikanischen Deli-Konzept Goodman & Filippo oder gesunden Snack-Oasen wie Superfood by Natural. Weitere Konzepthighlights sind der erfolgreiche Convenience Store Quicker's, unsere Imbissmarke Hermann's sowie auch das Brezel Lovers-Mobil und das Beans & Barley. Nicht zu vergessen unsere Berlin Brands east side berlin, Berlin Pub und Deli Berlin. Im Franchise führt casualfood außerdem die Marken Kamps und ServiceStore DB.

Eine unserer Stärken und Kompetenzen ist es, dass wir alle unsere Shops und Restaurants in 100 % Eigenregie betreiben. Es wird alles aus dem Supportoffice in Frankfurt gesteuert. Wir haben an jedem Standort eigene Produktionsküchen und unsere Logistikprozesse sind individuell und automatisiert. Aktuell betreiben wir 61 Restaurants, Shops und Snack-Mobile und insgesamt sind 591 Mitarbeitende für uns tätig (Stand 31.12.2022).



Seit September 2022 ist casualfood zu 100 % Teil der ORIOR Gruppe, einer international tätigen Schweizer Food und Beverage Gruppe. Sie besteht aus regional stark verankerten Unternehmen, die mit ihren bekannten Marken und Produktsortimenten führende Positionen in wachsenden Nischenmärkten im In- und Ausland halten. Das dezentrale Geschäftsmodell ermöglicht den einzelnen ORIOR Unternehmen eine auf ihre Mitarbeitenden und ihre Kund:innen ausgerichtete, individuell gelebte Kultur und Identität sowie einzigartige Produkt-, Marken- und Konzeptwelten. Was alle miteinander verbindet, sind die Leidenschaft für Kulinarik und Handwerkskunst, ein auf Trends und Bedürfnisse ausgerichteter Innovationsspirit, Unternehmertum sowie starke gemeinsame Werte. ORIOR strebt nach Einzigartigkeit und bester Qualität, um Konsument:innen immer wieder mit genussvollen Erlebnissen zu überraschen und zu begeistern, gemäß der Vision: Excellence in Food.



WERTE UND MISSION

casualfood hat sich als Unternehmen dem [Verhaltenskodex](#) der ORIOR Gruppe verschrieben. Dieser definiert die wichtigsten gemeinsamen Werte und auch Verhaltensregeln, die wir als casualfood-Mitarbeitende leben. Sie reflektieren unser Verständnis von verantwortungsvollem Handeln in jeder Beziehung, und wir halten uns sowohl untereinander als auch in der Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner:innen, Kund:innen und Gästen jederzeit und konsequent daran.

UNSERE GRUNDWERTE



Wir handeln unternehmerisch



Unser Umgang ist ehrlich und korrekt



Wir kommunizieren offen und direkt



Wir übernehmen Verantwortung



Wir verhalten uns respektvoll



Wir befolgen Gesetze, Richtlinien und den Verhaltenskodex

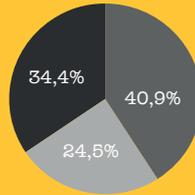
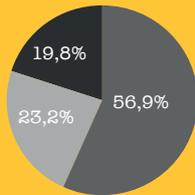
MITARBEITENDE

Stand 31.12.2022

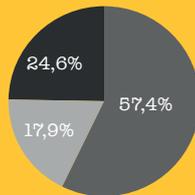
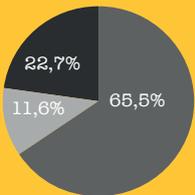
● Vollzeit ● Teilzeit ● Aushilfen

Unbefristet

Befristet



Gesamt 591



Unser Verhaltenskodex

QUALITÄTSANSPRUCH

Wir entwickeln und betreiben innovative Foodkonzepte für die Verkehrsgastronomie. Der dabei geltende Anspruch an die Qualität und Sicherheit unserer Produkte und Dienstleistungen ist kompromisslos und erfüllt die hohen Qualitätsansprüche unserer Kund:innen sowie der Konsument:innen gleichermaßen. Um dies sicherzustellen, wird ein systematisches Qualitätsmanagement umgesetzt, welches die gesetzlichen Vorschriften in der Regel übertrifft. Wir verfügen über klar definierte Prozesse zur Qualitätssicherung. Regelmäßige interne und externe Audits gewährleisten die entsprechende Einhaltung.

MENSCHENRECHTE

Wir anerkennen die Prinzipien der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte“ und der Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und sind bestrebt, unser Handeln an den Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte zu orientieren und diese lückenlos einzuhalten. Die Achtung der Menschenrechte unserer Mitarbeitenden, Lieferanten und indirekt betroffenen Anspruchsgruppen ist integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir lehnen jegliche Form von Menschenrechtsverletzungen ab, insbesondere Kinder-, Zwangs- und Pflichtarbeit. Wir setzen uns dafür ein, die Menschenrechte unserer Mitarbeitenden zu schützen und jederzeit sicherzustellen. Alle unsere Mitarbeitenden tragen die Verantwortung, die Rechte ihrer Mitmenschen zu respektieren und Menschenrechtsverletzungen mit ihrem Handeln entgegenzutreten.

UMWELT

Der respektvolle Umgang mit den Ressourcen und der Umwelt ist erklärtes Unternehmensziel von ORIOR. Dabei konzentrieren wir uns gemäß unserer Nachhaltigkeitsstrategie auf die für uns wesentlichsten Handlungsfelder „Food Waste und Verpackung“, „Klima und Energie“ sowie „Wasser“. Innerhalb dieser Handlungsfelder können, wollen und müssen wir unseren positiven Beitrag leisten. Wir setzen uns klare Ziele, prüfen deren Erreichung regelmäßig, leiten entsprechende Maßnahmen ab und messen uns an unseren Fortschritten.

MITARBEITENDE

Mitarbeitende, die mit Freude und Leidenschaft das Handwerk zelebrieren sowie gleichzeitig und jederzeit ein von Unternehmertum, Ethik und Respekt geprägtes Handeln leben, sind entscheidend für unseren Erfolg. Wir setzen uns ein für eine respektvolle und diskriminierungsfreie Arbeitsumgebung und fördern die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden. Dabei berücksichtigen wir die unterschiedlichen Bedürfnisse, indem wir so weit als möglich flexible Arbeitszeiten und Teilzeitarbeit ohne Nachteile bei den Arbeitsbedingungen ermöglichen. Unsere Unternehmenswerte in Bezug auf Mitarbeitende und Arbeitskultur sind im strategischen Eckpfeiler „Wir sind ORIOR“ fest verankert. Alle Mitarbeitenden kennen diese Grundwerte und halten sich an die darin beschriebenen Überzeugungen bezüglich der eigenen Haltung, des Handelns und des Umgangs mit anderen.

CHANCENGLEICHHEIT

Die unterschiedlichen Hintergründe, Kenntnisse und Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden sind wesentlich für unseren Erfolg. Wir tolerieren keinerlei Form von Diskriminierung, Mobbing, Belästigung oder Respektlosigkeit am Arbeitsplatz aufgrund von Geschlecht, Alter, Nationalität, Rasse, sexueller Orientierung, Behinderung, politischer Überzeugung oder jeglicher anderer relevanter persönlicher Charakteristik. Wir setzen uns ein für Gleichstellung und Fairness und dafür, dass sich alle Mitarbeitenden vorurteilsfrei und respektvoll begegnen und zusammenarbeiten. Jegliche Form von verbaler, körperlicher oder visueller Belästigung wird nicht geduldet und gilt als Verstoß gegen den Verhaltenskodex. Alle unsere Geschäftsbereiche, einschließlich der Rekrutierung und der Förderung der Mitarbeitenden, unterliegen den genannten Grundsätzen der Chancengleichheit.

WETTBEWERB UND KORRUPTION

Wir unterstützen offene Märkte sowie einen fairen Wettbewerb entsprechend geltendem Wettbewerbs- und Kartellrecht. Geschäftspartner werden unter fairen und gleichberechtigten Bedingungen sowie entlang objektiver Gesichtspunkte wie Erfahrung, Preis, Qualität, Serviceleistungen, Zuverlässigkeit und Integrität ausgewählt. Von wettbewerbswidrigen Geschäftsaktivitäten wie der Beteiligung an Kartellen, Preisabsprachen ungenehmigten Fusionen und Übernahmen distanzieren wir uns ausdrücklich.

Bee sustainable!

Unser Verständnis von Nachhaltigkeit.

Bei casualfood behandeln wir das Thema Nachhaltigkeit unter ganzheitlichen Aspekten. Denn wir sind davon überzeugt, dass alle Ebenen eines Unternehmens berücksichtigt werden müssen, um zielführende Veränderungen anzustoßen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie stützt sich deshalb auf drei starke und relevante Säulen, deren Bedeutung für uns gleich gewichtet ist.

We care for PEOPLE, PLANET AND PRODUCTS!

PEOPLE bilden die erste Säule. Ihnen wollen wir ein fairer und attraktiver Arbeitgeber sein. Wir wollen Menschenrechte, Diversität und Chancengleichheit wahren und die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz für unsere Mitarbeitenden gewährleisten. In der zweiten Säule PLANET arbeiten wir an der Bekämpfung des Klimawandels, wollen weniger Food Waste verursachen und setzen auf nachhaltige Verpackungen. Die dritte Säule PRODUCTS widmet sich den Themen ausgewogene Ernährung, nachhaltige Produkte und Lieferketten sowie verantwortungsvolles Marketing.

In allen drei Bereichen haben wir uns bereits auf den Weg gemacht und können schon viele gute Entwicklungen und Zielerreichungen aufzeigen. Aber es liegt auch noch eine lange und herausfordernde Reise vor uns, denn wir haben uns ambitionierte Ziele gesetzt. Wir sind zuversichtlich und hoch motiviert, dass wir gemeinsam unsere gesteckten Ziele auf dem Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen erreichen werden!

UNSER MISSION STATEMENT: UNSERE ZUKUNFT NACHHALTIG DENKEN!

Wenn man es als Unternehmen mit dem Thema Nachhaltigkeit aufrichtig meint, dann geht es vor allem darum, Verantwortung zu übernehmen: sowohl für die Menschen als auch für die Produkte, welche man verkauft, sowie für die Umwelt, die es zu schützen und zu erhalten gilt. Denn nur ein ganzheitliches Handeln kann letztendlich bewirken, dass wir als Unternehmen einen wertvollen Beitrag für die Zukunft auf unserem Planeten leisten.



PEOPLE

PLANET

PRODUCTS

Bee active!

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



CASUALFOOD UND DIE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Seit 2015 existiert mit der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung ein internationales Rahmenwerk, das die Themen der Nachhaltigkeit und der Armutsbekämpfung vereint. 193 UNO-Mitgliedstaaten haben sich darin zum Erreichen von 17 globalen Entwicklungszielen – den Sustainable Development Goals (SDGs) – bis 2030 verpflichtet. Damit die SDGs erreicht werden können, bedarf es auch eines starken Engagements von Seiten der Unternehmen. casualfood bekennt sich zur Wichtigkeit dieses Rahmenwerks und verpflichtet sich, ihren Beitrag zur Erreichung der SDGs zu leisten.

UNSER NACHHALTIGKEITSTEAM

Gemeinsam können wir viel erreichen. Deshalb widmet sich bei casualfood unser eigenes Nachhaltigkeitsteam mit Expert:innen des Managements, der Ökotrophologie, des Marketings, aus dem HR-Bereich und aus der Operativen engagiert dem Nachhaltigkeitsthema. Auf dem Weg in eine möglichst nachhaltige und verantwortungsvolle Zukunft unterstützen uns dabei Mitarbeitende aus den verschiedensten Bereichen unseres Unternehmens. Von der Geschäftsleitung über Human Resources bis in die Warenwirtschaft von casualfood haben sich alle darauf verständigt, die großen Aufgaben, die vor uns liegen, zu meistern.

UNSERE STAKEHOLDER

Arbeitsmarkt
Banken
Behörden
Geschäftsführung
Investoren
Konkurrent:innen

Kund:innen
Mitarbeitende
Öffentliche Medien
Vermieter:innen
Lieferanten

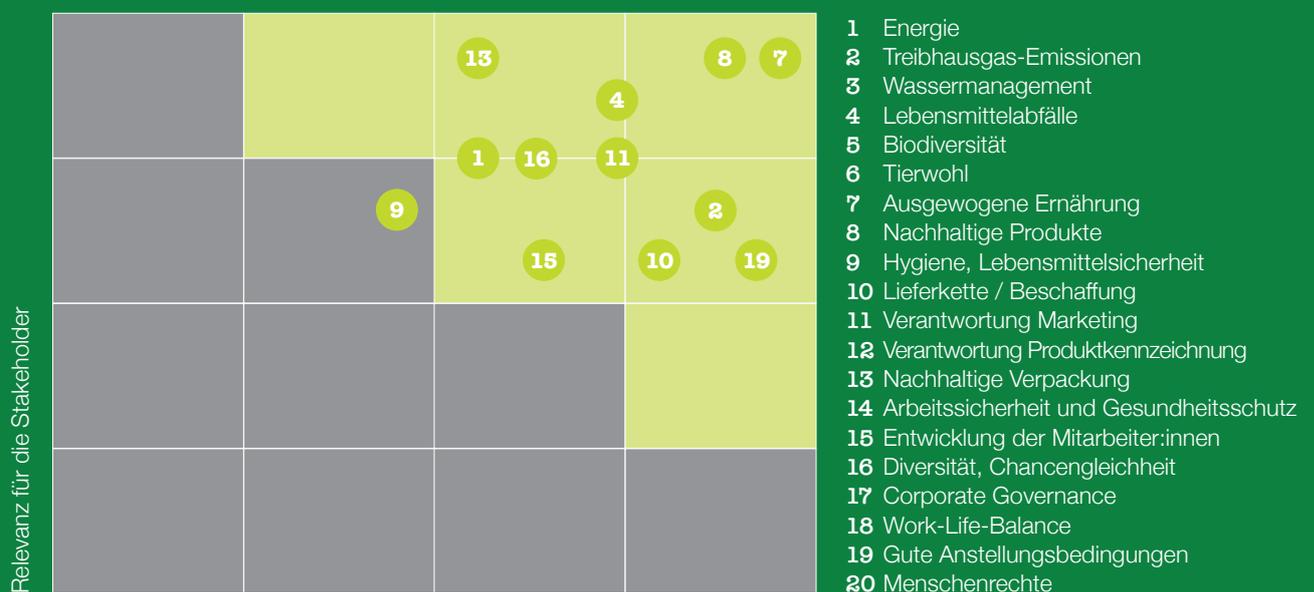
WER SIND UNSERE STAKEHOLDER?

casualfood ist eng eingebunden in ein Netzwerk aus (Lauf-)Kund:innen, Lieferanten und Mitarbeitenden. Sie haben unterschiedlich starken Einfluss auf die Arbeit des Unternehmens oder werden umgekehrt durch casualfood beeinflusst. Bei der Auswahl der Nachhaltigkeitsthemen ist deshalb auch relevant, was die Erwartungen unserer Stakeholder sind. Ein sauberes Stakeholder-Mapping ist für diesen Prozess unabdingbar.

WAS MÖCHTEN WIR ERREICHEN?

Die Wesentlichkeitsmatrix bildet die Basis für unsere Nachhaltigkeitsstrategie. In ihr werden die für uns und unsere Stakeholder wesentlichen Themen zur Nachhaltigkeit zusammengefasst. Daraus resultieren neun Faktoren, die es für uns anzugehen gilt und in welchen wir die größte (positive) Wirkung haben. Gebündelt erschließen sich daraus unsere drei Säulen PEOPLE, PLANET, PRODUCTS, mit jeweils drei Unterthemen.

WESENTLICHKEITSMATRIX



Bee social!

Fairer und attraktiver Arbeitgeber
Menschenrechte, Diversität und Chancengleichheit
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

So wie ein Bienenstock funktioniert auch ein Unternehmen nur dann nachhaltig und erfolgreich, wenn alle gut zusammenarbeiten. Dies setzt voraus, dass sich ALLE wohlfühlen. Dafür müssen einige entscheidende Faktoren stimmen, wie zum Beispiel, dass casualfood ein fairer und attraktiver Arbeitgeber ist, Diversität und Chancengleichheit großgeschrieben werden und Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz selbstverständlich sind und gelebt werden.

Jeder Arbeitsplatz bei uns soll attraktiv, fair bezahlt und sicher sein. Mit einem Arbeitsklima, in dem sich jede:r gesehen und wertgeschätzt fühlt – und das auf allen Ebenen, von der Chefetage bis zu den Mitarbeitenden, im Service und Verkauf. Denn Bedürfnisse wollen wahrgenommen und Kompetenzen gefördert werden. Nicht zuletzt sehen wir die Diversität der Menschen, die den Bienenstock in unserem Unternehmen bilden, als großes Geschenk der Vielfalt und Fähigkeiten. Hier bei casualfood arbeiten wir kontinuierlich daran, dass all diese Faktoren gewährleistet sind. Denn ein soziales Miteinander, mit zufriedenen, motivierten und gesunden Mitarbeitenden ist ganz entscheidend für den Erfolg von casualfood. Dafür stecken wir unser Ziel hoch und legen uns täglich mächtig ins Zeug, was auf den nächsten Seiten zu sehen ist!



CASUALBEE'S BUZZ

Es summt in unserem Bienenstock: Seit 2022 finden in lockerer Runde beim Lunch regelmäßig Meet & Eats statt. In diesen stellen Kolleg:innen aus allen Hierarchieebenen aktuelle Themen aus ihren Bereichen vor. Alle Mitarbeitenden sind dazu herzlich eingeladen.



Bee fair!

Warum casualfood so viele zufriedene Mitarbeitende hat.

UNSER VERSTÄNDNIS

Uns ist bewusst, wie wertvoll jede:r einzelne Mitarbeitende für uns ist, insbesondere in Zeiten eines zunehmenden Fachkräftemangels, der sich nach der Pandemie in unserer Branche nochmals verstärkt hat. Deshalb tun wir so viel wie möglich dafür, ein fairer und attraktiver Arbeitgeber zu sein. Denn nur, wenn sich unsere Mitarbeitenden rundum wohl bei uns fühlen, können wir langfristig mit ihnen rechnen.

UNSER ZIEL

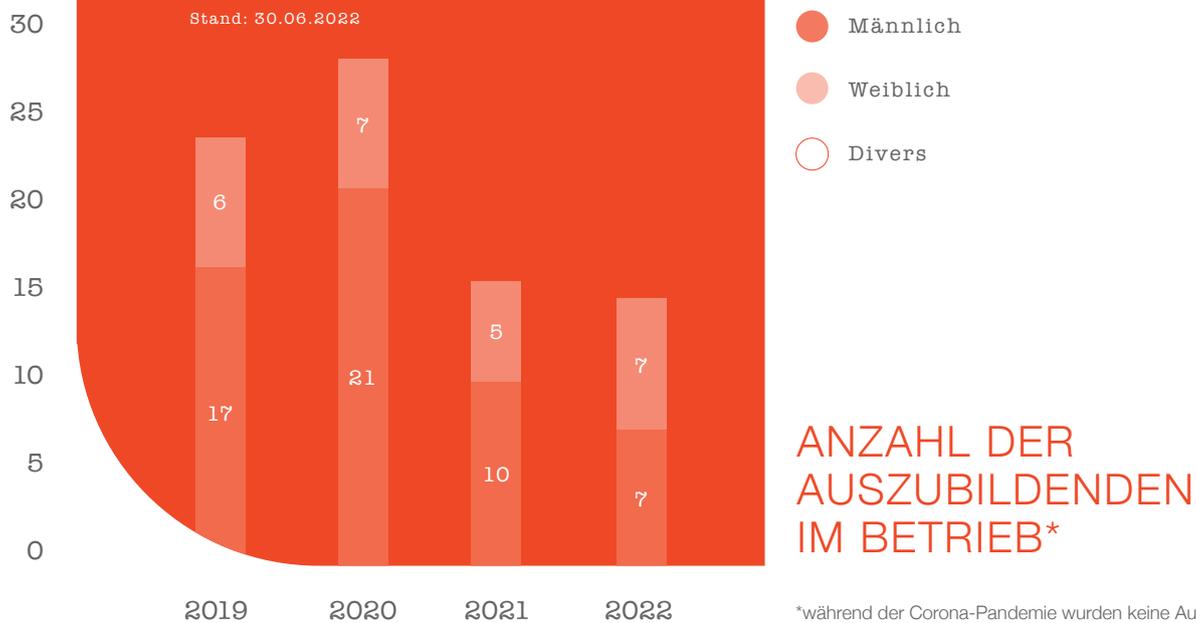
Mitarbeiterumfragen und Stimmungsbarometer wollen wir zukünftig quartalsweise durchführen, um immer so nah dran wie möglich an den Bedürfnissen unserer casualfoodies zu sein.

UNSER WEG

Damit wir immer wissen, wie zufrieden unsere Beschäftigten mit ihrem Arbeitsplatz sind, haben wir den „casualtalk“ (1-zu-1-Gespräche) eingeführt, um regelmäßig Feedback einzuholen. Auch interne Umfragen helfen uns dabei, auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingehen zu können. Wir fördern unseren Nachwuchs und bilden in drei Ausbildungsberufen aus. Für Weiterbildungen übernehmen wir nach Absprache und Möglichkeit die Kosten. Wir sind stolz auf die starke Gemeinschaft unserer casualfoodies.

FUTURE GOALS

casualfood möchte auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber sein, mit interessanten, sicheren, nachhaltigen und immer wieder neu geschaffenen Arbeitsplätzen. Training on the Job ist ein wichtiges und effizientes Tool, um unsere Mitarbeitenden in ihren Kompetenzen zu fördern und zu fordern. Von der Einführung in die Besonderheiten der Arbeitsplätze Airport und Bahnhof über Produkt-Know-how, Sprachkurse, Sicherheitsschulungen bis zum Kassensystem-Training.

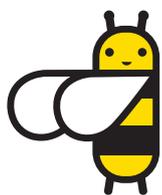


*während der Corona-Pandemie wurden keine Auszubildenden

NACHWUCHS IST UNSERE ZUKUNFT!

Deshalb investieren wir gerne jedes Jahr in die Ausbildung junger motivierter Menschen. Ob im Bereich der Systemgastronomie, der Lagerlogistik, des Büromanagements oder des Einzelhandels – wer bei casualfood einsteigt, hat die besten Chancen, kontinuierlich aufzusteigen.

CASUALBEE'S BUZZ



Wir greifen unseren Mitarbeitenden auch monetär unter die Arme und kompensieren z.B. die hohen Preisanstiege im Lebensmittelbereich durch Mitarbeitergutscheine, eine zweimalige Lohnerhöhung über dem gesetzlichen Mindestlohn oder gezielte Einzelmaßnahmen wie Messergeld und Temperaturpauschale in Bereichen mit erhöhtem Bedarf.

Bee diverse!

Warum casualfood stolz auf ihre bunte Vielfalt ist.



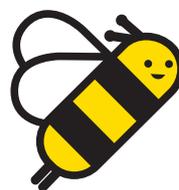
charta der vielfalt
Für Diversity in der Arbeitswelt

UNSER VERSTÄNDNIS

Der Erfolg von casualfood stützt sich auch und insbesondere auf die große Vielfalt der Menschen, die für uns arbeiten. Wir beschäftigen casualfoodies aus über 70 Nationen. Ein buntes, diverses Team, das optimal zu unserer casualfood-Philosophie und zu unserem Tätigkeitsfeld, der Reisegastronomie, passt. Im Unternehmen leben und unterstützen wir Gleichberechtigung und Vielfalt und schaffen ein Klima der Akzeptanz und des gegenseitigen Vertrauens. Die unterschiedlichen Hintergründe, Kenntnisse und Fähigkeiten unserer Mitarbeitenden nehmen wir als wichtige Bereicherung wahr. Wir setzen uns ein für Chancengleichheit, Fairness und dafür, dass sich alle Mitarbeitenden vorurteilsfrei und respektvoll begegnen können.



Wir schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Führungskräfte wie Mitarbeitende diese Werte erkennen, teilen und leben. Wir überprüfen auch unsere Personalprozesse und stellen sicher, dass diese den vielfältigen Fähigkeiten und Talenten aller Mitarbeitenden gerecht werden. Über unsere Aktivitäten und den Fortschritt bei der Förderung der Vielfalt und Wertschätzung geben wir jährlich öffentlich Auskunft.



CASUALBEE'S BUZZ

Fleißige Bienen müssen gefeiert werden! Deshalb gibt es bei uns jedes Jahr ein buntes Sommerfest der Nationen, bei dem die Mitarbeitenden landestypische Speisen und viel gute Laune und Spaß mitbringen. Gendern ist bei uns unternehmensweit selbstverständlich, und für alle Belange der Mitarbeitenden haben unsere Vertrauenspersonen immer ein offenes Ohr.



UNSER ZIEL

Wir werden im Jahr 2023 weitere Maßnahme umsetzen und somit das Bewusstsein unter unseren Mitarbeitenden dafür vertiefen, dass uns der Umgang mit den Themen Menschenrechte, Diversität und Chancengleichheit sehr ernst ist. Ein Diversity-Kalender wird ab 2023 die wichtigsten Feier- und Gedenktage zum Thema Vielfalt hervorheben. Er ist nicht nur ein praktisches Symbol für eine offene Organisationskultur, sondern hilft auch, die unterschiedlichen Bedürfnisse unserer casualfoodies bei der Arbeitsplanung so weit wie möglich zu berücksichtigen.

UNSER WEG

Der offene Umgang mit Diversität ist für uns zentral. Nicht umsonst sind wir Unterzeichner der Charta der Vielfalt und kommunizieren diese auch nach außen. Deshalb dulden wir keinerlei Form von Diskriminierung, Mobbing oder Belästigung am Arbeitsplatz. Wir schaffen ein gutes Betriebsklima, in dem die Unternehmenskultur von allen gelebt und mitgetragen wird. Wir sprechen dieses Thema direkt im Onboarding an und weisen auf die Relevanz hin, die es für unser soziales Miteinander und die Zusammenarbeit bei casualfood hat.

Eine Map der Nationen hängt in den Supportoffices Berlin und Frankfurt und bietet unseren Mitarbeitenden die Möglichkeit, freiwillig einen Pin in ihr Herkunftsland zu setzen. So wollen wir auch zukünftigen Bewerber:innen zeigen, wie divers wir sind. Mit flexiblen Arbeitszeiten und -orten geben wir allen Bewerber:innen die Chance, Job und Familie, Privatleben oder eine Weiterbildung unter einen Hut zu bringen. In den Personalgesprächen folgen wir einem Leitfaden, der Regeln zu Gesprächsverlauf, Leistungsbewertung und Zielvereinbarungen festhält.

FUTURE GOALS

Unsere Führungskräfte sind Vorbilder! Sie bekennen sich klar zum Diversity-Management, praktizieren es und erläutern den Nutzen von Vielfalt. Diese Standpunkte werden sowohl für die interne Kommunikation als auch bei der Öffentlichkeitsarbeit genutzt. Auch in den Stellenanzeigen werden wir dem durch unsere klare Haltung und unser Versprechen einer offenen und wertschätzenden Unternehmenskultur Ausdruck verleihen.

EVERYBODY'S WELCOME!

Bei casualfood sind Mitarbeitende vor allem eines: Menschen! Wir machen bei der Einstellung unseres Personals keine Unterschiede. Unabhängig von Geschlecht, Ethnie oder Religion, zählen für uns vor allem die Persönlichkeit, das Engagement und ob das Zeug zum waschechten casualfoodie besteht.

Bee safe!

Warum Sicherheit bei uns immer Vorfahrt hat.

UNSER VERSTÄNDNIS

Das Arbeitsumfeld an Flughäfen und Bahnhöfen stellt in vielerlei Hinsicht eine besondere Herausforderung für das Personal dar. Die Grundlautstärke ist hoch, die Arbeit, auch im Schichtdienst, oft stressig und anstrengend, und die Temperaturen in den Outlets lassen sich nur bedingt regulieren. Wir sind uns dessen bewusst und nehmen das Thema Arbeitsschutz und die Gesundheit sehr ernst. Deshalb setzen wir alles daran, die Arbeit für unsere Mitarbeitenden so angenehm und sicher wie möglich zu gestalten und ihre Gesundheit zu fördern und zu stärken.



UNSER ZIEL

Wir haben die Absenzenstunden für das Jahr 2022 erfasst und planen, die Quote der Unfälle und Krankheitsfälle im Jahr 2023 mithilfe von gezielten Maßnahmen zu verringern. Diese Maßnahmen umfassen Arbeitsplatzbelehrungen im Bereich Arbeitsschutz sowie die Einführung von Arbeitsplatzrotation. Zusätzlich werden wir regelmäßige Mitarbeitergespräche durchführen, die als Feedbackgespräche dienen.



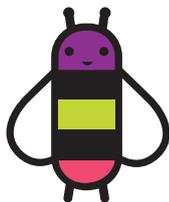
UNSER WEG

An allen casualfood-Standorten sind Sicherheitsbeauftragte für uns im Einsatz, deren Aufgabe es ist, die Arbeitsplätze so zu gestalten, dass unsere Mitarbeitenden ihre Arbeit in einem sicheren und guten Umfeld verrichten können. Sie stehen auch für Fragen aller Mitarbeitenden zur Verfügung. In regelmäßig stattfindenden Terminen mit dem externen Arbeitssicherheitsdienst werden Arbeitsschutzstandards kontinuierlich überprüft und angepasst. Außerdem werden unsere Mitarbeitenden fortlaufend zum Thema Arbeitsschutz geschult, sowohl im Rahmen des Onboardings als auch in Powerbriefings.

FUTURE GOALS

Wir sorgen konstant und kontinuierlich für ein sicheres, attraktives und gesundes Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeitenden.

CASUALBEE'S BUZZ



Unsere United Schwinge ist überall präsent. Sie ziert bei gemeinsamen Ausflügen unsere Rucksäcke, macht unsere Sommerfeste und Weihnachtsfeiern bunter und tritt in internen Mailings selbstverständlich in Erscheinung.

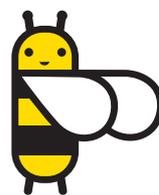
Bee responsible!

Bekämpfung des Klimawandels
Weniger Food Waste
Nachhaltige Verpackungen

casualfood will als Unternehmen Verantwortung für unseren Planeten übernehmen. Mit ganzheitlichen Strategien zu den Themen Bekämpfung des Klimawandels, Food Waste und nachhaltige Verpackungen können wir gemeinsam mit dem Engagement aller Mitarbeitenden und Lieferanten vieles bewegen und positiv verändern. Wir wollen als einer der Top-Player in der Verkehrsgastronomie unter Beweis stellen, dass man auch in unserer Branche nachhaltig unterwegs sein kann.

Wir werden den Carbon Footprint, welchen wir in der Verkehrsgastronomie verursachen, überall dort, wo es uns möglich ist, Schritt für Schritt konstant und konsequent reduzieren. So konnten wir bei den Themen Energieverbrauch, Food Waste und Einsparen von Verpackungen bereits beachtliche Optimierungen realisieren. Zukünftig wollen wir hier weiterhin alle Optionen ausloten und ausschöpfen, die unseren ökologischen Fußabdruck verringern.

Auf den nächsten Seiten steigen wir tiefer in das Thema Planet ein.



CASUALBEE'S BUZZ

Damit unsere Bienen immer ausreichend Futter finden, haben wir auch eine Blühwiese mit 1000 m² Wild- und Wiesenblumen, auf welcher die Majas & Co. sich tüchtig sattfuttern können. Duftel!



Bee climate friendly!

Warum casualfood sich für ein gutes Klima einsetzt.

UNSER VERSTÄNDNIS

Die Bekämpfung des Klimawandels ist ein wichtiges Element unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, eine gesunde Balance der Themen PEOPLE, PLANET und PRODUCTS anzustreben, denn nur durch die Berücksichtigung der drei Säulen und durch signifikante Schritte in den jeweiligen Bereichen können wir uns in Zukunft als nachhaltiges Unternehmen am Markt positionieren.

UNSER ZIEL

Bis 2030 soll unser Strom zu 100 % aus erneuerbaren Energien stammen.

UNSER WEG

Wir setzen uns intensiv mit der Erhebung und kontinuierlichen Verbesserung unserer unserer CO₂-Emissionen auseinander. So haben wir in 2021 alle relevanten Verbrauchsakteure auf den Prüfstein gestellt und daraus adäquate Maßnahmen abgeleitet. Beim Einkauf von Anlagen beachten wir deren Energieeffizienz. Des weiteren reduzieren wir kontinuierlich unsere Abfallmengen, was ebenfalls eine indirekte Wirkung auf unsere CO₂-Emissionen hat.

FUTURE GOALS

Wir werden unsere Energieeffizienz weiterhin durch den vermehrten Einsatz von LED-Beleuchtung und klimaschonenden Elektrogeräten verbessern. Unser Stromverbrauch soll sich dadurch signifikant verringern.



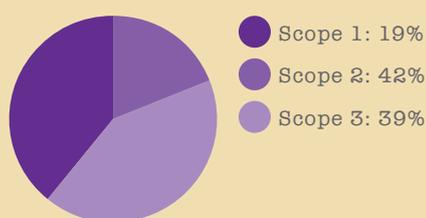
OUR CARBON FOOTPRINT BY MYCLIMATE

Bereits zum zweiten Mal hat myclimate für uns den casualfood Carbon Footprint bestimmt. Dieses Jahr haben wir zusätzlich zu Scope 1 (alle direkt erzeugten Emissionen) und Scope 2 (alle indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie) auch erstmals Scope 3 (Vor- und nachgelagerte indirekte Emissionen) bewertet. Ermittelt wurden die CO₂-Äquivalente (CO₂e) aus unserem Stromverbrauch, der Heizenergie und Kältemittelverluste. Ebenfalls floss der Kraftstoffverbrauch unserer Unternehmensfahrzeuge in die Berechnung mit ein sowie auch alle weiteren indirekten Emissionen wie Geschäftsreisen und eingelagerte Materialien.

UNSER CARBON FOOTPRINT (TREIBHAUSGASEMISSIONEN)

Aufgeteilt in die 3 Scopes

gemäß Greenhouse Gas Protokoll



Gesamtemissionen: 2175 t CO₂

Aufgeteilt in Kategorien



Das entspricht in etwa der Menge CO₂, die 220 Menschen in Deutschland pro Jahr verursachen. Die größten Faktoren sind hierbei unser Energieverbrauch sowie auch Mobilität und Transport. Das liegt vor allem daran, dass wir euch rund um die Uhr mit frischen Speisen und kühlen Getränken versorgen wollen. Damit dies so nachhaltig wie möglich geschieht, wollen wir in den nächsten Jahren vermehrt auf erneuerbare Energien und natürliche Kältemittel setzen und dies auch bei unseren Lieferanten nachhalten.

Die Heizungsanlagen werden an fast allen Standorten mit Fernwärme betrieben. Am Flughafen Berlin Brandenburg kommt sogar ein Blockheizkraftwerk zum Einsatz. Hier wird die Abwärme, die bei der Stromerzeugung entsteht, zum Heizen weiterverwendet.

Im Bereich Transport setzen wir vermehrt auf strombetriebene Fahrzeuge. Schon jetzt besteht mehr als die Hälfte unserer Flotte aus Hybrid-Fahrzeugen. Grundsätzlich wollen wir die Anzahl der Firmenfahrzeuge möglichst gering halten. Stattdessen bieten wir unseren Mitarbeitenden ein Jobticket des Öffentlichen Personen-Nahverkehrs (ÖPNV) als klimafreundliche Alternative an.

Bee mindful!

Warum Food Waste bei casualfood großgeschrieben wird.

UNSER VERSTÄNDNIS

Weltweit werden große Mengen noch genießbarer oder anderweitig verwertbarer Lebensmittel unnötig entsorgt. In jedem einzelnen Produkt stecken viel Arbeitszeit, Ressourcen, zum Teil lange Transportwege und Geld. Laut der Weltgesundheitsorganisation ereilt ein Drittel aller jährlich hergestellten Lebensmittel dieses Schicksal – in Zeiten wachsender Nahrungsmittelknappheit eine alarmierende Zahl. Durch die so verschwendeten Ressourcen werden außerdem unsere Ökosysteme und das Klima unnötig belastet. Lebensmittelverluste wirken sich auch negativ auf die unternehmerische Kosteneffizienz aus.

Als Unternehmen der Verkehrsgastronomie trägt casualfood zur Entstehung von Lebensmittelabfällen bei. Wir sind uns dessen bewusst und arbeiten daran, unseren Food Waste kontinuierlich zu verringern. Die Frage, wie wir die Verschwendung von Lebensmitteln reduzieren können, haben wir uns zu einer wichtigen Aufgabe gemacht. Oberstes Ziel ist es, Nachfrage und Produktion noch besser abzustimmen, denn Planungssicherheit verringert unmittelbar auch den Food Waste.

UNSER ZIEL

Wir wollen unseren Food-Waste-Anteil unternehmensweit bis 2030 um 50% reduzieren.



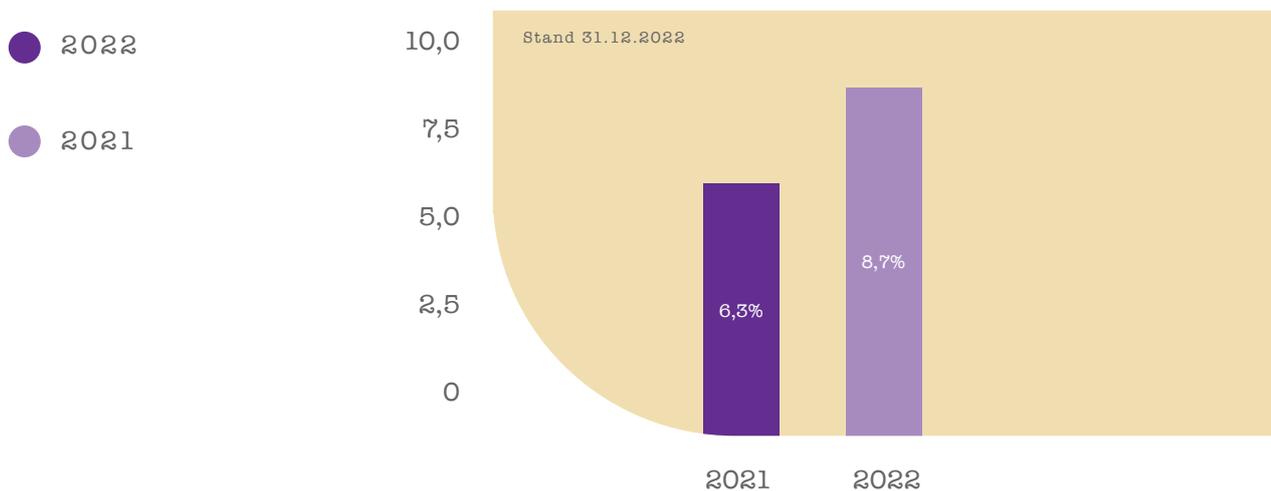
UNSER WEG

Food Waste ist für uns eine Stellschraube, bei der wir mit unserem Wirken noch viel verbessern können. Nicht nur bei uns selbst, sondern auch in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette. Im laufenden Jahr wird unser Food Waste erstmals in ausgewählten Verkaufspunkten buchhalterisch nachgehalten und in Euro gemessen. Bis Ende 2022 waren 80% der Standorte an eine Kooperation mit Foodsharing angeschlossen. So sorgen wir dafür, dass alle Lebensmittel, die aus verschiedenen Gründen nicht mehr verkauft werden können, aber noch genießbar sind, weitergegeben statt entsorgt werden.

FUTURE GOALS

Durch Prozessoptimierungen und dynamisches Arbeiten wollen wir in Zukunft vermeiden, dass es zur Bestellung überschüssiger Ware kommt. So stellen wir sicher, dass nur so viel produziert wird wie nötig. Ein wichtiger Schritt, um unseren Food Waste-/Retouren-Anteil deutlich zu vermindern.

UNSER FOOD WASTE-ANTEIL*



Unser Food Waste-Anteil betrug im Jahr unternehmensweit 2022 6,3% in Relation zum Food-Umsatz. Wir sind also auf einem guten Weg unser Ziel für 2030 zu erreichen.

Bee economical!

Warum casualfood stolz auf ihre Verpackungsstrategie ist.

UNSER VERSTÄNDNIS

Das Thema Verpackungen und deren Reduktion/Umweltverträglichkeit ist in den letzten Jahren sowohl bei unseren Kund:innen als auch für uns im Unternehmen immer wichtiger geworden. Verpackungen zu reduzieren oder nachhaltiger zu gestalten ist im Lebensmittelbereich eine komplexe Aufgabe. Einerseits möchten wir die Menge an Verpackungen möglichst gering halten, um die natürlichen Ressourcen zu schonen und weniger Abfälle zu produzieren. Andererseits werden Verpackungen benötigt, um die Lebensmittelsicherheit unserer Take-Away-Produkte zu gewährleisten.



casualfood möchte ihrer Kundschaft nachhaltig verpackte Produkte anbieten. Dafür setzen wir an unterschiedlichen Stellen an: Materialeinsparungen durch leichtere bzw. weniger Verpackungen („reduce“), Einsatz von recycelten und/oder recyclingfähigen Materialien („recycle“) oder erneuerbare Alternativen zu Plastik („replace“). Wir arbeiten kontinuierlich daran, neue, nachhaltigere Optionen zu testen oder umzusetzen.

UNSER ZIEL

Wir werden bis Ende 2023 alle unsere Verpackungen auf ökologische Optimierungen überprüfen.



UNSER WEG

Für casualfood ist es ein logischer Schritt, eine Vereinheitlichung von Verpackungen über alle Konzepte hinweg anzustreben. So können Prozesse verschlankt und Synergieeffekte im Einkauf erzielt werden. Insgesamt möchten wir überall dort Einfluss durch eine nachhaltige Unternehmensführung nehmen, wo es sich direkt in unserer Energiebilanz niederschlägt.

FUTURE GOALS

Ganz im Sinne des „reduce, replace and recycle“-Gedankens überprüfen wir auch zukünftig unsere Verpackungsstandards und wollen den Anteil von recyceltem Plastik, wiederverwertbaren Verpackungen und solchen aus nachwachsenden, zertifizierten oder recycelten Materialien steigern. Bei der Auswahl unserer Lieferanten wird unser Fokus insbesondere auf deren Nachhaltigkeit liegen.

CASUALBEE'S BUZZ

Jeder Baum zählt, denn Bäume speichern CO₂. Deshalb freut es uns, dass wir seit der Einführung einer Gebühr den Verbrauch unserer Papiertragetaschen um 45 % reduzieren konnten.

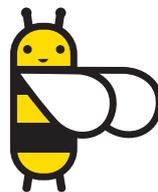


Bee visionary!

Ausgewogene Ernährung
Nachhaltige Produkte und Lieferkosten
Verantwortungsvolles Marketing

casualfood möchte bewusst und nachhaltig mit unseren Ressourcen umgehen. Deshalb legen wir den Fokus für den Erfolg unserer Arbeit nicht nur auf Umsätze, sondern auch auf deren Nachhaltigkeit in Bezug auf ausgewogene Ernährung, nachhaltige Produkte und Lieferkosten sowie ein verantwortungsvolles Marketing.

Wir ermöglichen unseren Kund:innen, sich auch unterwegs ausgewogen und nachhaltig zu ernähren. Mit Produkten, die gut schmecken und klimaschonend sind. Sowohl in unserer Lieferantenauswahl als auch in unserem Marketing spielt der Nachhaltigkeitsgedanke ebenfalls eine wichtige Rolle. So haben wir zum Beispiel ein großes Sortiment an vegetarischen und veganen Speisen im Angebot. Wir wollen in allen casualfood-Bereichen, vom Sortiment über unsere Lieferanten und unsere Kooperationspartner:innen bis hin zu Marketingmaßnahmen, immer nachhaltiger agieren und treten auf den nächsten Seiten den Beweis an, dass uns dies auch gelingt.



CASUALBEE'S BUZZ

Bisher haben wir Allergene und Zusatzstoffe in Form von Papierlisten ausgewiesen, nun gibt es stattdessen im Take-Away-Bereich unserer Outlets einen QR Code zum Scannen. So können sich unsere Gäste ganz papierlos über die Inhaltsstoffe unserer Produkte informieren.



Bee healthy!

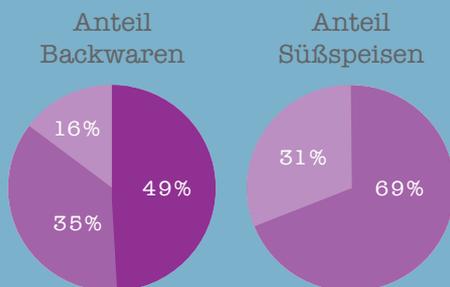
Warum casualfood gesünder unterwegs sein will.

UNSER VERSTÄNDNIS

Die Nachfrage nach gesunden und klimabewussten Produkten nimmt stetig zu. Neben dem in der Verkehrsgastronomie üblichen Angebot an Emotional Food spielen auch Ausgewogenheit, Nachhaltigkeit und Bekömmlichkeit der Produkte eine wachsende Rolle. casualfood hat die Bedürfnisse ihrer Kund:innen und die aktuellen Trends immer im Fokus. Mit entsprechenden Konzepten und Angeboten reagieren wir auf die Entwicklungen in unserer Gesellschaft.

SPEISEN AUS EIGENPRODUKTION

(belegte Brötchen und Backwaren)



- Fleischhaltig
- Vegetarisch
- Vegan

UNSER ZIEL

Der Anteil unserer Healthy-Food-Produkte beträgt aktuell bereits 33%! Wir sind also auf einem guten Weg und legen die Messlatte für 2025 noch ein wenig höher. Unter Healthy Food Produkten verstehen wir Lebensmittel oder Produkte, die als förderlich für die Gesundheit gelten. Zudem können "Healthy Food Produkte" spezifische Ernährungsbedürfnisse oder -präferenzen berücksichtigen, wie beispielsweise glutenfrei, vegan, vegetarisch oder bio-zertifiziert sein. Das Hauptziel solcher Produkte ist es, eine ausgewogene Ernährung zu fördern und dabei die Gesundheit zu unterstützen.





UNSER WEG

Bei casualfood ist für jeden etwas dabei. Über alle Konzepte hinweg gibt es bei uns Healthy-Food-Angebote, die optimal auf die Bedürfnisse unserer Zielgruppe an Bahnhöfen und Flughäfen abgestimmt sind. Je nach Reiselänge und -anlass bieten wir dazu unterschiedliche Food-Specials an. In fast allen Konzepten können Gäste auch jetzt schon zwischen tierischen und pflanzlichen Mahlzeiten wählen. Mehr als die Hälfte unserer Speisen aus Eigenproduktion sind bereits vegetarisch.

FUTURE GOALS

Wir optimieren unser Sortiment kontinuierlich und haben dabei ein besonderes Augenmerk auf die Ausgewogenheit. Wir überprüfen unsere Rezepturen im Hinblick auf ihren Gehalt an Zucker, Salz und Fett/Öl. Den Anteil unseres veganen und vegetarischen Sortiments bauen wir weiter aus. Food-Trends haben wir immer im Blick und werden hier weitere innovative Konzepte entwickeln.

Bee selective!

Warum casualfood
fairantwortungsvoll handelt.

UNSER VERSTÄNDNIS

Wir sind uns der Verantwortung bewusst, die wir mit der Auswahl unserer Produkte und Lieferanten haben. Indem wir hier nachhaltige Standards setzen, können wir als wichtiger Multiplikator positiv auf das Thema Nachhaltigkeit einwirken. Dies beginnt bei der Optimierung unseres Sortiments/Angebots und führt sich fort bis in alle Bereiche unseres Unternehmens.



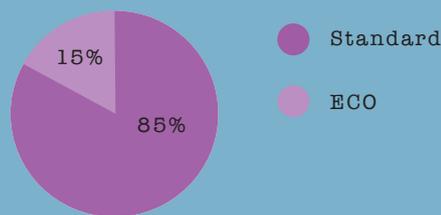
UNSER ZIEL

Wir haben den Umsatzanteil der im Jahr 2022 nachhaltig zertifizierten Produkte (Bio, Fairtrade etc.) ermittelt. Dieser liegt bei 11,6 %. Daraus leiten wir ab, in welchen Schritten wir uns Ziele bis 2025 setzen können.

UNSER WEG

casualfood ist dabei, viele Produktsegmente auf Herz und Nieren zu prüfen und konnte so bereits neue und nachhaltige Impulse setzen: Wir haben den Anteil an saisonalen, regionalen und Fairtrade-Produkten kontinuierlich gesteigert. So haben wir beispielsweise in den ServiceStores DB nur noch Fairtrade-Kaffee im Angebot und werden in allen Konzepten ab 2023 ausschließlich Fairtrade-Zucker und Bio-Tee anbieten. Wir haben im Jahr 2022 ein plantbased-Konzept erarbeitet, um der großen Nachfrage nach veganen, klimaschonenden Alternativen gerecht zu werden. Die gesamte casualfood-Berufsbekleidung hat darüber hinaus mindestens ein Öko-Siegel/Zertifikat oder sogar mehrere: „Standard 100 by OEKO TEX“, „WRAP-Zertifizierung“ (faire Arbeitsbedingungen) oder „Cotton made in Africa“. Auch unsere Reinigungsmittel sind zum Großteil auf nachhaltige Alternativen umgestellt.

UNSERE REINIGUNGSMITTEL



FUTURE GOALS

Wir ermitteln unsere wichtigsten und kritischsten Rohstoffe und definieren für diese Standards. Außerdem erweitern wir das Angebot von Fairtrade- und regionalen und saisonalen Produkten.



Bee green!

Warum casualfood Gutes tut und davon redet.

UNSER VERSTÄNDNIS

Unser Anspruch auf Nachhaltigkeit wird seit 2022 für unsere Kund:innen direkt sichtbar: durch unsere eigene Nachhaltigkeitsmarke POP (Protect Our Planet), die sich wie ein grüner Faden durch den casualfood-Außenauftritt zieht. Untermuert wird unsere Haltung durch unseren Internetauftritt, in dem wir Stellung zu allen für uns relevanten Nachhaltigkeitsthemen beziehen, sowie durch unseren zweiten Nachhaltigkeitsbericht. Unser Anspruch soll auch in Produktempfehlungen und weiteren Marketingmaßnahmen spürbar sein. Die casualfood-eigene POP-Kampagne ist dafür ein gutes Beispiel.



UNSER ZIEL

Wir reduzieren unsere Printmedien, wo immer es möglich ist und setzen auf digital signage am POS.



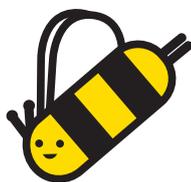
UNSER WEG

Wir arbeiten konstant daran, unsere Verpackungen noch nachhaltiger zu machen. Wo es uns möglich ist, nutzen wir verstärkt digitale und somit ressourcenschonende Kommunikationstools. Auch unsere Marketingmaßnahmen richten wir auf Nachhaltigkeit aus. So machen wir z.B. in unserer Social-Media-Kommunikation auf unsere gemeinsame Verantwortung für unseren Planeten aufmerksam.

FUTURE GOALS

Unser Anspruch auf Nachhaltigkeit soll in allen Marketingmaßnahmen erkennbar sein.

CASUALBEE'S BUZZ



Unsere Bienen waren fleißig, weshalb wir pünktlich zu Weihnachten 2022 unseren ersten casualfood-Honig verschenken konnten. Die Rückmeldungen waren zahlreich und honigsüß!

KONTAKT

casualfood gmbh
Frankfurt Airport Center 1 | Gebäudeteil a | 8. Stock
Hugo-Eckener-Ring | 60549 Frankfurt m Main
T: +49 69 65007260 | nachhaltigkeit@casualfood.de

IMPRESSUM

Dieser Nachhaltigkeitsbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache.
Maßgebend ist die deutsche Version.

HERAUSGEBER

casualfood gmbh
Frankfurt Airport Center 1 | Gebäudeteil a | 8. Stock
Hugo-Eckener-Ring | 60549 Frankfurt m Main

INHALT

Nachhaltigkeitsteam (casualfood gmbh):
Jasmin Blees (Projekt-Managerin)
Leon Ehmig (Projektmanager)
Andreas Förster (Geschäftsführer)
Stefanie Müller (Projekt-Managerin)
Chiaka Niniknwa, (Projektmanagerin Nachhaltigkeit und Qualitätssicherung)
Rebecca Wolf (Corporate Development Managerin)
Fachliche Beratung (ORIOR AG):
Deborah Huber (Corporate Sustainability Manager)

TEXT

Aline Akbari (Lemonisland)

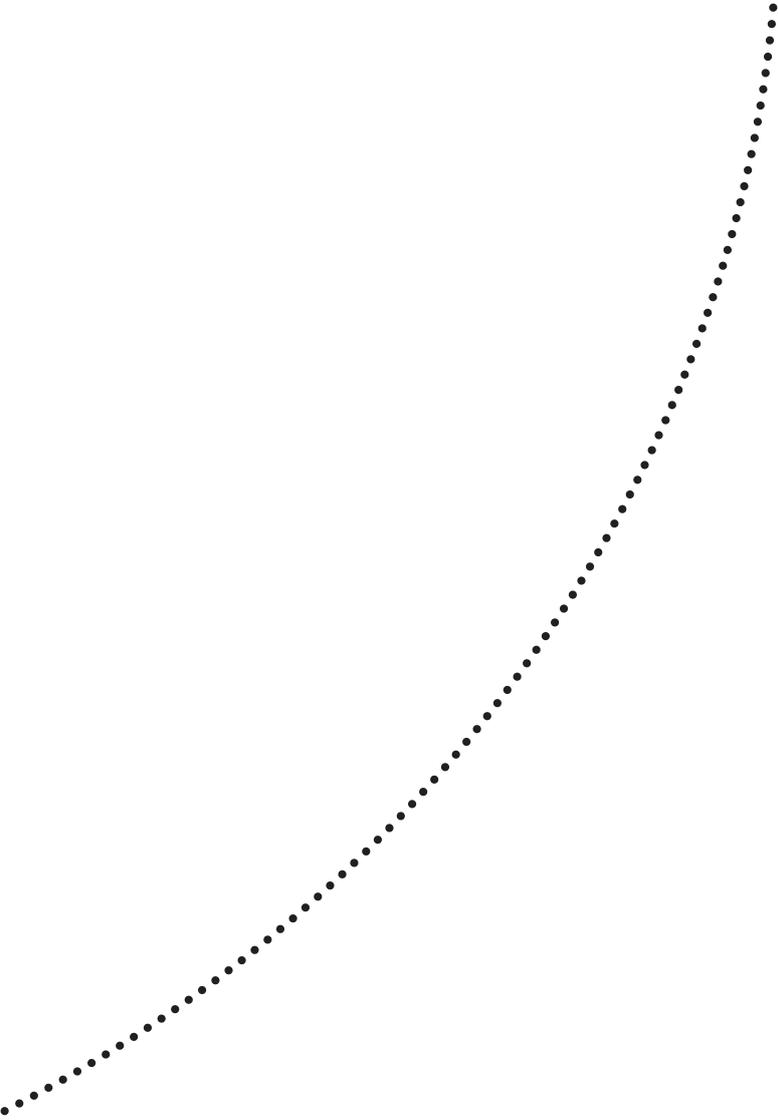
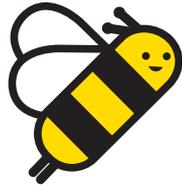
GRAFIKDESIGN

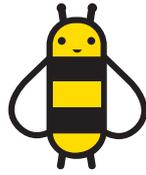
Matthias Mayer (Lemonisland)

ILLUSTRATIONEN

Alice Hoffmann (Bureau Alice)







www.casualfood.de

