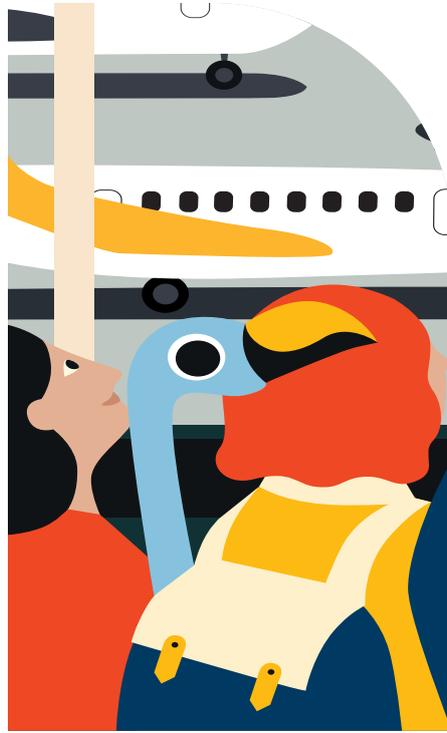


Bee mindful!

Der Casualfood
Nachhaltigkeitsbericht 2024



04.
Vorwort



12.
Bee sustainable!
Unser Verständnis von
Nachhaltigkeit



06.
Bee casual!
Die Casualfood GmbH



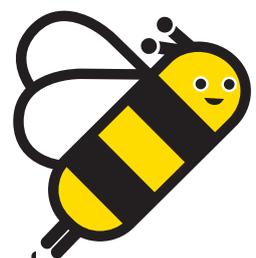


26.
Bee responsible!
Planet



36.
Bee visionary!
Products

16.
Bee social!
People



Liebe Leser:innen,

mit unserem vierten Nachhaltigkeitsbericht setzen wir ein weiteres Zeichen für unseren kontinuierlichen Wandel und unser Engagement für eine nachhaltige Zukunft. Auch im Jahr 2024 haben wir neue Herausforderungen angenommen, Prozesse optimiert und innovative Lösungen entwickelt, um unseren ökologischen und sozialen Fußabdruck weiter zu verbessern.

Unser Nachhaltigkeitsteam erhält starke Unterstützung aus allen Abteilungen, sodass wir unsere Maßnahmen noch gezielter umsetzen können. Nachhaltigkeit ist inzwischen integraler Bestandteil all unserer Konzeptentwicklungen – von der Produktauswahl über die Bauweise unserer Outlets bis hin zur gesamten Wertschöpfungskette. Zudem sorgt unser interner Nachhaltigkeits-Jour fixe für den regelmäßigen Austausch zwischen den Bereichen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie basiert weiterhin auf drei starken Säulen:

PEOPLE – Wir schaffen attraktive Arbeitsplätze, setzen auf Diversität und Chancengleichheit und legen großen Wert auf Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

PLANET – Wir reduzieren Food Waste, setzen verstärkt auf nachhaltige Verpackungen und leisten aktiv unseren Beitrag zum Klimaschutz.

PRODUCTS – Wir wählen unsere Produkte bewusst aus, fördern nachhaltige Lieferketten und stehen für verantwortungsvolles Marketing.

Nachhaltigkeit ist mehr als ein Schlagwort – sie ist tief in unserer Unternehmenskultur verankert. Ob mit unserer Nachhaltigkeitsmarke POP – Protect Our Planet, smarten Tools wie Flowtify oder der Reduktion von Verpackungsmüll: Wir setzen konkrete Maßnahmen, Tag für Tag.

Dabei sind wir nicht allein: Unsere Botschafterin, die fleißige Casualbee, begleitet uns bereits seit 2021 – und hat nun Verstärkung bekommen! An ihrer Seite steht ab sofort EcoHammy, ein umweltbewusster Feldhamster, der uns mit Charme und Witz zeigt, wie jede:r Einzelne ganz praktisch zum Thema Nachhaltigkeit beitragen kann.

Die Reise geht weiter – seid dabei und lest mit!

Casualbee's Buzz



EcoHammy – Rettet den Feldhamster!

Der Feldhamster ist in der Roten Liste für Deutschland als vom Aussterben bedroht eingestuft und steht unter strengem Schutz. Die Intensivierung der Landwirtschaft, der Verlust von Lebensräumen und der Einsatz von Pestiziden haben zu einem drastischen Rückgang seiner Population geführt. Mit EcoHammy möchten wir auf diese Gefährdung aufmerksam machen und unseren Beitrag zum Schutz dieser bedrohten Art leisten. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass der kleine Nager weiterhin durch die Felder wuseln kann!

Bee casual!

Die Casualfood GmbH.

„The taste of travelling“ – unter diesem Motto entwickelt und betreibt Casualfood innovative Foodkonzepte für die Verkehrsgastronomie. Unsere Vision ist es, Reisenden nicht nur hochwertige Verpflegung zu bieten, sondern auch ein einzigartiges Erlebnis, das den Geist des Reisens widerspiegelt – Vielfalt, Entdeckung und Genuss.

Unsere Gastro- und Convenience-Store-Konzepte sind so bunt und vielseitig wie die Menschen, die wir mit unseren Ideen inspirieren. Wir glauben daran, dass Essen mehr ist als nur Nahrung – es ist ein Erlebnis, das Erinnerungen schafft und Menschen verbindet. Dies treibt uns an, jeden Tag neue, kreative Konzepte zu entwickeln, die genauso lebendig und dynamisch sind wie die Orte, an denen wir tätig sind.

Mit klaren Markenprofilen und einem attraktiven Sortiment setzen wir Maßstäbe in der Verkehrsgastronomie und bieten Konzepte wie die authentisch italienische Caffè Bar Mondo, Pizza und Pasta im basta!, das italo-amerikanische Deli-Konzept Goodman & Filippo oder gesunde Snack-Oasen wie Superfood by Natural. Unser Portfolio umfasst auch das erfolgreiche Convenience-Store-Konzept Quicker's, die Imbissmarke Hermann's, das Brezel Lovers-Mobil und Beans & Barley. Neu dabei ist unser Levante Restaurant im Hauptbahnhof Mainz mit Spezialitäten der levantinischen Küche und das innovative Konzept Lissi's Leberkäserei.

Casualfood ist ein Ort der Vielfalt und Offenheit. In unserer konzeptionellen Ausrichtung ebenso wie bei der Auswahl unserer Teams spiegelt sich unsere Philosophie wider: Wir setzen auf Individualität, Nachhaltigkeit und Flexibilität. Unsere Heimat sind Flughäfen und Bahnhöfe – wir sind dort, wo Menschen unterwegs sind, und bieten ihnen genau das, was sie brauchen, um ihre Reise noch angenehmer zu gestalten.

Unsere Vision bleibt klar: Wir möchten innovative, nachhaltige Konzepte sowie maßgeschneiderte Lösungen anbieten. Wir bleiben stets agil, dynamisch und frisch, um den Reisenden eine konstante Quelle der Inspiration zu bieten. Durch kurze Entscheidungswege, individuelle Logistikprozesse und ein starkes Team aus über 700 Mitarbeitenden gewährleisten wir an jedem unserer Standorte eine stets hohe Qualität und erstklassige Gastro-Erlebnisse.



Casualfood ist Teil der ORIOR Gruppe, einem international tätigen Food- und Beverage-Unternehmen mit einem klaren Fokus auf Handwerkskunst, Innovation und starke Marken. Gemeinsam teilen wir die Leidenschaft für kulinarische Erlebnisse und legen besonderen Wert auf nachhaltige und zukunftsorientierte Lösungen, die den Bedürfnissen unserer Mitarbeitenden und Kund:innen gerecht werden.



VERHALTENS CODEX

Der gruppenweite [Verhaltenskodex](#) 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

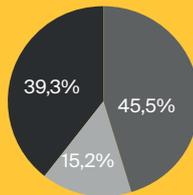
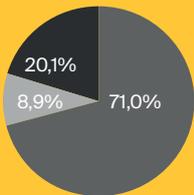
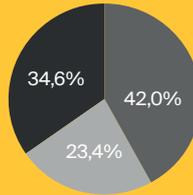
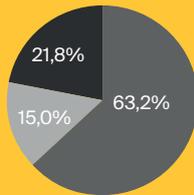
Stand 31.12.2024

● Vollzeit ● Teilzeit ● Aushilfen

Gesamt 702

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 verstehen wir Nachhaltigkeit als ein umfassendes Prinzip, das alle Bereiche unseres Unternehmens durchdringt. Wir sind überzeugt: Echte Veränderungen gelingen nur im Zusammenspiel aller Unternehmensbereiche. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie stützt sich daher auf drei gleichwertige Säulen – sie bilden das Fundament unseres Handelns.

We care for PEOPLE, PLANET and PRODUCTS!

PEOPLE stehen im Mittelpunkt unserer Bemühungen. Wir streben danach, ein fairer und attraktiver Arbeitgeber zu sein, der Menschenrechte achtet, Diversität und Chancengleichheit fördert und gleichzeitig höchste Standards in Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gewährleistet. Die zweite Säule, PLANET, reflektiert unser Engagement für den Umweltschutz. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern, indem wir Food Waste reduzieren und nachhaltige Verpackungslösungen vorantreiben. Die dritte Säule, PRODUCTS, fokussiert sich auf gesunde Ernährung, nachhaltige Produktentwicklung und verantwortungsvolle Lieferketten. Unser Ziel ist es, Produkte anzubieten, die sowohl geschmacklich überzeugen als auch umweltfreundlich sind.

In den letzten Jahren haben wir bedeutende Fortschritte in allen drei Bereichen gemacht und zahlreiche positive Veränderungen initiiert. Dennoch wissen wir, dass noch viel Arbeit vor uns liegt. Unsere ambitionierten Ziele motivieren uns, und wir sind zuversichtlich, dass wir als Team unsere Nachhaltigkeitsziele 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



EcoHammy's Umwelttipps

Nachhaltigkeit im Alltag

Kleine Veränderungen können Großes bewirken: Achte darauf, Ressourcen wie Wasser und Energie bewusst zu nutzen, Müll zu vermeiden und mehrwegfähige Produkte zu bevorzugen. Gemeinsam schützen wir so unsere Umwelt und sorgen für eine lebenswerte Zukunft – jeden Tag ein Stück mehr.

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 aus Management, Qualitätsmanagement, Projektsteuerung, Corporate Development, HR-Bereich und der Operativen engagiert dem Nachhaltigkeitsthema. Unsere Mitarbeitenden spielen eine zentrale Rolle auf unserem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Sie bringen ihre Ideen und ihr Engagement ein, um unsere Ziele zu erreichen. Aus jeder Abteilung gibt es feste Ansprechpartner:innen, die uns in unseren Meetings unterstützen und sicherstellen, dass nachhaltige Praktiken in allen Bereichen unseres Unternehmens integriert werden. 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. Die Zusammenarbeit und das Engagement unserer Mitarbeitenden sind der Schlüssel zu unserem Erfolg und treiben uns an, kontinuierlich besser zu werden.

UNSERE STAKEHOLDER

Mitarbeitende
Lieferanten
Kund:innen
Investoren
Arbeitsmarkt

Banken
Behörden
Mitbewerber
Öffentliche Medien
Vermieter:innen

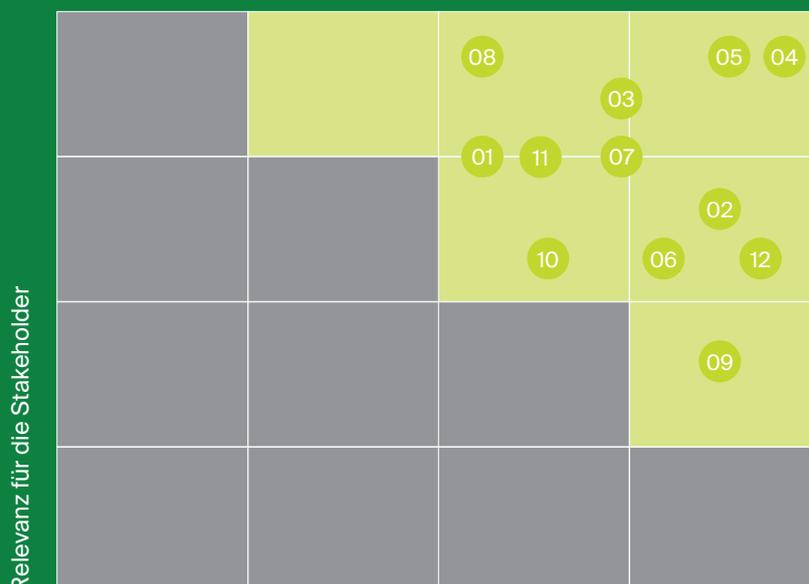
WER SIND UNSERE STAKEHOLDER?

Casualfood ist eng eingebunden in ein Netzwerk aus 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, sodass 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

Unser neues digitales
Kommunikationstool – Beekeeper

Seit Mitte 2024 haben wir ein komplett digitales Tool für interne Kommunikation namens Beekeeper eingeführt. Hier haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, News und Infos zu erhalten, das Onboarding zu durchlaufen und alle wichtigen Abfragen und Aufgaben zu erledigen. Beekeeper fördert die interne Kommunikation und sorgt



dafür, dass alle stets auf dem neuesten Stand sind. Es ist ein weiterer Schritt, um unsere Zusammenarbeit und Kommunikation untereinander zu verbessern und unsere Gemeinschaft zu stärken.

Das freut natürlich auch unsere Casualbee, denn wir sind nun mit wesentlich weniger Papier unterwegs und erreichen alle Casualfoodies in Echtzeit und sogar automatisch übersetzt in über 200 Sprachen.

Bee fair!

Warum Casualfood so viele zufriedene Mitarbeitende hat.



UNSER VERSTÄNDNIS

Wir wissen, wie wertvoll jede:r einzelne Mitarbeitende für uns ist, besonders in Zeiten des zunehmenden Fachkräftemangels. Deshalb setzen wir alles daran, 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:

Unser Ziel ist es, ein attraktives und nachhaltiges Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeitenden zu schaffen. Wir setzen auf faire Gehälter und flexible Arbeitsmodelle. Weiterbildung, transparente Kommunikation und Teamstärkung sollen nicht nur die Zufriedenheit steigern, sondern auch langfristige Bindungen fördern. Regelmäßig 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 Neuigkeiten sowie Ein- und Austritte auf dem Laufenden.

Seit der Einführung der Mitarbeitenden App Beekeeper als zentrales Kommunikationstool Mitte 2024 können wir auch Umfragen effizient über dieses Tool durchführen. Dies ermöglicht uns, schnell und unkompliziert Feedback von unseren Mitarbeitenden zu sammeln und darauf zu reagieren. Auch das Onboarding neuer Mitarbeitender erfolgt nun digital, was den Einstieg erleichtert und die Integration in unser Team beschleunigt.



FUTURE GOALS

Casualfood möchte auch in Zukunft ein attraktiver Arbeitgeber sein, mit interessanten und sicheren 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 an Flughäfen und Bahnhöfen über Produkt-Know-how, Sprachkurse, Sicherheitsschulungen bis hin zum Kassensystem-Training.

UNSERE BENEFITS

WISSEN TO GO: Trainings und Schulungen, die Spaß machen und dich weiterbringen - im Job und darüber hinaus.

FREUNDE WERBEN LOHNT SICH!
Du kennst jemanden, der zu uns passt? Empfehlung abgeben, Prämie kassieren - ganz einfach.

FAHRTWIND AUF UNSERE KOSTEN: ATTRAKTIVER FAHRTKOSTENZUSCHUSS! Ob Bahn oder Bus - wir beteiligen uns an deinem Weg zur Arbeit. Zuschuss variiert je nach Standort.

NOCH MEHR PROZENTE!
Top-Rabatte über Corporate Benefits - von Technik bis Mode ist alles dabei.

SICHER IST SICHER! Ein stabiler Job in einem wachsenden Unternehmen - mit Zukunft, ganz klar.

FIT & VORTEIL MIT URBAN SPORTS UND 7/11!
Sport und Wellness zum kleinen Preis! Vergünstigte Mitgliedschaften bei Urban Sports und 7/11 - doppelt profitieren!

MY CASUAL CARD: DEIN BONUS ZUM AUSGEBEN!
Anwesenheitsbonus und Prämien landen als Guthaben auf Deiner Karte - einfach shoppen, schlemmen, freuen.

RABATTE, DIE SCHMECKEN!
Bis zu 70% in unseren Outlets - gönn dir deinen Lieblingsnack mit sattem Mitarbeiterrabatt.

IMMER SCHÖN FAIR BLEIBEN!
Faire und pünktliche Vergütung! Du gibst alles - wir auch. Jede Überstunde wird bezahlt. Nacht- und Feiertagszuschläge? Gibt's obendrauf!

WAS WIR FÜR UNSERE Auszubildenden tun und wie wir sie unterstützen

WÖCHENTLICHE LERNZEIT

Wir vereinbaren wöchentliche Jour Fixes mit jedem Auszubildenden, in denen sie zwei Stunden Zeit haben, ihre Berichtshefte zu schreiben oder für die Schule und Prüfungen zu lernen. Hierfür stellen wir auch Laptops zur Verfügung.

AZUBIDAYS

Einmal im Jahr veranstalten wir die Azubidays, ein gemeinsames Seminar, bei dem sich Auszubildende aus verschiedenen Standorten austauschen und gemeinsam an Projekten zu den Themen Diversity und Nachhaltigkeit arbeiten.

PRÜFUNGSVORBEREITUNG

Wir stellen Lernmaterialien für die Prüfungen bereit und führen auf Wunsch auch Prüfungssimulationen durch.

FESTE ANSPRECHPARTNER

Den Auszubildenden stehen durchgehend feste Ansprechpartner zur Verfügung.

REGELMÄSSIGER AUSTAUSCH

Wir pflegen einen regelmäßigen Austausch mit den Berufsschullehrer:innen und der IHK.

DIGITALE BERICHTSHEFTE

Unsere Berichtshefte werden online über AzubiWeb geführt. So können die Auszubildenden ihre Berichte von überall aus pflegen und müssen keine Ordner oder Papiere mit sich tragen – passend zum Thema Nachhaltigkeit.

ONBOARDING

Zum Einstieg bieten wir ein spezielles Onboarding-Programm für unsere Auszubildenden an.

JOB TICKET

Unsere Auszubildenden erhalten ein Jobticket, das ihnen Vorteile gegenüber einem Schülerticket bietet.

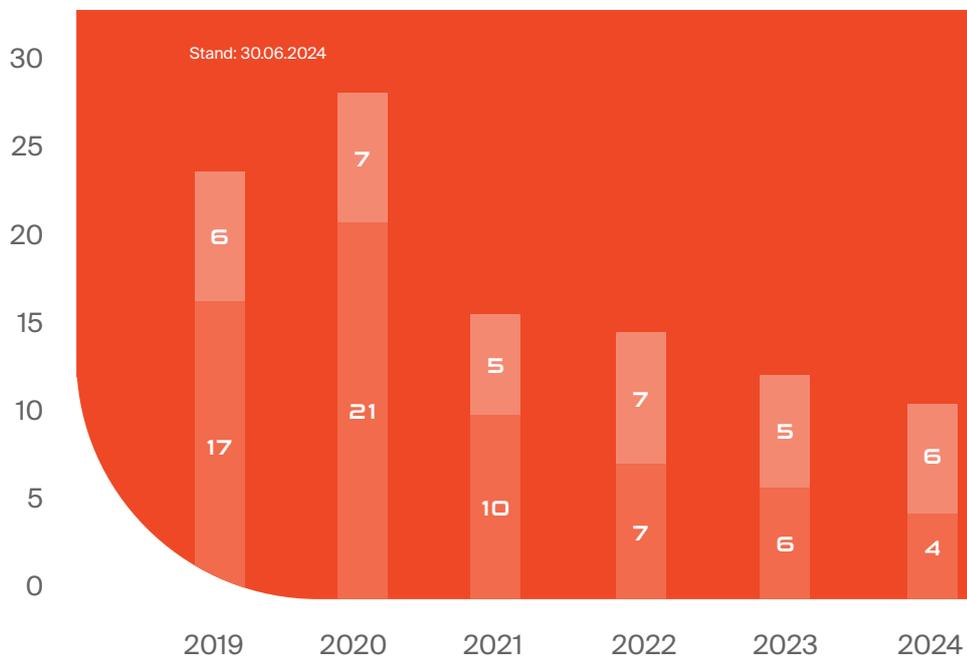
KARRIEREMÖGLICHKEITEN

Nach ihrer Ausbildung können unsere Auszubildenden direkt als Schichtleitungen oder Teamleitungen übernommen werden. Üblicherweise bieten wir den meisten Auszubildenden eine Weiterbeschäftigung als festangestellte Mitarbeitende an. Es gibt zudem weitere Möglichkeiten zur Weiterbildung, z. B. durch den Fachwirt oder den Ausbilderschein.



- Männlich
- Weiblich
- Divers

ANZAHL DER AUSZUBILDENDEN IM BETRIEB



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.

Bee diverse!

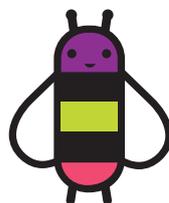
Warum Casualfood stolz
auf ihre bunte Vielfalt ist.



charta der vielfalt
Für Diversity in der Arbeitswelt

UNSER VERSTÄNDNIS

Der Erfolg von Casualfood stützt sich insbesondere auf die große Vielfalt der Menschen, die im Unternehmen arbeiten. Wir beschäftigen Casualfoodies aus über 70 Nationen. Ein buntes, diverses Team, das optimal zu unserer Philosophie und zu unserem Tätigkeitsfeld, der Verkehrsgastronomie, 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 für Chancengleichheit und Fairness ein – und dafür, dass alle Mitarbeitenden einander vorurteilsfrei und respektvoll begegnen können.



**Casualbee's
BUZZ**

Diversity Day am 28.05.2024 – Wir feiern Vielfalt!
Mit inspirierenden Intranet-Postings, der Vorstellung unserer Diversity Managerin und einer großartigen Team Challenge im Monat Mai zum Thema haben wir ein starkes Zeichen für Zusammenhalt und Offenheit gesetzt.



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 die Voraussetzungen dafür, dass unsere Mitarbeitenden diese Werte erkennen, teilen und leben. Seit Mitte 2024 haben wir eine Diversity Managerin im Unternehmen, die sich gezielt um diese Themen kümmert. Es gibt einen jährlichen Diversity Kalender und spezielle Aktionen am Diversity Tag, um das Bewusstsein und die Wertschätzung für Vielfalt zu fördern.

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.

Mit der Einführung von Beekeeper können wir zudem mit den Mitarbeitenden in ihren Sprachen kommunizieren, da die App direkt in die am Handy oder PC eingestellte Sprache übersetzt.

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 unseren Stellenanzeigen bringen wir unsere klare Haltung und unser Versprechen einer offenen, wertschätzenden Unternehmenskultur zum Ausdruck.

EVERYBODY'S WELCOME!

Bei Casualfood sind Mitarbeitende vor allem eines: Menschen! Wir machen bei der Einstellung unserer Mitarbeitenden 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 unser 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 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 2024 ist unsere Krankenquote auf 8,5% gesunken – ein erfreulicher Rückgang im Vergleich zu 9,2% im Vorjahr. Das zeigt: Unsere Maßnahmen zur Förderung der Mitarbeitendengesundheit greifen. Um diesen positiven Trend fortzusetzen, setzen wir weiterhin gezielt auf die Verbesserung der Arbeitsbedingungen. Dazu zählen:

- > Regelmäßige Arbeitsschutzbelehrungen, um das Sicherheitsbewusstsein zu stärken
- > Arbeitsplatzrotation, um einseitige Belastungen zu reduzieren
- > Vertiefte Mitarbeitergespräche, um individuelle Herausforderungen frühzeitig zu erkennen



Unser Ziel bleibt klar: Ein gesundheitsförderndes Arbeitsumfeld, das das Wohlbefinden stärkt, Krankheitsrisiken vorbeugt und die Gesundheit unserer Mitarbeitenden langfristig schützt.



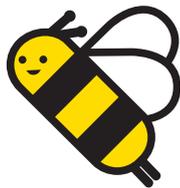
UNSER WEG

An allen Casualfood-Standorten sind Sicherheitsbeauftragte im Einsatz, deren Aufgabe es ist, die Arbeitsplätze so zu gestalten, dass unsere Mitarbeitenden ihre Arbeit an allen Standorten 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



Wir sind spitze! Die jährlichen Überprüfungen zur Arbeitssicherheit meistern wir seit über 10 Jahren immer mit Bravour, davon zeugen nicht nur die Urkunden, sondern auch unsere wunderbaren und zuverlässigen Sicherheitsbeauftragten.

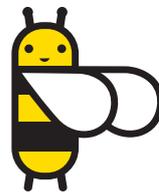
Bee responsible!

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 reduzieren unseren ökologischen Fußabdruck überall dort, wo es möglich ist – und haben bereits spürbare Fortschritte erzielt: beim Energieverbrauch, bei der Vermeidung von Food Waste und durch den gezielten Einsatz nachhaltiger Verpackungen. Auch künftig prüfen wir alle Optionen, um weitere Einsparpotenziale zu nutzen und unsere Umweltbilanz kontinuierlich zu verbessern.

Auf den nächsten Seiten steigen wir tiefer in die zweite Säule „Planet“ unserer Nachhaltigkeitsstrategie ein.



Casualbee's Buzz

Casualfood und die 17 Ziele für eine bessere Welt!

Um das Engagement zur Erreichung der SDGs im gesamten Unternehmen zu verbreiten, berichtet Casualfood monatlich in einer Kolumne auf Beekeeper über ein spezifisches SDG. Dabei wird transparent dargestellt, welche Maßnahmen das Unternehmen ergreift, um das jeweilige Ziel zu erreichen, und welche Handlungsmöglichkeiten für Einzelpersonen bestehen.



EcoHammy's Umwelttipps

Energieeffizienz steigern: Nutze energieeffiziente Küchengeräte und Beleuchtung. Implementiere ein Energiemanagementsystem, um den Energieverbrauch zu überwachen und zu optimieren.

Bee climate friendly!

Warum Casualfood sich für ein gutes Klima einsetzt.

UNSER VERSTÄNDNIS

Der Klimawandel ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Steigende Temperaturen, immer häufigere Extremwetterereignisse und der dadurch zusätzlich befeuerte Verlust an Biodiversität sind nur einige der spürbaren Folgen. Als Unternehmen der Verkehrsgastronomie übernehmen wir Verantwortung – und setzen uns aktiv dafür ein, unseren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren und einen positiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

UNSER ZIEL

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

UNSER WEG

Neben der absoluten CO₂-Reduktion ist auch unser relativer CO₂-Fußabdruck – gemessen in Tonnen CO₂ pro 100.000 € Umsatz – leicht gesunken: von 108,5 auf 107,9. Das entspricht einem Rückgang von 0,6%. Im Jahr 2024 haben wir unseren Strom in nahezu allen Standorten auf erneuerbaren Strom umgestellt, was einen bedeutenden Beitrag zur Reduzierung unseres CO₂-Fußabdruckes leistet.

CO₂ - Fußabdruck Casualfood



Wir sind uns darüber bewusst, dass die Reduzierung unserer CO₂-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 den vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen anfallen. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Prozesse nachhaltiger zu gestalten und unsere Emissionen weiter zu senken.

Ein wichtiger Hebel: unsere Stromversorgung. Seit 2024 beziehen wir an all unseren Flughafen-Standorten zu 100% Ökostrom. An den Bahnhöfen stammt der Strom bereits zu über 50% aus erneuerbaren Quellen. Der verbleibende Anteil setzt sich aus fossilen Energieträgern und einem sehr geringen Anteil Kernenergie zusammen.

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 Hardware weiter im Fokus.

UNSERE KLIMABILANZ

Bereits zum vierten Mal haben wir in Zusammenarbeit mit unserem externen Klimapartner unseren ökologischen Fußabdruck bestimmt. Dieses Jahr haben wir zusätzlich zu Scope 1 (alle direkt erzeugten Emissionen) und Scope 2 (alle indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie) auch zum zweiten Mal Scope 3 (vor- und nachgelagerte indirekte Emissionen) bewertet. Ermittelt wurden alle Emissionen (in CO₂-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.

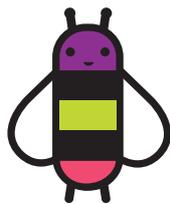
UNSER CARBON FOOTPRINT (TREIBHAUSGASEMISSIONEN)

Aufgeteilt in die 3 Scopes gemäß Greenhouse Gas Protokoll

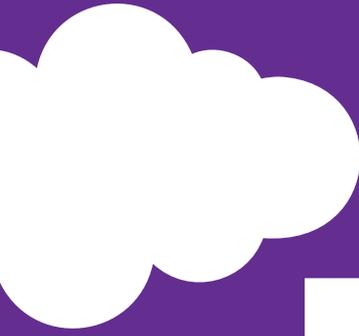


Gesamtemissionen: 15.613,3 t CO₂

Casualbee's BUZZ



In 2024 haben wir einen Masterplan für unsere Kaffeemaschinen aufgestellt! Ein Reinigungsplan mit detaillierten Angaben zu den Reinigungsmitteln wurde auf Beekeeper veröffentlicht. Zusammen mit unserem Supportteam des Herstellers haben wir alle Maschinen geprüft, neu eingestellt und das Wasserfiltersystem ausgetauscht. Unser Ziel: die perfekte Balance zwischen Kaffeebohnen und Wasser zu finden – für den besten Kaffee und eine nachhaltige Nutzung!



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

1. HOHER ANTEIL AN SCOPE-3-EMISSIONEN:

94% 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 Kund:innen 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 CO₂-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 CO₂-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:

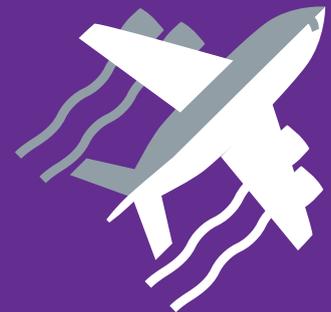
Die grösste Verantwortung trägt Casualfood für die Emissionen des Scope 1, denn das sind alle Emissionen die in unserem Teil der Wertschöpfungskette anfallen. Auf die vor- und nachgelagerten Scope-3-Emissionen kann Casualfood nur indirekt einwirken. Wir fokussieren uns primär auf die nachhaltigere Ausgestaltung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

CO₂-Emissionen Casualfood 2024
Gesamtemissionen: 15.613 Tonnen CO₂-
Das entspricht etwa:



1.735 Flügen rund um
die Welt (einmal um den
Globus pro Flugzeug)

1.286 durchschnittlichen Deutschen
mit ihrem jährlichen CO₂-Fußabdruck
(durchschnittlich ca. 12,1 t CO₂ pro
Person/Jahr in 2024)



1.249.061 ausgewachsenen
Bäumen, die ein Jahr lang
CO₂ binden müssten

Bee mindful!

Wie Casualfood aktiv gegen Lebensmittelverschwendung vorgeht.

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

Bis 2030 wollen wir unseren Food-Waste-Anteil im Vergleich zu 2021 unternehmensweit um 50% senken. Dafür setzen wir auf innovative Technologien und datenbasierte Analysen, um die Nachfrage präziser vorherzusagen und unsere Produktion entsprechend auszurichten. Gemeinsam mit unseren Lieferanten entwickeln wir Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und etablieren Best Practices in unseren Outlets, um Lebensmittelabfälle systematisch zu vermeiden. Gleichzeitig schärfen wir das Bewusstsein unserer Mitarbeitenden für den verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln – durch gezielte Schulungen und klare Prozesse.

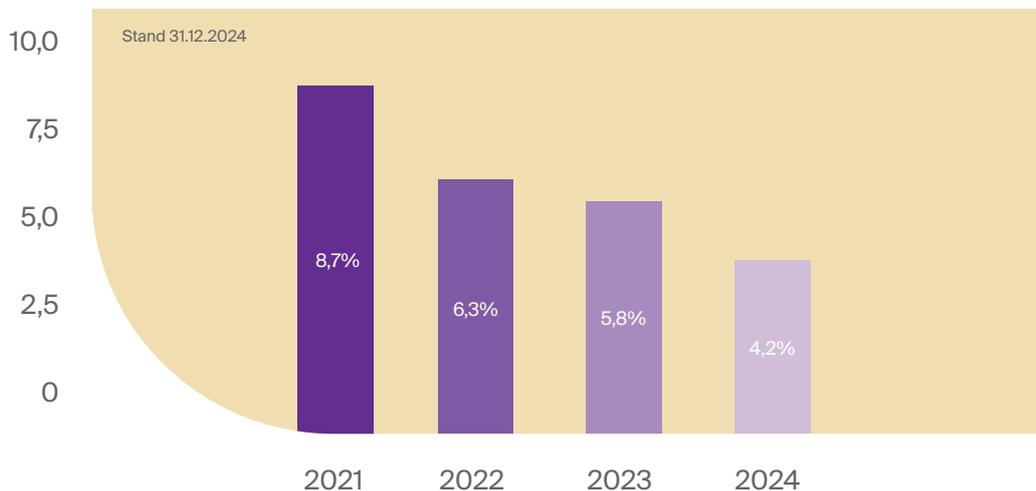
UNSER WEG

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. Seit 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. Im laufenden Jahr wird unser Food Waste erstmals in ausgewählten Verkaufspunkten buchhalterisch nachgehalten und in Euro gemessen. Die ersten Ergebnisse sind vielversprechend und zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Diese Ziele sind nun fest in den Zielvereinbarungen unserer operativen Leitungen verankert.

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 2024 unternehmensweit 4,2% in Relation zum Food-Umsatz. Damit setzen wir unseren positiven Trend der vergangenen Jahre fort und kommen unserem Ziel für 2030 einen wichtigen Schritt näher.

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

Unsere Nachhaltigkeitsmarke POP – Protect Our Planet ist vollständig in unserem Verpackungskonzept umgesetzt. Sie steht für bewusstes, zukunftsorientiertes Handeln – mit eigenem Design und ökologisch abbaubaren Bechern sowie weiteren umweltfreundlichen Verpackungen im POP-Look. 2024 lag unser Fokus auf dem Ausbau unseres Mehrwegangebots – mit ersten sichtbaren Erfolgen: Immer mehr Gäste greifen zu Mehrwegalternativen. Diese Entwicklung motiviert uns, das Sortiment weiter auszubauen und noch konsequenter in unseren Standorten zu verankern. Unser Ziel bleibt klar: weniger Abfall, mehr Verantwortung – für unsere Umwelt und kommende Generationen.



UNSER WEG

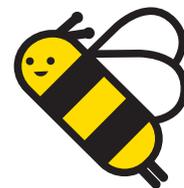
Für Casualfood ist es ein logischer Schritt, eine Vereinheitlichung von Verpackungen über alle Konzepte hinweg anzustreben. So können Prozesse verschlankt und Synergieeffekte im Einkauf erzielt werden. Insgesamt möchten wir überall dort Einfluss durch eine nachhaltige Unternehmensführung nehmen, wo es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

Seit Februar 2024 erhalten Mitarbeitende am Flughafen Frankfurt vergünstigte Preise für Kaffeespezialitäten nur noch bei Nutzung eines Mehrwegbechers. Diese Maßnahme hat flughafenweit einen deutlichen Wandel im Konsumverhalten bewirkt: Rund 500.000 Einwegbecher konnten seit Einführung eingespart werden – ein starkes Zeichen für gelebte Nachhaltigkeit im Alltag. Auch in unseren eigenen Betrieben am Flughafen ist ein signifikanter Anstieg der Mehrwegnutzung spürbar. Valide unternehmensspezifische Zahlen stehen erst zum Jahresende zur Verfügung, die bisherige Entwicklung zeigt aber: Der Hebel wirkt.

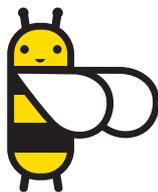


Bee visionary!

Ausgewogene Ernährung
Nachhaltige Produkte und Lieferketten
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 bis hin zu Marketingmaßnahmen, immer nachhaltiger agieren und treten auf den nächsten Seiten den Beweis an, dass uns dies auch gelingt.



Casualbee's Buzz

Veganuary bei Casualfood!

Im Januar 2024 haben wir in all unseren Konzepten auf den weltweiten Trend hingewiesen: mit Vorlagen auf den Monitoren und auf unseren Social Media Kanälen. Das wöchentliche Office-Frühstück am Standort Frankfurt war den gesamten Januar komplett vegan – für mehr Awareness, neue Produkte und einen ausgewogenen Start ins Jahr!



EcoHammy's Umwelttipps

Nachhaltige Beschaffung: Bevorzuge Lieferanten, die nachhaltige Praktiken anwenden, achte auf umweltfreundliche Materialien und fördere regionale sowie saisonale Produkte.



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.

UNSER ZIEL

Healthy Food ist für uns kein Trend, sondern Verantwortung. Gesundheit beginnt auf dem Teller – auch unterwegs. Deshalb bieten wir Speisen, die nicht nur schmecken, sondern auch guttun: ausgewogen, frisch zubereitet und mit natürlichen Zutaten – ganz ohne künstliche Zusätze. Unsere Healthy-Food-Produkte orientieren sich an modernen Ernährungsbedürfnissen: ballaststoffreich, nährstoffschonend, leicht und zugleich genussvoll. Ob vegetarisch, vegan oder mit hochwertigen pflanzlichen Proteinen – wir machen ausgewogene Ernährung unterwegs einfach, schnell und kompromisslos lecker.

Doch wir denken weiter: Mit unseren Angeboten möchten wir auch das Bewusstsein für nachhaltigen Konsum und klimafreundliche Ernährung fördern. Dafür setzen wir auf Transparenz, kontinuierliche Produktentwicklung und die Offenheit für neue Wege – damit ausgewogenes Essen unterwegs immer mehr zur Selbstverständlichkeit wird.

GESUND AUF DEM WEG

Energie für den Tag



Bahnhof / Flughafen

Take-Away-Point

Healthy-Food-Auswahl



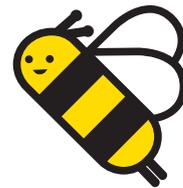
UNSER WEG

Bei Casualfood ist für jeden etwas dabei. Über alle Konzepte hinweg gibt es bei uns 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.

Casualbee's Buzz

Lust auf eine kulinarische Reise ins Morgenland?

Dann ab ins LEVANTE! Mit rund 80% vegetarischen und veganen Speisen bringt unser Konzept die levantinische Küche direkt zu dir. Von Mezze bis Kebab, von Hummus bis Falafel – hier gibt's 1001 verführerische Genuss-Variationen. Gesund, vielseitig und nachhaltig genießen war noch nie so einfach. Also, worauf wartest du? Die Sonne geht auf im LEVANTE!



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 nehmen unsere Verantwortung bei der Auswahl von Produkten und Lieferanten bewusst wahr. Durch das Setzen nachhaltiger Standards möchten wir einen positiven Beitrag leisten – und als Multiplikator für mehr Nachhaltigkeit wirken. Dieses Verständnis prägt nicht nur unser Sortiment, sondern findet sich Schritt für Schritt in allen Bereichen unseres Unternehmens wieder.



UNSER ZIEL

Im Jahr 2023 lag der Umsatzanteil unserer nachhaltig zertifizierten Produkte (z. B. Bio, Fairtrade) bei 11,6%. Auch im Jahr 2024 blieb dieser Anteil auf ähnlichem Niveau.

Das Ziel ist weiterhin: Bis Ende 2025 möchten wir den Anteil um 30% steigern, bis 2027 soll er sich verdoppeln.

Der kontinuierliche Ausbau unseres nachhaltigen Sortiments bleibt dabei ein zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

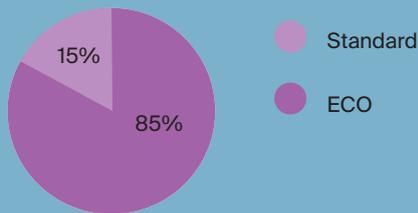
UNSER WEG

Auch 2024 setzen wir unseren Weg konsequent fort: Wir überprüfen kontinuierlich unsere Produktsegmente und integrieren verstärkt saisonale, regionale sowie Fairtrade-Produkte.

Unsere Produkte sollen möglichst aus hochwertigen Zutaten regionaler Lieferanten stammen. Im Sinne unserer Verpackungsstrategie POP – Protect Our Planet arbeiten wir zudem stetig an weniger Abfall und mehr Mehrweg.

Auch bei Kleidung und Reinigung gehen wir weiter konsequent nachhaltige Wege: Unsere Berufsbekleidung trägt mindestens ein anerkanntes Siegel – wie „STANDARD 100 by OEKO-TEX“, WRAP oder Cotton made in Africa. Darüber hinaus haben wir einen Großteil unserer Reinigungsmittel 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- sowie regionalen und saisonalen Produkten.



Bee green!

Warum Casualfood Gutes tut und davon redet.

UNSER VERSTÄNDNIS

Unser Anspruch auf Nachhaltigkeit ist für unsere Kund:innen direkt sichtbar: durch unsere eigene Nachhaltigkeitsmarke POP - Protect Our Planet, die sich wie ein grüner Faden durch den Casualfood Außenaufttritt zieht. Untermuert wird unsere Haltung durch unseren Internetauftritt, in dem wir Stellung zu allen für uns relevanten Nachhaltigkeitsthemen beziehen, sowie durch unseren jährlichen Nachhaltigkeitsbericht. Unser Anspruch soll auch in Produktempfehlungen und weiteren Marketingmaßnahmen spürbar sein.

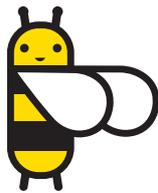


UNSER ZIEL

Wir reduzieren Printmedien, wo immer es sinnvoll und möglich ist, und setzen verstärkt auf digitale Lösungen wie Digital Signage am Point of Sale. So konnten wir unseren Frischfaserverbrauch im Jahr 2024 um 10,2% senken. Auch unseren Nachhaltigkeitsbericht stellen wir seit 2022 ausschließlich in digitaler Form bereit – ein weiterer Schritt hin zu ressourcenschonender Kommunikation.

Casualbee's Buzz

Im Jahr 2024 haben wir zwei weitere Goodman & Filippo-Filialen an Greentable e.V. angeschlossen. Jetzt sind alle Goodmans Mitglieder bei Greentable – ein weiterer Schritt in Richtung Nachhaltigkeit! Greentable ist eine Initiative für Nachhaltigkeit in der Gastronomie, die sich für regionale, saisonale Küche, Klimaschutz und soziales Engagement einsetzt. Mit ihrem Qualitätssiegel unterstützt Greentable gastronomische Betriebe dabei, ein nachhaltiges Profil zu entwickeln und zu präsentieren.

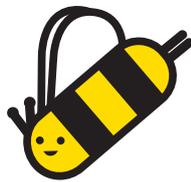




UNSER WEG

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 verwendet Digital Signage. 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.

Casualbee's Buzz



Ein weiteres tolles Projekt sind unsere Transfertaschen, die den Verbrauch von Papiertagetaschen weiter reduzieren sollen. Alle Standorte sind inzwischen mit den praktischen Jutetaschen ausgestattet, und es erreichen uns sogar Anfragen für die private Nutzung. Auf Beekeeper gab es dazu ein Video, das noch einmal die Wichtigkeit dieses Projekts unterstrichen hat.

FUTURE GOALS

Unser Anspruch auf Nachhaltigkeit soll in allen Marketingmaßnahmen erkennbar sein.

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

HERAUSGEBER

Casualfood GmbH
Frankfurt Airport Center 1 | Gebäudeteil A | 8. Stock
Hugo-Eckener-Ring | 60549 Frankfurt m Main

INHALT

Alexandra Carl (Senior Project Manager)
Nadine Curth (Development & Learning Manager)
Leon Ehmig (Project Assistent)
Andreas Förster (CEO)
Michelle Kusch (Project Manager Sustainability & Quality Management)
Markus Weiler (Senior Purchase Manager)
Rebecca Wolf (Senior Corporate Development Manager)

TEXT

Casualfood GmbH

GRAFIKDESIGN

Matthias Mayer (Lemonisland)

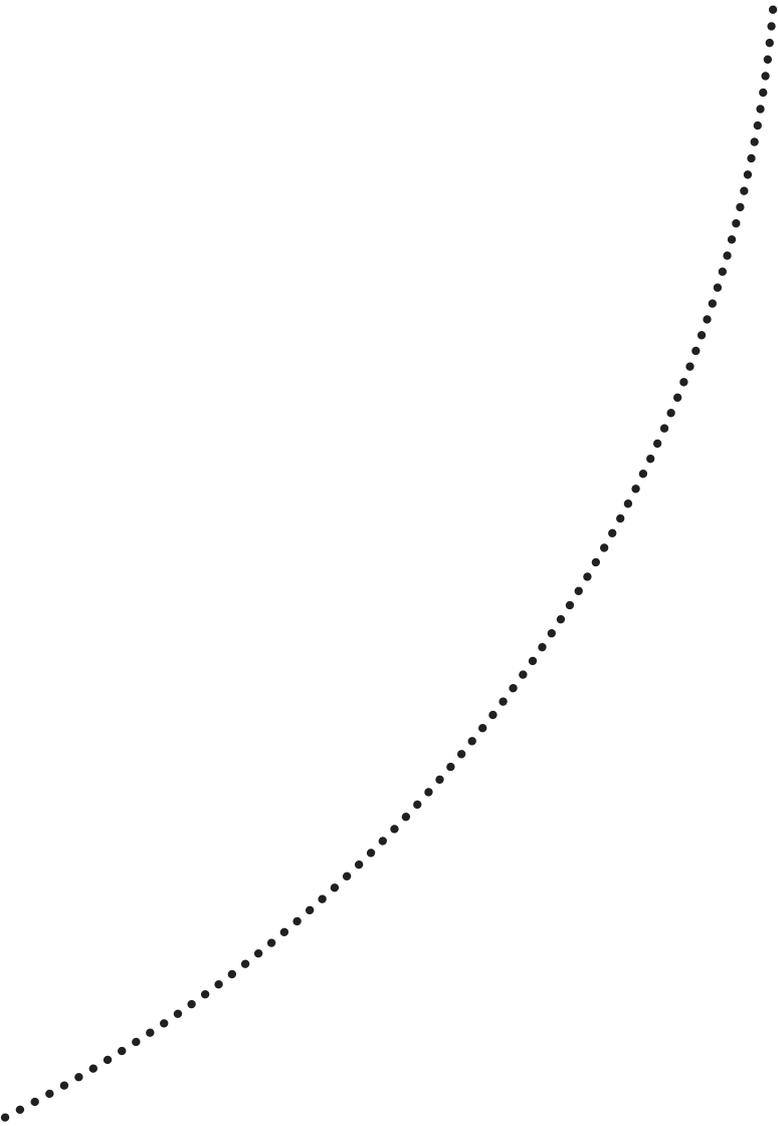
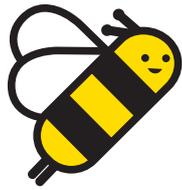
ILLUSTRATIONEN

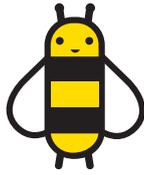
Alice Hoffmann (Bureau Alice)

FOTOS

Casualfood GmbH







www.Casualfood.de

