

svgroup



**Nachhaltigkeitsbericht SV Schweiz  
2019 bis 2021**

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>3</b>
<b>Umfassender Ansatz für nachhaltige Erlebnisse</b>	<b>4</b>
<b>Nachhaltige Ernährung und Produktion</b>	<b>6</b>
Gesunde und klimafreundliche Ernährung	9
Ethische, ökologische und soziale Lebensmittelproduktion	14
Effizienter Umgang mit Abfall und Energie	19
Partnerschaften und transparente Kommunikation	22
<b>Nachhaltiges Bauen und Management</b>	<b>24</b>
Nachhaltigkeit in unserem ersten Stay Kooook in Bern Wankdorf	27
<b>Mitarbeitende und Soziales Engagement</b>	<b>28</b>
Attraktive Anstellungsbedingungen	31
Gesundheit und Arbeitssicherheit	33
Diversity und Inclusion	35
Weiterentwicklung und Nachwuchsförderung	36
Soziales Engagement	38

## Anmerkung der Redaktion

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde als online-Bericht konzipiert und publiziert unter:  
[sv-group.ch/de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht-2019-2021](https://sv-group.ch/de/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsbericht-2019-2021)

Dieses PDF wurde in erster Linie zur Archivierung erstellt. Gültigkeit hat der online-Bericht.

# Vorwort

Liebe Gäste, Kunden, Partner und Lieferanten  
Liebe Medien und Organisationen  
Liebe Leser:innen

Nachhaltigkeit ist fest in unserem Unternehmen verankert. Begonnen hat dies mit Else Züblin-Spiller, die aus sozialer Verantwortung gehandelt hat. Es lag auf der Hand, dass wir als erstes Unternehmen der Branche Nachhaltigkeit früh als wirtschaftliche, soziale und ökologische Verantwortung definierten. Viel hat sich entwickelt seit diesen Anfängen.

Seit Beginn Feiern und n haben wir unserer Lieferkette großes Gewicht beigemessen. Nach wie vor sind wir überzeugt, dass das verantwortungsbewusste Management der eigenen Lieferkette eines der zentralen Elemente für unseren Erfolg im Bereich Nachhaltigkeit ist. Heute ist dieses Thema aktueller denn je. Das bedeutet für die SV Group, gemeinsam mit unseren Partnern das Bewusstsein unserer Lieferanten für gestellte Anforderungen und Erwartungen zu stärken. Gleichzeitig möchten wir unsere Kunden noch mehr für ein nachhaltiges Angebot in ihren Mitarbeitenden Restaurant begeistern. Denn wir sind überzeugt, dass sie sich darüber noch besser im Arbeitsmarkt profilieren können.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der SV Group zielt auf Gesundheit ab – von Mensch und Planet. Kulinarische Vielfalt steht im Einklang mit ausgewogener Ernährung und der Sorge zu natürlichen Ressourcen und einer ethischen Lebensmittelproduktion. Naturgemäss setzt das Unternehmen daher auf pflanzenbasierte Ernährung, ohne auf Fleisch und tierische Eiweisse zu verzichten. So schafft die SV Group die Balance zwischen weniger Emissionen und der freien Entscheidung von Kunden und Gästen.

Partnerorganisationen stützen unsere Nachhaltigkeitsstrategie: Zusammen mit dem WWF hat die SV Group 2021 die Zielvorgabe von 17% weniger Emissionen bis Ende 2023 definiert. In Vereinbarungen mit dem Schweizer Tierschutz vertiefte die SV Group ihre Zusammenarbeit zu Fleisch aus artgerechter und tierfreundlicher Haltung. 2021 hat sich die SV Group ausserdem dem Swiss Triple Impact Assessment (STI) angeschlossen. Im nächsten Schritt erarbeitet das Unternehmen Ziele, mit denen es seinen Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der UNO leisten will.

Der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir auch während der Pandemie höchste Bedeutung beigemessen. In einzelnen Bereichen, zum Beispiel bei unseren Klimazielen, sind wir weniger schnell vorangekommen als geplant. Stolz bin ich darauf, dass wir trotz schwierigen Jahren den Anteil an Labelprodukten halten konnten.

Wir wollen uns weiter verbessern. Deshalb haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Strategie bis Ende Jahr um weitere Aspekte zu ergänzen. Erstens wollen wir uns bereichsübergreifende Klimaziele setzen. Zweitens wollen wir künftig auch in Deutschland

und Österreich nachhaltiger einkaufen. Und drittens wollen wir für den Bereich Hotel bis Ende Jahr eine Nachhaltigkeitsstrategie vorlegen, die über den F&B Bereich hinausgeht. Diese soll unter anderem die Nachhaltigkeitsstandards der Gebäude, deren Betrieb und die Beschaffung nachhaltiger Materialien für die Innenausstattung umfassen.

Bislang veröffentlichten wir unseren Nachhaltigkeitsbericht im 3-Jahres-Rhythmus. Um dem Informationsbedürfnis unserer Kunden, Gäste, der allgemeinen Öffentlichkeit und den Medien noch besser gerecht zu werden, publizieren wir neu einen jährlichen Fortschrittsbericht im Internet. So können alle Interessierten jederzeit auf die aktuellsten Informationen zugreifen.

Wir freuen uns, wenn Sie zwischendurch wieder auf unserer Webseite oder auf LinkedIn vorbeischaun, um unsere Fortschritte zu verfolgen und zu erfahren, wie wir bei der SV Group Nachhaltigkeit leben.

Herzliche Grüsse

Patrick Camele  
CEO SV Group



# Umfassender Ansatz für nachhaltige Erlebnisse

Bei all unseren Aktivitäten legen wir darauf Wert, dass wir einen Beitrag zu allen relevanten Nachhaltigkeitsthemen leisten. Unter dem Dach der Nachhaltigkeit vereinen wir sowohl ökologische als auch soziale Themen und stellen eine wirkungsvolle und transparente Umsetzung sicher.

Die SV Group engagiert sich seit über 100 Jahren für das gesellschaftliche Wohl. Wir sehen uns in der Verantwortung, einen wirkungsvollen Beitrag zu einer nachhaltigen und gesunden Verpflegung der Bevölkerung zu leisten und die Gastronomie und Hotellerie nachhaltig zu verbessern. Dazu verfolgen wir einen umfassenden Ansatz und stellen uns den ökologischen als auch sozialen Herausforderungen, die sich durch unsere Tätigkeit ergeben.

In unserer langjährigen Nachhaltigkeitsarbeit lag der Fokus bisher primär auf Aktivitäten in unserem Heimmarkt Schweiz – und innerhalb der Schweiz massgeblich auf unseren Aktivitäten in der Gemeinschaftsgastronomie. Dieser Fokus spiegelt sich auch im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht wieder, der sich auf die vergangenen drei Jahre (2019 bis 2021) bezieht.

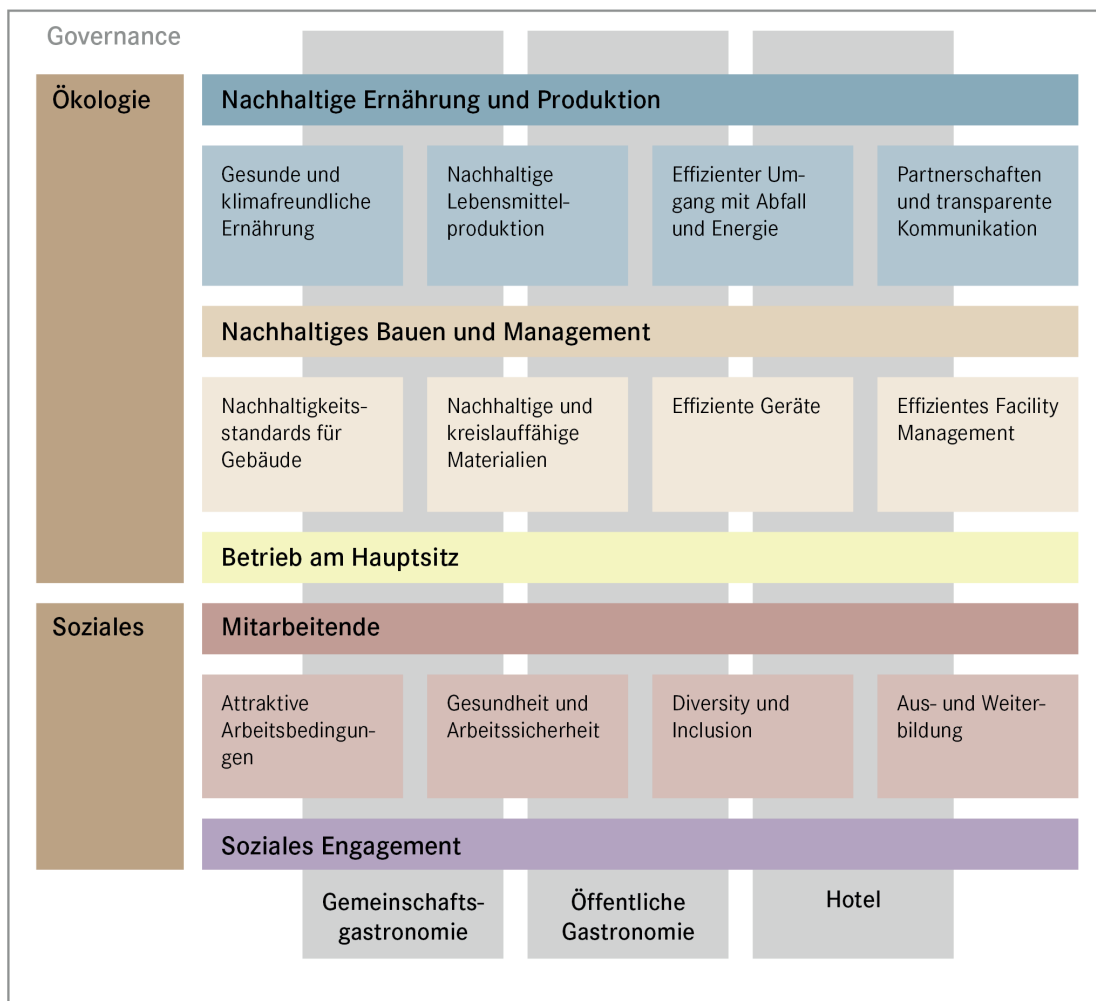
## Pandemiebedingt schwierige Vergleichbarkeit der Daten

Die von der Pandemie geprägten Jahre 2020 und 2021 waren für die Gastronomie und Hotellerie äusserst herausfordernd: Nebst den finanziellen Einbussen kam es zu Verzögerungen von Innovationsprojekten und Unsicherheiten im Einkauf aufgrund der fehlenden Planbarkeit. Dies hatte auch einen Einfluss auf die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und die Datengrundlage. Dies muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

## Weiterentwicklung unserer Berichterstattung

In der Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie rücken unsere Geschäftstätigkeiten in Deutschland und Österreich sowie die Business Unit SV Hotel immer mehr in den Fokus. Aus diesem Grund wird die Berichterstattung künftig sämtliche Bereiche (Gemeinschaftsgastronomie, öffentliche Gastronomie und Hotel) beinhalten. Dafür orientieren wir uns an einem Handlungsrahmen, der neben nachhaltiger Ernährung und sozialer Nachhaltigkeit auch das Thema «nachhaltiges Bauen und Management» beinhaltet.

## Unsere Handlungsbereiche



## Unsere Herangehensweise

- Ganzheitliche Betrachtung
- Wissenschaftlich fundiert
- Mit Partnern und Experten entwickelt
- Messbar und transparent

## Unser Beitrag zu den SDGs





## Nachhaltige Ernährung und Produktion

Ernährung steht in engem Zusammenhang mit unserer Umwelt und Gesundheit. Wir arbeiten seit vielen Jahren daran, die Umweltbelastung entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren und unseren Gästen ein gesundes Angebot zu bieten. Unser Ziel: wir bringen Nachhaltigkeit auf jeden Teller.

Die Produktion und der Konsum von Lebensmitteln hat einen erheblichen Einfluss auf den Klimawandel, die Biodiversität und andere Umweltfaktoren. Ein übermässiger Konsum an tierischen Produkten, nicht-ökologische Produktionsweisen und die Verschwendung von Lebensmitteln entlang der gesamten Wertschöpfungskette verursachen dabei die grössten Probleme. Gleichzeitig wird die Lebensmittelproduktion massgeblich von den Folgen des Klimawandels und anderer Umweltprobleme beeinflusst. Die Zusammensetzung unserer Ernährung ist

aber auch relevant für die Gesundheit des Menschen. So kann eine unausgewogene Ernährung mit einem übermässigen Konsum an tierischen Produkten das Risiko für sogenannte Zivilisationskrankheiten (z.B. Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Adipositas, Diabetes, und bestimmte Krebsarten) erhöhen.

Um einen umfassenden Beitrag für eine nachhaltige und gesunde Ernährung zu leisten, haben wir uns 2019 ein ambitioniertes Ziel gesetzt: Langfristig richten wir unser Angebot an den Empfehlungen der «Planetary Health Diet» aus. Die Planetary Health Diet ist ein wissenschaftlicher Ansatz, der Umwelt und Gesundheit in Einklang bringen möchte. Mit der Ausrichtung unserer Aktivitäten an der Planetary Health Diet können wir unser bestehendes Engagement für Nachhaltigkeit und Gesundheit vereinen. Wir erkennen, wo wir uns noch verbessern müssen und orientieren uns an einem wissenschaftlich basierten Ansatz.

### Vier Aktionsfelder für eine nachhaltige Ernährung und Produktion

- Gesunde und klimafreundliche Ernährung
- Ethische, ökologische und soziale Lebensmittelproduktion
- Effizienter Umgang mit Abfall und Energie
- Partnerschaften und transparente Kommunikation



## Wie wird eigentlich Schweizer BIO-Tofu hergestellt?

Soja ist eine der wichtigsten und effizientesten Nutzpflanzen weltweit: Günstige Produktionskosten und ein hoher Proteinanteil sind nur zwei der Vorteile, die Soja als Futtermittel aber auch als wichtigstes Fleischersatzprodukt für uns Menschen höchst interessant machen. Letzteres zum Beispiel in Form von Tofu, der sich in unseren Restaurants immer steigender Beliebtheit erfreut und uns dabei hilft, unseren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck zu reduzieren. Für uns dabei wichtig: Wir achten darauf, dass unser Tofu ausschliesslich aus der Schweiz stammt und nach Bio-Standard produziert wird. Aber wie wird aus der Sojapflanze eigentlich Tofu? Wir haben uns schlau gemacht.

Die Erfolgsgeschichte von Tofu ist bereits 2'000 Jahre alt. Kein Wunder, ist er doch eine ausgezeichnete pflanzliche Proteinquelle: Mit nur 100 Gramm Tofu kann bereits ein Drittel des täglichen Eiweissbedarfs gedeckt werden. Ursprünglich aus China, wurde der Tofu später auch in Korea, Japan, Vietnam und Thailand neben Reis zum Grundnahrungsmittel. Längst erfreut sich Tofu auch in unseren Breitengraden grosser Beliebtheit und ist nicht nur bei Veganern und Vegetariern zum festen Bestandteil der Ernährung geworden.



Dank seines neutralen Geschmacks kann Tofu vielfältig eingesetzt werden: er lässt sich ausgezeichnet marinieren, räuchern, panieren, grillen oder frittieren.

Woraus besteht Tofu?

«To» bedeutet im Chinesischen «Bohne» und «Fu» steht für «gerinnen». Im Grunde ähnelt die Tofu-Produktion der Herstellung von Käse. Allerdings ist der Tofu sofort nach der Herstellung genussbereit und muss nicht wie ein Käse gereift werden.



Zunächst werden die getrockneten Sojabohnen in Wasser eingelegt. Die eingeweichten Sojabohnen werden gemahlen und aufgekocht. Beim anschliessenden Abpressen der Flüssigkeit, der sogenannten Sojamilch, werden Calciumsulfat und Nigari hinzugegeben. Bei beiden handelt es sich um Salze, welche die Sojamilch gerinnen lassen. Dabei scheidet sich die Molke von den Tofuflocken. Die weichen Flocken werden abgeseibt und zu einem festen Block gepresst, der nun lediglich noch Stücke geschnitten werden muss.



### Wie gesund ist Tofu?

Tofu ist eine fett- und kalorienarme Eiweissquelle, die frei ist von Cholesterin und Zucker – ideal also für eine ausgewogene Ernährung. Tofu ist ausserdem eine gute pflanzliche Alternative zu Fleisch- oder Milchprodukten und daher auch geeignet für Menschen mit Laktoseintoleranzen. Ausserdem ist Tofu reich an Ballaststoffen und enthält viele Mineralstoffe wie Magnesium, Eisen, Kalium, Kalzium, Kupfer, Phosphor, Zink sowie Folsäure. Daneben weist es viele wichtigen B-Vitamine wie Vitamin B5 oder Vitamin B3 und essentielle Aminosäuren auf.



### Wieso Schweizer BIO-Tofu?

Trotz all der positiven Eigenschaften, steht der Sojaanbau aufgrund der extensiven Landnutzung vor allem in Regelwaldgebieten immer wieder in der Kritik, schwerwiegende Umweltprobleme zu verursachen. Dies kann jedoch nicht dem Tofu angelastet werden, da weltweit nur knapp 3 % des angebauten Sojas für die Tofu-Produktion verwendet werden. Darüber hinaus werden Sojaprodukte für den europäischen Markt auch grösstenteils aus europäischem Soja hergestellt.



Um unseren Einkauf möglichst nachhaltig produzierter und regionaler Produkte zu erhöhen, haben wir uns 2018 dazu entschlossen, in unseren Restaurants ausschliesslich Schweizer Tofu aus biologischem Anbau zu verwenden. Für den BIO-Anbau wird Landwirten Anforderungen vorgegeben, mit denen die Bodenfruchtbarkeit und die Artenvielfalt bewusst gefördert werden: z.B. die Verwendung von Düngern von Tieren, Pflanzen und Gestein sowie der Einsatz von natürlichen Pflanzenschutzmitteln. Dadurch wird verhindert, dass chemisch-synthetische Mittel in unsere Böden, Gewässer und damit schlussendlich in den Menschen gelangen.

## Wir räumen mit Vorurteilen auf

### Mythos 1: Für die Tofuproduktion wird Regenwald abgeholzt

Vor allem Veganern wird immer wieder vorgeworfen, dass sie für die Abholzung des Regenwalds mitverantwortlich sind. Tatsächlich werden aber rund 80 % der weltweiten Sojaernte als Futtermittel für die Erzeugung von tierischen Produkten eingesetzt. Nur knapp 3 % werden für die Herstellung von Tofu verwendet. Für Umweltschäden, die im Zusammenhang mit der weltweiten Sojaproduktion entstehen, müssten daher eher den Fleischessern Mitschuld gegeben werden. Ausserdem wird für die Tofuproduktion in Europa fast ausschliesslich europäisches Soja verwendet.

### Mythos 2: Tofu ist genmanipuliert

Tatsächlich sind rund 90 % des weltweit angepflanzten Sojas genmanipuliert – allerdings wird dieses nur für das Tierfutter verwendet und nicht für den direkten Verzehr, wie beispielsweise als Tofu. Dies gilt nicht nur für BIO-Tofu, sondern auch für herkömmlich produzierten Tofu.

### Mythos 3: Männer sollten aufgrund der Hormone kein Soja verzehren

Dass Soja für besonders für Männer schädlich sei, ist einer der gängigsten Vorurteile gegenüber Tofu. Dieser soll Männer nämlich „verweiblichen“, unfruchtbar machen oder sogar Prostatakrebs fördern. Schuld daran seien die hormonähnlichen Isoflavone, eine Form der Phytoöstrogene, da sie angeblich negative Auswirkungen auf den Testosteronspiegel hätten. Zudem hört man immer wieder, dass der Verzehr von Tofu den weiblichen Hormonhaushalt beeinflusst. Zahlreiche Studien haben jedoch bewiesen, dass bei einer ausgewogenen Ernährung und einem «moderaten» Sojakonsum (etwa 3 Portionen Sojaprodukte pro Tag) gar nicht genug Phytoöstrogene aufgenommen werden können. Ausserdem hat man mittlerweile herausgefunden, dass Phytoöstrogene kaum an körpereigene Östrogenrezeptoren binden. Tofu kann also den Hormonhaushalt nicht beeinflussen.



# Gesunde und klimafreundliche Ernährung

**Wir nehmen unsere Verantwortung für eine gesunde und klimafreundliche Ernährung wahr, in dem wir für ein vielseitiges und attraktives, überwiegend pflanzenbasiertes Angebot sorgen. Dadurch konnten wir seit 2012 unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 3) um 17 % verringern. Um weitere Reduktionen zu erreichen, sind wir auch auf unsere Gäste angewiesen. Deshalb ist unser Anspruch, Genuss, Gesundheit und Nachhaltigkeit zu verbinden: die nachhaltigste Wahl wird zur einfachsten Wahl.**

Die Klimakrise und die damit einhergehende Erderwärmung ist eine der grössten globalen Herausforderungen unserer Zeit. Die gesamte Lebensmittelproduktion trägt bis zu 29 Prozent zum gesamten globalen Ausstoss an Treibhausgasen bei. Die grösste Wirkung zur Reduktion der Treibhausgasemissionen und zum Erreichen unserer CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele können wir

mit einem reduzierten Konsum von tierischen Produkten erreichen. Im Einklang mit der Planetary Health Diet sind wir aber der Ansicht, dass in einer vielseitigen, gesunden und ausgewogenen Ernährung alle Lebensmittel Platz haben sollen – aber in den Mengen, die für den Menschen und den Planeten gesund sind. Wir setzen uns deshalb für eine überwiegend pflanzliche Ernährung mit einem reduzierten, aber bewussten Einsatz von tierischen Produkten ein.

Zur Förderung einer gesunden Ernährung liegt zudem ein grosser Hebel bei der Reduktion von Zucker. Deshalb haben wir uns im Rahmen der Schweizer Ernährungsstrategie 2017 bis 2024 dazu verpflichtet, einen Betrag zur Reduktion des Konsums von Zucker zu leisten.



## Unsere Ziele

### Unser Ziel für eine klimafreundliche Ernährung

In Partnerschaft mit dem WWF Schweiz: Reduktion der Treibhausgasemissionen von SV Schweiz (Scope 1-3) um 17% pro Hauptmahlzeit bis Ende 2023 (ggü. 2018).

### Unser Ziel für eine gesunde Ernährung

Im Rahmen von actionsanté haben wir 2019 folgende Aktionsversprechen abgelegt, welche bis Ende 2024 umgesetzt sein müssen:

- Der Inhalt von Zuckersticks wird in allen SV Restaurants von 5g (Roh-Rohrzucker) bzw. 4g (weisser Kristallzucker) auf 3g reduziert.
- Der Gehalt an zugesetztem Zucker (gemäss BLV-Definition) in SV IceTea und SV Lemonade wird um 10 % reduziert (Ba-

seline 6g pro dl), ohne dass dieser durch andere Süssungsmittel oder Süsstoffe ersetzt wird.

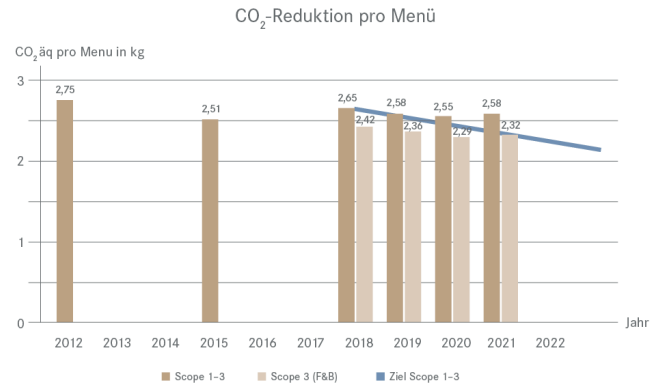
- In allen SV Restaurants wird mindestens ein Müesli ohne zugesetzten Zucker (gemäss BLV-Definition) angeboten, ohne dass dieser durch andere Süssungsmittel oder Süsstoffe ersetzt wird.

# Ergebnisse

## Reduktion unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen

- Mit dem WWF Schweiz haben wir seit 2018 ein Reduktionsziel vereinbart, welches alle Scopes an Treibhausgasemissionen gemäss des GHG protocols umfasst (Scope 1-3). In den Vorjahren wurden nur die Emissionen betrachtet, die durch die eingekauften Lebensmittel und Getränke verursacht werden. Dieser Teil verursacht zwischen 96 % und 98 % unserer gesamten Emissionen (Scope 1-3). Wir weisen daher zwei Kennzahlen aus: die CO<sub>2</sub>äq verursacht durch den F&B-Einkauf und die CO<sub>2</sub>äq-Emissionen für Scope 1 bis 3. Die Emissionen werden relativ pro verkauftem Menü angegeben.
- Die Emissionen konnten in der Vergangenheit durch diverse Klimaschutz-Massnahmen reduziert werden. Relevant dafür war vor allem der Ausbau des vegetarischen und veganen Angebots oder die Reduktion von Flugwaren (siehe Meilensteine, weitere Ergebnisse). Die Emissionen sind im 2021 wieder angestiegen. Dies ist mit hoher Wahrscheinlichkeit auf die folgende Ursache zurück zu führen: Die Gastronomie war 2020 als auch 2021 durch starke Einschränkungen

zur Eindämmung der Corona-Pandemie getroffen. Einige Betriebe waren zwar geschlossen, viele Betriebe waren aber noch geöffnet. Darunter gab es jedoch viele, die aufgrund der Home-Office-Empfehlung bzw. -pflicht kaum ausgelastet waren. Durch reduzierte oder sehr schwankende Frequenzen wurden bei laufendem Betrieb im Verhältnis zu den verkauften Menüs mehr Ressourcen verbraucht als in den Vorjahren, was zu vergleichsweise höheren Emissionen führte.



## Meilensteine: Klimafreundliche Ernährung



## Ergebnisse Zuckerrreduktion

- Mit der Reduktion der Zuckermenge in den Zuckersticks konnten wir 2021 eine Zuckermenge einsparen, die 968'750 Würfelzucker entspricht.
- Die Zuckermenge im SV IceTea und in der SV Lemonade wurde von 7g auf 6 g pro Liter reduziert. Dadurch konnten wir 2021 weitere 324'750 Stück Würfelzucker einsparen.

## Meilensteine: Gesunde Ernährung



## Ausblick

Rund 96 % unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen wurden 2021 durch die eingekauften Lebensmittel verursacht. Um diese Emissionen zu reduzieren, müssen wir vor allem beim Einkauf von tierischen Produkten ansetzen, da durch deren Produktion die meisten CO<sub>2</sub>-Emissionen anfallen. Unser Schwerpunkt liegt daher auch künftig auf dem Ausbau des pflanzenbasierten An-

gebots und einer Ausrichtung an den Empfehlungen der Planetary Health Diet. Wir glauben daran, dass wir unsere Gäste durch Genuss, Transparenz und ohne Zwang dazu bewegen können, den grösstmöglichen Beitrag zu einer klimafreundlichen und gesunden Ernährung zu leisten.

# Übersicht der Massnahmen 2019 bis 2022

## Überwiegend pflanzlich

Der Ausbau des vegetarischen und veganen Angebots ist nicht nur der grösste Hebel für eine klimafreundliche und gesunde Ernährung, es ist auch ein zunehmendes Bedürfnis unserer Gäste, sich häufig oder ausschliesslich pflanzlich zu ernähren. Dabei achten wir auf ein vielfältiges Angebot und richten uns nach den Bedürfnissen unserer Zielgruppen aus: von authentisch-klassischen veganen Menüs bis hin zu Menüs mit pflanzenbasierten Ersatzprodukten.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Entwicklung 36 neuer vegetarischer und veganer Rezepte
- Ausbau des Sortiments an pflanzlichen Fleisch- und Milchersatzprodukten: 2020 und 2021 haben wir 173 unterschiedliche Fleisch- und Milchersatzprodukte getestet. Davon wurden 64 Produkte ins Sortiment aufgenommen.
- Durchführung der «plant-based week» im September 2021 in allen SV Restaurants und im Smart Fridge Emil Fröhlich
- Vegetarischer Kochwettbewerb in Zusammenarbeit mit Leguriviera im November 2021
- Teilnahme am Veganuary im Januar 2022

## Vielfalt

Pflanzliche Vielfalt auf dem Teller ist nicht nur gesund, sondern bedeutet auch Vielfalt in der Landwirtschaft. Wir setzen uns daher für ein möglichst abwechslungsreiches und regionales Angebot ein und erweitern die Vielfalt unserer Produkte stetig. Neben klassischen Beilagen wollen wir in Zukunft stärker auf unterschiedlichste Getreide- und Pseudogetreidesorten wie Dinkel, Emmer oder Amaranth setzen und den Einsatz von Hülsenfrüchten fördern.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Entwicklung 17 neuer Rezepte für abwechslungsreiche Stärkebeilagen und mehr Hülsenfrüchte auf dem Teller

## Ausgewogenheit

Eine ausgewogene Zusammensetzung unserer Ernährung leistet einen wertvollen Beitrag zur Gesundheitsförderung: Sie steigert sowohl das Wohlbefinden als auch die Leistungsfähigkeit. Wir legen daher viel Wert auf ausgewogene Menüs und schulen unsere Mitarbeitenden zu gesunder Ernährung. Zwischen 2013 und 2015 konnten wir ausserdem durch kleine Anpassungen 11.5 Mio Würfelzucker einsparen. Im Rahmen von actionsanté haben wir danach erneut Anpassungen vorgenommen, um den Zuckerkonsum noch weiter zu reduzieren.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Die Zuckermenge in den SV Zuckersticks wurde auf 3g reduziert.
- Die Zuckermenge im SV IceTea und der SV Lemonade wurde von 7g auf 6 g pro Liter reduziert.
- Durchführung von online-Kochkursen für eine gesunde Ernährung im Home-Office

## Saisonalität

Gemüse und Früchte schmecken am besten, wenn sie Saison haben. Unsere Menüplanung richtet sich daher nach dem Saisonkalender. Um einen Beitrag zu einer klimafreundlichen Ernährung zu leisten, reduzieren wir seit Jahren den Anteil von Produkten, die mit dem Flugzeug importiert werden, auf ein Minimum oder beziehen Gewächshausgemüse aus nicht-fossil beheizten Gewächshäusern.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Reduktion von Produkten, die mit dem Flugzeug importiert werden 0.1 %
- 29 Tonnen Gemüse aus klimafreundlich beheizten Gewächshäusern in 2021
- Entscheid, in Zukunft verschiedene frische Kräuter aus der regionalen «vertical farm» von YASAI zu beziehen

## Unser Beitrag zu den SDGs



# Unser Beitrag für unsere Kleinsten

**Bei Meals for Kids nehmen wir unsere Verantwortung gegenüber unseren jüngsten Gästen und der Umwelt wahr.**

Meals for Kids ist unser Verpflegungsangebot für Mittagstische, Tagesschulen, Horte und Kitas. Über 150 Standorte versorgen wir mit kindergerechter Verpflegung. Und folgen auch hier unseren Ansprüchen für ein klimafreundliches Angebot und die Verwendung nachhaltig produzierter Lebensmittel. Unsere Kundinnen und Kunden können aus einer Vielzahl an vegetarischen Komponenten flexibel ein für jede Gruppe

passendes Menü zusammenstellen. Beim Einkauf setzen wir auf Fleisch aus tierfreundlicher Haltung, Schweizer Freiland Eier und Fische aus nachhaltiger Produktion. Zudem legen wir grossen Wert auf Effizienz. Durch den modularen Menüplan und die individuelle Bestellung im Webshop kann die benötigte Essensmenge flexibel an die Anzahl der kleinen Gäste angepasst und damit Food Waste vermieden werden.



*«Durch die unterschiedlichen Verpackungseinheiten bietet Meals for Kids für Kitas und Mittagstische das Potential für weniger Food Waste, da die benötigte Essensmenge flexibel an die Anzahl Kinder angepasst werden kann. Eine Win-Win-Situation für die Umwelt und die Einrichtungen.»*

Dörte Bachmann, Leiterin Nachhaltigkeit bei SV Group

# Ethische, ökologische und soziale Lebensmittelproduktion

Den grössten direkten Einfluss für eine nachhaltige Ernährung haben wir bei der Auswahl der Produkte, die wir täglich verwenden. Unser Ziel ist es, den Anteil an Lebensmitteln aus ethischer, ökologischer und sozialer Lebensmittelproduktion schrittweise auszubauen.

Eine nachhaltige und gesunde Ernährung kann dauerhaft nur sichergestellt werden, wenn die Lebensmittelproduktion Rücksicht auf die verfügbaren Ressourcen nimmt, faire Arbeitsbedingungen sicherstellt und einen ethischen Umgang mit allen Lebewesen gewährleistet. Daher richten wir unseren Einkauf nach ökologischen, sozialen und ethischen Standards aus.

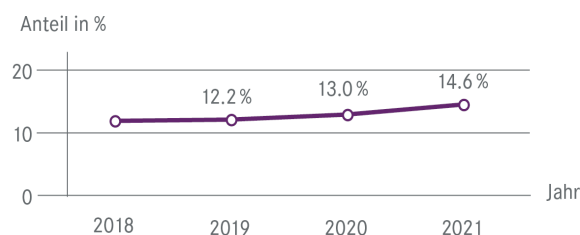
## Unsere Ziele

### Unsere Ziele für eine ethische, ökologische und soziale Lebensmittelproduktion

- In Partnerschaft mit dem WWF Schweiz: Reduktion der Treibhausgasemissionen von SV Schweiz (Scope 1-3) um 17% pro Hauptmahlzeit bis Ende 2023 (ggü. 2018).
- Bis Ende 2021 entspricht das gesamte Angebot an Meeresfischen, Krustentieren, Muscheln sowie Süsswasserfischen aus Zucht und aus Wildfang von SV Schweiz zumindest Score 3 gemäss WWF. Der Anteil von Score 1 und 2 beträgt bis Ende 2023 mindestens 80% der gesamten in einem Jahr von SV beschafften Menge in Kilogramm.
- Bis Ende 2023 beträgt der am Umsatz gemessene Anteil an empfehlenswerten Labelprodukten gemäss WWF Labelführer (ausgenommen Fleisch, Geflügel und Fisch) mindestens 15%.
- Mit dem Schweizer Tierschutz STS wurden mehrere Unterziele vereinbart, um einen tierfreundlichen Einkauf sicher zu stellen. Diese sind in der Ergebnisaufsicht aufgeführt. Die Partnerschaft mit dem Schweizer Tierschutz STS haben wir bis Ende 2024 verlängert und folgendes neues Ziel vereinbart: Der BTS-/RAUS-Anteil des Fleischeinkaufs wird auf 80 % gesteigert (bis Ende 2024). Innerhalb dieses Anteils wird der Anteil der STS-Bewertung A und B (Bio und IP-SUISSE) auf 15 % erhöht.

## Ergebnisse

### Anteil Labelprodukte



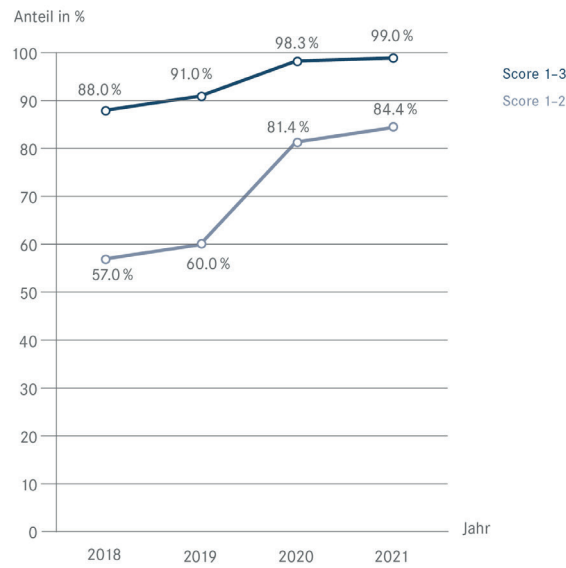
#### Berücksichtigt werden folgende Labels:

Bio Knospe, EU Bio, IP-SUISSE, Max Havelaar Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ.

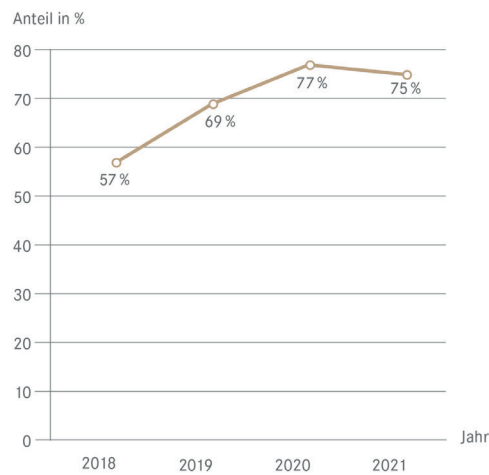
Gemäss Zielvereinbarung sind folgende Warengruppen ausgeschlossen, da für diese separate Ziele vereinbart wurden: Fisch, Fleisch, Geflügel, Wild.

Diese machen 11 % vom gesamten F&B-Einkauf aus.

Anteil Fische und Meeresfrüchte die gemäss WWF-Labelführer als empfehlenswert oder akzeptabel eingestuft sind:



Anteil Tierwohlprodukte



**Berücksichtigt werden folgende Labels:**  
 BTS, RAUS, Bio Knospe, EU Bio, IP-SUISSE.  
 Die Auswertung schliesst folgende Warengruppen ein: Rind-, Schweine- und Kalbfleisch sowie Poulet.

### Einfluss Corona

Die Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie haben die wirtschaftliche Leistung erheblich beeinflusst. 2020 und 2021 war es daher sehr schwierig, den Anteil an Lebensmitteln aus einer nachhaltigen Produktion auszubauen. Nichtsdestotrotz haben wir es geschafft, diesen Anteil zu steigern.

Während der Pandemie ist in der gesamten Branche die Nachfrage an Fleisch gesunken. Dies hat die Fleischindustrie vor grosse Herausforderungen gestellt und wir mussten deshalb unser Fleischsortiment zeitweise auf Produkte umstellen, die nicht von Tieren aus BTS- oder RAUS-Haltung stammten.

Durch eine konsequente Sortimentssteuerung konnten die WWF-Ziele in Bezug auf das Fischsortiment erreicht werden. Der Tierwohl-Anteil ist leicht gesunken, da Corona-bedingt das Tierwohl-Sortiment angepasst werden musste.

## Ausblick

Neben der Ausrichtung unseres Angebots gehört der Ausbau unseres «nachhaltigen Warenkorbs» zu unseren wichtigsten Nachhaltigkeitszielen. Wir werden dafür gemeinsam mit un-

seren Partnern und Auftraggebern an Ausbaumöglichkeiten arbeiten.

## Übersicht der Massnahmen 2019 bis 2022

### Tierwohl

Fleisch-, Milch und Eiprodukte spielen unverändert eine wichtige Rolle auf unseren Tellern. Daher haben wir gegenüber Tieren eine ethische Verpflichtung. Seit August 2016 haben wir mit dem Schweizer Tierschutz eine strategische Partnerschaft. Im Rahmen dieser Partnerschaften haben wir Ziele definiert, um unseren Anteil an Fleischprodukten aus einer tierfreundlichen Haltung zu erhöhen. Zentral dabei ist die Umstellung des Sortiments auf Fleisch von Tieren aus BTS- und RAUS-Haltung. BTS steht für «Besonders tierfreundliche Stallhaltung» mit Kriterien für mehr Platz und eingestreute Liegeflächen. RAUS steht für «Regelmässiger Auslauf im Freien».

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Kontinuierlicher Ausbau des Tierwohl-Sortiments
- Seit Januar 2019 beziehen wir Kalbfleisch ausschliesslich aus RAUS-Haltung bzw. aus Gefu-Oberle-Betrieben
- Seit September 2019 beziehen wir Naturjoghurt nur noch in IP-SUISSE-Qualität
- Im Januar 2020 haben wir uns der Europäischen Masthuhn-Initiative angeschlossen.

Weitere Ergebnisse:

- Das Kompetenzzentrum Nutztiere des Schweizer Tierschutz STS hat 2020 und 2021 eine Umfrage zum Tierwohl-Anteil bei allen grossen Gastronomieunternehmen in der Schweiz durchgeführt. Die SV Group hat dabei Top-Noten erhalten und führt die Rangliste an. Mehr zum Vergleich der Gastro-Unternehmungen: <https://essenmitherz.ch/vergleich-gastro-unternehmen/>
- Im August 2019 hat der WWF Schweiz Schweizer Milchproduktionssysteme verglichen und den WWF Milch-Benchmark veröffentlicht. Dabei wurde IP SUISSE-Wiesenmilch neben Bio-Suisse-Milch als Produktionsweise bewertet, die den umfassendsten Nachhaltigkeitsmehrwert bieten. Weitere Informationen: <https://www.wwf.ch/de/medien/schweizermilchproduktionsstandards-umwelt-und-ressourcenschutz-bleiben-auf-der-strecke>

### Meilensteine: Tierwohl





### Regionalität

Bei der Betrachtung des gesamten CO<sub>2</sub>-Fussabdrucks von Lebensmitteln fällt beim Transport nur ein sehr kleiner Teil der CO<sub>2</sub>-Emissionen an. Trotzdem möchten wir auch dort mit einer gut geplanten und effizienten Logistik Emissionen reduzieren. Während der Corona-Pandemie wurde ausserdem nochmals verdeutlicht, wie relevant kurze Lieferketten sind. Wir pflegen langjährige Partnerschaften mit regionalen Lieferanten und können mit unserer nationalen Logistik effiziente und dadurch klimafreundliche Transporte sicherstellen.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- In Bezug auf Lieferanten und Logistik mussten keine Anpassungen vorgenommen werden. Aufgrund eines hohen Anteils inländischer Produkte war auch während der Pandemie die Verfügbarkeit aller Lebensmittel sichergestellt.

### Biodiversität

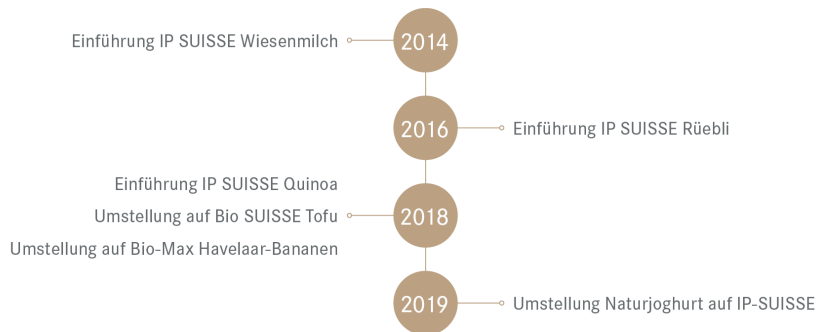
Der Verlust der Biodiversität ist neben dem Klimawandel eine der grössten globalen Bedrohungen für unsere Umwelt. Überfischung, Abholzungen oder der übermässige Einsatz von Pestiziden sind Beispiele für Produktionsweisen, die zur Verdrän-

gung und langfristig zum Aussterben von Arten führen. Ein verantwortungsvoller Umgang mit den uns zur Verfügung stehenden natürlichen Ressourcen ist wichtig, um unsere Ernährung langfristig sicherzustellen. Ausserdem gilt es, negative Auswirkungen der Landwirtschaft möglichst gering zu halten. Wir haben uns daher seit vielen Jahren verpflichtet, den Anteil von MSC- oder ASC-zertifizierten Produkten auszubauen und nur Fische sowie Meeresfrüchte zu beziehen, die den Empfehlungen des WWF Schweiz entsprechen. Zudem leisten wir mit der Verwendung von IP-SUISSE- und Bio-Produkten einen Beitrag für eine umweltfreundliche Produktion.

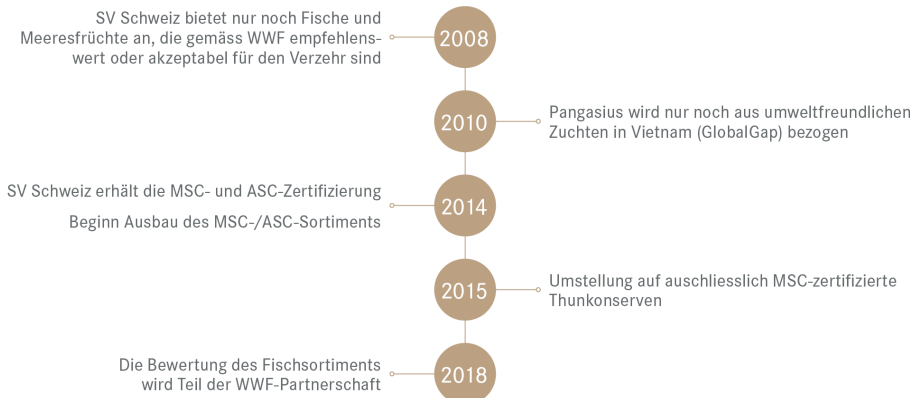
Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- September 2019: Umstellung des Naturjoghurts auf IP-SUISSE
- Jährliche Bewertung des Fischsortiments durch den WWF Schweiz und Auslistung von Arten, die für den Verzehr nicht akzeptabel sind (= WWF Score 4 und 5).
- MSC-/ASC-Rezertifizierung im 2019, 2020 und 2021

### Meilensteine: Nachhaltige Landwirtschaft



### Meilensteine: Nachhaltige Fischproduktion



	Anteil MSC- und ASC-zertifizierte Fische und Meeresfrüchte*
2014	32 %
2015	55 %
2016	62 %
2017	59 %
2018	61 %
2019	62 %
2020	75 %
2021	79 %

\*bezogen auf den gesamten Einkauf

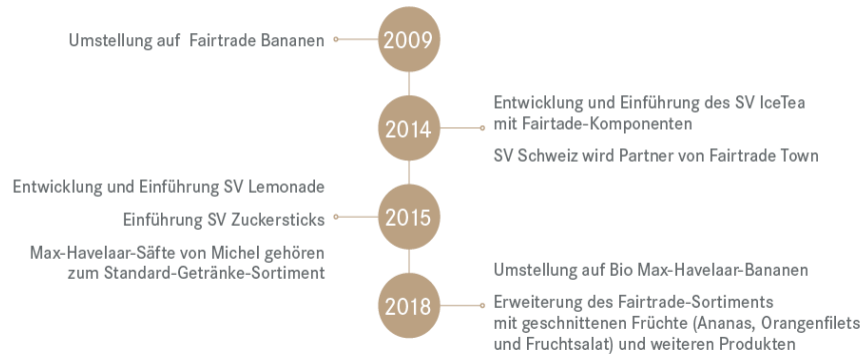
## Fairtrade

Produkte wie Bananen, Schokolade oder Kaffee gehören zu den wenigen Produkten, die wir nicht aus der Region beziehen können. Aber auch bei international gehandelten Produkten möchten wir sicherstellen, dass diese unter guten Arbeitsbedingungen und umweltverträglich hergestellt sowie fair gehandelt wurden. Daher achten wir bei sogenannten Südprodukten auf Max Havelaar-Fairtrade-Label und sind Gastronomiepartner von Max Havelaar.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Seit 2019 verwenden wir in unseren SPIGA-Restaurants ausschliesslich den Max Havelaar-zertifizierten Kaffee «Spiga Espresso L'Onesto». Die Bohnen beziehen wir von unserem langjährigen Partner Bertschi-Café.
- Erweiterung des Sortiments an Max Havelaar-Produkte

## Meilensteine: Fairtrade



## Unser Beitrag zu den SDGs



# Effizienter Umgang mit Abfall und Energie

In unseren Restaurants ist es wichtig, dass wir schonend mit Ressourcen wie Energie oder Wasser umgehen. Die Reduktion von Food Waste ist neben einer überwiegend pflanzlichen Ernährung ein weiterer Hebel zur Förderung einer nachhaltigen Ernährung. Daher messen und reduzieren wir Food Waste seit vielen Jahren.

Der schonende Umgang mit Ressourcen beschäftigt uns schon seit den 1990er Jahren. Mittels Ökobilanzen wurde

identifiziert, wo das grösste Optimierungspotential in den betrieblichen Abläufen liegt. Daraus wurde unser Umweltmanagementsystem abgeleitet. Seit 2006 ist unser Umweltmanagementsystem nach der Norm ISO 14001 zertifiziert. Diese Zertifizierung lassen wir jährlich prüfen und erneuern.

## Relevante Bereiche für unsere Betriebe

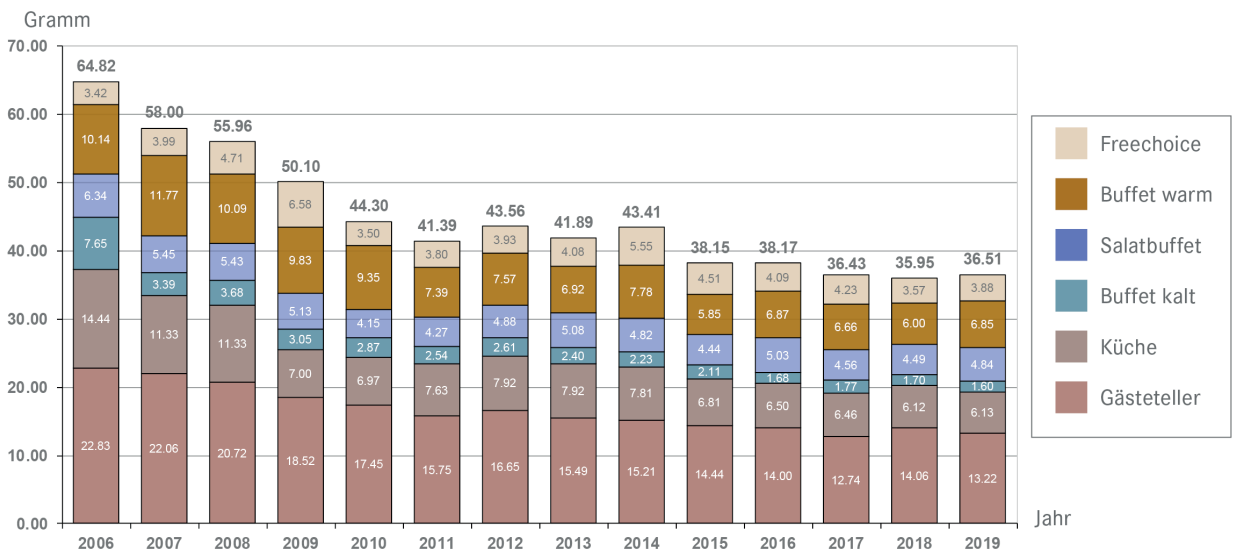
- Die Reduktion von Food Waste auf ein Minimum
- Ein sparsamer Umgang mit Energie, Wasser und Reinigungsmitteln
- Die Reduktion von Einweg-Verpackungen
- Eine effiziente Logistik

## Ergebnisse

- Erfolgreiche Rezertifizierung nach ISO 14001 in den Jahren: 2019, 2020 und 2021
- Seit 2006 konnten wir Food Waste in unseren Restaurants um 40 % reduzieren (siehe Abbildung, Excel Reiter Abfall)
- Ende 2021: 170 Restaurants verwenden das Mehrwegge-

schirr von reCIRCLE und 90 Restaurants bieten unser Take-Away-Konzept «ANDIAMO» in Mehrweggläsern an

Durchschnittlicher Food Waste pro Gericht



## Einfluss Corona

- Aufgrund der Schliessung der meisten Restaurants im Frühjahr 2020 und 2021 konnte die jährlich im März stattfindende Food Waste-Messung nicht durchgeführt werden.
- Während der Pandemie wurden keine weiteren Energieberatungen mit ewz durchgeführt.

## Ausblick

Wir möchten auch künftig Food Waste auf einem Minimum reduzieren. Daher werden wir die Corona-bedingt ausgesetzte Food Waste-Messung 2022 wiederaufnehmen. Um das Schweizer Ziel zur Reduktion von Lebensmittelabfällen zu un-

terstützen, unterzeichnen wir zudem die branchenübergreifende Vereinbarung gegen Lebensmittelverschwendung des Bundesamts für Umwelt. Ausserdem werden wir weiter am Ausbau der Verwendung von Mehrweggeschirr arbeiten.

## Übersicht der Massnahmen 2019 bis 2022

### Energie

In unseren Restaurants sind zahlreiche Geräte im Einsatz. Ein Einsparpotenzial liegt beispielsweise bei den Betriebszeiten thermischer Geräte, im Bereich der Lüftung oder bei der Beleuchtung. Auch das Abschalten von Getränkekühlern über Nacht und an Ruhetagen trägt zum Energiesparen bei.

In unseren öffentlichen Restaurants sowie in unseren Schweizer Hotels und am Hauptsitz können wir das verwendete Stromprodukt direkt beeinflussen und beziehen seit vielen Jahren ausschliesslich Strom aus Wasserkraft.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Im Januar 2020 stellten wir den Strom in unseren öffentlichen Restaurants und in den Hotels in der Schweiz auf Schweizer Wasserkraft um (vorher Wasserkraft aus der EU).

### Food Waste

In der Schweiz wird rund ein Drittel aller Lebensmittel weggeworfen. Mit der Vermeidung von Food Waste können wir einen wesentlichen Beitrag für ein nachhaltiges Ernährungssystem leisten und unnötig verbrauchte Ressourcen sowie ausgestossene Treibhausgase reduzieren. Wir setzen uns bereits seit 2006 für die Reduktion von Food Waste ein. Regelmässig messen wir den anfallenden Food Waste und definieren Massnahmen, um ihn zu minimieren. Seit Beginn der Messungen konnten wir den Food Waste um 40 Prozent auf durchschnittlich 36 g pro verkauftem Menü reduzieren.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Unser 2016 eingeführtes Konzept «Do good» wurde 2019 überarbeitet. Übrige Speisen wie Sandwiches oder Salate werden seitdem unter dem Namen «Save food, fight waste» verkauft.
- Seit 2019 unterstützt SV Schweiz die allgemeine Schweizer Initiative «Save food, fight waste»: Eine Allianz von über 70 Partnern, die sich für die Reduktion von Food Waste einsetzen.

### Verpackungen

Für den Grossteil unseres Angebots nutzen wir Geschirr aus Porzellan oder Glas. Mit dem stark anwachsenden Take-Away und Food Delivery Trend nimmt aber die Verwendung von Einweg-Verpackungen zu. Unsere Strategie ist es, grundsätzlich Einweg-Verpackungen nur wenn nötig zu verwenden und Mehrweg-Optionen zu bevorzugen. In vielen Restaurants bieten wir daher das Mehrweggeschirr von reCIRCLE an. Seit 2019 bieten wir zudem unsere Take-Away-Salate und Müeslis in wiederverwendbaren Gläsern an.

Lässt sich Einweg nicht vermeiden, setzen wir auf möglichst ökologische Materialien. Pro Einsatzgebiet prüfen wir, welches Material am ökologischsten ist. Ein reiner Verzicht auf Plastik mag ökologisch klingen, ist es aber nicht zwingend. Das Angebot an nachhaltigen Verpackungen ist gross, doch die Transparenz, welche Verpackungen echte Vorteile bieten, ist oft ungenügend. Deshalb haben wir uns zusammen mit anderen Gastronomieunternehmen bei der Entwicklung der „Understanding Packaging (UP) Scorecard“ engagiert. Die UP Scorecard sorgt für mehr Transparenz. Sie ist ein kostenloses, webbasiertes Tool zur Bewertung der Nachhaltigkeitsauswirkungen von Lebensmittelverpackungen. Sie bietet Unternehmen erstmals ein einfach zu bedienendes und umfassendes Instrument, um nachhaltige Entscheidungen beim Einkauf von Lebensmittelverpackungen zu treffen. Im nächsten Schritt werden wir die Empfehlungen der Scorecard auf das Sortiment unserer Verpackungen anwenden.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- 2019: Einführung von ANDIAMO im Glas
- 2020: Entwicklung des SV-internen Verpackungsleitfadens und Verzicht auf unnötige Verpackungen
- 2021: Umstellung auf Kartonverpackungen in unserem Smart Fridge Emil Fröhlich
- Seit 2020: Unterstützung der Entwicklung der «Understanding Packaging Scorecard»
- 2021: Alle warmen Mahlzeiten unseres Lieferservices «ANDIAMO Delivery» werden standardmässig in Mehrweg-Geschirr geliefert (Opt-out).

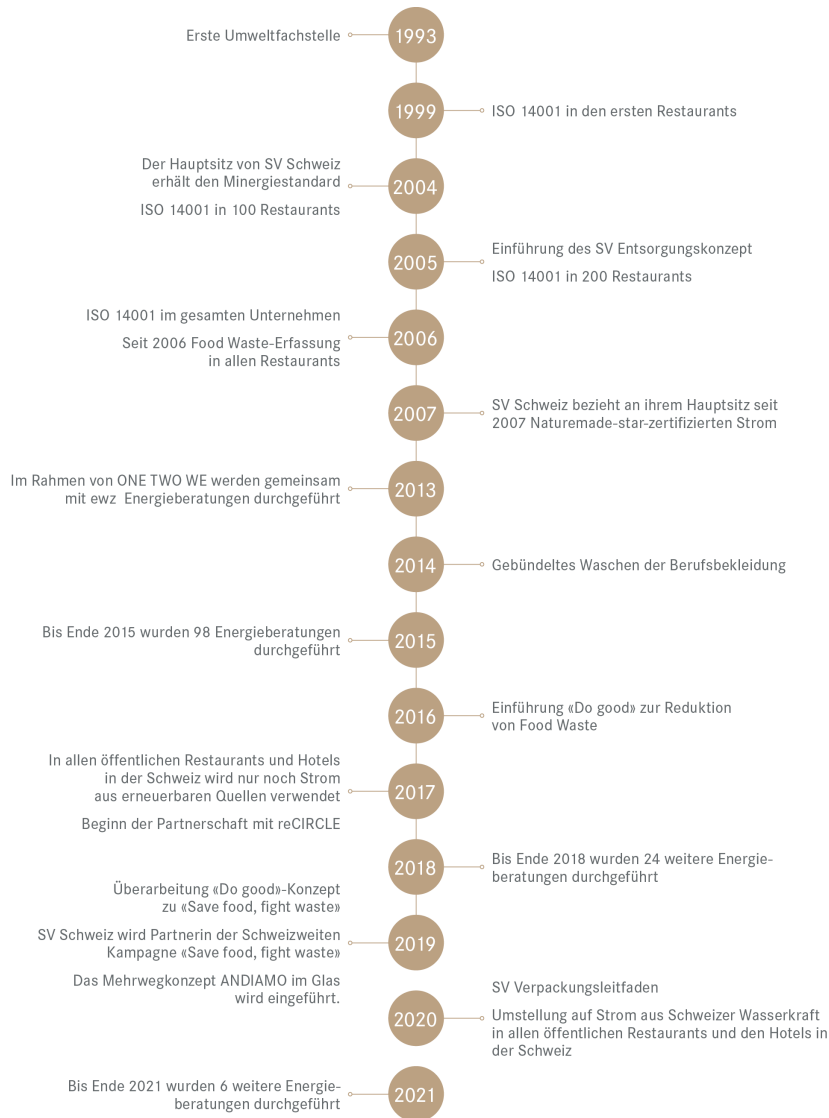
## Logistik

Unsere Restaurants werden mehrmals die Woche oder gar täglich mit frischen Produkten von unseren Lieferanten beliefert. Ein Grossteil dieser Waren wird durch unsere Logistikhauptpartnerin Pistor gebündelt geliefert. Pistor, mit Sitz in der Innerschweiz, ist bekannt für ihre smarte und hocheffiziente Logistik. Eine von der ETH Zürich durchgeführte Studie hat aufgezeigt, dass wir durch eine Bündelung der Lieferungen rund 30 Prozent der Transport-bedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen einsparen können. Pistor verfügt über eine der modernsten

Lastwagenflotten und legt grossen Wert auf ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung. Durch ein cleveres Bestell- und Verteilsystem ist es uns gelungen, die Auslastung der Pistor-Lastwagen auf 90 Prozent zu steigern. Dies schont nicht nur das Klima, sondern hat viele Vorteile für die Abläufe in unseren Restaurants.

Weitere Informationen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten von Pistor: [www.pistor.ch/de/ueber-pistor/nachhaltigkeit](http://www.pistor.ch/de/ueber-pistor/nachhaltigkeit)

### Meilensteine: Abfall und Energie



### Unser Beitrag zu den SDGs



# Partnerschaften und transparente Kommunikation

Mit Partnern und ambitionierten Zielen wollen wir unser Nachhaltigkeitsengagement stetig weiterentwickeln. Dabei setzen wir auf eine transparente Kommunikation und beziehen sämtliche Anspruchsgruppen entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit ein: Produzenten, Lieferanten, NGOs, Forschung, Behörden, Kunden, Gäste und nicht zuletzt die eigenen Mitarbeitenden. Wir sind davon überzeugt, dass echte Nachhaltigkeit kann nur umgesetzt werden kann, wenn alle an einem Strang ziehen.

Einen wirkungsvollen Beitrag für eine nachhaltige Gastronomie können wir nicht alleine leisten. Daher setzen wir auf Partnerschaften, die uns zum einen dabei helfen, relevante Themen und wirkungsvolle Massnahmen zu identifizieren und zum anderen, Verbesserungsziele bei uns einfordern. Wir berichten beispielsweise dem WWF Schweiz und dem Schweizer Tierschutz STS jährlich über den Stand der Zielerreichung und legen darüber hinaus unsere Nachhaltigkeitskennzahlen offen.

## Massnahmen und Ergebnisse 2019 bis 2022

### Partnerschaften und Zertifizierungen

Für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten arbeiten wir abhängig vom Thema mit unterschiedlichen Partnern zusammen. Im Bereich Klimaschutz und Biodiversität zählt der WWF Schweiz zu unseren Hauptpartnern. Für ein tierfreundliches Angebot setzen wir auf die Zusammenarbeit mit dem Schweizer Tierschutz STS. Darüber hinaus arbeiten wir mit Max Havelaar, IP-SUISSE und unseren vielen langjährigen Lieferanten daran, unsere Nachhaltigkeit auszubauen. Neben den Partnerschaften lassen wir uns von externen Stellen zertifizieren.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Verlängerung der Partnerschaft mit dem WWF Schweiz bis Ende 2023. Die Zielsetzungen sind bei den jeweiligen Themen aufgeführt. Aufgrund der Corona-Pandemie konnten Verbesserungsmaßnahmen nicht wie geplant umgesetzt werden. Die Zielerreichung wurde daher auf Ende 2023 verlängert.
- Verlängerung der Partnerschaft mit dem Schweizer Tierschutz STS bis mind. Ende 2024
- Mitglied der Trägerschaft im QuNaV-Projekt «Pflanzenschutz-Punktesystem Gemüse»

Ergebnisse:

- Rezertifizierung des Umweltmanagementsystems gemäss ISO 14001 in 2019, 2020 und 2021
- 2019: Erhalt der Bronze-Bewertung auf der Lieferanten-Plattform EcoVadis
- 2021: Erhalt der Silber-Bewertung auf der Lieferanten-Plattform EcoVadis
- Rezertifizierung MSC- und ASC in 2019, 2020 und 2021
- Teilnahme am Swiss triple impact assessment

### Schulungen

Um ein nachhaltiges Angebot sicherzustellen, ist es uns ein Anliegen, dass alle Mitarbeitenden über die Relevanz der Themen und die Umsetzung informiert und geschult werden. Wir nutzen daher verschiedene Formate, um unseren Mitarbeitenden das nötige Wissen zu vermitteln.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Nachhaltigkeitsschulung für Kadermitarbeitende wurde 2019 drei Mal durchgeführt. 2020 und 2021 wurde das Schulungsangebot aufgrund der Corona-Pandemie eingeschränkt und es konnten keine Schulungen zur Nachhaltigkeit durchgeführt werden.
- Mehrmals pro Woche führen wir Kurzschulungen in allen Restaurants zu unterschiedlichen Themen durch. Dabei werden auch Nachhaltigkeitsthemen geschult (2019: 13; 2020: 6; 2021: 5)
- 2019: Teilnahme von 117 Küchenchefs an der Hiltl-Schulung. 2020 und 2021 mussten Corona-bedingt weitere Hiltl-Schulungen ausgesetzt werden.

### Kommunikation und Sensibilisierung

Unsere Nachhaltigkeitsziele können wir nicht alleine erreichen, sondern sind darauf angewiesen, dass unsere Gäste diese mittragen. Daher informieren wir unsere Gäste über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten und die Relevanz der verschiedenen Themen. Leider konnten aufgrund der Corona-bedingten Einschränkungen bereits geplante Promotionen und Aktionen in den letzten zwei Jahren nicht durchgeführt werden. Für 2022 ist jedoch die Wiederaufnahme der Nachhaltigkeitspromotionen geplant.

## Transparenz

Bei all unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten ist Transparenz eines unserer Hauptprinzipien. Das setzen wir nicht durch unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung um, sondern in der Zusammenarbeit mit all unseren Stakeholdern – von unseren strategischen Partnern bis hin zu unseren Gästen. Durch die Digitalisierung unserer Prozesse können wir noch mehr Transparenz in unser Angebot bringen – vom Einkauf bis auf den Teller.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Optimierung des Nachhaltigkeitsreportings für unsere Kunden
- Offenlegung unseres Fleischeinkaufs für die Gastro-Bewertung des Schweizer Tierschutz STS
- Berichterstattung gemäss Vereinbarung mit dem WWF Schweiz und Schweizer Tierschutz STS

## Unser Beitrag zu den SDGs





## Nachhaltiges Bauen und Management

Seit 2006 führen und betreiben wir Hotels. Mit Engagements wie Strom aus Wasserkraft oder der Partnerschaft mit myclimate für klimaneutrale Zimmer haben wir bereits vor Jahren damit begonnen, die Nachhaltigkeit in unseren Hotels aktiv zu fördern. Ebenso investierten wir viel in die Sensibilisierung unserer Gäste und haben beispielsweise für unsere unmittelbare Nachbarschaft bereits mehrfach Kochkurse zur nachhaltigen Ernährung durchgeführt. Künftig werden wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten weiter ausbauen: von der Auswahl nachhaltiger Geräte und Materialien, über ein effizientes Gebäudemanagement bis hin zu Gebäuden, die möglichst hohen Nachhaltigkeitsstandards entsprechen.

SV Hotel führt und betreibt 19 Hotels in Deutschland und der Schweiz und hat einen ambitionierten Wachstumsplan mit 8 Hotels, die bis 2025 eröffnet werden sollen. Im Bereich F&B gelten für unsere Hotels bereits die gleichen Nachhaltigkeits-

anforderungen wie für unsere Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie und der öffentlichen Gastronomie. Als Franchisenehmerin von Marriott International sind unsere Hotels der Marriott-Marken (Courtyard, Renaissance, Residence Inn und Moxy) bereits heute an die Nachhaltigkeitsplattform Serve 360 von Marriott angeschlossen.

Mit unserer Eigenmarke «Stay KoooolK» haben wir ein Extended Stay-Konzept entwickelt, das ganz im Sinne des nachhaltigen Reisens ist. Für unser erstes Stay KoooolK, das im September 2020 in Bern Wankdorf eröffnet wurde, konnten wir bereits einige Nachhaltigkeitsmassnahmen umsetzen. Bis Ende 2022 werden wir weiter an unserem Nachhaltigkeitskonzept arbeiten, um unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt und unseren Mitarbeitenden in allen Hotels wahrzunehmen und unseren Gästen ein nachhaltiges Reiseerlebnis zu ermöglichen.





## ***Wie Nachhaltigkeit bei SV Hotel an Bedeutung gewinnt - Interview mit Beat Kuhn, Managing Director SV Hotel***

Die SV Group betreibt heute 19 Hotels in Deutschland und der Schweiz. Bis 2025 sollen weitere acht Hotels dazu kommen. Ein ehrgeiziger Wachstumsplan, der uns auch dazu verpflichtet, unser bisheriges Verständnis der ökologischen Nachhaltigkeit weiter zu entwickeln und umfassender zu definieren: Während wir uns als Gastronomieunternehmen im vergangenen Jahrzehnt vorwiegend auf die Förderung nachhaltiger Ernährung fokussierten, wollen wir heute auch als Hotelgruppe Antworten zu Herausforderungen der Nachhaltigkeit finden: Sei es im Bereich der Nachhaltigkeitsstandards von Gebäuden, bei deren effizienten Betrieb oder bei nachhaltigen Materialien für die Innenausstattung und die Geräte. Managing Director von SV Hotel, Beat Kuhn, hat uns im Interview verraten, in welche Richtung sich das neue Nachhaltigkeitsverständnis entwickeln wird und wo bereits heute in unseren Hotels viel Nachhaltigkeit drinsteckt.

*Seit wann beschäftigt sich SV Hotel mit Nachhaltigkeit?*

Als Teil der SV Group gehört unser Streben nach einer sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit zu unserer Tradition. Natürlich hat sich dieses über die Jahre hinweg weiterentwickelt. Während unser ursprünglicher Gründungszweck vor über hundert Jahren aus der sozialen Nachhaltigkeit heraus entstanden ist, stand das letzte Jahrzehnt vor allem im Zeichen der ökologischen Nachhaltigkeit: Die SV Group hat das Angebot in den Restaurants klimafreundlicher und gesünder gestaltet und die Umweltbilanz entlang der gesamten Wertschöpfungskette stetig verbessert. In unseren Schweizer Hotels gelten im Übrigen heute für den Bereich Food & Beverage dieselben Nachhaltigkeitsanforderungen wie bei den Mitarbeitendenrestaurants und Schulmensen.

*In welche Richtung wird sich die Nachhaltigkeit bei SV Hotel entwickeln?*

Künftig möchten wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie über den F&B Bereich hinausgehen und arbeiten derzeit an der Erweiterung unserer Strategie für die Schweiz und Deutschland. Diese soll unter anderem die Nachhaltigkeitsstandards der Gebäude, deren Betrieb und die Beschaffung nachhaltiger Materialien für die Innenausstattung umfassen.

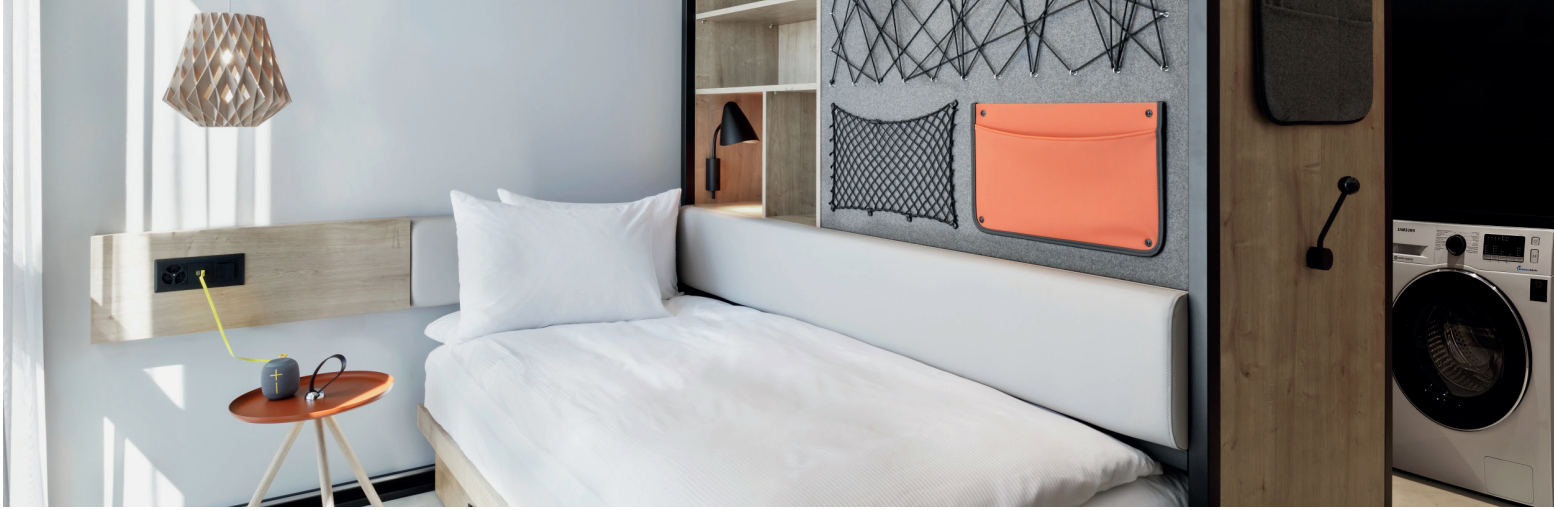


Als Franchisenehmer der Marriott Gruppe konnten wir schon viel Erfahrung mit einem anderen Nachhaltigkeitsprogramm sammeln, da wir mit unseren Marriott-Häusern automatisch ins Serve 360 Programm eingeschlossen sind.

Mit der Entwicklung unserer eigenen Strategie stehen wir zwar noch am Anfang, aber wir verfügen in der SV Group bereits über sehr viel Expertise im Bereich Nachhaltigkeit. Deshalb bin ich davon überzeugt, dass wir zügig vorankommen werden. Bis Ende 2022 möchten wir die Strategie fertig ausarbeiten und danach mit der Umsetzung beginnen.

*Gibt es neben dem F&B Bereich weitere Massnahmen, die heute schon auf das neue Verständnis der Nachhaltigkeit einzahlen?*

Ja klar, die gibt es. Unsere Nachhaltigkeitsbestrebungen beginnen nicht erst mit der Verabschiedung einer Strategie. Bei Hotels handelt es sich um Projekte, die auf die nächsten dreissig Jahre hinaus geplant werden. Bei allen neuen Projekten muss deshalb Nachhaltigkeit bereits von Beginn weg ein zentraler Aspekt der Planung sein.



Bei unserem Stay Kooook und Hyatt Centric-Projekt in Hamburg beispielsweise ersetzt der Investor das bestehende Gebäude durch einen klimaneutralen Neubau. Auch das Stay Kooook in Bern hat einen energieeffizienten Bau. Das Gebäude entspricht dem Minergie Standard. Zentrale Punkte beim Minergie-Standard sind eine gut gedämmte Gebäudehülle, eine hocheffiziente und erneuerbare Energieversorgung sowie die kontrollierte Lüfterneuerung.



Bei unseren Hotels in der Schweiz haben wir uns allgemein gefragt, wie wir mit dem Thema Energie umgehen wollen. Deshalb haben wir uns 2017 entschlossen, dass wir in all unseren Hotels ausschliesslich Strom aus Wasserkraft verwenden.

SV Hotel wurde übrigens bereits 2012 für das Courtyard by Marriott Zürich mit dem „Milestone – Excellence in Tourism“ Nachhaltigkeits-Award in Zusammenarbeit mit „Myclimate“ gewürdigt. Ein solches Programm war damals neu und vorausschauend. Seither hat sich im Nachhaltigkeitsverständnis sehr viel getan. Heute möchten wir uns deshalb eher dafür

einsetzen, unseren ökologischen Fussabdruck direkt bei uns verringern, anstatt zu kompensieren.

*Gibt es ein Aspekt der Nachhaltigkeit, der vor allem bei der selbstentwickelten Marke „Stay Kooook“ zum Tragen kommt?*

Speziell bei Stay Kooook ist sicher das Thema Raum und Flächennutzung ein zentrales Thema. Da es sich dabei um ein Extended-Stay-Konzept handelt, ist der Wunsch der Gäste nach Wohnraum grösser als bei Short-Stay-Gästen. Raum ist aber ein immer knapper werdendes Gut – insbesondere an zentralen Lagen. Also genau dort, wo unsere Stay Kooooks entstehen. Da heisst es für uns, dass wir die zur Verfügung stehenden Flächen effizienter und flexibler nutzen müssen. Auf weniger Raum soll mehr stattfinden und dem Gast gleich viel Komfort geboten werden.

Im Stay Kooook haben wir uns deshalb für den gemeinsamen Wohnbereich für ein Sharing-Konzept entschlossen. Ein Aufenthaltsbereich mit Wohnzimmer-Charakter steht allen Gästen zur Verfügung. Dort kann gemeinsam gekocht oder einfach Zeit in gemütlicher Atmosphäre verbracht werden. Die einzelnen Studios hingegen sind sehr effizient aufgebaut, bieten aber dennoch alles, was ein kleines Appartement bietet, inklusive Küche und Waschmaschine. Um dies auf der knappen Fläche zu bewerkstelligen, haben wir ein bewegliches Wohnelement „The Slide“ entwickelt, mit dem die Gäste das Studio nach ihren Bedürfnissen anpassen können. Das verschiebbare Modul lässt sich mit einem leichten Zug am Hebel hin- und herschieben und gibt entweder Platz frei für das Bett oder für eine voll ausgestattete Küche.



# Nachhaltigkeit in unserem ersten Stay Kooook in Bern Wankdorf

## Gebäude mit hohen Nachhaltigkeitsstandards

- Minergie-Gebäude
- Effiziente, flexible und multifunktionale Flächennutzung (Mehr Komfort auf weniger Raum)
- Unmittelbare Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel

## Nachhaltige Materialien

- Langlebige Möbel
- Duvets und Kissen mit Öko-Tex-Standard aus Deutschland von der Firma Mühldorfer
- Naturseife
- Allen Gästen stehen Wasserkaraffen zur Verfügung. So können PET-Wasserflaschen eingespart werden.
- In der Community Area steht eine Sharing wall zur Verfügung. Dinge, die man nicht täglich braucht, können hier geliehen werden.

## Effiziente Geräte

- Elektronische Geräte mit höchster Energieeffizienz
- LED-Leuchtmittel
- Wassersparende Armaturen

## Effizientes Facility Management

- 100 % Strom aus Schweizer Wasserkraft
- Extended-Stay-Konzept (längere Nutzungsdauer der Zimmer und dadurch reduzierter Ressourcenverbrauch)
- Abfälle können getrennt werden und werden dem entsprechenden Recycling zu geführt.
- Papierlose Prozesse
- Reinigungs- und Pflegeprodukte in Dispensern
- Für die Reinigung der Zimmer und anderer Hotelbereiche verwenden wir biologisch abbaubare Reinigungsmittel (EU Ecolabel)

## Unser Beitrag zu den SDGs

6 CLEAN WATER AND SANITATION



7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



14 LIFE BELOW WATER





## Mitarbeitende und Soziales Engagement

Die über 100jährige Geschichte der SV Group verpflichtet uns, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Die sozialen Gründungszwecke der SV (ehemals Schweizer Verband Soldatenwohl) prägen auch heute noch unser Tun und Handeln. Gerade in aussergewöhnlichen Zeiten wie

in den letzten beiden Jahren, ist es uns ein besonderes Anliegen, für unsere Mitarbeitenden ein verlässlicher und fairer Arbeitgeber zu sein und darüber hinaus unser gesellschaftliches Engagement weiterzuführen.

### Fünf Aktionsfelder im Bereich Mitarbeitende und soziales Engagement

- Attraktive Anstellungsbedingungen
- Gesundheit und Arbeitssicherheit
- Diversity und Inclusion
- Weiterentwicklung und Nachwuchsförderung
- Soziales Engagement



## Wenn Lernende ein Restaurant führen

Im Restaurant Martinsberg der Berufsfachschule Baden sind insgesamt 16 Personen beschäftigt, neun davon sind Lernende. Das Projekt «Lernenden-Restaurant» ist eine Win-win-Situation für alle Beteiligten: Die Lernenden in den Berufen Systemgastronomiefachfrau/-mann und Köchin/Koch dürfen früh Verantwortung übernehmen und profitieren von der intensiven Betreuung. Die SV Group wiederum kann mit dem Projekt langfristig mehr Fachkräfte für sich gewinnen und den jungen Menschen eine attraktive und innovative Ausbildung bieten.

Das Lernenden-Restaurant wurde 2019 in enger Zusammenarbeit mit der Berufsfachschule BBB Baden ins Leben gerufen, weil das innovative Ausbildungsprojekt ideal zur Vision der BBB passt: Es leistet einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der Wirtschaft und der Berufsbildung. Mit der SV Group hat die BBB eine geeignete Partnerin gefunden, die seither das Restaurant betreibt. Drei Lernende erzählen, wie sie ihre Ausbildung im Lernenden-Team erleben und geben einen Einblick in ihren Alltag im ersten Lernenden-Restaurant der Schweiz.

*«Hier schenkt man uns Vertrauen!»*

Josef Betschon, 17, 2. Lehrjahr, Koch EFZ

«Vor meiner Bewerbung auf die Lehrstelle wusste ich nicht, dass das ein Lernenden-Betrieb ist. Als ich hier geschnuppert habe, hat man mir das Projekt erklärt. Neben den regulären Kantinenarbeitszeiten, war das jedoch ein weiterer Pluspunkt und ich bin heute sehr glücklich, dass ich die Lehrstelle bekommen habe. Seit dem zweiten Lehrjahr bin ich für zwei Unterstifte verantwortlich. Diese Verantwortung war zuerst eine Herausforderung und ich musste mir zeigen lassen, wie man jemandem etwas erklärt – manchmal auch zwei oder dreimal. Der Küchenchef und mein Oberstift haben mich jedoch gut in diese Aufgabe eingeführt. Mein Oberstift ist wirklich ein Vorbild für mich, auch jetzt noch! Ob man in der Lehre in einem Team mit Lernenden anstatt mit Ausgelernten arbeitet, macht für mich ein grosser Unterschied. Ich arbeite auch gerne mit den Ausgelernten zusammen, aber mit Lernenden ist es einfach so cool, wie unter Freunden. Wir sind gleich alt und haben ähnliche Interessen. Wir profitieren voneinander – und wir erleben, dass andere auch Fehler machen, was die eigenen Fehler relativiert. Wir tragen tatsächlich mehr Verantwortung als andere



Lernende und das kann anstrengend sein. Aber so lernt man viel mehr, als wenn man in einer Küche als Lernender im ersten Jahr nur den ganzen Tag putzt. Hier schenkt man uns Vertrauen und das ist cool.»

*«Ich bin froh, dass wir anpacken können!»*

Jesaja Hug, 15, 1. Lehrjahr, Systemgastronomiefachmann EFZ

«Als Lernender Systemgastronomiefachmann bin ich bin dafür verantwortlich, dass im Free Flow alles reibungslos läuft – also im Bereich der Kasse, dort, wo die Gäste vorbeikommen. Ich schaue, dass alles schön sauber und stets nachgefüllt ist. Ich habe mich nicht in erster Linie deshalb beworben, weil es ein Lernenden-Restaurant ist, sondern weil ich den Beruf spannend fand. Bei einer vorgängigen Koch-Schnupperlehre habe ich gemerkt, dass mich die Arbeit an der Kasse auch interessiert, weshalb ich jetzt Systemgastronomiefachmann lerne. In die Aufgaben eingeführt haben mich mein Oberstift, Henok Würsch, die anderen Lernenden, meine Berufsbildnerin und unser Restaurant Manager, Oliver Woischnik. Es ist schon spannend, dass mein direkter Chef auch ein Lernender ist. Trotzdem sind wir im Team aber ziemlich gleichberechtigt und



haben es sehr gut untereinander. Natürlich frage ich meinen Oberstift, wenn ich etwas nicht ganz verstanden habe, aber sonst spüre ich keine Unterschiede. Es macht mir Spass, fast nur mit anderen Lernenden zusammenzuarbeiten und es ist sehr spannend. Ich bin froh, dass wir hier im Lernenden-Restaurant anpacken können! Mit verschiedenen Leuten zu arbeiten.»

*«Ich verstehe mich als sein Götti»*

Henok Würsch, 18, 2. Lehrjahr, Systemgastronomiefachmann EFZ

Ich arbeite sehr gerne mit den anderen Lernenden zusammen. Wir sind auf der gleichen Ebene und haben ähnliche Hobbys – und vor allem sind wir ein Team und helfen uns gegenseitig. Seit dem zweiten Lehrjahr bin ich, böse gesagt, Jesajas Chef. Aber ich verstehe mich eher als sein Götti. Die Aufgabe, ihm alles zu zeigen und beizubringen, macht mir Freude! Ich arbeite gerne mit Jugendlichen zusammen, ich verstehe die



Schwierigkeiten, die sie haben können. Ich kontrolliere aber nicht nur den Erstlehjrjahrstift und beantworte seine Fragen, sondern kümmere ich mich auch um Marketingaufgaben und schaue, dass im Free Flow alles klappt. Weiter rechne ich die Kassen ab und kümmere mich um das tägliche Business: Ich mache Sandwiches, backe Gebäck auf, stelle Menü-Stationen bereit. Und am Dienstag bin ich jeweils in der Küche. Meine Berufsbildnerin und meine ehemaligen Oberstifte haben mir alles sehr gut gezeigt. Wir haben hier viel mehr Verantwortung als andere Lernende. Aber mir tut es gut, wenn ich manchmal nicht nur gefordert, sondern sogar etwas überfordert werde. Für mich passt das besser. Ich lerne hier, mit Verantwortung umzugehen.»

*«Es macht Spass, so zu arbeiten»*

Oliver Woischnik, Restaurantmanager



Für Oliver Woischnik, Restaurant Manager im Lernenden-Restaurant Martinsberg, hat sich das Projekt bewährt: «Es macht Spass, so zu arbeiten und wir sind so auch näher an unseren Gästen hier an der Berufsfachschule, die ja auch Lernende sind. Unsere Lernenden wissen, was bei den Jungen ankommt. Sie kennen zum Beispiel die aktuellen Trendgetränke und können uns ältere Semester beraten. Generell steht das Fördern der Eigenverantwortung ganz oben; ab dem 2. Lehrjahr geben die Lernenden bereits Arbeiten an ihre Unterstifte weiter und leiten diese an. Auch deshalb müssen sie gute Schüler sein. Denn was die betriebliche Ausbildung betrifft, bewegen wir uns stets etwas über dem Lehrplan. So ist auch eine gewisse persönliche Reife wichtig», sagt Woischnik. «Dafür bieten wir ihnen auch mehr. Wir haben hier einen Betriebscoach als Stabsstelle, die direkt der HR Berufsbildung unterstellt ist. Dieser Coach kümmert sich um spezielle Anliegen der Lernenden, hilft bei Bedarf auch, schulische Lücken aufzuarbeiten, sodass sich die Berufsbildenden vor Ort voll auf die praktische Ausbildung konzentrieren können. Dieses Jahr wollen wir noch einmal ausbauen, so dass zuletzt jeweils neun Lernende hier beschäftigt sind.»

Quelle: Die Originalzitate der Lernenden sind bereits im Magazin „FOLIO“ der Berufsbildung Schweiz (Ausgabe 6/2021) erschienen.

Fotos der Lernenden: Jürg Hofer

# Attraktive Anstellungsbedingungen

Für unsere 4'200 Mitarbeitenden in der Schweiz möchten wir ein «Employer of Choice» sein. Dazu gehört, dass wir eine innovative und verantwortungsvolle Arbeitgeberin mit attraktiven Anstellungsbedingungen und starken Unternehmenswerten sind. Unser Ziel ist es, ein Arbeitsum-

feld zu schaffen, in dem sich alle Mitarbeitenden wohl und wertgeschätzt fühlen. Dank geregelten Arbeitszeiten und flexiblen Arbeitsmodellen sorgen wir dafür, dass unsere Mitarbeitenden eine gute Work-Life-Balance haben.

## Massnahmen und Ergebnisse 2019 bis 2022

### Lohngleichheit

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 bonusberechtigigt.

Zahlen:

- Das Bundesgesetz über die Gleichstellung von Frau und Mann wurde revidiert und trat per 1. Juli 2020 in Kraft. Neu sind Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitenden dazu verpflichtet, eine betriebsinterne Lohngleichheitsanalyse durchzuführen und von einer unabhängigen Stelle überprüfen zu lassen. Die Gesetzesänderung hat zum Ziel, den verfassungsrechtlichen Anspruch auf gleichen Lohn für gleiche und gleichwertige Arbeit durchzusetzen.
- Lohngleichheitsanalyse 2021: Im Rahmen des Bundesgesetzes über die Gleichstellung von Frau und Mann, hat die SV Schweiz 2021 erstmals eine Lohngleichheitsanalyse durchgeführt und von einer unabhängigen Stelle überprüfen lassen. Die Ergebnisse sind zufriedenstellend: Die geschlechtsspezifische Lohndifferenz liegt bei sehr tiefen 2% und damit deutlich unter der vom Bund definierten Toleranzgrenze von 5%.

Massnahmen:

- Obwohl es keinen akuten Handlungsbedarf gibt, haben wir eine vertiefte Analyse vorgenommen, um den Grund der geschlechterspezifischen Lohndifferenz von 2% zu eruieren. Diese hat ergeben, dass die Abweichung grösstenteils auf die Löhne der Mitarbeitenden im Stundenlohn zurückzuführen ist. Da möchten wir als Arbeitgeberin handeln, zumal Mitarbeitende im Stundenlohn für eine Flexibilisierung der Personalkosten sehr wichtig sind. Wir werden die Löhne der Mitarbeitenden im Stundenlohn überprüfen und wo angezeigt Anpassungen vornehmen, bevor wir 2023 die Lohngleichheitsanalyse erneut durchführen.

### Faire Arbeitsbedingungen

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Betriebsrestaurants und Mensen sind dem Landes-Gesamtarbeitsvertrag (L-GAV) des Gastgewerbes unterstellt. In vielen Bereichen bieten wir ihnen jedoch bessere Leistungen, beispielsweise eine überobligatorische Personalvorsorge.

Neben den Anstellungsbedingungen profitieren unsere Mitarbeitenden zusätzlich von einer Vielzahl an Vergünstigungen und Lohnnebenleistungen.

Folgende Massnahmen haben wir zwischen 2019 und 2021 umgesetzt:

- Mindestlohn von CHF 4'250 monatlich auf Stufe 3a, mit Berufslehre (L-GAV: CHF 4203)
- 13. Monatslohn
- 6 Wochen Ferien bis zum 20. Lebensjahr (L-GAV: 5 Wochen)
- 5.5 Wochen Ferien ab dem 50. Lebensjahr, 6 Wochen ab dem 55. Lebensjahr (L-GAV: 5 Wochen)
- Umfassendes Aus- und Weiterbildungsangebot
- Geschenke zu Dienstjubiläen
- 16 Wochen Mutterschaftsurlaub (L-GAV: 14 Wochen)
- Überobligatorische Personalvorsorge

### Digitalisierung und flexibles Arbeit

Da die SV Group in der Schweiz mit ihren rund 300 Betrieben äusserst dezentral aufgestellt ist, war bei den Büroangestellten der Wunsch nach Remote Working bereits vor der Pandemie da. Seit mehreren Jahren hat die SV deshalb in Laptops und in einen sicheren digitalen Arbeitsplatz investiert. Dadurch können die Mitarbeitenden ortsunabhängig (z.B. in unterschiedlichen Betrieben, Hotels oder im Home-Office) arbeiten und ihre Arbeitszeit möglichst sinnvoll gestalten.

Des Weiteren wurde mit der Einführung von Success Factors im Mai 2021 dafür gesorgt, dass alle Mitarbeitenden ein Self-Service HR-System erhalten, in dem sie stets auf ihre relevanten Dokumente zugreifen können. In Zukunft werden dann auch alle HR Prozesse auf dieser Plattform abgewickelt werden.

### Mitarbeitendenvertretung

Wir pflegen eine offene Informationskultur. Um den Dialog zwischen der Konzernleitung und den Mitarbeitenden zu fördern, hat die SV Schweiz 2021 das Staff Committee (StaCom) ins Leben gerufen. Das StaCom ist die von den Mitarbeitenden offiziell gewählte Mitarbeitendenvertretung, welche die Interessen der Mitarbeitenden aller Berufsgruppen und Business Units gegenüber der Konzernleitung vertritt. Das siebenköpfige StaCom wurde erstmals im November 2021 gewählt und ist für jeweils 4 Jahre im Amt. Wählbar sind jeweils nur Angestellte ohne Führungsstufe oder solche bis max. Führungsstufe 3.

### 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.

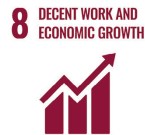
## Auswirkungen der Pandemie

Die Jahre 2020 und 2021 stellten unsere Betriebe und Hotels vor grosse Herausforderungen. Aufgrund der mehrfachen Lockdown-Massnahmen mit Home-Office-Pflicht, Fernunterricht und behördlichen Schliessungen blieb sowohl in unseren Restaurants wie auch in den Hotels ein Grossteil unser Gäste aus. Ausserdem zeichnete sich ab, dass sich Trends wie das hybride Arbeiten langfristig durchsetzen würden, wodurch weniger Gäste in unseren Restaurants zu Mittag essen.

Die Umsatzeinbussen mussten wir mit rigorosen Sparmassnahmen auf allen Ebenen, mit Neuverhandlung von Verträ-

gen mit Kunden und Vermietern, der Beschränkung auf die dringlichsten Projekte, Kurzarbeit und Reduktion von Arbeitspensum so gut es ging auffangen. An zahlreichen Standorten mussten wir auch den schmerzlichen Entscheid treffen, Stellen abzubauen. Zudem hat die SV Group für die ihr auferlegten Einschränkungen der Geschäftstätigkeit in allen drei Ländern staatliche Härtefallgelder erhalten, wovon noch nicht alle ausbezahlt wurden. Die Härtefallgelder vermögen einen Teil der hohen Verluste zu kompensieren.

## Unser Beitrag zu den SDGs





# Gesundheit und Arbeitssicherheit

Wir legen grossen Wert auf die physische und mentale Gesundheit unserer Mitarbeitenden und sind davon überzeugt, dass ein gutes Arbeitsklima und ausgebildete Füh-

rungskräfte massgeblichen Einfluss auf die Gesundheit der Mitarbeitenden haben.

## Betriebliches Gesundheitsmanagement

Neben der Arbeitssicherheit und der Unfallprävention legen wir auch einen grossen Fokus auf die Krankheitsprävention am Arbeitsplatz. Aus diesem Grund verfügt die SV Group über ein betriebliches Gesundheitsmanagement, das sich auf dieses Thema fokussiert. Dieses sorgt auch dafür, dass die Mitarbeitenden bei Krankheit oder Unfall strukturiert begleitet und entsprechende Massnahmen eingeleitet werden. Immer mit dem Ziel vor Augen, die Mitarbeitenden nach der Genesung wieder optimal in den Arbeitsalltag zu integrieren.

### Anwesenheitsmanagement und Mitarbeitendenumfragen

Um den Puls der Organisation zu fühlen, führen wir ein umfassendes Anwesenheitsmanagement und werten die Ergebnisse detailliert aus. Zusammen mit den regelmässig durchgeführten Mitarbeitendenumfragen erhalten wir so Aufschluss darüber, auf welche Bereiche sich das BGM künftig noch stärker fokussieren muss. Aufgrund der Covid-Pandemie fand die letzte grosse Umfrage 2019 statt.

### Zertifizierungen

Seit 2017 verfügen wir über das anerkannte Qualitätssiegel «Friendly Work Space» und konnten uns beim Re-Assessment 2019 bereits in sämtlichen Punkten verbessern (siehe Abbildung). In den Jahren 2019, 2020 und 2021 wurden wir ausserdem nach «ISO 45001 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz» zertifiziert.

### Unfall- und Krankheitsprävention: Führungskräfte

Zur Unfall- und Krankheitsprävention bestehen die folgenden Massnahmen auf Ebene Führungskräfte:

- Webinare zu den Themen: Achtsamkeit, Resilienz, Change-Management, Führen und Kommunikation in der Krise, Self-Care / Staff-Care, virtuelle Führung, Remote Work
- Obligatorische Führungskurse mit den Themen: Gesundheit und Arbeit, Umgang mit Absenzen, Gespräche rund um Absenzen, Stress- und Selbstmanagement, Resilienz, Self-Care
- Workshop mit Restaurant Managern zum Thema Ressourcenmanagement
- Kollegiale Fallberatung: Einführung und Umsetzung in Regionen-Meetings
- Lunch&Learns für Führungskräfte am Hauptsitz: z.B. zu Future Work, Resilienz oder Kommunikation
- Anonyme und kostenlose Sozial- und Fachberatung für alle Führungskräfte, bei der auch Themen wie Stress, Betreuung

Angehöriger, Über- und Unterforderung, Konfliktsituationen etc. angesprochen werden können

### Unfall- und Krankheitsprävention: Betriebsmitarbeitende

Zur Unfall- und Krankheitsprävention bestehen die folgenden Massnahmen auf Ebene Betriebsmitarbeitende:

- Laufende Kurzschulungen der Betriebsmitarbeitenden durch den Restaurant Manager zu verschiedenen Themen wie Stressmanagement, psychische Gesundheit und Resilienz
- Aktivierungs-Challenge während der Pandemie, welche die Vorgesetzten mit ihren Mitarbeitenden vor Ort aber auch virtuell durchführen konnten: Basis waren die 10 Schritte zur psychischen Gesundheit des Bundes
- Bike to Work Challenge: Schweizweite Gesundheitsförderungsaktion im Mai und Juni, bei der Pendelnde aufgefordert werden, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen.

## Externe Mitarbeitendenberatung & Integrity Line

Allen Mitarbeitenden der SV steht die kostenlose externe Beratungsstelle Movis zur Verfügung. Die Beratungen sind vertraulich und anonym und können für persönliche, gesundheitliche, finanzielle, rechtliche oder administrative Fragen in Anspruch genommen werden.

Die SV Group und Movis verbindet eine gemeinsame 100jährige Geschichte; sie beide sind aus dem Schweizer Verband Soldatenwohl entsprungen. Erst 2004 wurde Movis als eigenständige Organisation aus der SV Group herausgelöst.

2021 wurde zudem eine Integrity Line eingerichtet. Das Hinweisgebersystem sorgt dafür, dass allfällige Missstände wie Korruption, Missbrauch, Diskriminierung oder Belästigungen gemeldet werden können.

## Unser Beitrag zu den SDGs

**8** DECENT WORK AND  
ECONOMIC GROWTH



**10** REDUCED  
INEQUALITIES



# Diversity und Inclusion

Die SV Group setzt sich stark dafür ein, ein wertschätzendes und vorurteilfreies Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Chancengleichheit herrscht und sich alle Mitarbeitenden

optimal entwickeln können. Zwei unserer vier Werte – «herzlich» und «verantwortlich» – bestimmen dabei die Art und Weise, wie wir miteinander umgehen.

## Massnahmen und Ergebnisse 2019 - 2021

Wir erkennen die Vielfalt der Menschen als entscheidenden Erfolgsfaktor der SV Group. Die Nulltoleranz bei Diskriminierung jeglicher Art ist explizit in unserem Verhaltenskodex formalisiert. Mitarbeitende verpflichten sich per Unterschrift zur Einhaltung des Kodex.

### Ergebnisse

- Der Anteil an Frauen bei der SV liegt bei 58%
- Bei uns arbeiten Kolleg:innen aus 92 Nationen

## Unser Beitrag zu den SDGs



# Weiterentwicklung und Nachwuchsförderung

**Bereits vor der Pandemie hat sich der Fachkräftemangel in der Hospitality-Branche bemerkbar gemacht. Die Pandemie hat diesen Trend noch verschärft, da sich zahlreiche Gastronomieangestellte umorientiert haben. Insgesamt scheint die Branche an Attraktivität eingebüsst zu haben. Wir sind davon überzeugt, dass wir als Branche dieses Problem nur lösen können, wenn wir in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden investieren.**

Als verantwortungsvolle und faire Arbeitgeberin ist es uns seit vielen Jahren ein grosses Anliegen, jedem Mitarbeitenden Entwicklungsperspektiven zu bieten. Dazu zählen individuelle Weiterbildungen, interne Förderprogramme sowie ein breites Kursangebot. Ein besonderes Augenmerk legen wir dabei auf die interne Karriereförderung: Mitarbeitende, die überdurch-

schnittliche Leistungen erbringen und eine Stufe weiterkommen möchten unterstützen wir dabei sehr individuell, neue Fähigkeiten zu erlangen sowie vorhandene Stärken zu fördern.

Als eine weitere wichtige Investition in die Zukunft sehen wir die Ausbildung von Lernenden. Wir möchten jungen Menschen einen erstklassigen Start ins Berufsleben ermöglichen und haben ein starkes Interesse an gut ausgebildeten Nachwuchskräften. Deshalb bilden wir motivierte Jugendliche in allen Berufen der Gastronomie und Hotellerie aus.

## Aus- und Weiterbildung

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 an Fachkursen zu Themen wie Führung, Betriebswirtschaft, Verkauf, Qualität & Einkauf, Marketing oder Systeme.

Zusätzlich profitieren alle Mitarbeitenden regelmässig von «Let's go»-Kurzschulungen. Im Mittelpunkt dieser Betriebstrainings, die ein bis zwei Mal pro Woche stattfinden, stehen auch die Förderung der Unternehmenskultur und das Verständnis für betriebliche Arbeitsprozesse oder Nachhaltigkeit.

### Weiterentwicklung im Unternehmen

- Engagierte und flexible Mitarbeitende haben bei uns hervorragende Chancen für eine Weiterentwicklung im Unternehmen. Von dieser Potenzialförderung profitiert die ganze Organisation. Für Führungskräfte ermöglichen wir zusätzlich spezielle Weiterbildungen, z.B. über die Ausbildungen zum Gastrounernehmer der GastroSuisse.

### Management Entwicklungsprogramme

- Jährliche Management Entwicklungsprogramme mit unterschiedlichem Fokus (z.B. Kundengespräche).

### Weitere Angebote

- Coachings für Führungspersonen zur persönlichen und fachlichen Entwicklung
- Jährlich rund 200 Kurse unter interner sowie externer Kursleitung
- Stetige Weiterentwicklung der SV Kernkompetenzen durch interne Programme (z.B. Thema Gastgeberum)
- Entwicklung einer digitalen Lernplattform, mit dem zeitunabhängiges Lernen für alle Mitarbeitenden ermöglicht wird

### Progresso: Basisausbildungen im Gastgewerbe

- Mit dem Schweizer Projekt für berufliche Bildung im Gastgewerbe „Progresso“ haben wir einen wichtigen Partner, der seit über 20 Jahren Basisausbildungen im Gastgewerbe ermöglicht, insbesondere auch für Ungelernte, Mitarbeitende ohne Abschluss oder Migranten. Unsere Mitarbeitenden profitieren davon, innert fünf Wochen und dank des L-GAV komplett kostenlos zu einem schweizweit anerkannten Zertifikat zu kommen, auf dem sie aufbauen können. Beispielweise können sie mit dem Zertifikat eine verkürzte Lehre mit eidgenössischem Berufsattest (EBA) absolvieren.

## Nachwuchsförderung

Die SV Group setzt seit Jahren einen starken Fokus auf die Nachwuchsförderung und stellt jedes Jahr 50 professionell betreute Ausbildungsplätze in allen Lehrberufen der Gastronomie, Hotellerie und Verwaltung zur Verfügung. Alle Lernenden werden persönlich betreut und mit einem individuellen Ausbildungsplan sowie speziellen Fachkursen zum Lehrabschluss begleitet.

Dabei ist es uns besonders wichtig, den jungen Menschen eine abwechslungsreiche und praxisorientierte Ausbildung zu ermöglichen, die ihnen schon früh Verantwortung übergibt und sie nach ihren jeweiligen Stärken und Schwächen herausfordert.

### Chiefs for a Week

- Im Rahmen des Lernenden-Projekts «Chiefs for a Week» stellen seit 2013 jedes Jahr rund 20 Lernende ihre Fähigkeiten unter Beweis. Eine Woche lang übernehmen die Lernenden aus unterschiedlichsten Lehrberufen und Lehrjahren die volle Verantwortung für ein Mitarbeiterrestaurant. Das stellt sie vor neue Herausforderungen und sorgt für neue Erfahrungen sowie ein einmaliges Lernerlebnis.

### Lernenden-Restaurant Martinsberg (Baden)

- Das Lernenden-Restaurant Martinsberg ist ein Projekt, das im August 2019 gemeinsam mit der Berufsfachschule BBB in Baden (AG) ins Leben gerufen wurde. Das Konzept sieht vor, dass das Restaurant langfristig ausschliesslich von Lernenden geführt werden soll. Keine leichte Aufgabe: In der Mensa essen täglich 200 Schülerinnen und Schüler sowie Lehrpersonen zu Mittag.

### Lernenden-Restaurant Uster

- Nach der erfolgreichen Einführung des ersten Lernenden-Restaurants wurde 2020 gemeinsam mit dem Bildungszentrum Uster ein zweites Lernenden-Restaurant ins Leben gerufen.

## Unser Beitrag zu den SDGs



# Soziales Engagement

Neben der sozialen Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitenden gehört das Schaffen von sozialen Mehrwerten über die Unternehmensgrenzen hinaus ebenso zu unseren Leitmotiven. Einerseits tragen die Aktivitäten der SV Stiftung dazu bei, die Öffentlichkeit für die Themen

nachhaltige und gesunde Ernährung zu sensibilisieren. Andererseits engagieren wir uns beispielsweise mit dem Fair-Trade-Label Max Havelaar dafür, dass Lebensmittel in Entwicklungs- und Schwellenländern zu fairen Bedingungen produziert werden können.

## SV Stiftung

Die SV Stiftung gewährleistet als Trägerstiftung und Mehrheitsaktionärin der SV Group AG die Verankerung unserer sozialen Verantwortung. Die SV Stiftung setzt sich für eine gesellschaftlich und ökologisch verantwortungsvolle Unternehmensphilosophie ein. Gleichzeitig macht sie sich für Rahmenbedingungen stark, welche die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern.

Die SV Stiftung hat zudem eine wichtige Aufgabe als Vergabestiftung: Sie unterstützt Projekte, die sich nachhaltig und wirksam für eine ausgewogene und erschwingliche Ernährung verschiedener Bevölkerungskreise einsetzen.

Die SV Stiftung fördert – nach sorgfältiger Prüfung entsprechender Gesuche – in der ganzen Schweiz professionell konzipierte Vorhaben aus dem Ernährungsbereich. Für eine finanzielle Unterstützung durch die SV Stiftung müssen Projekte bestimmte Kriterien erfüllen. Beispielsweise sollen sie eine möglichst grosse Breitenwirkung entfalten, etwa indem sie die Information über zeitgemässe Ernährung verbessern oder mit-helfen, die Folgen ungesunden Essens zu mildern. Einen besonderen Fokus legt die SV Stiftung bei ihrer Vergabetätigkeit 2021–2025 auf Projekte, die das ausgewogene Ernährungsverhalten von Kindern und Jugendlichen fördern oder armuts-betroffenen Menschen den Zugang zu frischen, gesunden Lebensmitteln erleichtern.

## Beispiele von unterstützten Projekten

### Caritas-Märkte

- In den schweizweit 21 Caritas-Märkten können Armuts-betroffene gegen Vorweisen einer Berechtigungskarte Lebensmittel und Produkte des täglichen Bedarfs zu stark ermässigten Preisen beziehen. Die Einsparungen gegenüber den Detailhändlern betragen bis zu 50 Prozent. Menschen mit knappem Budget greifen erfahrungsgemäss eher zu billigen Produkten und verzichten auf frische Lebensmittel. Deshalb leistet die SV Stiftung bereits seit vielen Jahren finanzielle Unterstützung, damit die Caritas-Märkte ihr Sortiment an Früchten und Gemüse für ihre Kundinnen und Kunden zusätzlich vergünstigen können; sie setzt sich zudem dafür ein, dass auch ungesüsste Getränke angeboten werden.

### Partage «banque alimentaire»

- Corona traf auch die Westschweiz hart und verschärfte die Situation von sozial benachteiligten Menschen. Die Genfer Fondation Partage versorgte in der Krisensituation über 15 000 Personen pro Woche mit überschüssigen Lebensmitteln. Die einwandfreien Nahrungsmittel werden – mehrheitlich von Menschen, die den beruflichen Wiedereinstieg suchen

- bei Detailhändlern abgeholt, aussortiert und kostenlos an karitative Einrichtungen abgegeben. Das Gemüse, das sich zum Weitergeben nicht mehr eignet, wird in der Gemeinschaftsküche als Suppe zubereitet und ebenfalls verteilt. Die SV Stiftung unterstützt das Projekt «banque alimentaire» finanziell – nicht nur während der Pandemie.

### Gesundheitsförderungsprogramm GORILLA

- Das Gesundheitsförderungsprogramms GORILLA vermittelt jungen Menschen an Schulworkshops Spass an der Bewegung und macht zugleich ohne Zeigefinger erlebbar, wie fein gesundes Essen schmeckt. Die SV Stiftung unterstützt das Projekt seit mehreren Jahren. Als die «Hauptsaison» der Workshops wegen pandemiebedingter Schulschliessungen ins Wasser fiel, suchten die Projektverantwortlichen zusammen mit der SV Stiftung nach Alternativen. Daraus entstand die #blibdihei-Challenge auf Instagram. Sie ermunterte die Jugendlichen, auch zu Hause aktiv zu sein und sich ausgewogen zu ernähren. Die Aktion war ein voller Erfolg – und die Initialzündung für weitere interaktive GORILLA-Unterrichtsangebote, etwa zum Thema Food Waste.

## Unser Beitrag zu den SDGs



## Danksagung

Ein umfassendes Nachhaltigkeitsmanagement erfordert die Überzeugung und Zusammenarbeit vieler Menschen. Wir möchten uns an dieser Stelle ganz herzlich für die konstruktive und kontinuierliche Zusammenarbeit mit all unseren Partnern und Kunden bedanken. Auch unseren Gästen gebührt ein grosser Dank. Denn mit ihrem Besuch und ihrer Auswahl fördern sie ein nachhaltiges Hospitality-Angebot.

### IMPRESSUM

SV (Schweiz) AG  
Memphispark  
Wallisellenstrasse 57  
Postfach  
CH-8600 Dübendorf 1  
T +41 43 814 11 11

### PROJEKTLEITUNG

Dörte Bachmann, Dominik Baumann

### KONTAKT

Möchten Sie uns ein Feedback geben oder haben Sie Fragen zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten? Kontaktieren Sie uns bitte unter folgender Mailadresse: [nachhaltigkeit@sv-group.ch](mailto:nachhaltigkeit@sv-group.ch)