

# Bee mindful!

Der Casualfood Nachhaltigkeitsbericht 2023



**04.**  
Vorwort



**12.**  
**Bee sustainable!**  
Unser Verständnis von  
Nachhaltigkeit



**06.**  
**Bee casual!**  
Die Casualfood GmbH





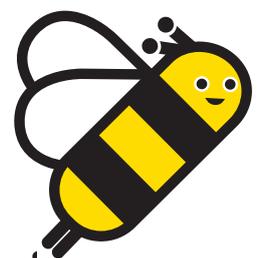
**16.**  
Bee social!  
People



**36.**  
Bee visionary!  
Products



**24.**  
Bee responsible!  
Planet



# Liebe Leser:innen,

nun gehen wir mit dem Casualfood Nachhaltigkeitsbericht bereits in die dritte Runde, und wir freuen uns, dass wir auf unserer nachhaltigen Reise wieder ein gutes Stück vorangekommen sind.

Unser Nachhaltigkeitsteam ist weiter gewachsen, wodurch wir unsere Ziele noch besser und schneller umsetzen können. So konnten wir viele klimasensitive Themen vorwärtsbringen und denken bei der Entwicklung neuer Konzepte von der inhaltlichen Ausrichtung über das Sortiment und die Bauweise bis hin zum Interior Design von Grund auf nachhaltig.

Wir sind um einige neue und engagierte Mitarbeitende reicher geworden, sodass uns nun beim monatlichen Jour fixe aus jedem Bereich ein:e Ansprechpartner:in für Fragen zur Verfügung steht.

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 und andere wichtige Umweltthemen. Hier sind es vor allem die Reduzierung von Food Waste und der Zuwachs an nachhaltigen Verpackungen, die 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 verantwortungsvolles 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 Markenkonzpte.

Auch im Casualfood Nachhaltigkeitsbericht 2023 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

Nature's not for free!  
In 2023 konnten wir das Bestellvolumen  
von Papiertagetaschen um 10% senken.  
Weniger Papierverbrauch ist mehr aktiver  
Umweltschutz!

# 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. In Berlin sind wir insgesamt mit 8 festen Standorten und 16 Mobilen am Start, so z.B. mit east side berlin, dem Berlin Pub und Deli Berlin. Nicht zu vergessen unsere neuen Konzepte: das Levante Restaurant im Hauptbahnhof Mainz mit Spezialitäten der levantinischen Küche und unser neues Konzept, Lissi's Leberkäserei. Als Franchise führt Casualfood außerdem die Marken Kamps und ServiceStore DB.

**Casualfood ist vielfältig und offen, sowohl in unserer konzeptionellen Ausrichtung als auch bei der Auswahl unserer Teams. Denn das ist unsere DNA. Unsere Heimat ist überall dort, wo Menschen unterwegs sind – an Flughäfen und Bahnhöfen.**

Hier sind wir Profis und wissen, womit wir trumpfen können: kurze Entscheidungswege, nachhaltige Konzepte und individualisierbare Systeme. Dabei bleiben wir immer dynamisch und frisch. So können wir Reisende immer wieder neu überraschen, mit innovativer Verkehrsgastronomie aus einer Hand und ganzheitlichen Gastro-Erlebnissen. Eine unserer Stärken und Kompetenzen ist es, dass wir alle unsere Shops und Restaurants zu 100% in 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 721 Mitarbeitende für uns tätig (Stand 31.12.2023).



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.



## WERTE UND MISSION

Casualfood hat sich als Unternehmen dem [Verhaltenskodex](#) der ORIOR Gruppe verschrieben. Dieser definiert die wichtigsten gemeinsamen Werte und 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

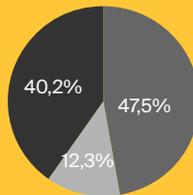
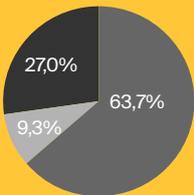
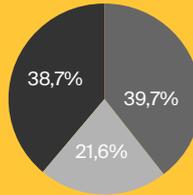
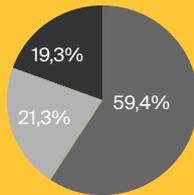
Stand 31.12.2023

● Vollzeit ● Teilzeit ● Aushilfen

Gesamt 721

Unbefristet

Befristet



# 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 und Preisabsprachen sowie 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. Wir wollen unseren Mitarbeitenden 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.

Auch im dritten Jahr konnten wir unsere Ziele in allen drei Bereichen erfolgreich verfolgen und haben viele gute Entwicklungen anstoßen können. Aber es liegt auch noch eine lange und herausfordernde Reise vor uns, denn wir haben uns ambitionierte Ziele gesetzt. Wir sind hochmotiviert und zuversichtlich, 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, dem HR-Bereich und 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. So gibt es aus jeder Abteilung feste Ansprechpartner, die uns auch in unseren Meetings unterstützen. Von der Geschäftsleitung über Human Resources bis in die Warenwirtschaft von Casualfood haben sich alle darauf verständigt, die großen Aufgaben, die vor uns liegen, gemeinsam zu meistern.

# UNSERE STAKEHOLDER

Arbeitsmarkt  
Banken  
Behörden  
Geschäftsführung  
Investoren  
Konkurrent:innen

Kund:innen  
Mitarbeitende  
Öffentliche Medien  
Vermieter:innen  
Lieferanten

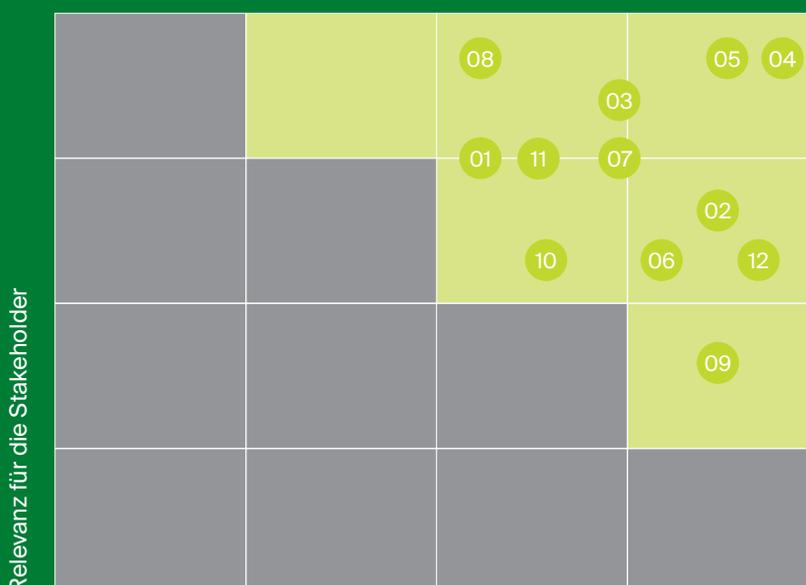
## WER SIND UNSERE STAKEHOLDER?

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. Die Matrix von Casualfood zeigt, dass es 12 Hauptaspekte gibt, die es für uns anzugehen gilt. Diese haben wir teilweise zusammengefasst, so dass es 9 große Themen gibt aus denen sich unsere drei Säulen PEOPLE, PLANET, PRODUCTS, mit jeweils drei Unterthemen, erschliessen.

## WESENTLICHKEITSMATRIX



- 01 Energie
- 02 Treibhausgas-Emissionen
- 03 Lebensmittelabfälle
- 04 Ausgewogene Ernährung
- 05 Nachhaltige Produkte
- 06 Lieferkette / Beschaffung
- 07 Verantwortung Marketing
- 08 Nachhaltige Verpackung
- 09 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- 10 Entwicklung der Mitarbeiter:innen
- 11 Diversität, Chancengleichheit
- 12 Gute Anstellungsbedingungen

Bedeutung der wirtschaftlichen/ökologischen/gesellschaftlichen Auswirkungen von Casualfood

# 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, dass Diversität und Chancengleichheit großgeschrieben werden und dass 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

Spread the news! Regelmäßig schwärmen wir mit unserem internen Newsletter „Flurfunk“ aus, um über Aktuelles und Wissenswertes rund um die Casualfood Family zu berichten. Gemacht von Mitarbeitenden für Mitarbeitende. Mit Infos zu neuen Konzepten, tollen Rezepten, Jubiläen und vielem mehr...



# Bee fair!

Warum Casualfood so viele zufriedene Mitarbeitende hat.

## UNSER VERSTÄNDNIS

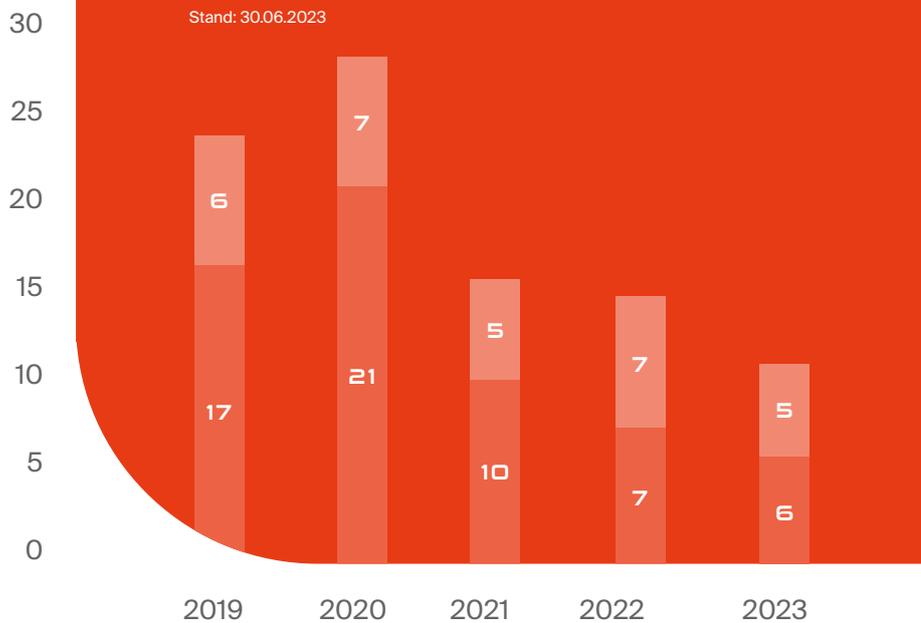
Uns ist bewusst, wie wertvoll jede:r einzelne Mitarbeitende für uns ist, insbesondere in Zeiten eines zunehmenden Fachkräftemangels, der sich nach der Pandemie in unserer Branche nochmals verstärkt hat. Deshalb tun wir so viel wie möglich dafür, ein fairer und attraktiver Arbeitgeber zu sein. Denn nur,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

## UNSER WEG & ZIEL:

Wir wollen ein attraktives und nachhaltiges Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeitenden schaffen. Dabei setzen wir auf faire Gehälter und flexible Arbeitsmodelle. Weiterbildung, transparente Kommunikation und Teamstärkung sollen nicht nur die Zufriedenheit steigern, sondern auch langfristige Bindungen fördern. In wiederkehrenden Intervallen holen wir das Feedback unserer Mitarbeitenden ein und nehmen die Bedürfnisse unserer „Casualfoodies“ sehr ernst. Bei unseren monatlichen Meet & Eat-Meetings für Mitarbeitende ab Leitungsebene halten wir alle über wichtige News sowie Ein- und Austritte up to date.

## 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.



- Männlich
- Weiblich
- Divers

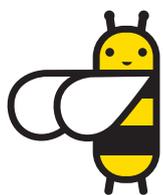
## ANZAHL DER AUSZUBILDENDEN IM BETRIEB\*

\*während der Corona-Pandemie wurden keine Auszubildenden eingestellt.

## 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



Nachhaltig unterwegs sind wir auch dann, wenn es um die Mobilität unseres Teams geht. Seit Januar 2023 übernehmen wir deshalb zu 100% den Fahrtkostenzuschuss für alle Casualfood Mitarbeitenden. So sorgen wir nicht nur finanziell für Entlastung, wir machen auch ein weiteres Statement als umweltbewusstes Unternehmen. Ein Win-Win für alle!

# Bee diverse!

Warum Casualfood stolz auf ihre bunte Vielfalt ist.



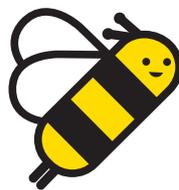
**charta der vielfalt**  
Für Diversity in der Arbeitswelt

## UNSER VERSTÄNDNIS

Der Erfolg von Casualfood stützt sich insbesondere auch 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 und 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

Diversity first! Im November 2023 trafen sich Azubis aller Ausbildungsjahre zu den ersten Casualfood Azubi Days im Supportoffice in Frankfurt. Zwei Tage lang lernten sie nicht nur Casualfood besser kennen; in unterschiedlichen Workshops ging es auch um das wichtige Thema Diversität am Arbeitsplatz, welches uns sehr am Herzen liegt.



## UNSER WEG & ZIEL

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. Im Jahr 2023 haben wir weitere Maßnahmen umsetzen und somit das Bewusstsein unter unseren Mitarbeitenden dafür vertiefen können, dass uns der Umgang mit den Themen Menschenrechte, Diversität und Chancengleichheit sehr ernst ist. So präsentierten wir zum Beispiel auch das Video „Food knows no Borders“ zum Diversity-Tag im Mai auf allen Social-Media-Kanälen, was beim gesamten Team super ankam. Auch unser Social Media Diversity-Adventskalender, mit vielen Informationen und einem schönen Gewinnspiel, war bei den Mitarbeitenden ein großer Erfolg.

Für ein gutes Betriebsklima sorgen auch unsere flexiblen Arbeitszeiten und -orte, mit denen wir allen Bewerber:innen die Chance geben, Job und Familie, Privatleben oder eine Weiterbildung unter einen Hut zu bringen.

## 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 vorhanden ist.

# 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

Im Jahr 2023 haben wir eine Krankenquote von 9,2 % zu verzeichnen. Dies weist darauf hin, dass gesundheitliche Themen stärker in den Fokus rücken. Um die Gesundheit der Mitarbeitenden zu fördern und die Krankheitsquote nachhaltig zu senken, setzen wir verstärkt auf Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Dazu gehören regelmäßige Arbeitsschutzbelehrungen zur Erhöhung des Sicherheitsbewusstseins, die Einführung von Arbeitsplatzrotation zur Verringerung monotoner Belastungen sowie vertiefte Mitarbeitergespräche, um individuelle Herausforderungen frühzeitig zu erkennen. Diese Maßnahmen zielen darauf ab, langfristig ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld zu schaffen und das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden zu stärken.



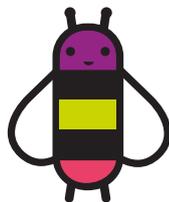
## UNSER WEG

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



Learning by doing: Seit dem 01.07.2023 gibt es ein eigenes Team, das sich um erweiterte, interne Schulungen zum Thema Arbeitssicherheit kümmert. In diesen lernen die Mitarbeitenden regelmäßig das nötige „Handwerkszeug“, um im Berufsalltag sicher unterwegs zu sein.

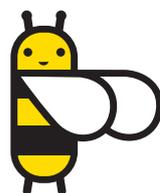
# Bee responsible!

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 die zweite Säule "Planet" unserer Nachhaltigkeitsstrategie ein.



## Casualbee's Buzz

Damit unsere Bienen immer ausreichend Futter finden, haben wir auch eine Blühwiese mit 1000 m<sup>2</sup> Wild- und Wiesenblumen, auf welcher die Majas & Co. sich tüchtig sattfuttern können. Dufte!



# 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 sind uns darüber bewusst, dass die Reduzierung unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen nur gelingen kann, wenn wir an so vielen Stellschrauben wie möglich drehen. Dabei verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz. Angefangen bei unseren eigenen Emissionen bis hin zu denen, die indirekt in uns vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen anfallen.

## FUTURE GOALS

Wir prüfen die Scope-3-Emissionen und werden die Zusammenarbeit mit Lieferanten im Hinblick auf deren Energieeffizienz und die Förderung von Recycling/Wiederverwendung, optimieren. Außerdem steht die Verbesserung der Lebensdauer und Energieeffizienz unserer eigenen Produkte weiter im Fokus.

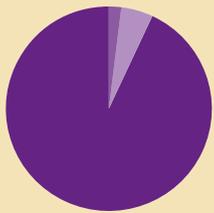


## OUR CARBON FOOTPRINT BY MYCLIMATE

Bereits zum dritten 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 alle Emissionen (in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten), die für Casualfood relevant sind, z.B. jene 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



- Scope 1: 2%
- Scope 2: 5%
- Scope 3: 93%

- Direkte Emissionen
- Indirekte Emissionen (Erzeugung von Strom, Dampf, Heizung und Kühlung)
- Indirekte Emissionen die in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette auftreten

Gesamtemissionen: 16.334 t CO<sub>2</sub>





Die Aufteilung der Treibhausgasemissionen in die verschiedenen Scopes gibt mehrere wichtige Hinweise:

### 1. HOHER ANTEIL AN SCOPE-3-EMISSIONEN:

93% der Emissionen stammen aus Scope 3, was belegt, dass hier die meisten Emissionen in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette von Casualfood entstehen. Dies kann durch Aktivitäten wie die Beschaffung von Rohstoffen, die Produktion bei Zulieferern, die Nutzung und Entsorgung von Produkten durch Kunden sowie Transport- und Logistikprozesse verursacht werden.

Die hohen Scope 3 Emissionen sind typisch für ein Unternehmen der Lebensmittelbranche, weil z.B. in der Landwirtschaft relevante Emissionen anfallen. Dies unterstreicht die Wichtigkeit, dass wir mit unseren Lieferkettenpartnern zusammenarbeiten, um Emissionen zu reduzieren und das gesamte Ernährungssystem nachhaltiger zu gestalten.

### 2. GERINGER ANTEIL AN SCOPE-1- UND SCOPE-2-EMISSIONEN:

Wir setzen uns intensiv mit der Erhebung und kontinuierlichen Verbesserung unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen auseinander. So haben wir in den letzten beiden Jahren 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 CO<sub>2</sub>-Emissionen hat. Die Heizungsanlagen werden an fast allen Standorten mit Fernwärme betrieben. Am Flughafen Berlin Brandenburg kommt sogar ein Blockheizkraftwerk zum Einsatz. Im Bereich Transport setzen wir vermehrt auf strombetriebene Fahrzeuge. Schon jetzt besteht mehr als die Hälfte unserer Flotte aus Hybrid-Fahrzeugen.

### 3. INDIREKTE KONTROLLE ÜBER EMISSIONEN:

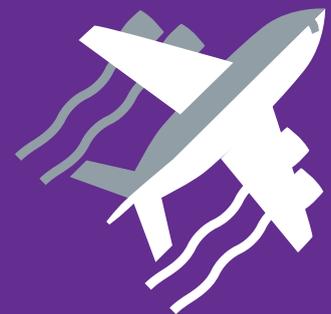
Die grösste Verantwortung trägt Casualfood für die Emissionen des Scope 1, denn das sind alle Emissionen die in unserem Teil der Wertschöpfungskette anfallen. Auf die vor- und nachgelagerten Scope-3-Emissionen kann Casualfood nur indirekt einwirken. Wir fokussieren uns primär auf die nachhaltigere Ausgestaltung der Lieferkette, z. B. durch die Auswahl von umweltfreundlicheren Lieferanten oder durch Initiativen zur Reduzierung des Energieverbrauchs bei Kund:innen.

Die Emissionen der Casualfood GmbH  
im Jahre 2023 betragen insgesamt  
16.334 t CO<sub>2</sub>. Dies entspricht:



der Menge CO<sub>2</sub>, die  
1.674 Deutsche pro Jahr  
verursachen.

den CO<sub>2</sub>-Emissionen  
von 3.267 Flügen rund  
um die Erde



der jährlichen CO<sub>2</sub>-  
Speicherung von 1.306691  
ausgewachsenen Bäumen

# 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.



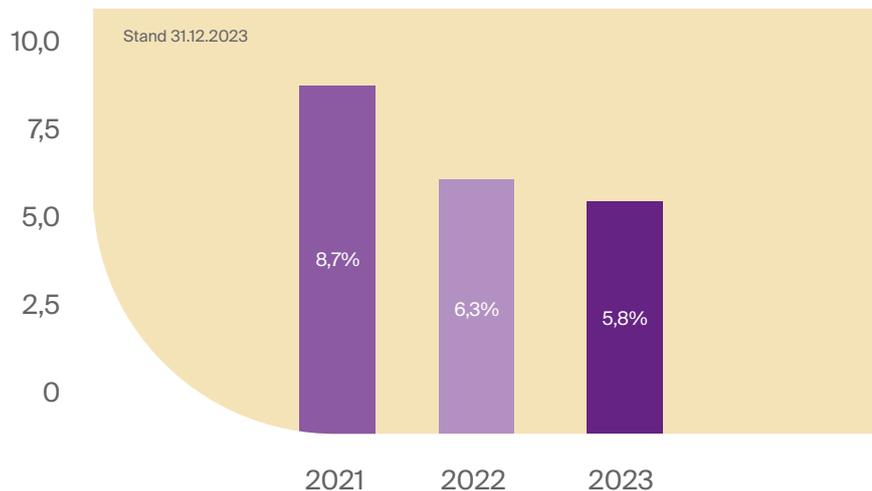
## UNSER WEG

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. In 2023 sind alle 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 2023 unternehmensweit 5,8% 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 haben unsere Verpackungen überprüft und sind bei Kaffee und unseren eigenen Produkten zu 100 % auf unsere POP-Verpackungen umgestiegen. Weitere Optimierungen treiben wir stetig voran.

Auch bei unseren Lieferanten gab es eine positive Entwicklung: Die Lebensmittel, welche wir von ihnen beziehen, werden mit 15 % weniger Verpackung angeliefert. Durch größere Abnahmemengen können wir außerdem beim produzierenden Gewerbe auf größere Gebinde zurückzugreifen, was ebenfalls enorme Mengen Verpackung einspart.



## 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.

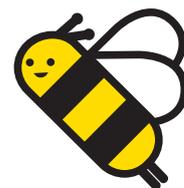
Bei den Verpackungsmaterialien konnten wir das Jahr 2023 mit einer positiven Bilanz abschließen: Wir verwenden nur noch unsere geschützte Eigenmarke „POP“ - Protect our Planet, sowie das Mehrwegsystem RECUP/REBOWL. Sowohl unsere POP-Becher als auch unsere Papierfaltbeutel sind aus umweltfreundlichem, recyclebarem Pergamin-Papier und tragen das PEFC-Siegel (PEFC/04313023).

## 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

Mehrweg ist angesagt! Unsere Recup-Becher-Bilanz kann sich sehen lassen: Von 2022 auf 2023 konnten wir 86 % mehr Gäste dafür begeistern, ihr Getränk aus einem Mehrwegbecher zu genießen. Unser Ziel ist es, durch unser erweitertes Angebot noch mehr Kund:innen und auch das ansässige Personal dazu zu bewegen, auf Mehrweg zu setzen.



# PET, Alu & Co.

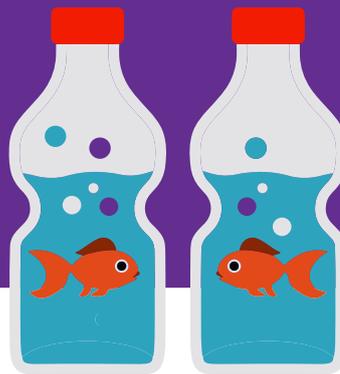


Besser als Ihr Ruf ...

Verpackungen einzusparen und/oder möglichst nachhaltig produzieren, das ist für uns in den letzten Jahren so wichtig geworden wie das Salz in der Suppe. Dabei sind aller guten Dinge 3:

- 1. reduce = weniger Verpackungen**
- 2. recycle = recycelte/recyclingfähige Materialien**
- 3. replace = erneuerbare Alternativen zu Plastik**

Unsere Verpackungsstandards verfolgen das Ziel, den Anteil von recyceltem Plastik, wiederverwertbaren Verpackungen und solchen aus nachwachsenden, zertifizierten oder recycelten Materialien stetig zu steigern. Was viele Verbraucher:innen nicht wissen, ist die Tatsache, dass einige der vermeintlichen Umweltsünder gar nicht so schlecht sind, wie der Ruf, der ihnen vorausseilt:



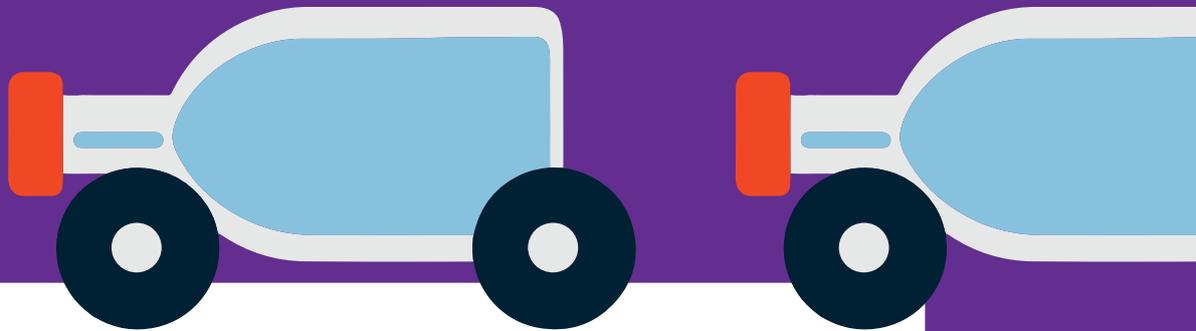
## PET

Viele Getränke in Einwegverpackungen sind mit einem Pfand belegt, so zum Beispiel Getränke in PET. Einweg-PET-Flaschen bieten einige Vorteile für die Umwelt, besonders im Vergleich zu Alternativen wie Glas, obwohl sie keine ideale Lösung darstellen. Ein wichtiger Vorteil ist ihr geringes Gewicht, was den Energieaufwand für den Transport erheblich reduziert. Zusätzlich hilft das Pfandsystem in Deutschland, PET-Flaschen effektiv zurückzuführen und zu recyceln. Dadurch wird die Menge an Plastikmüll, die in der Umwelt landet, reduziert. Besonders das Einwegpfandsystem sorgt dafür, dass viele PET-Flaschen dem Recycling zugeführt werden, anstatt als Müll in der Natur zu landen.



## ALUMINIUM

Jede Dose hat mehr als ein Leben, da sie vollständig recycelt werden kann. Die Aludose ist tatsächlich die am häufigsten recycelte Getränkeverpackung der Welt. Das spart bis zu 95% an Energie gegenüber der Primärproduktion. Alu kann ohne Qualitätsverlust geschmolzen und unendliche Male wiederverwertet werden. Außerdem geht ihr Recycling vergleichsweise schnell: Es dauert im Schnitt 60 Tage, bis eine neue Dose produziert werden kann. Auch beim Transport kann die Dose punkten. Durch ihr leichtes Gewicht ist sie bis zu 20% effizienter als die PET-Flasche und sogar 40% effizienter als Glasflaschen. Ihr ökologischer Fußabdruck ist dadurch logischerweise auch geringer.



## GLAS

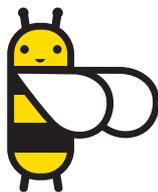
Tatsächlich sind Glasverpackungen deutlich schwerer als andere. Ein klarer Minuspunkt. Dafür sind sie zu 100% bepfandet, 100% recycelbar und bestehen zu 50-89% aus Altglas. Die Glasflaschen in unseren Fast casual Bars und Restaurants haben darüberhinaus noch einen Heimvorteil: Sie werden hier in Deutschland abgefüllt und weitestgehend per Schiene transportiert.

# Bee visionary!

Ausgewogene Ernährung  
Nachhaltige Produkte und Lieferkosten  
Verantwortungsvolles Marketing

Casualfood möchte bewusst und nachhaltig mit den 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 Lieferketten 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. 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

Digital - einfach genial! Durch den Einsatz digitaler Temperaturlisten und Putzpläne konnten wir unseren Papierverbrauch im HACCP Bereich vollständig eliminieren! Außerdem hilft uns die regelmäßige Kontrolle der durchzuführenden täglichen Aufgaben dabei, Defizite schneller zu erkennen und Mängel zu beheben. Auch Store Checks und Hygiene & Safety Audits ermöglichen uns, Qualitätsstandards nachzuhalten und stetig zu verbessern.



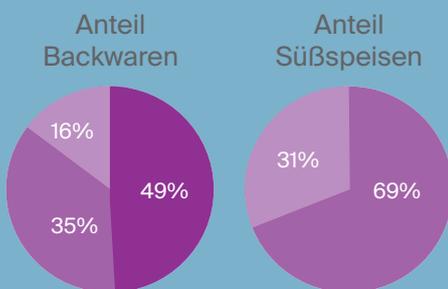
# Bee healthy!

Warum Casualfood vital 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 der 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% von allen Produkten. 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 unserer nachhaltig zertifizierten Produkte (Bio, Fairtrade etc.) für das Jahr 2023 ermittelt, der aktuell bei 11,6 % liegt. Hier besteht Handlungsbedarf: Unser Ziel ist es, diesen Anteil bis 2025 auf 30 % zu steigern und bis 2027 zu verdoppeln!

## UNSER WEG

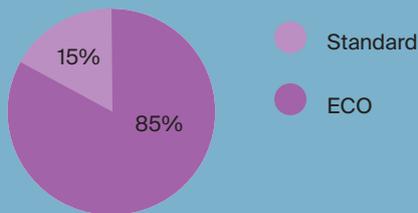
Casualfood ist dabei, viele Produktsegmente auf Herz und Nieren zu prüfen und konnte so bereits neue und nachhaltige Impulse setzen: Wir haben den Anteil an saisonalen, regionalen und Fairtrade-Produkten kontinuierlich gesteigert.

Unser neues Plantbased-Konzept liegt bereits in der Schublade und wartet darauf, auf die große Nachfrage nach veganen, klimaschonenden Alternativen zu antworten. Es handelt sich um ein zukunftsweisendes Shop-Angebot, das pflanzliche Wohlfühl-Feinkost und ein inspirierendes Genusserlebnis bietet. So möchten wir es immer mehr Menschen ermöglichen, nachhaltig und mit Begeisterung ihr Essverhalten zugunsten unseres Planeten zu verändern. Um den Konsument die Auswahl ihres persönlichen Plantbased-Favoriten zu erleichtern, planen wir bei Casualfood eine Menü-Farb-Wahl: Health, Beauty, Power und Detox.

Unsere Produkte sollen dabei ausschließlich aus den besten Zutaten von möglichst lokalen Lieferanten bestehen. Ganz im Sinne unserer Verpackungsstrategie „POP – Protect Our Planet“ wollen wir zudem konsequent auf weniger Abfall, mehr Mehrweg und eine transparente, faire und nachhaltige Produktion achten.

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 dritten 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. So konnten wir den Bedarf an Drucksachen von 2022 auf 2023 um 41 % senken! Auch unseren Nachhaltigkeitsbericht gibt es seit 2022 nur noch in digitaler Form.



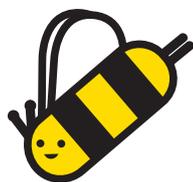
## UNSER WEG

Wir arbeiten konstant daran, unsere Verpackungen noch nachhaltiger zu machen. Wo es uns möglich ist, nutzen wir verstärkt digitale und somit ressourcenschonende Kommunikationstools. So gibt es in über 80 % unserer Shops und Restaurants bereits ausschließlich digitale Anzeigesysteme am POS. Alle neu gebauten Outlets werden damit ausgestattet sein und auch unsere neue Generation der Snack Mobile wird in Zukunft Digital Signage verwenden. Des Weiteren konnten wir unsere Mitgliedschaft bei Greentable e.V. in zwei Goodman & Filippo-Filialen umsetzen – to be continued in 2024! 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 fleißigen Bienchen haben im zweiten Jahr noch mal tüchtig zugelegt mit der Honigproduktion, weshalb die Ernte für unseren Bee Happy-Honig sogar noch höher ausgefallen ist. So konnten wir noch mehr Menschen das Leben mit ihrem tollen Honig versüßen.

## 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](mailto: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

Alexandra Carl (Senior Project Manager)  
Leon Ehmig (Project Assistant)  
Andreas Förster (CEO)  
Nadine Curth (Development & Learning Manager)  
Stefanie Müller (Senior HR Generalist)  
Rebecca Wolf (Senior Corporate Development Manager)

### TEXT

Aline Akbari (Lemonisland)

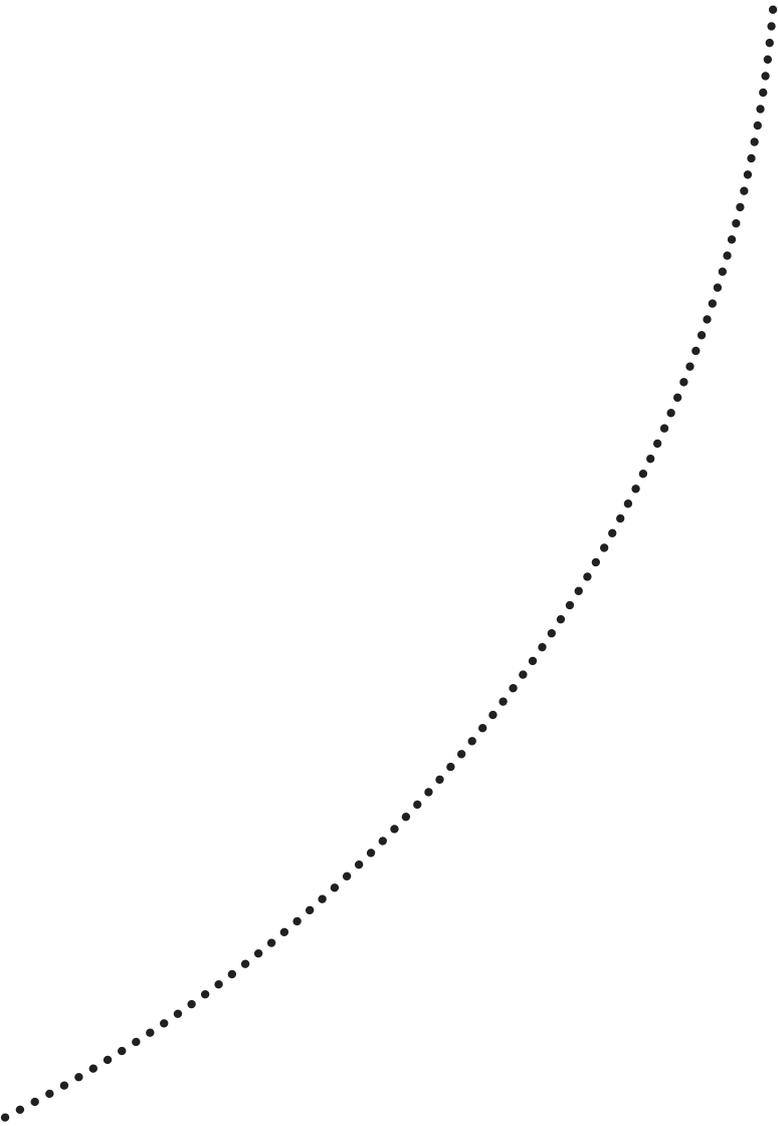
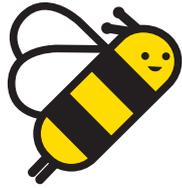
### GRAFIKDESIGN

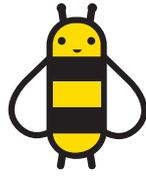
Matthias Mayer (Lemonisland)

### ILLUSTRATIONEN

Alice Hoffmann (Bureau Alice)







[www.Casualfood.de](http://www.Casualfood.de)

