

# REZEPTE FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

2013



**SV**Group

Passion for quality. Since 1914.

## **PASSION FOR QUALITY. SINCE 1914.**

---

Die SV Group ist eine Gastronomie- und Hotelmanagement-Gruppe mit den Geschäftsfeldern Business (Betriebsgastronomie), Care (Spital- und Heimgastronomie), Event (Catering), Hotel und Restaurant. Kernmärkte sind die Schweiz, Deutschland und Österreich. Als leidenschaftliche Gastgeberin verpflegt und umsorgt die SV Group ihre Gäste. Sie schafft Genusserlebnisse und Lebensqualität.

Mit ihrem Versprechen «Passion for quality» strebt die SV Group bei all ihren Tätigkeiten höchstmögliche Qualität an. Die SV Group wurde vor 100 Jahren (1914) als Sozialwerk gegründet, aber von Beginn an unternehmerisch geführt. Daraus hat sich ein führendes, dynamisches Unternehmen mit heute über 8000 Mitarbeitenden entwickelt: mit Gastfreundschaft und Engagement als Schlüssel zum Erfolg.

Die SV Group verknüpft seit jeher wirtschaftliche Leistung mit gelebter sozialer und ökologischer Verantwortung. Und wird das auch in Zukunft tun. Dieses gesellschaftliche Engagement wird zusätzlich verstärkt durch die gemeinnützige Arbeit der SV Stiftung als Mehrheitsaktionärin der Aktiengesellschaft SV Group. Die SV Group war, ist und bleibt ein Pionierunternehmen mit Nachhaltigkeit als Kompass.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht legt Zahlen und Massnahmen der SV Group in der Schweiz offen.

**07**

ÖKOLOGISCHE  
NACHHALTIGKEIT

**29**

GESUNDE  
KÜCHE

**35**

SOZIALE  
NACHHALTIGKEIT

**49**

GESUNDES  
WACHSTUM

**52**

RIBELMAISPOULARDE

**56**

PARTNER

**58**

AUSBLICK

## NIE HAT NACHHALTIGKEIT BESSER GESCHMECKT.



Schon lange bevor der Begriff geprägt wurde, waren langfristig greifende Massnahmen und zukunftsorientiertes Handeln zentrale strategische Pfeiler der SV Group. Deshalb freut es uns ganz besonders, Ihnen unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht zu präsentieren. In der Berichterstattung von 2013 haben wir den Fokus auf das Kerngeschäft der Schweiz gelegt.

Miteinander können wir viel bewegen. Jeden Tag. Zum Beispiel mit unserem preisgekrönten Klimaschutzprogramm «ONE TWO WE», das wir gemeinsam mit unterdessen 63 Betrieben umsetzen. Aus Tradition treiben wir eine Vielzahl von Projekten voran, die den Warenkorb noch nachhaltiger machen und die gesunde, ausgewogene Küche fördern. Ein besonderes Anliegen ist uns auch der soziale Aspekt. Wir investieren laufend in die Weiterbildung und Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden, zusammen mit einer Vielzahl anderer Leistungen. Dass wir überdies auch noch 100 Jahre SV Group feiern, ist für uns Anlass, mit noch mehr Pioniergeist voranzugehen. Das macht Appetit auf die Zukunft.

Geniessen Sie unseren Nachhaltigkeitsbericht.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Patrick Camele'. The signature is fluid and stylized, with a large initial 'P'.

Patrick Camele, CEO SV Group

**REZEPTE FÜR ÖKOLOGISCHE  
NACHHALTIGKEIT**

## UNSERE UMWELTAGENDA – WIR BRINGEN SIE AUF DEN TISCH.

Der respektvolle Umgang mit den Ressourcen und unserer Umwelt hat bei der SV Group Zukunft aus Tradition. Auf den nächsten Seiten finden Sie unsere Rezepte für ökologische Nachhaltigkeit. Mit Massnahmen auf den vier Umweltfeldern Angebot, Beschaffung, Logistik und Betrieb. Und natürlich unser Klimaschutzprogramm «ONE TWO WE».



## MICHAEL ARNOLD, LEITER CORPORATE RELATIONS WWF SCHWEIZ, IM INTERVIEW.



*„Durch die Pionierrolle der SV Group ist das Thema Nachhaltigkeit in der Branche sehr aktuell geworden.“*

### HERR ARNOLD, WESHALB HAT SICH DER WWF FÜR EINE ZUSAMMENARBEIT MIT DER SV GROUP ENTSCHEIDEN?

Als Partner sind für uns vor allem jene Unternehmen interessant, die Veränderungen in ihrer Branche bewirken können. Die SV Group ist gross genug, Einfluss auszuüben und hat den Mut, innovative Lösungen zu entwickeln.

### WELCHE ROLLE NIMMT DER WWF SCHWEIZ BEI DER PARTNERSCHAFT MIT DER SV GROUP EIN?

Anfangs lag der Schwerpunkt in der Definition der Umweltziele. Wir wollen immer das Maximum für die Umwelt herausholen. Jetzt stellen wir gemeinsam sicher, dass das Programm hält, was es verspricht.

### WAS SIND DIE HERAUSFORDERUNGEN UND ZIELE?

Die gestiegenen Anforderungen der SV Group zwingen die Zwischenhändler, sich um Nachhaltigkeit zu kümmern. Was zur gewünschten positiven Entwicklung entlang der Lieferkette führt.

### WO SEHEN SIE DIE GASTRONOMIE IN SACHEN NACHHALTIGKEIT IN 5–10 JAHREN?

Was wir und unsere Familienmitglieder essen und wie die Lebensmittel hergestellt wurden, ist uns wichtig. Dieses Bewusstsein wird sich auch in der Gastronomie durchsetzen. Durch die Pionierrolle der SV Group ist das Thema Nachhaltigkeit in der Branche sehr aktuell geworden. Bereits jetzt sind erste Nachahmungseffekte zu sehen. So etwas beschleunigt die Entwicklung.

## KLIMASCHUTZ AUF DEM UMWELTFELD «ANGEBOT».



**\_ ZUTATEN** saisonale Produkte / ein hoher Anteil regionaler Produzenten / ein entsprechender Menu mix

### **\_ ZUBEREITUNG**

Bei der SV Group hat Klimaschutz immer Saison. Deshalb bieten wir unseren Gästen, wenn immer möglich, saisonale Produkte an. Die sind nicht nur schmackhafter, sondern auch klimafreundlich. Dabei richtet sich der Menuplan nach unserem Saisonkalender. Denn entscheidend ist, wann und vor allem wie die Zutaten verfügbar sind.



Am besten schmecken die Regionalhelden. Das gilt zum Beispiel auch für Spargeln und Erdbeeren. Sie sind die Vorboten des Frühlings und des Sommers. Und hierzulande äusserst beliebt. Aber werden Spargeln schon vor Saisonstart aus Mexiko oder Peru und Erdbeeren aus China eingeflogen, schiessen die CO<sub>2</sub>-Emissionen nach oben. Dasselbe gilt für Spargeln und Erdbeeren aus Europa, wenn sie in beheizten Gewächshäusern produziert wurden.

Wir haben entschieden, sie ab 2013 ausschliesslich während der hiesigen Saison anzubieten. Regional aus der Schweiz. Und bei Bedarf saisonal aus den Nachbarländern. In keinem unserer Restaurants landen eingeflogene Spargeln oder Erdbeeren auf dem Teller. So wurden 2013 rund 14 Tonnen weniger Spargeln eingekauft. Bei Erdbeeren waren es rund 1.1 Tonnen weniger.

Mit dem regionalen Einkauf wurden die heimischen Bauern unterstützt und unsere Gäste konnten klimafreundlich und saisonal geniessen. Und das Beste an diesem Rezept: Frische Spargeln und Erdbeeren aus der Region schmecken sowieso besser. Regionalhelden eben.



IM AUSZUG UNSERES SAISONKALENDERS SEHEN SIE, WORAUF ES BEI DER CO<sub>2</sub>-BILANZ ANKOMMT. ER FUNKTIONIERT NACH DEM AMPEL-PRINZIP.

ARTIKEL	LAND	MONAT	CO <sub>2</sub> -AUSSTOSS PRO KG	TRANSPORT
Grüne Spargeln	Peru	Februar	12.8 kg CO <sub>2</sub> -eq	
Weisse Spargeln	Spanien	März	27.7 kg CO <sub>2</sub> -eq	
Weisse Spargeln	Schweiz	April - Juni	2.3 kg CO <sub>2</sub> -eq	
Erdbeeren	Spanien	Jan - Feb	3.9 kg CO <sub>2</sub> -eq	
Erdbeeren	Schweiz	Juni - Juli	0.4 kg CO <sub>2</sub> -eq	



Die klimafreundlichsten Lebensmittel sind aus saisonalem Schweizer Anbau.



Die Lieferung saisonaler Produkte aus anderen Ländern ist klimaschonender als Schweizer Anbau in fossil beheizten Gewächshäusern.



Lebensmittel, die per Schiff aus saisonalem Anbau anderer Ländern kommen, haben eine gute CO<sub>2</sub>-Bilanz.



In Ausnahmefällen sind Lebensmittel ausser Saison und trotzdem mit akzeptablen CO<sub>2</sub>-Werten aus der Schweiz verfügbar.



Zu bestimmten Jahreszeiten wird der Anbau in europäischen Ländern aufwändiger. Die CO<sub>2</sub>-Werte steigen, bleiben aber akzeptabel.



Produkte aus fossil beheizten Gewächshäusern, die per Lkw aus anderen Ländern geliefert werden, vermeiden wir.



Ware, die per Flugzeug geliefert wird, ist, wenn immer möglich, zu vermeiden.

## EIN NACHHALTIGER WARENKORB AUF DEM UMWELT- FELD «BESCHAFFUNG».

**\_ ZUTATEN** ein Mehrlieferantensystem / unabhängige Logistik / eine grüne Beschaffungskette

### **\_ ZUBEREITUNG**

Die SV Group hat sich zum Ziel gesetzt, ihren Warenkorb künftig noch nachhaltiger zu gestalten. In der Beschaffungskette haben wir deshalb den gesamten Prozess im Blick. Vom Anbau eines Produktes bis hin zum Anrichten auf dem Teller.

Wo kommt das Gemüse her? Wo wird es geschnitten, gewaschen und allenfalls blanchiert und tiefgefroren? Wer liefert es in die Restaurants der SV Group? Keine dieser Fragen bleibt offen, wenn es um Nachhaltigkeit geht.

Damit wir die Standards entlang der gesamten Beschaffungskette hoch ansetzen können, trennen wir die Funktionen von Produzent und Lieferant: Wir suchen das beste Produkt auf dem Markt und verteilen es durch den besten Logistiker.

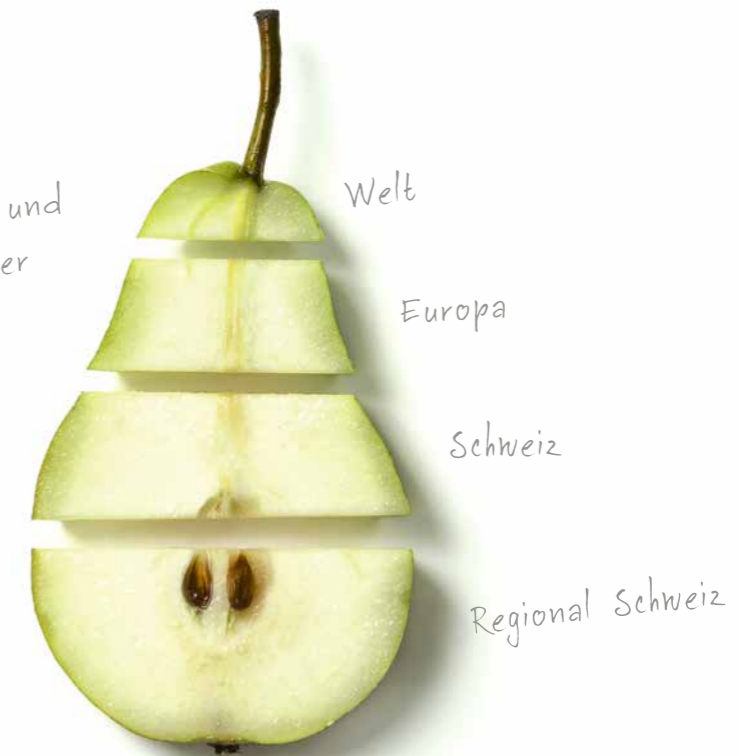
In unserem Mehrlieferantensystem wird rund die Hälfte des Einkaufsvolumens über regionale Lieferanten beschafft. Also bei lokalen Bäckern, regionalen Gemüsebauern und regionalen Metzgereien. Lagerprodukte wie Reis, Teigwaren, Öle, Tiefkühlprodukte und Getränke werden von Pistor in unsere Restaurants geliefert, einem der nachhaltigsten Logistikunternehmen Europas.

### **ZUM WOHL, FAIRTRADE.**

Darauf trinken wir: Ab Juli 2014 lanciert die SV Group die ersten Fairtrade Ice Teas in der Gemeinschaftsgastronomie der Schweiz. Mit zwei haus-eigenen Sorten. Aber auch bei anderen Produkten aus dem Süden setzen wir auf das Label von Max Havelaar. Jedes SV Restaurant bietet Bananen, Michel Orangensaft sowie Michel Bodyguard aus fairem Handel an. Diese Produkte wurden gewählt, weil sie einen hohen Mengenanteil im Warenkorb ausmachen. Rund 30 weitere Produkte können die Küchenchefs der SV Group bestellen.

Unsere Gäste geniessen damit hochwertige Produkte und unterstützen gleichzeitig die Entwicklung südlicher Länder. Zum Wohl.

80% der Lebensmittel und Getränke werden in der Schweiz beschafft.



### **SEAFOOD NACH WWF-RICHTLINIEN.**

Selektive Fangmethoden, keine Fische oder Meeresfrüchte aus bedrohten Beständen und auch keine aus umweltschädlicher Zucht. Bereits seit dem 1. Januar 2008 bietet die SV Group ausschliesslich an, was gemäss dem WWF-Einkaufsratgeber empfohlen wird.

Dadurch fördern wir die Bestellung von MSC- und ASC-zertifizierten Fischen aus nachhaltigem Fang und nachhaltiger Zucht. Und seit dem 1. Januar 2009 ist unser Fischlieferant Bianchi AG Mitglied der WWF Seafood Group.

Die Herkunft unserer Fische und Meeresfrüchte deklarieren wir sowohl in den Restaurants als auch auf den Betriebs-Webseiten.

### **BEIM GEMÜSE SPAREN WIR NUR AM CO<sub>2</sub>.**

Viel Gemüse ist gesund. Nachhaltigkeit auch. Deshalb entwickeln wir unseren Warenkorb ständig weiter. Beim Projekt «Gemüse aus nicht fossil

beheizten Gewächshäusern» spielen regionale Beschaffung und Nutzung alternativer Energien eine entscheidende Rolle. Darum arbeitet die SV Group direkt mit der SGG Waser AG und zwei Pionieren zusammen. Die Familie Grob aus Schlattingen spart durch Heizung mit Erdwärme bis zu 1 200 000 Liter Öl pro Jahr ein. Und die Gebrüder Meier aus Hinwil erreichen mit Fernwärme aus einer Kehrlichtverbrennungsanlage Einsparungen von bis zu 1 500 000 Litern Öl pro Jahr.

Schweizer Tomaten, Gurken, Auberginen und Nüsslisalat beziehen wir ab Frühjahr 2014 für die Deutschschweiz nur noch aus nicht fossil beheizten Gewächshäusern. Das entspricht einer Menge von mehr als 200 000 Kilogramm. Die Frigemo-Handelsfirmen sorgen dafür, dass dieses Gemüse aus der Region Zürich über Nacht erntefrisch bis nach Bern und Basel in die Betriebe gelangt. Damit setzen wir neue Massstäbe in der Gastronomie.



## CO<sub>2</sub>-REDUKTION AUF DEM UMWELTFELD «LOGISTIK».

**\_ ZUTATEN** eine überschaubare Lieferkette / eine laufend modernisierte Fahrzeugflotte / maximale Auslastung / klimaneutrale Kühlung / geschulte Fahrer

### **\_ ZUBEREITUNG**

In unserer Logistikkette gibt es vor allem ein Ziel: weniger Emissionen bei Lieferung nach Plan. Um dorthin zu gelangen, setzen wir immer an mehreren Punkten an. Denn nur die ideale Kombination einer Reihe von Massnahmen macht eine deutliche CO<sub>2</sub>-Reduktion möglich.

### **WENIGE LOGISTIKPARTNER**

Lediglich Frischprodukte und Fisch werden von verschiedenen Produzenten direkt angeliefert. Die andere Hälfte des Liefervolumens geht seit 2011 von den Produzenten direkt zu unserem Hauptpartner Pistor, der dann an alle Restaurants weiterliefert. Das erleichtert die Kontrolle der CO<sub>2</sub>-Emissionen.

### **OPTIMIERTER TRANSPORT**

Die Restaurants der SV Group müssen ihre Nahrungsmittel immer nach Zeitplan erhalten. Dabei entstehen Umweltemissionen. Um sie zu verringern, setzt Pistor nur Lastwagen ein, die der höchsten Euronorm entsprechen. Ältere Modelle werden laufend von modernen und umweltfreundlichen Fahrzeugen abgelöst. Um sie maximal auszulasten, werden die Rückfahrten genutzt, um Waren abzuholen. Und ein effizientes System zur Tourenplanung reduziert die zurückgelegten Kilometer auf ein Minimum.

### **CO<sub>2</sub>-NEUTRALES HYBRID-KÜHLSYSTEM**

Die Lkws von Pistor sind mit drei Temperaturzonen ausgestattet. So können in nur einer Anlieferung tiefgekühlte, gekühlte und normal temperierte Produkte transportiert werden. Die neuen Fahrzeuge haben ein effizientes und umweltfreundliches Hybrid-Kühlsystem. Es verursacht keinen Lärm und keine CO<sub>2</sub>-Emissionen. Der Motor treibt während der Fahrt die Kühlanlage an. Im Stand übernimmt die geräuschlose Flüssigstickstoffkühlung diese Funktion.

### **FAHRERCOACHING**

Um die Fahrweise zu optimieren, finden regelmässig Kurse statt. Seit Anfang 2013 hat Pistor ausserdem einen Fahrercoach, der die Lkw-Fahrer im Arbeitsalltag begleitet. Damit wird unter anderem das Ziel verfolgt, ökologisches und ökonomisches Verhalten zu fördern und den Treibstoffverbrauch weiter zu senken.

Unser Logistikpartner Pistor steigert den Anteil an Lastwagen mit klimafreundlichen Hybrid-Kühlsystemen von Jahr zu Jahr.

von 79 Lkws  
20 mit Hybrid-Kühlsystem

von 80 Lkws  
21 mit Hybrid-Kühlsystem

von 83 Lkws  
25 mit Hybrid-Kühlsystem



2011



2012



2013



## GERINGER RESSOURCEN- VERBRAUCH AUF DEM UMWELTFELD «BETRIEB».

**\_ ZUTATEN** *Controlling bei Beleuchtung, Kühlung, Lüftung, Kochen /  
effizientes Handling / erneuerbare Energien / optimale Dosierung  
der Reinigungsmittel*

### **\_ ZUBEREITUNG**

Der schonende Umgang mit den Ressourcen hat bei der SV Group Tradition. Um die Massnahmen ideal umsetzen und kombinieren zu können, arbeiten wir auch hier mit einem Partner. Die Fachspezialisten des Elektrizitätswerks der Stadt Zürich (ewz) unterstützen uns fortlaufend mit Energieberatungen.

Rund 20% der Umweltbelastung wird in den Restaurants durch deren Betrieb verursacht. Um den Stromverbrauch möglichst gering zu halten, werden die thermischen Geräte mit den Ein- und Ausschaltzeiten beschriftet. Und der Fokus auf ein effizientes Handling der Lüftung und Beleuchtung gerichtet. Aber auch die optimale Menge der Reinigungsmittel steuern wir. Mit dem Einsatz von Dosieranlagen. Zudem werden alle Wertstoffe gesammelt und dem Recycling zugeführt. Diese Massnahmen gelten in all unseren Restaurants.

Die Entwicklung des Stromverbrauchs überprüfen wir in sogenannten Referenzbetrieben. Sie verfügen über Energiekennzahlen der Restaurants, die jährlich erhoben und ausgewertet werden.

### **ENERGIEBERATER SETZEN UNSERE GERÄTE AUF DIÄT.**

Im Rahmen unseres Klimaschutzprogramms «ONE TWO WE» wurden in rund 60 Restaurants der SV Group Energieberatungen durchgeführt. Durch Fachspezialisten des Elektrizitätswerks der Stadt Zürich (ewz). Dabei standen der Energieverbrauch und das Verhalten der Mitarbeitenden bei ihrer Arbeit im Fokus.

Das grösste Einsparpotenzial wurde bei den Betriebszeiten der thermischen Geräte ermittelt sowie im Umgang mit Lüftung und Beleuchtung. Es zeigte sich, dass Getränkekühler im Gästebereich auch oft über Nacht und an Ruhetagen eingeschaltet blieben. Werden die Betriebszeiten entsprechend verkürzt, sind bei diesen Geräten Energieeinsparungen von bis zu 60% möglich.

Entwicklung des Stromverbrauchs  
pro Hauptmahlzeit.

3.8 kWh  
im Jahr 2006



2.4 kWh  
im Jahr 2013



## ENTSORGUNG, RECYCLING UND ABFALLVERMEIDUNG.

**\_ ZUTATEN** Sensibilisierung der Mitarbeitenden / ein Netzwerk von Partnern / eine hohe Recyclingquote

### **\_ ZUBEREITUNG**

Bei der SV Group werden Abfälle, wenn immer möglich, vermieden. Unsere Recyclingquote beträgt rund 75%. Und unser umfassendes Entsorgungskonzept setzen wir mit regionalen und nationalen Partnern um.

Wo gekocht und gegessen wird, entstehen auch Abfälle. Speisereste, Rüstabfälle und Kaffeesatz zählen zu den Bio-Abfällen. Sie werden für die Regionen Zürich, Basel, Aargau und Zentralschweiz von der Recycling Energie AG in Tägerig zu Biogas und Ökostrom verarbeitet. Insgesamt werden so rund 8 Millionen kWh Ökostrom produziert. Abnehmer ist das Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (ewz), welches rund 2000 Haushalte für ein Jahr mit Strom versorgt.

Und aus unserem Speisealtöl werden in Tägerig etwa 45 000 Liter Biodiesel gewonnen. Dies entspricht etwa der Hälfte des jährlichen Dieserverbrauchs unserer Geschäftsfahrzeuge.

Wertstoffe wie Weissblech, Glas, Pet, Karton oder Papier werden gesammelt, beschriftet und dem Recycling zugeführt.

*Jährliche Abfallmengen bei der SV Group in der Schweiz.*

*Menge in Tonnen*

Bioabfall	2700
Kehricht	1800
Karton	650
Glas gemischt	220
Kaffeesatz	180
Blechdosen	160
PET-Flaschen	140
Papier	73
Speisealtöl	60
Porzellan	27
Styropor	1
Aluminium	1

## KOCHEN OHNE LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG.

**\_ ZUTATEN** Sensibilisierung der Mitarbeitenden / kontinuierliche Erfassung der Nassabfallmengen / Vermeidung von «food waste»

### **\_ ZUBEREITUNG**

Seit 2006 wird die Menge an «food waste» in den Betrieben der SV Group laufend reduziert. Dabei gilt es, die Vielfalt im Angebot für die Gäste aufrechtzuerhalten und gleichzeitig sehr verantwortungsvoll mit den Produkten umzugehen.

Rund ein Drittel sämtlicher in der Schweiz produzierten Lebensmittel kommt nie auf dem Teller an. Das ergab eine kürzlich vom Bundesamt für Umwelt (BAFU) in Auftrag gegebene Studie (Erhebung der Kehrichtzusammensetzung 2012). Die SV Group ist sich dieser Problematik bewusst.

Zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden erfassen wir die Nassabfälle (Speiseabfälle ohne Rüstabfälle und Kaffeesatz) deshalb bereits seit 2006 systematisch. So konnte die durchschnittliche Nassabfallmenge pro Hauptmahlzeit seit Beginn der Messungen um ganze 35% reduziert werden.



## ONE TWO WE. KLIMASCHUTZ NACH MASS.

**\_ ZUTATEN** engagierte Partner und Auftraggeber / gemeinsame Ziele für den Klimaschutz / Klimaschutzprogramme nach Mass

### **\_ ZUBEREITUNG**

Als Mitglied der WWF Climate Savers haben wir uns verpflichtet, den Klimaschutz noch gezielter und noch weiter voranzubringen. Denn in der Schweiz wird ein grosser Anteil der Klimabelastung durch Ernährung verursacht. Unsere Antwort darauf ist das Klimaschutzprogramm «ONE TWO WE», das wir bereits in 63 Betrieben umsetzen und wofür wir laufend neue Kunden gewinnen.

### **CHALLENGE**

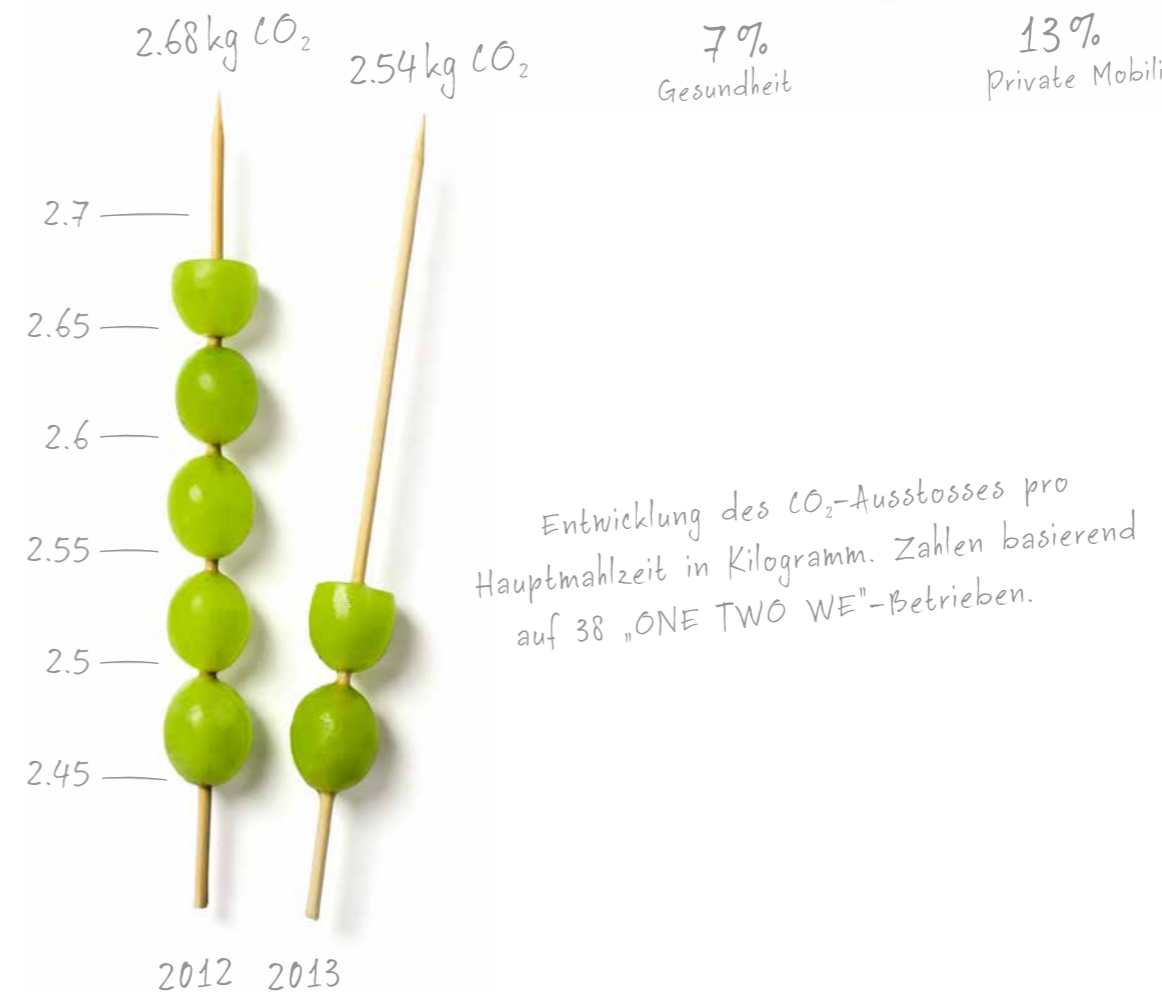
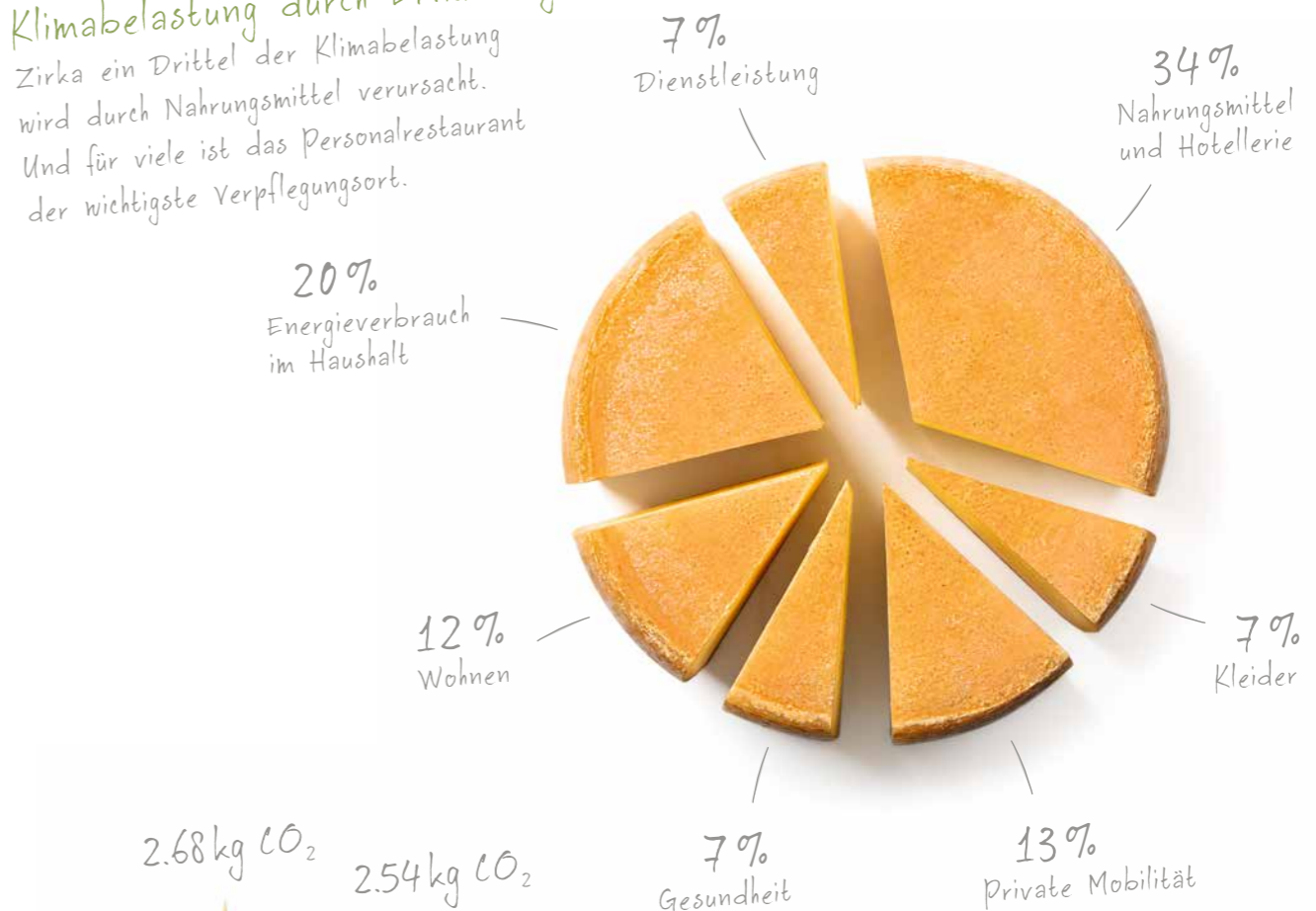
Als Gastronomiepartner sehen wir uns in der Pflicht, neue Massstäbe zu setzen. Denn zirka ein Drittel der Umweltbelastung geht hierzulande auf das Konto der Ernährung.

Um Klimaschutz gemeinsam mit Unternehmen voranzubringen, brauchen wir Lösungen nach Mass. Denn Mensen und Personalrestaurants sind so unterschiedlich wie ihre Gäste. Das Programm «ONE TWO WE» wird deshalb für jeden Auftraggeber individuell umgesetzt. Aufbauend auf dem Grundgerüst, das mit Experten und unserem Hauptpartner WWF Schweiz erarbeitet wurde.

### **ZIEL**

Als Mitglied der WWF Climate Savers haben wir uns ein klares Ziel gesetzt: Bis Ende 2015 wollen wir im Vergleich zu 2012 jedes Jahr 6000 Tonnen CO<sub>2</sub> sparen. Das sind rund 10% der Gesamtemissionen der SV Group in der Schweiz. Gemeinsam mit Experten und unseren Auftraggebern erarbeiten wir einen auf das Restaurant massgeschneiderten Nachhaltigkeitsplan und sparen so in «ONE TWO WE»-Betrieben bis zu 20% CO<sub>2</sub>.

*Klimabelastung durch Ernährung  
Zirka ein Drittel der Klimabelastung wird durch Nahrungsmittel verursacht. Und für viele ist das Personalrestaurant der wichtigste Verpflegungsort.*





## ONE TWO WE. DAS PROGRAMM.

**\_ ZUTATEN** fundiertes Know-how / zielgerichtete Planung / Klimaschutz auf den vier Umweltfeldern

### **\_ ZUBEREITUNG**

Um unsere hoch gesteckten Ziele zu erreichen, werden auf den wichtigsten Umweltfeldern gezielte Klimaschutzmassnahmen umgesetzt. Sowohl beim Angebot wie auch beim Einkauf, in der Logistik und im Betrieb dreht sich im Rahmen von «ONE TWO WE» alles um die CO<sub>2</sub>-Reduktion.

### **ONE TWO WE IM ANGEBOT.**

Je weniger Fleisch, desto besser fürs Klima. Denn 1 Kilogramm Rindfleisch hat einen CO<sub>2</sub>-Ausstoss von bis zu 17 Kilogramm. Deshalb lernen unsere «ONE TWO WE»-Köche bei den Meistern der vegetarischen Küche. Im Traditionshaus Hiltl, dem ältesten vegetarischen Restaurant der Welt (gemäss Guinness World Records). Schliesslich sollen unsere Gäste in vollen Zügen geniessen können. Und Klimaschutz soll schmecken.

### **ONE TWO WE IM EINKAUF.**

Hier gibt es viel zu tun. Unsere Lieferanten sind seit Juli 2012 angewiesen, fossil beheizte Produkte auf den Bestelllisten auszuweisen. So können unsere Küchenchefs gezielt klimafreundlicher bestellen. Zudem haben wir das Projekt «Gemüse aus nicht fossil beheizten Gewächshäusern» lanciert. Wir arbeiten mit zwei Pionieren, die ihre Gewächshäuser mit alternativen Energien beheizen und so 1 200 000 bzw. 1 500 000 Liter Öl pro Jahr einsparen.

### **ONE TWO WE IN DER LOGISTIK.**

Alle Betriebe, die unser Klimaschutzprogramm umsetzen, kochen zu 99% ohne Flugware. In der CO<sub>2</sub>-Bilanz macht das einen grossen Unterschied. Noch im Jahr 2012 landeten rund 16 Tonnen Flugware auf den Tellern unserer Gäste. Innerhalb eines Jahres konnte der Anteil mit dem Flugzeug transportierter Artikel um ganze 35% gesenkt werden.

### **ONE TWO WE IM BETRIEB.**

Umgang mit Lüftung und Beleuchtung, Betriebszeiten der thermischen Geräte, Verhalten der Mitarbeitenden: Anhand von Analysen, durchgeführt durch Fachspezialisten von ewz (Elektrizitätswerk der Stadt Zürich), zeigte sich grosses Energiesparpotenzial. Das darauf basierende Massnahmenpaket wird in unseren «ONE TWO WE»-Betrieben konsequent umgesetzt. Mit Einsparungen von bis zu 15%. Insgesamt senken wir den CO<sub>2</sub>-Ausstoss damit massgeblich.

Fleisch- und Gemüseeinkauf in Tonnen aus den Jahren 2012 und 2013 im Vergleich.



## ONE TWO WE. KLIMASCHUTZ MIT STARKEN PARTNERN.

\_ ZUTATEN WWF Schweiz / ESU-services / ewz / ETH Zürich

### \_ ZUBEREITUNG

All die Massnahmen unseres Klimaschutzprogramms können wir nur mithilfe des Know-hows unserer Partner zur Umsetzung bringen. So und nur so ist es möglich, «ONE TWO WE» für jeden unserer Auftraggeber immer wieder neu und individuell zu realisieren. In folgenden Bereichen unterstützen uns unsere Partner.

#### DER WWF SCHWEIZ IST HAUPTPARTNER

Gemeinsame Definition der Messkriterien in den Umweltfeldern / Kontrolle der CO<sub>2</sub>-Ziele / jährlicher CO<sub>2</sub>-Check für die Mitgliedschaft bei den WWF Climate Savers / Know-how-Transfer und regelmässiger Austausch in Nachhaltigkeitsfragen

#### ESU-SERVICES BERATEN UNS BEIM UMWELTFREUNDLICHEN KONSUM

Erstellung von Ökobilanzen als Grundlage für «ONE TWO WE» / Berechnung der Umweltbelastung des Warenkorbs / Anwendungen zur CO<sub>2</sub>-Berechnung von Menus und einzelnen Betrieben / Zusammenarbeit beim Projekt «Produkte aus nicht fossil beheizten Gewächshäusern»

#### EWZ UNTERSTÜTZT UNS IM BEREICH ENERGIE

Festlegung der Energie-Standards für «ONE TWO WE» / Durchführung von Energieberatungen bei Kunden der SV Group / Bewertung des Status quo und Erstellung eines Energieberichts / Kontrolle der definierten Massnahmen anhand des Energieberichts / Know-how bei Energiefragen

**DIE ETH ZÜRICH BERÄT UNS IN DER LOGISTIK**  
Durchführung einer Studie zur Verminderung der Umweltbelastung beim Transport / Erarbeitung der Grundlage für ein neues Logistikkonzept / Verminderung der Umweltbelastung um 30% als Zielsetzung

## DR. MARTIN STARK, KUNDE UND PROREKTOR DER NEUEN KANTONSSCHULE AARAU, IM INTERVIEW.



*«ONE TWO WE reagiert  
auf ein gesellschaftliches  
Bedürfnis.»*

#### HERR STARK, WESHALB HAT SICH DIE NEUE KANTONSSCHULE AARAU DAZU ENTSCHEI- DEN, BEI «ONE TWO WE» MITZUMACHEN?

Das Konzept überzeugt. Die SV Group hat die Grundlagen des Programmes zusammen mit externen Fachstellen seriös erarbeitet und glaubhaft kommuniziert. Das Programm kann nicht leichtfertig als Werbegag abqualifiziert werden, sondern reagiert auf ein gesellschaftliches Bedürfnis.

#### WAS HAT SICH SEIT DER EINFÜHRUNG DES KLIMASCHUTZPROGRAMMS VERÄNDERT?

Neben verschiedenen kleinen Anpassungen beziehen wir heute 100% reinen Wasserstrom. Und der Anteil an verkauften vegetarischen Menus ist gestiegen.

#### WIE WURDE «ONE TWO WE» AN DER KANTONSSCHULE AUFGENOMMEN?

Grundsätzlich sehr positiv. Viele sind sogar bereit, einen Aufpreis zu bezahlen, wenn dafür Fleisch aus regionaler oder inländischer Produktion angeboten wird. Speziell zu erwähnen sind auch anerkennende Rückmeldungen von Elternseite.

#### WIE INTEGRIEREN SIE «ONE TWO WE» IN DEN SCHULALLTAG DER NEUEN KANTONS- SCHULE AARAU?

Ein Massnahmenprogramm wie «ONE TWO WE» im eigenen Hause zu haben, ermöglicht den Einstieg und eine gezielte Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit im Lehrplan. Das ist eine Investition in die Zukunft.

## ONE TWO WE GEWINNT DEN ZURICH KLIMAPREIS.

---

Wir geben es zu. Wir sind ein bisschen stolz. Denn unter 100 Einreichungen würdigte die Jury um ETH-Professor René Schwarzenbach die grosse Breitenwirkung von «ONE TWO WE». Mit dem ersten nationalen Zurich Klimapreis.

Ausgezeichnet werden Projekte, die eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen leisten, die Energie- und Ressourceneffizienz verbessern oder zu Verhaltensänderungen führen.

Das Preisgeld von CHF 60 000.- investiert die SV Group in weitere Nachhaltigkeitsbestrebungen. Mit einem Teil des Betrages unterstützt sie ein Projekt des WWF zur Förderung von nachhaltigem Thunfischfang auf den Malediven. Dies wird die erste MSC-Zertifizierung in der Region überhaupt sein.

## ONE CLIMATE DAY. EIN TAG GANZ FÜR DAS KLIMA.

---

Klimaschutz geht alle an. Deshalb werden am ONE Climate Day nicht nur in «ONE TWO WE»-Betrieben, sondern in allen Restaurants der SV Group ausschliesslich klimafreundliche Menus serviert. Im September 2013 führten rund 200 Betriebe Klimatage durch. Gegen 60 000 Gäste konnten erleben, dass klimafreundliche Menus nicht nur unsere Umwelt schonen, sondern auch noch gut schmecken. Unter dem Motto «Gemeinsam CO<sub>2</sub> sparen» wurde ein Zeichen gesetzt und aktiv zum Klimaschutz beigetragen.

Alle Gäste der SV Group können auch im 2014 wieder speziell klimafreundlich essen. Denn im Frühling und Herbst sind wieder Klimatage in vielen Restaurants geplant. Wir freuen uns darauf.



# REZEPTE FÜR GESUNDE KÜCHE

## GESUNDHEIT SOLL SCHMECKEN.

Zufriedene Gäste, die sich rundum wohl fühlen: Dafür setzt sich die SV Group Tag für Tag ein. Dazu gehört auch die Kooperation mit anerkannten Qualitätslabels. Und unsere Grundsätze für eine zeitgemässe Ernährung. Sie gelten für die Auswahl und Zubereitung aller Speisen bei der SV Group.

Wir verbinden lustvollen Genuss mit einer ausgewogenen modernen Küche,  
... achten auf eine schonende Zubereitung,  
... setzen vorzugsweise auf hochwertige Fette und Öle,  
... verwenden mehr Kräuter und Gewürze, dafür weniger Zucker und Salz,  
... orientieren uns am saisonalen Angebot,  
... bieten täglich fleischlose Alternativen,  
... ziehen Rohstoffe aus nachhaltiger Produktion vor  
... und verarbeiten nur Fische nach Empfehlung des WWF-Ratgebers.

## PETER LUTZ, CMO DER SV GROUP IN DER SCHWEIZ, IM INTERVIEW.



„Make the healthy choice the easy choice.“

### HERR LUTZ, WELCHE ZIELE VERFOLGT DIE SV GROUP IM BEREICH GESUNDE ERNÄHRUNG?

Unsere Gäste möchten sich nach dem Mittagessen gut fühlen und auch am Nachmittag leistungsfähig sein. Um dieses Ziel zu erreichen, wollen wir die ausgewogene Wahl attraktiver machen. Die Rolle des Küchenchefs ist dabei zentral. Daher investieren wir in Ausbildung und in neue Ideen.

Und bei der Kinderernährung wollen wir den Verantwortlichen die gesunde Wahl leicht machen. Ganz nach dem Motto: «Make the healthy choice the easy choice».

### WESHALB GEHT DIE SV GROUP IM 2014 EINE KOOPERATION MIT «FOURCHETTE VERTE» EIN?

Befragungen zeigen, dass Konsumenten beim Einkauf wie auch beim Restaurantbesuch eine klare Deklaration der ausgewogenen Menus wünschen. Damit sie sich bewusst entscheiden können.

Auch für Kindertagesstätten können wir neu ein ausgewogenes Angebot nach «Fourchette verte»-Kriterien anbieten. Das vereinfacht die Arbeit der Verantwortlichen erheblich.

### WAS FÜR EINE ORGANISATION IST «FOURCHETTE VERTE»?

Ein Qualitäts- und Gesundheitslabel für Restaurationsbetriebe, die ausgewogene Mahlzeiten anbieten. Das Label ist bereits in zehn Kantonen mit über 1200 zertifizierten Betrieben präsent.

### WANN WIRD DAS LABEL IN DEN RESTAURANTS DER SV GROUP ZU SEHEN SEIN?

Die ersten 30 Restaurants starten im Juli dieses Jahres. Und in drei Jahren wird die Mehrheit der Betriebe das Label eingeführt haben.

## MIT APPETIT ZU EINER AUSGEWOGENEN ERNÄHRUNG.



**\_ ZUTATEN** *Fourchette verte / liveEasy / actionsanté / GORILLA*

### **\_ ZUBEREITUNG**

Gesund essen ist einfach. Wenn man weiss, wie. Um unseren Gästen die Wahl leicht zu machen, stellen wir zum ausgewogenen Angebot immer Entscheidungshilfen bereit. Darüber hinaus unterstützen wir das Programm «GORILLA» und geben so Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, sich vermehrt mit einem gesunden Lebensstil auseinanderzusetzen und diesen in ihren Alltag zu integrieren.

Bei der SV Group ist ausgewogene Ernährung seit jeher auf dem Tisch – sowohl als Thema wie auch als Menu. Und tief verankert im SV Stiftungszweck. Um unsere gesunde Küche laufend näher an den Gast heranzutragen, richten wir uns schon immer nach den neusten Erkenntnissen. Einer der aktuell am häufigsten genannten Gründe für unausgewogene Ernährung ist: «ein einseitiges Angebot in der Gastronomie». Das belegt eine Studie im sechsten Schweizerischen Ernährungsbericht. Dem gilt es gezielt entgegenzuwirken. Und zwar gleich dreimal. Erstens mit der Verbesserung der Konsumenteninformation. Zweitens mit Hilfestellungen für eine gesunde Auswahl. Und drittens natürlich auch weiterhin mit der Zusammensetzung von Angeboten.

Ganz besonders wichtig ist es zum Beispiel, dass Kinder und Jugendliche lernen, Gemüse und Früchte zu schätzen. Denn die Weichen werden früh gestellt. Und insbesondere bei ihnen stellt Übergewicht in der Schweiz ein Problem dar. Genau da setzt das Programm «GORILLA» an.

### **GORILLA**

Das grösste Gesundheitsförderungsprogramm der Schweiz ist ein Projekt der Schtifti Foundation. Wir sind stolzer Partner und die SV Stiftung fördert das Programm mit. «GORILLA» erreicht jährlich über 150 000 Kinder und Jugendliche im Alter von 10–20 Jahren aus allen 26 Kantonen. Auf der Website werden Jugendliche motiviert, sich Wissen über Ernährung und Bewegung anzueignen. Mit einer integrierten E-Learning-Plattform. Und es werden Anreize geschaffen, Sportarten und Kochrezepte selbst auszuprobieren. An Schulen werden zum Beispiel Workshops in Freestyle-Sportarten und Ernährung angeboten.

In den Mensen der Kantonsschulen werden ausgewogene Menus mit dem «GORILLA»-Label ausgezeichnet. So erkennen die Schülerinnen und Schüler auf den ersten Blick, welche Menus für eine ausgewogene Ernährung stehen. Die SV Group kommuniziert das Angebot in den Kantonsschulen auf den gewohnten Plattformen.

### **FOURCHETTE VERTE UND LIVEEASY**

Unser Engagement für die gesunde Ernährung wird laufend und übergreifend ausgebaut. So führen wir zusätzlich «Fourchette verte» in unseren Personalrestaurants und Mensen ein. Das Label ist als unser unabhängiger Partner zuständig für Richtlinien sowie deren Überprüfung. Und steht für ausgewogene Menus, die sich an der Schweizer Lebensmittelpyramide orientieren.

Unser Label «liveEasy», das bislang gesunde und leichte Mahlzeiten auszeichnete, wird in Zukunft bei gesunden Snacks und Salatsaucen zum Einsatz kommen.

Und da Getränke einen wichtigen und grossen Teil der Verpflegung ausmachen, setzen wir mit «actionsanté» auf eine nachhaltige Initiative des Bundesamts für Gesundheit (BAG). In diesem Rahmen hat die SV Group ein Versprechen für ausgewogene Ernährung abgegeben. Und für «Mehr Durst – weniger Zucker».

Das Ziel ist immer das gleiche: Genuss und Ausgewogenheit in einem guten Gleichgewicht.





## UNSERE MITARBEITENDEN – DIE BASIS UNSERER UNTERNEHMENSKULTUR.

---

Es sind die Menschen, die das Unternehmen SV Group ausmachen. Bevor wir Ihnen auf den nächsten Seiten unsere Rezepte für soziale Nachhaltigkeit weitergeben, hier ein paar Facts zu unseren Mitarbeitenden im Überblick.

Anzahl Mitarbeitende insgesamt:  
5059

Teilzeit-  
Mitarbeitende:  
3329

Vollzeit-  
Mitarbeitende:  
1730





Anzahl Lernende  
und Praktikanten  
insgesamt:  
122



Köchinnen und Köche,  
Küchenangestellte:  
52

Anteil Frauen  
im Unternehmen:  
61.5%



Anteil Frauen  
im Kader:  
40%



Kaufmännische Lernende:  
10

Praktikanten:  
35

Restaurations-,  
Systemgastronomie-  
und Hotelfachleute:  
17

112 Nationen

Anteil Schweizer:  
62.3%



Anteil Ausländer:  
37.7%

Fluktuationsrate

Abgänge:  
20.1%

Bleibende:  
79.9%





## FAIRE SOZIALLEISTUNGEN ÜBER DEM STANDARD.

**\_ ZUTATEN** faire und transparente Lohnpolitik / aktives Gesundheitsmanagement / attraktive Zusatzleistungen

### **\_ ZUBEREITUNG**

Die SV Group setzt auf eine wertschätzende Leistungskultur. Weil unsere Mitarbeitenden das Herz des Unternehmens sind. Mit attraktiven Lohnnebenleistungen, einem vielfältigen Schulungs- und Fortbildungsangebot sowie einem aktiven Gesundheitsmanagement bieten wir unseren Angestellten einen grossen Mehrwert zur Berufstätigkeit.

### **LOHNPOLITIK**

Die SV Group verfügt über ein transparentes Lohnsystem, das dem Gleichstellungsgesetz – gleicher Lohn für Frau und Mann – zu 100% gerecht wird. Dabei werden die Berufserfahrung, die Anforderungen und Belastungen der jeweiligen Arbeitsstelle sowie die individuelle Leistung berücksichtigt. Ausgewählte Positionen sind zudem bonusberechtig.

### **GESUNDHEITSMANAGEMENT**

Wir legen grossen Wert auf die Gesundheit unserer Mitarbeitenden. Und sind davon überzeugt, dass ein gutes Arbeitsklima und ausgebildete Führungskräfte massgeblichen Einfluss auf die Gesundheit der Mitarbeitenden haben. Eine hohe Priorität geniessen auch die Arbeitssicherheit und Unfallprävention am Arbeitsplatz.

### **CASE MANAGEMENT UND SOZIALBERATUNG**

Die Unfall- und Krankheitsfälle der Mitarbeitenden werden strukturiert erfasst und entsprechende Massnahmen eingeleitet. Wie zum Beispiel ein externes Case Management, damit die Arbeitnehmenden wieder optimal integriert werden können. Allen Mitarbeitenden steht für persönliche, gesundheitliche, finanzielle, rechtliche oder administrative Fragen eine kostenlose externe Beratungsstelle zur Verfügung.

### **BERUFLICHE VORSORGE**

Die Wertschätzung für die SV Mitarbeitenden endet nicht mit der Lohnzahlung. Die SV Group verfügt über eigene Personalvorsorgestiftungen, die unabhängig vom Versicherungsmarkt agieren und finanziell gut aufgestellt sind. Die Vorsorgelösungen liegen deutlich über dem, was Gesetz und Gesamtarbeitsvertrag vorschreiben. Und die höheren Leistungen werden mehrheitlich durch die SV Group finanziert.

Auszug aus der  
Mitarbeitendenumfrage 2013:  
Die Zufriedenheitsquote  
ist konstant hoch.

10 —  
7.9 —



## FÜHRUNGSRUNDSÄTZE FÜR DIE ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT.

**\_ ZUTATEN** *respektvoller Umgang / bewusste Kommunikation / Authentizität und Transparenz / einheitliches Führungsverständnis / passion for quality*

### **\_ ZUBEREITUNG**

Führen heisst bei der SV Group, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich die «passion for quality» entfalten kann. Der respektvolle Umgang mit den Mitarbeitenden prägt die Unternehmenskultur und ermöglicht herausragende Leistungen.

*Folgende Grundsätze bilden das Fundament für ein einheitliches Führungsverständnis:*

*Wir führen nach klarer Strategie und mit klaren Zielen,  
... übernehmen Verantwortung und entscheiden,  
... nehmen uns bewusst Zeit zum Führen,  
... fördern unsere Mitarbeitenden kontinuierlich,  
... leisten gerne und sind engagiert,  
... kommunizieren bewusst,  
... sind authentisch und transparent,  
... nutzen die Vielfalt unserer Mitarbeitenden  
und fördern Teamwork aktiv.*

## POTENZIALFÖRDERUNG UND CHANCEN FÜR DIE ZUKUNFT.

**\_ ZUTATEN** *Ausbildungsplätze für acht Lehrberufe / breites Angebot an Weiterbildungen und Fachkursen / regelmässige Kurzschulungen / die Plattform «SV Chance»*

### **\_ ZUBEREITUNG**

Wir bieten unseren Mitarbeitenden eine Vielzahl an internen und externen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Individuelle Potenzialförderung, interne Programme sowie ein breites Kursangebot ergeben eine Vielzahl von Chancen, sich zu entfalten.

Unsere Lernenden und Mitarbeitenden haben einen sehr hohen Stellenwert. Es ist uns ein Anliegen, in acht Lehrberufen Ausbildungsplätze anzubieten. Auch Praktikumsstellen gehören für uns zur Nachwuchsförderung. Sowie ein «Management Trainee»-Programm nach erfolgreichem Hotelfachschulabschluss.

Als Basis für die Entwicklungsmöglichkeiten dient ein klar definierter Qualifikationsprozess, der partnerschaftlich zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden stattfindet.

Das interne Ausbildungsangebot der SV Group umfasst eine Vielzahl von Fachkursen zu den Themen Führung, Betriebswirtschaft, Verkauf, Quality Systems, Marketing oder Informatik, um nur einige zu nennen. Zusätzlich profitieren alle Mitarbeitenden regelmässig von «Let's go»-Schulungen. Im Mittelpunkt dieser Tagestrainings stehen auch die Förderung der Unternehmenskultur und das Verständnis für betriebliche Arbeitsprozesse.

Engagierten und flexiblen Führungskräften bietet die SV Group in Talentmanagement-Programmen die beste Voraussetzung für eine Weiterentwicklung im Unternehmen. Von dieser Potenzialförderung profitieren Köche, Küchenchefs, Assistant Restaurant Manager und Restaurant Manager.

Mitarbeitende ohne Berufsabschluss aus dem Bereich Küche und Service können zudem den «SV Progresso»-Lehrgang absolvieren.

### **SV CHANCE**

Im Laufe des Jahres 2014 lanciert die SV Group das Programm «SV Chance». Mit der Vision, dass Mitarbeitenden Schritt für Schritt ein Aufstieg über die ganze Karriereleiter ermöglicht wird. Das gesamte Angebot wird auf einer eigens erstellten Online-Plattform übersichtlich aufgeführt. Wer interessiert ist, kann sich über das Angebot orientieren und daran teilnehmen.

## SUSY BRÜSCHWEILER, PRÄSIDENTIN DER SV STIFTUNG, IM INTERVIEW.



„Wir fördern Projekte,  
die sich für eine gesunde,  
erschwingliche Ernährung  
der breiten Bevölkerung  
einsetzen.“

### FRAU BRÜSCHWEILER, WAS SIND DIE AUFGABEN DER SV STIFTUNG?

Die SV Stiftung ist die soziale Verankerung des Catering-Unternehmens, als Trägerstiftung und Mehrheitsaktionärin der SV Group AG. Sie fördert vielfältige Projekte, die sich wirksam für eine gesunde, erschwingliche Ernährung der breiten Bevölkerung einsetzen.

### NACH WELCHEN KRITERIEN UNTERSTÜTZT DIE SV STIFTUNG PROJEKTE?

Unterstützt werden professionell konzipierte Projekte aus der ganzen Schweiz. Sie müssen eine Zielgruppe direkt ansprechen und eine möglichst grosse Breitenwirkung entfalten. Es sind Projekte, welche die Information über zeitgemässe Ernährung verbessern. Oder das gesunde Ernährungsverhalten der Kinder und Jugendlichen im Speziellen fördern. Auch über einen erleichter-

ten Zugang zu Gesundheit im Allgemeinen, wie beispielsweise über Sportangebote. Ebenso für die aktive Bevölkerung und für Senioren. Zudem sollen die Folgen ungesunder Ernährung gemildert werden. Ein weiteres Feld ist die Forschung bezüglich gesunde Ernährung, insbesondere im naturwissenschaftlich-medizinischen Bereich sowie in der Verhaltensforschung, in den Sozialwissenschaften und in der Lebensmitteltechnologie. Auch hier fördert die SV Stiftung.

### WELCHE PROJEKTE UNTERSTÜTZT DIE SV STIFTUNG AKTUELL?

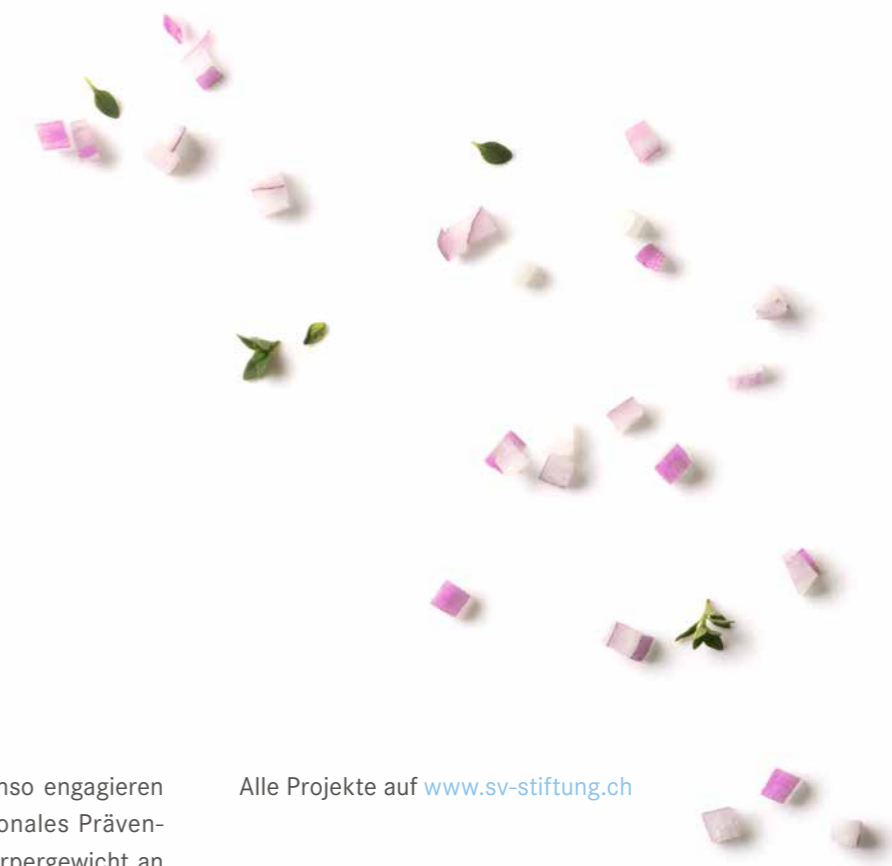
Mit «REGI&NA» werden Jugendliche für gute Ernährung sensibilisiert. Wir unterstützen auch die Caritas-Märkte, wo gesunde und verbilligte Nahrungsmittel für armutsbetroffene Menschen angeboten werden. Und «Tischlein deck dich», womit überschüssige und einwandfreie Lebens-

mittel an Bedürftige gehen. Ebenso engagieren wir uns für «GORILLA», ein nationales Präventionsprojekt für ein gesundes Körpergewicht an Schulen. Ähnlich verfolgt das Projekt «Setting KITA». Das Beratungsprojekt «PEBS» wiederum bietet präventive Ernährungs- und Bewegungsberatung für Schwangere und Mütter an. Insgesamt werden aktuell neun Projekte gefördert.

### WO WIRD SICH DIE SV STIFTUNG IN DEN NÄCHSTEN JAHREN ENGAGIEREN?


Als Vergabestiftung für Projekte aus dem Ernährungsbereich legt die SV Stiftung Wert auf die Nachhaltigkeit der geleisteten Unterstützung. Das bedeutet, dass sie sich je nach Projekt auch über mehrere Jahre hinweg zu wiederkehrenden finanziellen Beiträgen verpflichtet. Es geht also um Kontinuität und Langfristigkeit von laufenden Projekten, um möglichst gute Ergebnisse zu erzielen.

Alle Projekte auf [www.sv-stiftung.ch](http://www.sv-stiftung.ch)



# Schnelle Facts

- damit Sie  
munter  
weiterlesen.



DIENSTÄLTESTE  
MITARBEITERIN:  
EINTRITT AM  
1.4.1962

WEITERBILDUNGEN 2013:  
3020 KURSTAGE UND  
34 500 STUNDEN  
«LET'S GO»-SCHULUNG

ÄLTESTE  
MITARBEITERIN:  
GEBURT AM  
30.1.1937

JÜNGSTE  
MITARBEITERIN:  
GEBURT AM  
24.9.1998

ANZAHL  
MITARBEITENDE IM  
GRÖSSTEN BETRIEB:  
308

ANZAHL  
MITARBEITENDE IM  
KLEINSTEN BETRIEB:  
1



**REZEPTE FÜR  
GESUNDES WACHSTUM**



## NACHHALTIGKEIT ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR.

**\_ ZUTATEN** Prinzipien einer guten Unternehmensführung / die SV Stiftung als Mehrheitsaktionärin / Nachhaltigkeit als Triebfeder

### **\_ ZUBEREITUNG**

Den Unternehmenswert steigern heisst für uns: Verantwortung für die Gesellschaft und die Mitarbeitenden tragen, Sensibilität für die Umwelt fördern und kommunizieren sowie transparentes Reporting und Controlling sicherstellen. Denn die SV Group möchte nachhaltig wachsen.

### **CORPORATE GOVERNANCE**

Die SV Group ist den Prinzipien einer guten Unternehmensführung verpflichtet. Die entsprechenden Regeln sind in den Statuten, im Management-Handbuch und im Organisationsreglement festgehalten. Beim Reporting orientiert sich die SV Group an den Standards des Swiss Codex of Best Practice.

Folgende Elemente sind für unsere Corporate Governance kennzeichnend: Gute Beziehungen zu den Aktionären. Die effektive Zusammenarbeit von Konzernleitung und Verwaltungsrat. Ein erfolgsorientiertes Vergütungssystem für Führungskräfte und Mitarbeitende. Sowie eine transparente Rechnungslegung und frühzeitige Berichterstattung.

### **KONZERNSTRUKTUR**

Die bedeutendste Aktionärin ist die SV Stiftung mit 88.9%. Damit hat sie zwei Hauptaufgaben. Zum einen nimmt sie ihre Rechte und Pflichten als Mehrheitsaktionärin der SV Group wahr. Zum anderen entscheidet sie über die Verwendung ihrer Dividenden im Rahmen des Stiftungszwecks.

## ERNST A. BRUGGER, VERWALTUNGSRATSPRÄSIDENT DER SV GROUP, IM INTERVIEW.



*„Für uns ist Nachhaltigkeit Triebfeder für Wettbewerbsfähigkeit.“*

### **IST NACHHALTIGKEIT FÜR DIE SV GROUP EINE PFLICHT – ODER MEHR?**

Nachhaltigkeit ist bei der SV Group seit 100 Jahren Teil unserer Genstruktur. Die Gründung war von sozialen Motiven getrieben, aber der Verein wurde unternehmerisch geführt. Diese Kombination von gesellschaftlicher Verantwortung einerseits und unternehmerischem Erfolg andererseits hat sich laufend weiterentwickelt: Die ökologische Thematik kam schrittweise hinzu, wie auch das Thema gesundes Essen und das Engagement für die Mitarbeitendenschulungen. Heute ist Nachhaltigkeit eingewoben in die Strategie der Gruppe, in unsere Produkte und Dienstleistungen, in die Kundenbeziehungen und in die Kommunikation nach innen und nach aussen. Für uns ist Nachhaltigkeit keine Pflicht, sondern Triebfeder für Wettbewerbsfähigkeit, für das Schaffen von kleineren und grösseren Innovationen.

### **WER IST BEI DER SV GROUP FÜR NACHHALTIGKEIT VERANTWORTLICH?**

Nachhaltigkeit ist eine Wertorientierung und – wie gesagt – eine strategische Ausrichtung mit vielfältigen Auswirkungen im Operativen. Die oberste strategische Verantwortung liegt beim Verwaltungsrat, der diese Orientierung gemeinsam mit der Konzernleitung weiterentwickelt. Konzernleitung und Management sind für die Umsetzung und die Messung der Wirkungen verantwortlich. Und im Weiteren darf die Rolle der SV Stiftung, unserer wichtigsten Aktionärin, nicht vergessen werden: Sie schafft mit der jährlichen Dividende konkrete Impulse für die Förderung der gesunden Ernährung in der Schweiz. Diese innere Motivation, ja Begeisterung im Unternehmen bedingt langfristige orientierte und kommunikationsstarke Führung.

### **WELCHE THEMEN DÜRFTEN DIE ZUKUNFT PRÄGEN?**

Zum weltweit wichtigen Thema des Klimawandels können nachhaltige Nahrungsmittel Wesentliches beitragen. Wir haben diesen Weg pionierartig begonnen und wissen, dass weitere Schritte möglich sind. Wichtig ist, dass Nachhaltigkeit nicht zu einer Frage von «schlechtem Gewissen» abgestempelt wird, sondern als positiver Lifestyle, der mit Genuss und Lebensfreude verbunden wird. Diese unternehmerische Haltung wird uns in Zukunft neue Möglichkeiten eröffnen: Nachhaltigkeit als Attraktivitätsfeder für modernes, gesundes Essen, attraktive Hotelangebote, spannende Wege in der Weiterbildung und in Karrierewegen für alle Mitarbeitenden. Ich freue mich auf zahlreiche Innovationen auf diesem Weg. Und die SV Group als Marktleaderin will auch da vorne mitwirken, ganz vorne.



## UND JETZT KOCHEN WIR RICHTIG.

---

Wir leben unsere Nachhaltigkeitsmassnahmen. Jeden Tag. Entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Aber an einem Ort laufen sie alle zusammen: in der Küche.

Im Rezept auf den folgenden zwei Seiten vereinen sich unsere Anforderungen an ein Gericht, das die entsprechenden Standards erfüllt.

## RIBELMAISPOULARDE MIT MORCHELSAUCE, RHEINTALER RIBELMAIS-POLENTA UND POPCORN.

---

Die Ribelmaishühner der Gourmet Geflügel AG kommen aus der Ostschweiz. Sie werden tierfreundlich in kleinen Herden mit Auslauf gehalten. Mit Rheintaler Ribelmais aus Schweizer Anbau und Produktion.

\*

Alle weiteren Zutaten sind über alle Jahreszeiten hinweg aus Schweizer Anbau erhältlich. Statt frischen Morcheln können auch getrocknete verwendet werden.

\*\*

Aus den kurzen Transportwegen ergibt sich für sämtliche Zutaten eine hervorragende CO<sub>2</sub>-Bilanz.

\*\*\*

Und der Ausgewogenheit zuliebe empfehlen wir zu diesem Gericht einen reichhaltigen Salat.

\*\*\*\*

Mit diesen Rezepten kochen wir artgerecht, gesund und klimafreundlich.

Wir wünschen Ihnen viel Spass damit.



## RIBELMAISPOULARDE

---

**\_ ZUTATEN** 4 Stk. Ribelmaispouardenbrust mit Haut / 2 EL Rapsöl / ½ Zehe Knoblauch / 1 Zweig Rosmarin / wenig Salz und Pfeffer

### \_ VORBEREITUNG

Knoblauchzehe schälen, längs halbieren und in grobe Scheiben schneiden. Rosmarinzweig waschen und gut abtropfen lassen.

### \_ ZUBEREITUNG

Ribelmaispouardenbrüste mit Salz und Pfeffer würzen. Das Rapsöl in einer beschichteten Bratpfanne erhitzen. Die Pouardenbrüste auf der Hautseite goldbraun anbraten. Danach wenden, Rosmarin und Knoblauch begeben. Die Pouardenbrüste im Ofen bei 160 °C während ca. 10 Minuten fertig garen.



## MORCHELSAUCE

---

**\_ ZUTATEN** 20g Butter / 1 Schalotte / 75g frische Morcheln / 3 EL Weisswein / 2.5dl Vollrahm 35% / 1 dl Bratensauce / wenig Salz und Pfeffer

### \_ VORBEREITUNG

Schalotten rüsten und fein hacken. Morcheln längs halbieren, Stiele etwas abschneiden, gut waschen und abtropfen lassen. Bratensauce gemäss Herstellerhinweis zubereiten.

### \_ ZUBEREITUNG

Butter in einer Pfanne erhitzen. Schalotten darin glasig dünsten. Morcheln begeben und dünsten. Mit Weisswein ablöschen, einkochen lassen. Vollrahm und Bratensauce begeben, etwas einkochen und abschmecken.

## RHEINTALER RIBELMAIS- POLENTA

---

**\_ ZUTATEN** 25g Butter / 1 Zwiebel / 180g Rheintaler Ribelmais (Bramata) / 3.5dl Milch / 3dl Gemüsebouillon / 75g Maiskörner (aus der Dose) / 50g Butter / 1 Zweig Rosmarin / 1 Zweig Thymian / ½ Zehe Knoblauch / 50g Sbrinz

### \_ VORBEREITUNG

Zwiebeln rüsten und fein hacken. Gemüsebouillon zubereiten. Rosmarin und Thymian waschen und gut abtropfen lassen. Knoblauchzehe schälen, längs halbieren und in grobe Scheiben schneiden. 50 Gramm Butter in einer kleinen Pfanne erhitzen. Rosmarin, Thymian und Knoblauch begeben, Butter aufschäumen und passieren.

### \_ ZUBEREITUNG

25 Gramm Butter in einer Pfanne erhitzen. Zwiebel begeben und glasig dünsten. Rheintaler Ribelmais ebenfalls dazugeben und glasig dünsten. Milch und Gemüsebouillon nach und nach unter ständigem Rühren begeben. Die dickflüssige Polenta vom Herd ziehen, Sbrinz, Kräuterbutter und Maiskörner untermischen. Zum Schluss abschmecken.

## POPCORN

---

**\_ ZUTATEN** 20g Popcorn / 10g Butter / 35g Karamellsirup

### \_ ZUBEREITUNG

Popcorn gemäss Herstellerhinweis zubereiten. Butter in einer Pfanne schmelzen, Karamellsirup begeben. Die Popcorn mit dem Butter-Karamellsirup mischen. Im Ofen bei 140 °C ca. 15 Minuten trocknen. Dabei mehrmals wenden.

Alles miteinander auf einem vorgewärmten Teller anrichten.

Guten Appetit!



# DANKE! FÜR DIE GUTE ZUSAMMENARBEIT AUF DEN NACHHALTIGKEITSFELDERN.

## WWF SCHWEIZ



Als Hauptpartner für «ONE TWO WE» begleitet der WWF Schweiz unser Klimaschutzprogramm gesamthaft. Und fördert den regelmässigen Austausch in Nachhaltigkeitsfragen.

## ELEKTRIZITÄTWERK DER STADT ZÜRICH



Bei der Festlegung von Energiestandards, Beratungen bei Kunden und in Energiefragen unterstützt uns ewz.

## ESU-SERVICES GMBH



Unser Partner im Bereich des umweltfreundlichen Konsums erstellt Ökobilanzen und berechnet die Umweltbelastung des Warenkorbs der SV Group.

## ETH ZÜRICH



Im Rahmen eines studentischen Forschungsprojektes arbeitet die SV Group zusammen mit der ETH Zürich an der weiteren Verminderung der Umweltbelastungen durch den Gastronomiebetrieb.

## HILTL AG



Unser Experte bei der Weiterentwicklung der vegetarischen Küche. Das Traditionshaus schult die Küchenchefs der «ONE TWO WE»-Betriebe im Hiltl Kochatelier.

## MAX-HAVELAAR-STIFTUNG



Die SV Group ist Gastronomiepartnerin der Max-Havelaar-Stiftung (Schweiz) für Produkte aus fairem Handel.

## PISTOR AG



Der grösste Logistikpartner der SV Group beliefert sämtliche SV Restaurants mit einer modernen Flotte.

## SGG WASER AG



Beim Bezug von Früchten und Gemüse aus möglichst umweltschonender Produktion setzen wir auf die SGG Waser AG.

## BIANCHI AG



Unser Lieferant für Fisch und Meeresfrüchte ist Mitglied der WWF Seafood Group.

## FOURCHETTE VERTE



Das Label ist unser Partner für gesunde Ernährung und dient als Wegweiser für einen ausgewogenen Teller. Nach den Prinzipien der Schweizerischen Lebensmittelpyramide.

## ACTIONSANTÉ



Die SV Group leistet im Rahmen der Initiative des Bundesamtes für Gesundheit (BAG) zwei freiwillige Aktionsversprechen: «Mehr Durst – weniger Zucker» und «Gesund essen in der Gemeinschaftsgastronomie».

## SCHWEIZERISCHE GESELLSCHAFT FÜR ERNÄHRUNG SGE



Die SGE unterstützt und berät uns bei Fragen rund um das Thema ausgewogene Ernährung in der Gemeinschaftsgastronomie.

## SCHTIFTI FOUNDATION



Die SV Stiftung ist Partnerin der Schtifti Foundation für ausgewogene Ernährung und Bewegung für Kinder und Jugendliche. Sie lancierte 2010 das nationale Gesundheitsförderungsprogramm «GORILLA».

## MOVIS



Die betriebliche Sozialberatung der SV Group steht den Mitarbeitenden gratis zur Verfügung. Im Fall von persönlichen, gesundheitlichen oder finanziellen Fragen sowie für Fragen rund um Sozialversicherung.

## ACTIVITA CARE MANAGEMENT



Der führende Anbieter im neutralen und unabhängigen Care Management ist zuständig für die systematische Fallbetreuung mit dem Ziel der bestmöglichen gesundheitlichen Rehabilitation.

## AUSBLICK

---

### ONE TWO WE

Wir wollen noch mehr CO<sub>2</sub> einsparen und auch in Zukunft Kunden für unser Klimaschutzprogramm gewinnen.

### DER WARENKORB WIRD NOCH GRÜNER

Ab Frühjahr 2014 kommen Schweizer Tomaten, Gurken, Auberginen und Nüsslisalat aus Gewächshäusern, die mit Erd- und Fernwärme beheizt werden.

Mit dem Alpstein-Poulet nehmen wir ein nachhaltiges und erstklassiges Produkt aus der Ostschweiz ins Angebot auf. Es steht für kleine Herden mit viel Auslauf an natürlichem Tageslicht. Und für kurze Transportwege.

Unsere Milch kommt nur noch von Kühen, die auf der Weide frisches Gras fressen. Sie bekommen kein Soja und weniger Kraftfutter. Die Wiesenmilch ist mit dem Label «IP-SUISSE» zertifiziert.

### AUSGEWOGENER GENUSS

Im Juli 2014 starten die ersten 30 Betriebe mit dem Label «Fourchette verte» für eine ausgewogene Ernährung.

In Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Gesundheit (BAG) setzen wir uns im Rahmen der Initiative «actionsanté» unternehmensweit für eine ausgewogene Ernährung und gesündere Getränke ein.

### SV CHANCE

2014 lancieren wir «SV Chance» für eine unternehmensweite Karriereförderung auf allen Stufen.

