

svgroup



Fortschrittsbericht
Nachhaltigkeit 2024
SV Schweiz

Inhaltsverzeichnis

Vorwort CEO	3
Umfassender Ansatz für nachhaltige Erlebnisse	4
Interpretation der Ergebnisse und Danksagung	7
Nachhaltige Ernährung und Produktion	8
Gesunde und klimafreundliche Ernährung	9
Ethische, ökologische und soziale Lebensmittelproduktion	15
Effizienter Umgang mit Abfall und Energie	23
Partnerschaften und transparente Kommunikation	27
Nachhaltiges Bauen und Management	30
Nachhaltigkeit in unseren Stay Kooooks in Bern Wankdorf und Bern City	32
Mitarbeitende und Soziale Verantwortung	35
Attraktive Anstellungsbedingungen	36
Gesundheit und Arbeitssicherheit	38
Diversity, Equity und Inclusion	40
Aus- und Weiterbildung	42
Soziale Verantwortung	44
Impressum	48

Anmerkung der Redaktion

Dieser Fortschrittsreport wurde als online-Bericht konzipiert und publiziert unter:
<https://sv-group.com/de/gastronomie-schweiz/nachhaltigkeit/fortschrittsbericht-2024>

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

Vorwort

Liebe Kunden, Gäste, Partner und Lieferanten,
Liebe Medienschaffende und Organisationen,

Nachhaltigkeit ist Teil unserer DNA – seit der Gründung durch Else Züblin-Spiller vor 111 Jahren. Was mit sozialem Engagement begann, ist heute ein systematisch verankerter Unternehmensauftrag. Als Pionierin in der Branche stellen wir uns den ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen mit dem Anspruch, konkrete Fortschritte zu erzielen und transparent darüber zu berichten.

Ganz unter dem Motto «Gut für dich – gut für den Planeten» zielt die Nachhaltigkeitsstrategie der SV Group auf Gesundheit ab – von Mensch und der Umwelt. Wir haben uns im Bereich der Ernährung dem wissenschaftlichen Ansatz der Planetary Health Diet verschrieben: Kulinarische Vielfalt steht im Einklang mit ausgewogener Ernährung, der Sorge um natürliche Ressourcen und einer ethischen Lebensmittelproduktion. Naturgemäss fördern wir daher eine 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.

2024 war ein bedeutendes Jahr für unsere Nachhaltigkeitsarbeit: Unsere Klimaziele wurden offiziell von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert. Damit verfügen wir über wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele für die gesamte Wertschöpfungskette. Auf dieser Grundlage wollen wir – gemeinsam mit unseren Gästen, Kunden und Partnern – unsere CO₂-Emissionen schrittweise senken und langfristig auf ein Netto-Null-Ziel hinarbeiten. Der wichtigste Hebel dafür liegt bei den Lebensmitteln – und damit auch in der täglichen Menüwahl.

Auch in der Lieferkette haben wir 2024 wichtige Fortschritte erzielt: So haben wir den Kaffee in allen Betrieben auf Bio- und Fairtrade-zertifizierte Bohnen von Max Havelaar umgestellt und damit ein starkes Zeichen für menschenwürdige und umweltgerechte Produktionsbedingungen gesetzt. Zudem haben wir unsere Umstellung auf IP-SUISSE Fleisch weiter ausgebaut und konnten so ein starkes Zeichen für mehr Tierwohl setzen.

Mit der Einführung des ECO-SCORE® gehen wir auch bei der Menükennzeichnung neue Wege: Unsere Gäste können neu die Umweltbelastung ihrer Menüwahl direkt erkennen und bewusst entscheiden. Der ECO-SCORE® hilft uns nicht nur, Transparenz zu schaffen, sondern unterstützt uns auch bei der Erfüllung kommender gesetzlicher Anforderungen zur Nachhaltigkeitskennzeichnung.

Aktuell arbeiten wir an einer umfassenden Klimastrategie bis 2030 sowie an einer Roadmap zur schrittweisen Reduktion unserer CO₂-Emissionen. Dabei setzen wir auf partnerschaftliche Zusammenarbeit, datenbasierte Entscheidungen – und vor allem auf das Mitwirken unserer Kunden und Gäste. Wir freuen uns, wenn Sie uns auf unserer Reise zu mehr Nach-

haltigkeit weiterhin begleiten – sei es durch diesen Bericht, unsere Website oder unseren LinkedIn-Kanal.

Herzliche Grüsse

Markus Binkert
CEO SV Group



Umfassender Ansatz für nachhaltige Erlebnisse

Die SV Group engagiert sich seit über 110 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.

Strategische Verankerung der Nachhaltigkeit in der Geschäftstätigkeit der SV Group

Im Jahr 2023 passte der Verwaltungsrat der SV Group die Statuten und den darin verankerten Unternehmenszweck an. Neu ist der Nachhaltigkeitsanspruch der SV Group direkt im Zweck wie folgt verankert: "Die Gesellschaft verfolgt den Zweck, mit ihrer Geschäftstätigkeit eine erheblich positive Wirkung auf das Gemeinwohl sowie die Umwelt zu erzielen. Bei ihrer Entscheidungsfindung berücksichtigen der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung einerseits die kurz- und langfristigen Inte-

ressen der Gesellschaft, ihrer Tochtergesellschaften und ihrer Zulieferer sowie andererseits ihren Zweck, einen relevanten, positiven Nutzen für die Gesellschaft und Umwelt sowie für die relevanten Anspruchsgruppen zu stiften. Dazu gehören die MitarbeiterInnen, die Kunden, die Standortregionen und Gemeinschaften, in denen die Gesellschaften tätig sind, und die Natur."

Unser Leitbild für Nachhaltigkeit

Für die Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten orientieren wir uns an einem umfassenden Orientierungsrahmen. Dieser soll sicherstellen, dass wir sämtliche relevanten Nachhaltigkeitsthemen, die sich aus unserer Tätigkeit in der Gastronomie und Hotellerie ergeben, bearbeiten. Bei der Umsetzung

unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten richten wir uns an den folgenden Grundsätzen aus: eine ganzheitliche Betrachtung, Entwicklung in Zusammenarbeit mit Partnern und Experten, eine wissenschaftliche Fundierung der Ziele sowie deren Messbarkeit und Transparenz.

Unsere Wirkungsfelder			
Ökologische Nachhaltigkeit		Soziale Nachhaltigkeit	
 1. Klimaschutz	 2. Supply Chain und Produktion	 3. Arbeitgeberin	 4. Gesellschaft
Klimafreundliche Ernährung	Nachhaltiger Einkauf	Attraktives Arbeitsumfeld	Gesunde Ernährung
Klimafreundliche Gebäude, Geräte & Facility Management		Gesundheit & Arbeitssicherheit	SV Stiftung
Klimafreundlicher Transport	Weniger Abfall	Diversity, Equity & Inclusion	
Investition in wirkungsvolle Klimaschutzprojekte		Weiterentwicklung und Nachwuchsförderung	Corporate Citizenship

Unterschiedliche Schwerpunkte

Unser Leitbild Nachhaltigkeit dient der SV Group als Orientierung dafür, in welchen ökologischen und sozialen Bereichen wir als Gastronomie- und Hotellerieunternehmen wirkungsvolle Beiträge leisten wollen und müssen. Die Schwerpunkte und Strategien zur Umsetzung unterscheiden sich dabei je nach Geschäftsfeld.

So fokussieren wir uns im Bereich der Gastronomie vor allem darauf, wie wir einerseits mit unserem Angebot zum Klima-

schutz und andererseits mit dem Einkauf nachhaltig produzierter Lebensmittel zu einer nachhaltigen Lieferkette beitragen. Im Bereich Hotellerie liegt der Fokus auf einem effizienten Umgang mit Ressourcen bei der Planung und Ausführung unserer Hotelprojekte sowie im täglichen Hotelmanagement.

In allen Geschäftsbereichen setzen wir uns für ein attraktives und gesundes Arbeitsumfeld sowie die Aus- und Weiterbildung für unsere Mitarbeitenden ein.

Gliederung der Themen

Dieser Bericht gliedert sich in die folgenden drei Bereiche:



Unsere Organisation für Nachhaltigkeit

Um auch in Zukunft eine wirkungsvolle Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten in der gesamten Unternehmung sicherzustellen, sind in der SV Group verschiedene Gremien für die Erarbeitung und Umsetzung zuständig.

- Die Geschäftsleitung der SV Group trägt die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitsziele und -strategie auf gesamter Unternehmensebene.
- Die Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie und der Zielsetzungen sowie die Umsetzung wird durch ein Steering Committee begleitet, welches Vertreter aus allen relevanten Service und Business Units der SV Group enthält.
- Die fachliche Abstützung und Koordination der Erarbeitung und Umsetzung sowie das Nachhaltigkeits-Controlling wird durch die Nachhaltigkeitsabteilung sichergestellt.

Science Based Targets-initiative

Im August 2022 hat sich die SV Group der Science Based Targets initiative angeschlossen. Wir sind stolz darauf, dass 2024 unsere kurz- und langfristigen Netto-Null-Ziele nun offiziell von Science Based Targets initiative nach dem NetZeroStandard validiert wurden.

Unsere Ziele beziehen sich gemäss den Vorgaben von SBTi auf Emissionen, die durch die Verwendung fossiler Energieträger (sog. Energy & Industry-Emissionen) sowie auf Emissionen, die durch die Agrarbewirtschaftung und Landnutzungsänderung entstehen (sog. FLAG-Emissionen, FLAG = Forest, Land and Agriculture).



Mitglied im STI-Verzeichnis

Im Rahmen des Swiss Triple Impact Programms (STI) haben wir 2022 unser Engagement analysiert, Ziele verabschiedet und einen Aktionsplan zur Zielerreichung erstellt. Damit wurden wir in das STI-Verzeichnis aufgenommen.



Unser Beitrag zu den SDGs

Mit unseren umfassenden Aktivitäten leisten wir einen Beitrag zu allen 17 Sustainable Development Goals (SDGs).



Hinweise zur Interpretation und Danksagung

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 Bericht wider, in dem die Fortschritte in den Jahren 2019–2024 in der Gemeinschaftsgastronomie

aufgezeigt werden. Künftig streben wir einen Bericht an, der auch den Tätigkeiten der anderen Geschäftsfelder und Länder Rechnung trägt und neuen gesetzlichen Anforderungen an die Berichterstattung gerecht wird.

Zahlreiche Herausforderungen in den vergangenen Jahren

Bei der Interpretation der vorliegenden Ergebnisse müssen die Rahmenbedingungen der letzten Jahre berücksichtigt werden. Die von der Pandemie, dem Krieg in der Ukraine und der darauffolgenden Inflation geprägten Jahre waren für die Gastronomie und Hotellerie äusserst herausfordernd: Nebst den finanziellen Einbussen kam es im Bereich der Nachhaltigkeit

zu Verzögerungen von Innovationsprojekten, stark steigenden Warenkosten und Unsicherheiten aufgrund der fehlenden Planbarkeit, sowie einem Mangel an Arbeitskräften. Dies hatte auch einen Einfluss auf die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie und auf die Datengrundlage.

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, die unsere Nachhaltigkeitsziele mittragen. Auch unseren Gästen gebührt ein grosser Dank. Denn mit ihrem Besuch und ihrer Auswahl fördern sie ein nachhaltiges Hospitality-Angebot.



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 machen Appetit auf Nachhaltigkeit.

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 Kon-

sum an tierischen Produkten das Risiko für sogenannte Zivilisationskrankheiten (z.B. Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Adipositas, Diabetes und bestimmte Krebsarten) erhöhen.

Planetary Health Diet: Gut für dich – gut für den Planeten.

Damit wir unsere Ziele für eine nachhaltige und gesunde Ernährung erreichen können, haben wir uns seit 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.

Mehr zur Planetary Health Diet: <https://sv-group.com/de/gruppe/nachhaltigkeit/klimaschutz/planetary-health-diet>

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



Gesunde und klimafreundliche Ernährung

Wir nehmen unsere Verantwortung für eine gesunde und klimafreundliche Ernährung wahr, indem wir ein vielseitiges und attraktives, überwiegend pflanzenbasiertes Angebot schaffen. Dadurch konnten wir unsere CO₂-Emissionen (Scope 3) seit Messbeginn im Jahr 2012 signifikant verringern. Um weitere Reduktionen zu erreichen, müssen wir den Weg gemeinsam mit unseren Gästen gehen. Deshalb ist es unser Anspruch, Genuss und Gesundheit mit Nachhaltigkeit zu verbinden: Die nachhaltigste Wahl wird zur einfachsten Wahl.

Die Klimakrise und die damit einhergehende Erderwärmung gehören zu den 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 Treibhausgas-

emissionen und zum Erreichen unserer CO₂-Reduktionsziele können wir mit einem reduzierten Konsum tierischer Produkte erreichen. Im Einklang mit der Planetary Health Diet sind wir jedoch 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 und bewussten Einsatz tierischer Produkte ein.

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

Unsere Ziele

Unser Ziel für eine klimafreundliche Ernährung

- Im August 2022 hat sich die SV Group der Science Based Targets Initiative angeschlossen und sich 2024 neue, wissenschaftlich basierte Reduktionsziele gesetzt. Für eine klimafreundliche Ernährung sind vor allem unsere Scope 3-Ziele relevant und wir beabsichtigen mit verschiedenen Massnahmen und unseren Stakeholdern in diesem Bereich eine Reduktion der verpflegungsbedingten Emissionen um 30 % bis 2030 zu erzielen.

Unser Ziel für eine gesunde Ernährung

Die im Rahmen von actionsanté bis 2024 gesetzten Ziele zur Reduktion des Zuckeranteils in unseren eigenen Getränken und Zuckersticks konnten wir erfolgreich umsetzen. Konkret heisst das:

- Der Inhalt der Zuckersticks wurde in allen SV Restaurants von 5g (Roh-Rohrzucker) bzw. 4g (weisser Kristallzucker)

auf 3g reduziert. Mit der Reduktion der Zuckermenge in den Zuckersticks konnten wir von 2021 bis 2024 eine Menge einsparen, die 5'002'250 Würfelzucker entspricht.

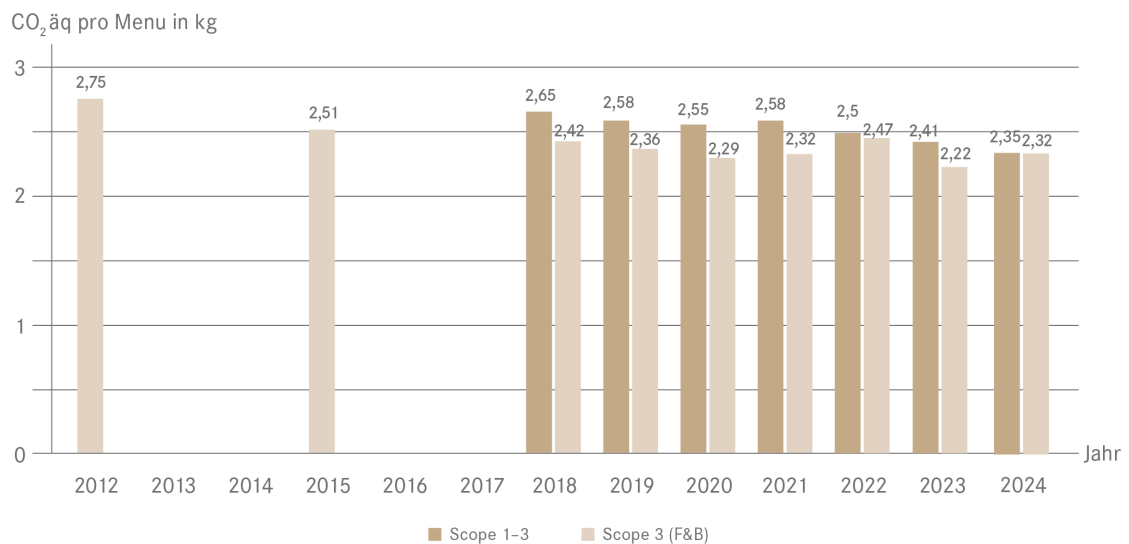
- Die Zuckermenge im SV IceTea und in der SV Lemonade wurde 2020 von 7g auf 6 g pro Liter reduziert. 2024 wurde die Zuckermenge vom SV IceTea nochmals auf 5g pro Liter reduziert. Dadurch konnten wir von 2021 bis 2024 1'751'670 Stück Würfelzucker einsparen.
- In allen SV Restaurants wird mindestens ein Müesli ohne zugesetzten Zucker (gemäss BLV-Definition) angeboten, ohne dass dieser durch andere Süssungsmittel oder Süsstoffe ersetzt wurde.

Ergebnisse für eine klimafreundliche Ernährung

CO₂-Emissionen

- Seit 2022 erstellen wir eine umfassende Treibhausgasbilanz mit Unterstützung von myclimate.
- Aufgrund dieser methodischen Anpassung lassen sich die Ergebnisse nicht mehr mit den Ergebnissen der Vorjahre vergleichen. Die Ergebnisse vor 2022 werden daher nicht mehr gezeigt.
- 96 % der Treibhausgasemissionen in der Schweiz (Gemeinschaftsgastronomie, öffentliche Gastronomie und Hauptsitz in Dübendorf) entstehen im Scope 3 durch die eingekauften Produkte und Dienstleistungen, wobei diese Emissionen zu 99 % durch eingekaufte Lebensmittel und Getränke verursacht werden.
- Im Jahr 2023 sind die Emissionen durch eingekaufte Lebensmittel und Getränke gestiegen (plus 15 % gegenüber 2022), was mit steigenden Gästefrequenzen erklärt werden kann, denn im Jahr 2023 konnten wir 19 % mehr Menüs verkaufen als im Jahr 2022. Durchschnittlich pro Gast konnten die Emissionen aber um 4 % reduziert werden.
- Auch im Jahr 2024 sind unsere Emissionen durch die eingekauften Lebensmittel und Getränke leicht gesunken (minus 2 % gegenüber 2023), trotz gesteigertem Verkauf der Anzahl Menüs (plus 0.28 %). Durchschnittlich konnten wir pro Gast die CO₂-Emissionen um weitere 1 % reduzieren.

CO₂-Reduktion pro Menü



Hinweis zur Grafik: Da sich in diesem Jahr das Messverfahren mit myclimate geändert hat, weichen die Zahlen für 2022 und 2023 von der letztjährigen Grafik leicht ab.

Meilensteine: Klimafreundliche Ernährung



Meilensteine: Gesunde Ernährung



Massnahmen für eine klimafreundliche und gesunde Ernährung 2019 bis 2024

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.

Gourmet, Beleaf, Yumame, Das Pure und weitere.

- Durchführung verschiedener Promotionen zur Förderung einer klimafreundlichen Ernährung in allen SV Restaurants und im Smartfridge (zum Beispiel Veganuary)
- Durchführung des Schweizer Chef Champions: Kochwettbewerb für alle Küchenprofis der SV Group zum Thema innovative, vegetarische Gerichte.

Umgesetzte Massnahmen:

- 2024 wurden insgesamt über 300 vegetarische oder vegane Rezepte sowie einzelne Menükomponenten von unserem Culinary Team kreiert, und 28 neue Salate entwickelt.
- Ausbau des Sortiments an pflanzlichen Fleisch- und Milchersatzprodukten: Seit 2020 haben wir hunderte unterschiedliche Fleisch- und Milchersatzprodukte getestet und viele Produkte ins Sortiment aufgenommen. Beispielsweise verwenden wir ausschliesslich planted als Ersatz für Poulet oder die vegane Joghurtalternative vom Schweizer Start-up „New roots“. Unser vielseitiges Sortiment enthält zudem Produkte von Protaneo, Garden

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 setzen wir auch stärker auf unterschiedlichste Getreide- und Pseudogetreidesorten wie Dinkel, Emmer oder Amaranth und fördern den Einsatz von Hülsenfrüchten.

Umgesetzte Massnahmen:

- Entwicklung von über 300 neuen Rezepten und Menükomponenten für abwechslungsreiche Stärkebeilagen und mehr Hülsenfrüchte auf dem Teller
- Entwicklung von 28 neuen Vollwert-Salaten

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 in gesunder Ernährung.

Umgesetzte Massnahmen:

- Durchführung von Online-Kochkursen für eine gesunde Ernährung im Home-Office
- Entwicklung von 18 neuen Müesli- und Joghurtrezepten ohne zugesetzten Zucker im Jahr 2022
- Seit 2023 verwenden wir in allen Müeslis und Joghurts ausschliesslich Granola ohne zugesetzten Zucker

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 an Produkten, die mit dem Flugzeug importiert werden, auf ein Minimum oder beziehen Gewächshausgemüse aus nicht-fossil beheizten Gewächshäusern.

Umgesetzte Massnahmen:

- Der Anteil an per Flugzeug importierten Produkte wurde auf 0,09 % gesenkt.
- Im Zeitraum von 2019 - 2024 haben wir insgesamt 540 Tonnen klimafreundliches Gemüse bezogen.

Ausblick

Für unsere kurz- und langfristigen Reduktionsziele müssen wir unsere absoluten Emissionen reduzieren. Unser Schwerpunkt liegt daher auch künftig auf dem Ausbau des pflanzenbasierten Angebots und einer Ausrichtung an den Empfehlungen der Planetary Health Diet. Zudem haben wir letztes Jahr den ECO-SCORE® pro Menü lanciert. Der ECO-SCORE® der Firma Beelong bewertet die Umweltbelastung von Menüs und wird bereits in 21 Restaurants angezeigt. Weitere Restaurants sind

in Planung. Zudem arbeiten wir an einer Bewertung der Ausgewogenheit von Menüs. Damit können wir unseren Gästen bei jedem Menü transparent Auskunft geben, wie ihre Menüwahl bezüglich Umweltfreundlichkeit und in Zukunft auch bezüglich Ausgewogenheit eingeordnet ist. Wir sind davon überzeugt, dass wir unsere Gäste durch Genuss, Transparenz und ohne Zwang dazu bewegen können, den grösstmöglichen Beitrag zu einer klimafreundlichen und gesunden Ernährung zu leisten.

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. Dabei erfüllen wir auch hier unsere Ansprüche 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.

Zudem ermöglicht die Herstellung im Sous-vide-Verfahren, dass die Menükomponenten ohne die Verwendung von Zusatzstoffen länger haltbar sind als bei anderen Zubereitungsmethoden.



«Bei Meals for Kids möchten wir die Umweltbelastung entlang der gesamten Wertschöpfungskette transparent machen und an den richtigen Stellen reduzieren. Durch die unterschiedlichen Verpackungseinheiten bietet Meals for Kids 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 auf 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 für eine ethische, ökologische und soziale Lebensmittelproduktion

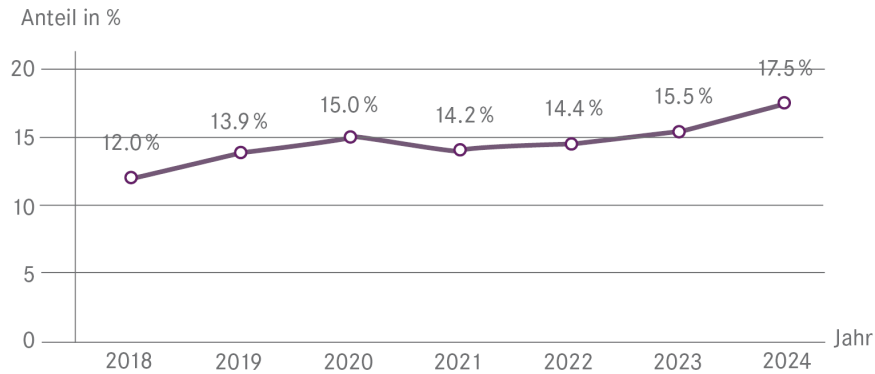
- Bis Ende 2026 entspricht das gesamte Angebot an Meeresfischen, Krustentieren, Muscheln sowie Süsswasserfischen aus Zucht und aus Wildfang von SV Schweiz zumindest Score 3 gemäss WWF. Der Anteil von Score 1 und 2 beträgt bis Ende 2023 mindestens 90 % der gesamten in einem Jahr von SV beschafften Menge in Kilogramm.
- Bis Ende 2026 wird der Anteil an empfehlenswerten Labelprodukten gemäss WWF Labelführer (ausgenommen Fisch) auf mindestens 20 % erhöht (gemessen an der von SV beschafften Menge in Kilogramm).
- Mit dem Schweizer Tierschutz STS wurden mehrere Unterziele vereinbart, um einen tierfreundlichen Einkauf sicher zu stellen. Diese sind in der Ergebnisaufsicht aufgeführt.
- Wir wollen auch zukünftig auf eine enge Zusammenarbeit mit dem Schweizer Tierschutz STS setzen.

Ergebnisse

Zwischen 2020 und 2022 war es aufgrund der weltweiten Pandemiebeschränkungen und der damit zusammenhängenden Störungen in den Lieferketten sehr schwierig, den Anteil an Lebensmitteln aus einer nachhaltigen Produktion auszubauen. Seit 2023 konnten wir den Labelanteil wieder stärken und im Jahr 2024 durch die Umstellung vieler Lebensmittel auf Produkte aus zertifizierter Produktion noch weiter ausbauen. Das gelang uns vor allem durch die Umstellung auf Max Havelaar- und Bio-Kaffee, die umfassende Umstellung des Rind- und Schweinefleisches von BTS/RAUS auf die strengere IP-SUISSE-Produktion, sowie die Beschaffung zertifizierter pflanzlicher Produkte wie Tofu oder Protaneo. Der Anteil an IP-SUISSE-Rind- und Schweinefleisch lag Ende 2024 bereits bei 65 % (bezogen auf das gesamte Einkaufsvolumen in kg im Dezember 2024). Über das gesamte Jahr 2024 betrachtet lag der Anteil bei 57 %.

Trotz des gestiegenen Anteils an IP-SUISSE-Fleisch war der Gesamtanteil an Tierwohlfleisch im Jahr 2024 tiefer als im Vorjahr. Der Grund dafür liegt in der schrittweisen Sortimentsumstellung unserer Partner, die das Angebot aufgrund eingeschränkter Verfügbarkeiten erst nach und nach erweitern können. Da wir während dieser Übergangsphase nicht auf den bisherigen Standard (BTS/RAUS) zurückgreifen konnten, kam es vorübergehend zu einem Rückgang. In den kommenden Jahren ist jedoch mit einem erneuten Anstieg des Tierwohl-Anteils zu rechnen. Durch eine konsequente Sortimentssteuerung konnten wir auch 2024 weiterhin sicherstellen, dass rund 99 % unseres Sortiments an Fischen und Meeresfrüchten aus empfehlenswerten oder akzeptablen Quellen kommt (Score 1–3). Damit wurde unser WWF-Ziel von 100% beinahe erreicht.

Anteil Labelprodukte

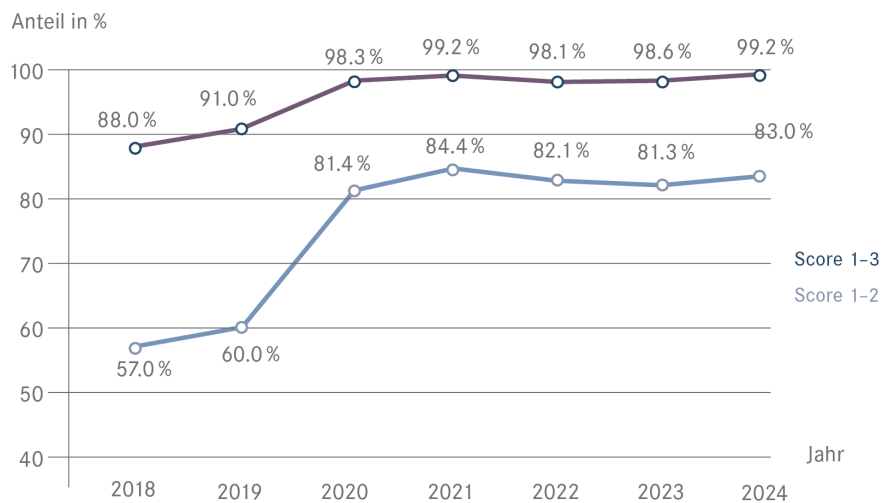


Berücksichtigt werden folgende Labels:

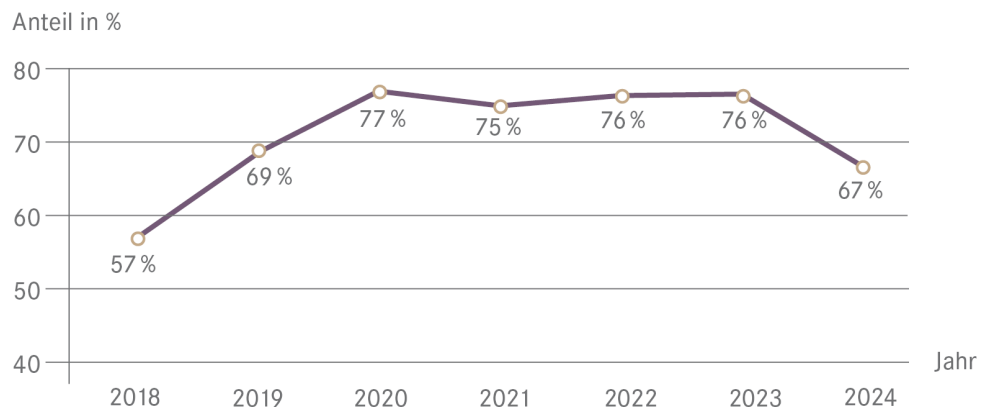
Bio Knospe, EU Bio, IP-SUISSE, Max Havelaar Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ.

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



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.

Massnahmen und Meilensteine: 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 war die Umstellung des Sortiments auf Fleisch von Tieren aus BTS- und RAUS-Haltung. Seit 2023 gehen wir noch einen grossen Schritt weiter und stellen unser Fleischsortiment kontinuierlich auf Fleisch aus IP-SUISSE-Produktion um.

- 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
- Seit 2022 kommen auch in den von uns gemanagten Hotels in der Schweiz nur noch Eier und Eiprodukte zum Einsatz, die aus Schweizer Freilandhaltung stammen
- Seit Mai 2023 verwenden wir ausschliesslich Schweizer Poulet
- Beginnend im Frühjahr 2023 wurde ein Grossteil des Sortiments an Rind- und Schweinefleisch auf IP-SUISSE-Fleisch umgestellt

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-gastrounernehmen>
- 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: www.wwf.ch/de/medien/schweizer-milchproduktionsstandards-umwelt-und-ressourcenschutz-bleiben-auf-der-strecke

Meilensteine: Tierwohl



Massnahmen: Regionalität

Bei der Betrachtung des gesamten CO₂-Äquivalenzabdrucks von Lebensmitteln fällt beim Transport ein verhältnismässig sehr kleiner Teil der CO₂-Äquivalenz-Emissionen an. Trotzdem möchten wir auch dort mit einer gut geplanten und effizienten Logistik Emissionen reduzieren. Wir pflegen langjährige Partnerschaften mit regionalen Lieferanten und können mit unserer nationalen Logistik effiziente und dadurch klimafreundliche Transporte sicherstellen.

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.

Umgesetzte Massnahmen

- Der Einkauf aller Lebensmittel und Getränke bestand 2024 zu 66 % aus Schweizer Produkten. Der Anteil ist gegenüber 2023 (68 %) leicht rückläufig, da die Verfügbarkeit vor allem von Schweizer Gemüse im Jahr 2024 wetterbedingt eingeschränkt war.
- Seit Mai 2023 verwenden wir ausschliesslich Schweizer Poulet.

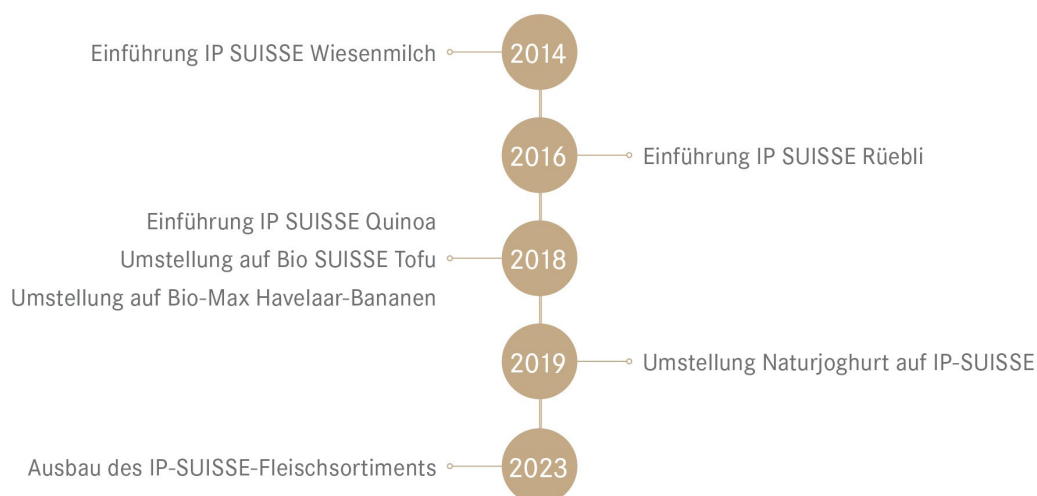
Massnahmen und Meilensteine: Biodiversität

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 Verdrängung 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.

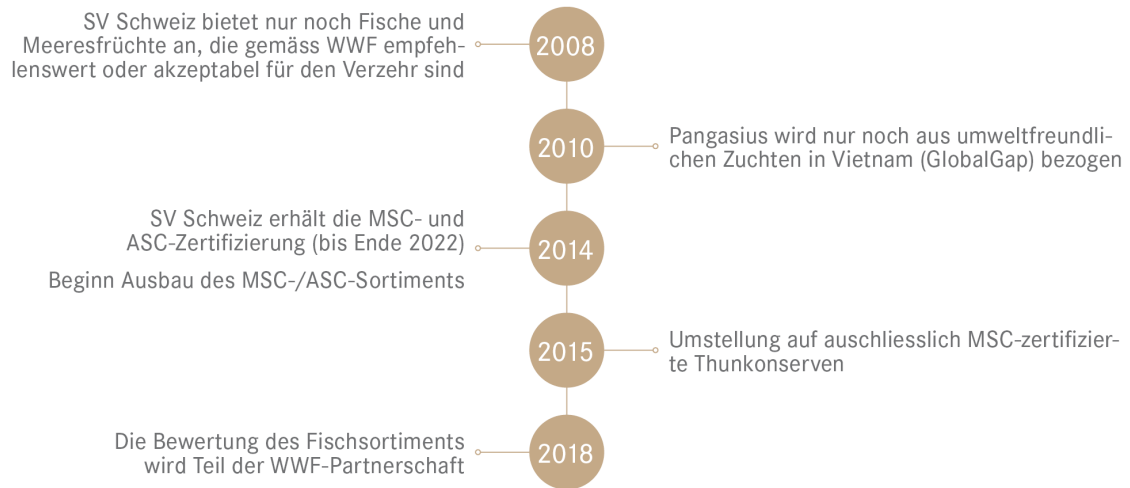
Umgesetzte Massnahmen:

- 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, 2021 und 2022
- Seit Anfang 2023 sehen wir bis auf Weiteres von einer separaten MSC-/ASC-Rezertifizierung ab, da wir im Rahmen unserer WWF-Partnerschaft ein nachhaltiges Fischsortiment sicherstellen können
- Beginnend im Frühjahr 2023 wurde ein Grossteil des Sortiments an Rind- und Schweinefleisch auf IP-SUISSE Fleisch umgestellt.

Meilensteine: Nachhaltige Landwirtschaft



Meilensteine: Nachhaltige Fischproduktion



Massnahmen und Meilensteine: 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.

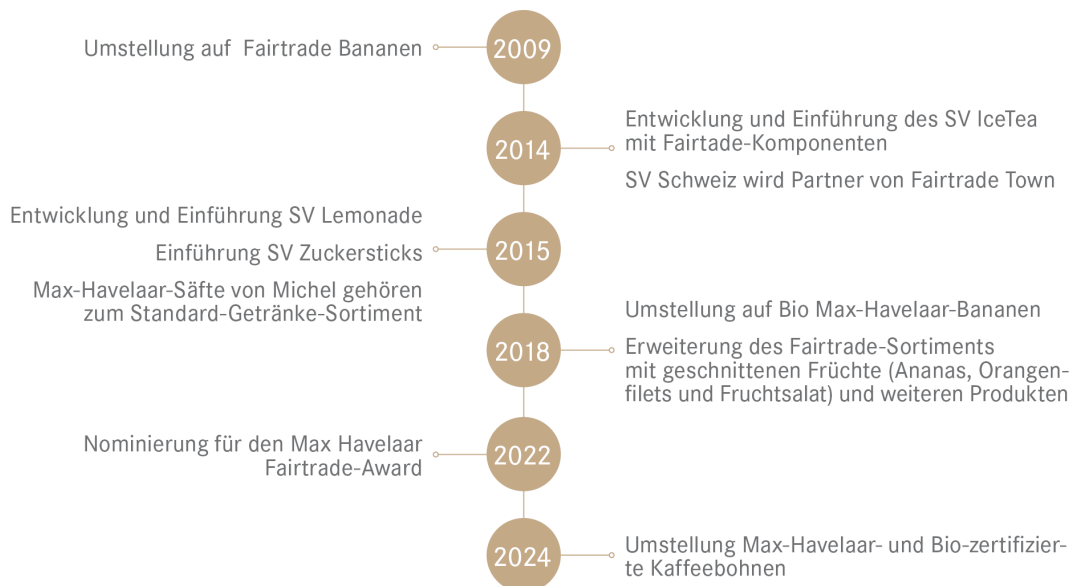
Zudem werden wir uns in Zukunft noch stärker mit menschenrechts- und umweltbezogenen Risiken in unserer Lieferkette beschäftigen. Als Basis dafür haben wir einen Verhaltenskodex für unsere Lieferanten und unsere Mitarbeitenden verabschiedet. In diesem sind unsere Anforderungen an integriertes und moralisches Verhalten verbindlich geregelt.

Wir haben ausserdem begonnen, menschenrechts- und umweltbezogenen Risiken in unserer Lieferkette zu analysieren. Die mit dem Ziel, Risikomanagement aufzubauen.

Umgesetzte Massnahmen

- 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.
- In Zusammenarbeit mit der St. Galler Traditionsrösterei Turm bieten wir seit Juni 2024 in all seinen Betrieben vollumfänglich Bio-Kaffee aus fairem Handel an.
- Erweiterung des Sortiments an Max Havelaar-Produkten. Insgesamt enthält unser Sortiment 46 Max Havelaar-Produkte.
- Nominierung von SV Schweiz für den Max Havelaar Fairtrade-Award 2022.
- Im Januar 2023 wurde der Verhaltenskodex für Lieferanten und der Verhaltenskodex für unsere Mitarbeitenden veröffentlicht. Alle Mitarbeitenden wurden zu den Inhalten geschult. Der Verhaltenskodex für Lieferanten wurde als Anhang in alle Lieferantenverträge integriert.
- 2024 haben wir gemeinsam mit Max Havelaar ein Webinar für all unsere Mitarbeitenden organisiert, in dem die Relevanz und die Vorteile von Fairtrade-Produkten, insbesondere in Bezug auf Kaffee, vorgestellt wurden.

Meilensteine: Fairtrade



Unser Beitrag zu den SDGs





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 CO₂-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 abgesiebt 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.



Effizienter Umgang mit Abfall und Energie

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

identifiziert, wo das grösste Optimierungspotenzial 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.

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

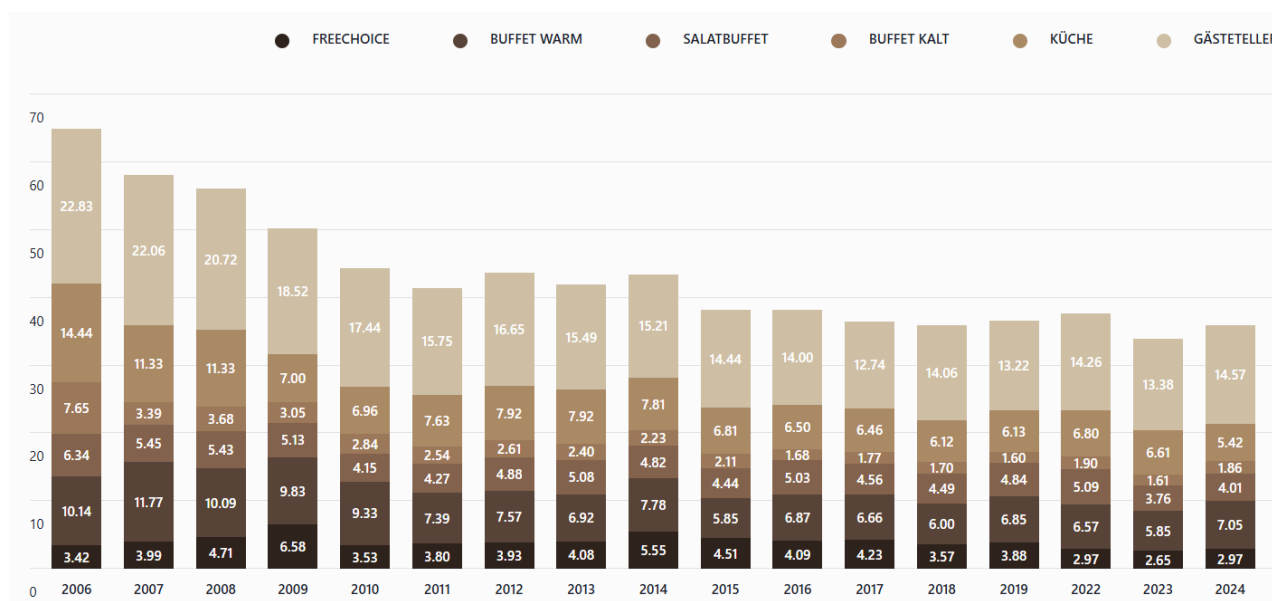
Relevante Bereiche für unsere Betriebe

- 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, 2021, 2022, 2023 und 2024
- Seit 2006 konnten wir Food Waste in unseren Restaurants um 48 % reduzieren. Der Food Waste ist im Jahr 2024 mit 36 g pro verkauftes Menü leicht gestiegen. (siehe Abbildung). Unser digitales und datenbasiertes Planungstool «smartChef» hilft uns auf Schwankungen zu reagieren und durch die optimierte Planung Food Waste zu reduzieren.
- Ende 2024: 171 Restaurants verwenden das Mehrweggeschirr von reCIRCLE und etwa 90 Restaurants bieten unser Take-Away-Konzept «ANDIAMO» in Mehrweggläsern an.
- Etwa 40 Restaurants setzen das Konzept «Save food, fight waste» ein, wo unsere Gäste übriggebliebene Speisen zu einem reduzierten Preis mitnehmen können.

Durchschnittlicher Food Waste pro Gericht



Übersicht der Massnahmen: 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

Umgesetzte Massnahmen:

- 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).

- Da im Jahr 2022 nicht ausreichend Strom aus Schweizer Wasserkraft verfügbar war, konnten wir nur Strom aus europäischer Wasserkraft beziehen. Ab 2023 wurde der Strom wieder aus Schweizer Wasserkraft bezogen.
- Aufgrund der drohenden Energiemangellage für den Winter 2022/2023 wurde für alle Geschäftsbereiche ein Energiesparkonzept erarbeitet. Dieses musste bisher nicht eingesetzt werden, könnte aber beim Eintritt eines Energiemangels in kommenden Wintern schnell umgesetzt werden.
- Am Hauptsitz der SV (Schweiz) AG beziehen wir «natur-made star» Strom von ewz. Seit 2024 finanzieren wir dadurch den Fond für ewz Renaturierungsprojekte mit und unterstützen die Realisierung dieser Projekte.

Übersicht der Massnahmen: 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. Dazu verfolgen wir von der datenbasierten Angebotsplanung und der richtigen Lagerung, über die situative Nachproduktion je nach Gästeaufkommen bis hin zur Gästesensibilisierung zahlreiche Strategien, damit kein Food Waste anfällt. Regelmässig messen wir den anfallenden Food Waste und definieren Massnahmen, um diesen zu minimieren.

Umgesetzte Massnahmen:

- 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 Schweiz-

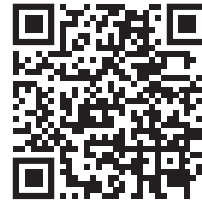
weite Initiative «Save food, fight waste»: Eine Allianz von über 70 Partnern, die sich für die Reduktion von Food Waste einsetzen.

- Corona-bedingt musste die Food-Waste-Erfassung 2020 und 2021 ausgesetzt werden. Im September 2022 wurde die Messung wieder aufgenommen.
- Unterzeichnung der «Branchenübergreifenden Vereinbarung zur Reduktion von Lebensmittelverlusten» im Mai 2022, welche im Rahmen des Aktionsplans gegen Lebensmittelverschwendung erarbeitet wurde.
- Aktive Teilnahme an Arbeitsgruppensitzungen in den Jahren 2022, 2023 und 2024, die sich aus der o.g. Vereinbarung ergeben haben.
- Seit 2022 kommunizieren wir die Ergebnisse der Food-Waste-Messung in allen Restaurants an unsere Gäste.

Video: So vermindern unsere Kollegen Food Waste in ihren Betrieben



Um herauszufinden, wie unsere Küchenexperten Food Waste vermindern, einfach den QR Code scannen.



Übersicht der Massnahmen: 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.

Umgesetzte Massnahmen:

- 2019: Einführung von ANDIAMO im Glas
- 2020: Entwicklung des SV-internen Verpackungsleitfadens und Verzicht auf unnötige Verpackungen
- Seit 2020: Unterstützung der Entwicklung der «Understanding Packaging Scorecard»
- 2021: Umstellung auf Kartonverpackungen in unserem Smartfridge
- 2021: Alle warmen Mahlzeiten unseres Lieferservices «gustav Office Delivery» werden standardmässig in Mehrweg-Geschirr geliefert (Opt-out)
- 2022: Der Mehrwegbecher von kooky wurde in 3 Restaurants eingeführt
- 2022: Neue Produkte von reCIRCLE – der ISY-Becher und die Pizza-Box – wurden ins Sortiment aufgenommen
- 2022: Unsere Hauptlogistikerin Pistor nimmt Schrumpffolie ihrer Rollbehälter zurück und lässt sie recyceln
- 2022: Unser Lieferservice «gustav Office Delivery» verzichtet auf unnötige Tragetaschen und verwendet wasserlösliche Etiketten
- 2023: Der Mehrwegbecher von kooky wird in einigen Restaurants getestet
- 2024: Einführung FSC-zertifizierter Kaffeebecher und Servietten

Übersicht der Massnahmen: 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 CO₂-Emissionen einsparen können. Pistor verfügt über eine der modernsten Lastwagenflotten und legt grossen Wert auf ökonomische, so-

ziale 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

Meilensteine zum effizienten Umgang mit Abfall und Energie



Unser Beitrag zu den SDGs



Ausblick

Wir möchten auch künftig Food Waste auf einem Minimum reduzieren. Daher werden wir die Food Waste-Messung wieder jährlich in allen Restaurants durchführen. Zudem werden wir die Messung mit den Anforderungen des Leitfadens der

Arbeitsgruppen Gastronomie der branchenübergreifenden Vereinbarung gegen Lebensmittelverschwendung abgleichen. Ausserdem werden wir weiter am Ausbau der Verwendung von Mehrweggeschirr arbeiten.



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 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.

Umgesetzte Massnahmen: 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.

Umgesetzte Massnahmen:

- Unsere Partnerschaft mit dem WWF Schweiz haben wir bis Ende 2026 verlängert. Die Zielsetzungen sind bei den jeweiligen Themen aufgeführt.
- Verlängerung der Partnerschaft mit dem Schweizer Tierschutz STS bis mind. Ende 2024.

Ergebnisse:

- Rezertifizierung des Umweltmanagementsystems gemäss ISO 14001 in den Jahren 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 und 2024

- Erhalt der Bronze-Bewertung auf der Lieferanten-Plattform evovadis den Jahren 2019, 2022 und 2024 sowie der Silber-Bewertung in den Jahren 2021 und 2023
- Rezertifizierung MSC- und ASC in den Jahren 2019, 2020, 2021 und 2022
- Teilnahme am Swiss Triple Impact Assessment und Eintrag ins STI-Verzeichnis im Februar 2023
- Die SV Group ist seit 2004 Mitglied beim Verband öbu. Unsere Nachhaltigkeitsverantwortliche Dörte Bachmann wurde 2022 in den öbu-Vorstand gewählt
- 2019, 2022, 2023 und 2024: Teilnahme am WWF-Firmenlauf für die Unterstützung eines Umweltprojektes

Umgesetzte Massnahmen: 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.

Umgesetzte Massnahmen:

- Nachhaltigkeitsschulungen für Kadermitarbeitende wurde 2019 drei Mal durchgeführt. 2020, 2021 und 2022 wurde das Schulungsangebot aufgrund der Corona-Pandemie eingeschränkt und es konnten keine Schulungen zur Nachhaltigkeit durchgeführt werden. 2023 wurde die Nachhaltigkeitsschulung überarbeitet, konnte aber noch nicht umgesetzt 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, 2022: 9, 2023: 10; 2024: 11)
- 2019: Teilnahme von 117 Küchenchefs an der Hiltl-Schulung. 2020 und 2021 mussten Corona-bedingt weitere Hiltl-Schulungen ausgesetzt werden. Im Jahr 2022 wurde die Hiltl-Schulung wieder aufgenommen. Zudem wurde ein SV-eigener Kurs für veganes Kochen entwickelt. 65 Köche haben daran teilgenommen. 2024 haben 42 Köche an der Hiltl-Schulung und den SV-eigenen Kursen für vegetarisches und veganes Kochen teilgenommen.
- 2022 und 2023: Durchführung eines neuen Fachkurses für Lernende im zweiten Lehrjahr. Nachhaltigkeit ist eines von drei Schwerpunktthemen.

Umgesetzte Massnahmen: 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.

Umgesetzte Massnahmen:

- Unsere Küchen sind voll von talentierten Köchinnen und Köchen, die uns dabei unterstützen können, durch geschickte Kommunikationsmassnahmen das Bewusstsein für eine vermehrt vegane und vegetarische Küche zu fördern! Aus diesem Grund lancierten wir 2024 einen eigenen SV Chef Champion Kochwettbewerb, der eine innovative vegetarische Küche ins Zentrum setzt. Als Höhepunkt des Wettbewerbs kochten sechs Finalisten am Standort „Gastronomie BerufsbildungBaden“ unter dem Motto „Future Lunch“ live vor einer Jury ein Dreigangmenü.
- 2024 in allen SV Restaurants durchgeführte Nachhaltigkeitspromotionen:
 - * Im Veganuary haben wir Gemüse mit innovativen Geschmackskombinationen und neuen Zubereitungsmethoden in Szene gesetzt.
 - * Im Zuge der Umstellung auf den Max Havelaar und Bio-Kaffee von Turm fand eine Kampagne zu Fairtrade-Kaffee statt.
 - * Auch unsere jährliche Food Waste-Messung wurde in einer Promotion aufgegriffen
- 2023 in allen SV Restaurants durchgeführte Erlebniswochen und Promotionen im Bereich Nachhaltigkeit:
 - * Erneute Teilnahme am Veganuary.
 - * Im Mai 2022 lancierten wir unsere neue Nachhaltigkeitskommunikation in allen Restaurants.
 - * Die Lancierung der Kommunikation wurde die «Healthy Planet»-Woche begleitet. In dieser Woche widmeten wir das kulinarische Angebot den Empfehlungen der Planetary Health Diet.
- * In allen Restaurants wurden die Ergebnisse der Food Waste-Messung an unsere Gäste kommuniziert.
- * SV Schweiz unterzeichnet die Charta für nachhaltige Ernährung der Stadt Zürich.
- 2022 in allen SV Restaurants durchgeführte Erlebniswochen und Promotionen im Bereich Nachhaltigkeit:
 - * Den Veganuary 2022 haben wir dem Gemüse gewidmet.
 - * Am ONE CLIMATE DAY haben wir klimafreundliche Menus in den Fokus gestellt. Die unvermeidbaren CO₂-Emissionen wurden mit einem Projekt von myclimate kompensiert.
 - * Mit «Roots» haben wir Wurzelgemüse ins Rampenlicht gesetzt.
 - * Im Herbst 2022 wurden die Ergebnisse unserer Food Waste-Erfassung an unsere Gästekommunikation.
- 2021 haben wir ebenfalls den Veganuary in allen SV Restaurants und eine «plant-based week» durchgeführt und
- Mit unseren Restaurants an der ETH Zürich nehmen wir seit 2022 am «Projekt Nachhaltige Gastronomie» der ETH Zürich teil.
- Im Kanton Fribourg haben wir uns der Charta «Cuisinons notre région» angeschlossen.
- An folgenden Veranstaltungen war die SV Group 2023 mit aktiven Beiträgen vertreten:
 - * SWIFCOB 23 «Biodiversität erhalten in Krisenzeiten», SCNAT
 - * Herbstveranstaltung SWAN & IG RIPE «Gemeinschaftsgastronomie à la Carte - zukunftstauglich und kreativ»
 - * Lucerne Dialogue, Conference Extension «Road to Net Zero - Unternehmen als Schlüssel zur Lösung»

- An folgenden Veranstaltungen war die SV Group 2022 mit aktiven Beiträgen vertreten:
 - * Swiss Green Economy Symposium
 - * Swiss impact Forum
 - * Forum ö
 - * Swiss Protein Association Stammtisch
 - * Stakeholder Dialog Coca-Cola
 - * Fokusgruppe planetare Grenzen zur Greenpeace-Studie «Transformation zu einem sozialgerechten Leben innerhalb der planetaren Grenzen»

Umgesetzte Massnahmen: 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.

Umgesetzte Massnahmen:

- 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
- Seit 2022 erheben wir, in Zusammenarbeit mit unserem Partner myclimate, jährlich die CO₂ Bilanz für die gesamte SV Group
- Für mehr Transparenz in unserem Angebot haben wir 2024 den ECO-SCORE® in Partnerschaft mit Beelong eingeführt
- 2024 steht unser Nachhaltigkeitsprogramm «ONE TWO WE 3.0» zur Verfügung. Das Programm wurde zusammen mit dem WWF Schweiz 2013 initiiert und im letzten Jahr weiterentwickelt. Das Programm macht eine flexible Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsaktivitäten für unsere Restaurants möglich.

Ausblick

In Zukunft möchten wir noch mehr Transparenz in unserem Angebot schaffen. Daher haben wir 2022 mit der Entwicklung eines Orientierungssystems für eine gesunde und nachhaltige Menüwahl begonnen. Seit Ende 2023 erarbeiten gemeinsam mit unserem Partner Beelong die Umsetzung des Orientierungssystems. Im ersten Halbjahr 2024 wurde die Ausweisung von Umweltaspekten in einigen Pilotbetrieben getestet und der ECO-SCORE® wurde bisher in 21 Restaurants erfolgreich ein-

geführt. Zudem soll die Ausweisung des CO₂-Werts pro Menü und von Gesundheitsaspekten ergänzt werden. Damit sollen unsere Gäste besser über die Umwelt- und Gesundheitswirkung der Menüs informiert werden und fähig sein, dies in ihrer Menüwahl zu berücksichtigen.

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 20 Hotels in Deutschland und der Schweiz (Stand Ende 2024) und hat einen ambitionierten Wachstumsplan mit zahlreichen Hotels, die 2025 eröffnet werden. Im Bereich F&B gelten für unsere Hotels soweit wie möglich die gleichen Nachhaltigkeitsanforderungen wie für unsere Restaurants der Gemeinschaftsgastronomie und der öffentlichen Gastronomie. Da wir in unseren Hotels mit anderen Nachhaltigkeitsherausforderungen konfrontiert sind als in der Gastronomie, haben wir für unsere Hotels ein eigenes Nachhaltigkeitskonzept entwickelt, um unsere Verantwortung gegenüber der Umwelt und unseren Mitarbeitenden in allen Hotels wahrzunehmen und unseren Gästen ein nachhaltiges Reiseerlebnis zu ermöglichen.

Unser Nachhaltigkeitskonzept für Hotels



Gebäude mit hohem Nachhaltigkeitsstandard

Hohe Anforderungen an Projekte und Gebäude

Verwendung erneuerbarer Energie

Umweltschonende Mobilität



Effizienter Umgang mit Ressourcen

Smarter Umgang mit Energie

Schonender Umgang mit Wasser

Reduktion von Food Waste

Reduktion Einwegmaterialien



Nachhaltige Materialien

Nachhaltig produzierte und langlebige Zimmerausstattung

Gesundes und nachhaltiges F&B-Angebot

Lebensmittel und Non-food aus nachhaltiger Produktion



Sensibilisierung und transparente Kommunikation

Transparenz

Schulungen von Mitarbeitenden

Sensibilisierung von Gästen

Partnerschaften /Zertifizierungen

Dabei möchten wir uns in Zukunft stärker der Nachhaltigkeit der Gebäude widmen, da bei der Auswahl der Immobilien selbst grosse Möglichkeiten zur Reduktion von Treibhausgasemissionen bestehen: Sei es durch energieeffiziente Gebäude oder Standorte, die leicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind oder zur Verfügung stehende E-Ladestationen. Zudem werden wir einen grösseren Fokus auf einen effizienten Umgang mit Energie und anderen Ressourcen legen. Diese Massnahmen werden durch eine verbesserte Datenerhebung, ein umfassenderes Schulungsangebot für unsere Mitarbeitenden und die Sensibilisierung unserer Gäste unterstützt

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 KooooK» haben wir ein Konzept entwickelt, das ganz im Sinne des nachhaltigen Reisens ist. Für unser erstes Stay KooooK, das im September 2020 in Bern Wankdorf eröffnet wurde, konnten wir bereits einige Nachhaltigkeitsmassnahmen umsetzen.

Um unser Engagement zu untermauern, haben wir uns 2022 dem Programm Swisstainable angeschlossen und uns dazu verpflichtet für alle Hotels ein Nachhaltigkeitskonzept sowie Schulungsprogramm im Bereich Nachhaltigkeit für unsere Mitarbeitenden aufzubauen.

Nachhaltigkeit in unseren Stay Kooooks in Bern Wankdorf und Bern City

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

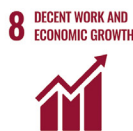
- Elektronische Geräte mit höchster Energieeffizienz
- LED-Leuchtmittel
- Wassersparende Armaturen

Effiziente Geräte

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 zugeführt.
- 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





Wie Nachhaltigkeit bei SV Hotel an Bedeutung gewinnt - Interview mit Marco Meier, Managing Director SV Hotel

Die SV Group betreibt per Ende 2024 in Deutschland und der Schweiz 23 Hotels. 2025 sollen zahlreiche weitere 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, Marco Meier, 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.

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 Ham-



burg 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.





Mitarbeitende und soziales Engagement

Die 111-jährige Geschichte der SV Group verpflichtet uns, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Die sozialen Gründungszwecke der SV (ehemals Schweizer Verband Soldatenwohl; später Schweizer Verband Volksdienst) prägen auch heute noch unser Tun und Handeln.

Gerade in aussergewöhnlichen Zeiten ist es uns ein besonderes Anliegen, für unsere Mitarbeitenden eine verlässliche und faire Arbeitgeberin zu sein und darüber hinaus unser gesellschaftliches Engagement weiterzuführen.

Fünf Aktionsfelder im Bereich Mitarbeitende und soziales Engagement

- Attraktive Anstellungsbedingungen
- Gesundheit und Arbeitssicherheit
- Diversity, Equity und Inclusion
- Weiterentwicklung und Nachwuchsförderung
- Soziale Verantwortung



Attraktive Anstellungsbedingungen

Für unsere rund 4'000 Mitarbeitenden in der Schweiz möchten wir ein «Employer of Choice» sein. Dazu gehört, dass wir eine innovative und verantwortungsvolle Arbeitgeberin mit attraktiven Anstellungsbedingungen und star-

ken Unternehmenswerten sind. Unser Ziel ist es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich alle Mitarbeitenden wohl und wertgeschätzt fühlen.

Lohnleichheit

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

Massnahmen zeigen Wirkung

Nach der letzten Prüfung im Jahr 2021 wurde die Lohnleichheitsanalyse bei der SV (Schweiz) AG im Jahr 2024 erneut durchgeführt. Die Prüfung durch die PwC bestätigt die Korrektheit der Ergebnisse. Das Resultat ist erfreulich, es zeigt

eine Verbesserung zur letzten Überprüfung und weist keinen akuten Handlungsbedarf auf.

Es ist kein statistisch signifikanter Geschlechtereffekt erkennbar, vorhandene Lohnunterschiede können daher gänzlich durch das Zusammenspiel verschiedener objektiver Faktoren wie z.B. Alter, Ausbildung und berufliche Stellung erklärt werden (die unerklärte geschlechtsspezifische Lohndifferenz beträgt 0.8%). Damit liegt das Resultat unterhalb des Zielwertes (freiwilliger Richtwert) und des Grenzwertes (Gleichstellungsgesetz).

Faire Arbeitsbedingungen/ attraktive Lohnnebenleistungen

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. Seit rund einem Jahr verpflegen sich die Mitarbeitenden zudem gratis bei uns, mit einer Hauptmahlzeit pro Tag.

Die Erfolgsbeteiligung für ausgewählte Positionen wird 2024 zum letzten Mal ausbezahlt. Künftig sieht das Vergütungsmodell bei Neueinstellungen auf Managementebene keinen variablen Lohnanteil mehr vor. Dies, um die Anreize für die intrinsische Motivation zu stärken, welche zum Ziel das Betriebsergebnis des gesamten Unternehmens im Fokus hat.

Lohn & Benefits

- Mindestlohn von CHF 3800 monatlich auf Stufe Ia, ohne Berufslehre (L-GAV: CHF 3666)
- 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)
- Ferienzukauf möglich
- Kostenlose Mitarbeitendenverpflegung
- Umfassendes Aus- und Weiterbildungsangebot SV Academy
- Geschenke zu persönlichen Ereignissen
- 16 Wochen Mutterschaftsurlaub (L-GAV: 14 Wochen)

Kultur, Arbeitsorganisation und Zusammenarbeit

Die Auswertung der Mitarbeitendenumfrage ist erfreulich. Das Engagement liegt bei 75 % (Benchmark 68 %). Die Arbeitsbedingungen haben eine durchschnittliche Bewertung von 77 % erzielt. Überdurchschnittlich gut bekannt sind die Werte und die Strategie der SV Group. Mit 82 %, noch um 1 % gestiegen, im Vergleich zur letzten Gesamtumfrage. In Zukunft wird der Prozess agiler gestaltet. Es werden jährliche Umfragen geplant, mit Puls Check-Charakter (Abfragen zu spezifischen Themen bei ausgewählten Gruppen).

Seit Kurzem werden die Mitarbeitergespräche digitalisiert, über das myHR-System, abgewickelt. Es steht neu ein «360 Grad-Feedback» zur Verfügung. Bei dieser Funktion des Tools können Mitarbeitende auch durch Kolleginnen/Kollegen bewertet werden und dies fließt in die Beurteilung durch den/die Vorgesetzte/n mit ein. Jeder Mitarbeitende kommt da-

durch zweimal pro Jahr zu einem Gespräch, wobei die persönliche Entwicklung und das Leben unserer Werte im Alltag Hauptbestandteil sind.

Mit „The Way We Work“ schaffen wir bei SV Group einen Raum, in dem Zusammenarbeit, Offenheit und Wachstum im Mittelpunkt stehen. Es geht darum, Vertrauen zu leben, Potenziale zu entdecken und gemeinsam zu lernen. Schritt für Schritt setzen wir diese Prinzipien einer agilen Unternehmenskultur in unserem Arbeitsalltag um. Basierend auf modernen Führungskonzepten, die auf Transparenz und Mitbestimmung setzen. All dies mit dem Ziel, Motivation, Teamgeist, Eigenverantwortung und die individuelle Entwicklung zu fördern wie auch schnellere Entscheide zu erzielen.

Mitarbeitendenvertretung

Wir pflegen eine offene Informationskultur. Um den Dialog zwischen der Geschäftsleitung und den Mitarbeitenden zu fördern, hat die SV Schweiz 2021 das Staff Committee (StaCom) ins Leben gerufen (in der Gastro/Hotellerie einzigartig). Das StaCom ist die von den Mitarbeitenden offiziell gewählte Mitarbeitendenvertretung, welche die Interessen der Mitarbeitenden aller Berufsgruppen und Business Units gegenüber der

Geschäftsleitung vertritt. Das sechsköpfige StaCom wurde erstmals im November 2021 gewählt und ist für jeweils 4 Jahre im Amt. 2024 wurde die Neuwahl geplant, welche per Q4 2025 durchgeführt wird.

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 Vorsorgelösun-

gen liegen deutlich über dem, was Gesetz und Gesamtarbeitsvertrag vorschreiben, die höheren Leistungen werden mehrheitlich durch die SV Group finanziert.

Unser Beitrag zu den SDGs

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES





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.

Prävention und Gesundheitsförderung

Neben der Arbeitssicherheit und der Unfallprävention legen wir auch einen grossen Fokus auf die Gesundheitsprävention am Arbeitsplatz. Aus diesem Grund verfügt die SV Group über ein betriebliches Gesundheitsmanagement, das sich auf dieses Thema fokussiert. Unser BGM ist ein umfassendes Konzept zur Prävention und Gesundheitsförderung, mit dem gleichermassen sowohl die Arbeitsbedingungen als auch das individuelle Führungs- und Gesundheitsverhalten berücksichtigt respektive gefördert wird. BGM und betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) sind gemeinsamer Bestandteil eines umfassenden Betrieblichen Gesundheitsmanagements.

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. Die letzte grosse Umfrage fand Anfang 2024 statt.

Zertifizierungen

Seit 2017 verfügen wir über das anerkannte Qualitätssiegel «Friendly Work Space», konnten uns beim Re-Assessment 2019 bereits in sämtlichen Punkten verbessern und wurden im November 2023 bereits zum 2. Mal rezertifiziert. In den Jahren 2019, 2020, 2021, 2022, 2023 und 2024 wurden wir ausserdem nach «ISO 45001 – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz» zertifiziert.

Unfall- und Krankheitsprävention: Führungskräfte

- Obligatorische Führungskurse mit den Themen: Gesundheit und Arbeit, Umgang mit Absenzen, Gespräche rund um Absenzen, Stress- und Selbstmanagement, Resilienz, Self-Care
- Workshops mit Restaurant Managern zum Thema Ressourcenmanagement und Führungsthemen
- Kollegiale Fallberatung: Einführung und Umsetzung in Regionen-Meetings
- Lunch&Learns für Führungskräfte am Hauptsitz: z.B. zu Future Work, Resilienz oder Kommunikation und vielen anderen gesundheitsrelevanten Inhalten
- Coaching für Führungskräfte
- Betriebsanalysen und Unterstützungsmassnahmen (Betriebscoachings) bei Betrieben mit steigenden Absenz- und Fluktuationszahlen sowie hohem Druck oder personellen Herausforderungen
- Anonyme und kostenlose Sozial- und Fachberatung für alle Führungskräfte, bei der auch Themen wie Gesundheitsprävention und Unfallverhütung, Stress, Betreuung Angehöriger, Über- und Unterforderung, Konfliktsituationen etc. angesprochen werden können
- Einführung Space-App (App basiertes Führungcoaching für alle Führungskräfte)

Unfall- und Krankheitsprävention: Betriebsmitarbeitende

- Laufende Kurzschulungen der Betriebsmitarbeitenden durch den Restaurant Manager zu verschiedenen Themen wie Stressmanagement, psychische Gesundheit und Resilienz
- Bike to Work Challenge: Schweizweite Gesundheitsförderungsaktion im Juni, bei der Pendelnde aufgefordert werden, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen.
- Webinare im Bereich Berufsbildung: für Lernende zum Thema „Resilienz“ und Berufsbildner zum Thema „Früherkennung und den Umgang mit psychischen Herausforderungen“

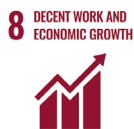
Externe Mitarbeitendenberatung & interne Speak Up-Line

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.

2023 wurde zudem ein internes Hinweisgeberportal die Speak Up-Line eingerichtet, und löst die bisher bestehende Integrity Line von Movis ab. Das Hinweisgebersystem sorgt dafür, dass allfällige Missstände wie Korruption, Missbrauch, Diskriminierung oder Belästigungen gemeldet werden können.

Unser Beitrag zu den SDGs





Diversity, Equity und Inclusion

Die SV Group setzt sich stark dafür ein, ein wertschätzendes und vorurteilfreies Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Chancengleichheit gefördert wird und sich alle Mitarbeitenden optimal entwickeln können. Zwei unserer vier Werte – «herzlich» und «verantwortlich» – bestimmen dabei die Art und Weise, wie wir miteinander umgehen.

Unser Verständnis von Diversity, Equity & Inclusion

Als Arbeitgeberin stehen wir für Anerkennung, Wertschätzung, Chancengleichheit und gegenseitigen Respekt. Unsere Mitarbeitenden bringen unterschiedlichste Perspektiven, Erfahrungen und Hintergründe mit, was unseren Erfolg wesentlich mitträgt. Diversität am Arbeitsplatz sehen wir deshalb nicht nur als Realität, sondern auch als Stärke.

Wir setzen uns konsequent für ein Arbeitsumfeld ein, das frei von Diskriminierung, Mobbing, Belästigung oder anderen Formen von respektlosem Verhalten ist. Diese Haltung ist fest in unserem Verhaltenskodex verankert. Alle Mitarbeitenden sollen sich sicher fühlen, sie erhalten bei Verletzungen der persönlichen Integrität Unterstützung und können sich auf ein strukturiertes Beschwerdeverfahren verlassen.

Unsere Vision: Ein Arbeitsumfeld, in dem jede Person gleich wertvoll ist – unabhängig von Geschlecht, Geschlechtsidentität, Alter, ethnischer Zugehörigkeit, Herkunft, Religion, Weltanschauung, Behinderung oder sexueller Orientierung. Alle sollen die gleichen Chancen haben, sich zu entfalten und ihren Beitrag zu leisten.

DEI als Teil unserer Nachhaltigkeitsstrategie

Diversity, Equity & Inclusion ist eines der vier zentralen Fokusthemen im Wirkungsfeld «Arbeitgeberin» unserer übergeordneten Nachhaltigkeitsstrategie. Wir setzen uns aktiv für ein vorurteilfreies, integratives und entwicklungsförderndes Arbeitsumfeld ein, das auf Wertschätzung basiert. Die Vielfalt unserer Mitarbeitenden begreifen wir dabei als entscheidenden Erfolgsfaktor für die Zukunft der SV Group.

Ein Meilenstein war die Verabschiedung unseres neuen Nachhaltigkeitsleitbilds durch Geschäftsleitung und Verwaltungsrat (2022/2023). Dieses wurde 2024 mit konkreten sozialen Nachhaltigkeitszielen angereichert – eines davon war der Bereich DEI. Zur Umsetzung der DEI-Strategie wurde 2024 ein interdisziplinäres Projektteam aus Geschäftsleitung, HR, Nachhaltigkeit und Kommunikation gegründet, welches eine fundierte Basis erarbeitete: Von der Entwicklung eines gemeinsamen Verständnisses bis zur ersten Datenerhebung und Definition eines pragmatischen, strategischen DEI-Ansatzes.

Unser Weg – Status und nächste Schritte

2024 haben wir begonnen, die Ausgangslage datenbasiert zu analysieren. Wir haben Hypothesen zu möglichen Herausforderungen in Bereichen wie Geschlecht, Alter, ethnische Zugehörigkeit, Religion, Behinderung oder sexuelle Orientierung geprüft. Aktuell liegen belastbare Daten insbesondere zu Geschlecht, Alter und Nationalität vor. Für zahlreiche Diversitätsmerkmale sind weitere qualitative Erhebungen nötig, um subjektive Wahrnehmungen und Erfahrungen besser zu verstehen.

Ein besonders fortgeschrittener Bereich ist «Gender Equity»: Hier verfügen wir bereits über gute Daten, beispielsweise zur Vertretung von Frauen in Führungspositionen. Dieser Fokus soll entsprechen 2025 vertieft und erstmals auch systematisch mit Massnahmen und KPIs unterlegt werden.

Längerfristig möchten wir DEI strategisch noch stärker verankern, unsere Datengrundlage weiter verbessern. Zudem sollen DEI-Aspekte systematisch in Talent- und Entwicklungsangebote integriert werden. So stellen wir sicher, dass Vielfalt bei der SV Group nicht nur vorhanden, sondern auch wirksam gefördert wird.

Unser Beitrag zu den SDGs

5 GENDER
EQUALITY



10 REDUCED
INEQUALITIES





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 Entwicklung und unterstützen unsere Mitarbeitenden sehr individuell, neue Fähigkeiten zu erlangen, vorhandene Stärken zu fördern und neue Verantwortungsbereiche zu übernehmen.

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 dienen zeitgemässe Feedback- sowie durch die Führungspersonen und HR Business Partner unterstützte Entwicklungsgespräche.

Das interne Ausbildungsangebot der SV Group umfasst eine Vielzahl an Fachkursen zu Themen wie Führung, Betriebswirtschaft, Verkauf, Qualität & Einkauf, Marketing oder Systeme. Weiter unterstützen wir eine Vielzahl von Mitarbeitenden finanziell in ihren externen Aus- und Weiterbildungen.

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 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 Gastronunternehmer der GastroSuisse

- Jährliche Management Entwicklungsprogramme mit unterschiedlichem Fokus (z.B. Kundengespräche)
- Coachings für Schlüsselfunktionen und Teams zur persönlichen und fachlichen Entwicklung
- Jährlich rund 200 Kurse mit interner sowie externer Kursleitung
- Angebot von über 100 e-learnings in Deutsch und Französisch, durch die zeitunabhängiges Lernen ermöglicht wird
- Stetige Weiterentwicklung der SV Kernkompetenzen durch interne Programme (z.B. Thema Gastgeberum)

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. Beispielsweise können sie mit dem Zertifikat eine verkürzte Lehre mit eidgenössischem Berufsattest (EBA) absolvieren.

- SV Schweiz fördert auch die Möglichkeit der Nachholbildung nach Art. 32 der Schweizerischen Nachholbildungsverordnung. Die Betroffenen können durch den Besuch des Berufsschulunterrichts oder durch Kurse und Praktikas ihre Nachholbildung absolvieren. Nach erfolgreicher Abschlussprüfung erhalten sie ein Schweizer EFZ oder EBA. Ausserdem haben sie durch die Nachholbildungsverordnung die Möglichkeiten, ihre im Ausland erworbene Ausbildung in der Schweiz anerkennen zu lassen.

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.

Massnahmen und Ergebnisse

- Im Rahmen des Lernenden-Projekts «Chiefs for a Week» stellen seit 2013 jedes Jahr rund 25 Lernende ihre Fähigkeiten unter Beweis. Eine Woche lang übernehmen die Lernenden aus unterschiedlichsten Lehrberufen und Lehrjahren die volle Verantwortung für ein SV Restaurant. Das stellt sie vor neue Herausforderungen und sorgt für

neue Erfahrungen sowie ein einmaliges Lernerlebnis.

- 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.
- Die jährliche YTC Conference, die auf Schulung und Weiterbildung ausgerichtet ist, fördert gezielt die berufliche Entwicklung der Berufsbildner. Durch praxisorientierte Workshops und Fachvorträge werden aktuelle Branchen- und Gesellschaftskenntnisse vermittelt und die Kompetenzen der Berufsbildner gestärkt. Die Massnahme führt zu höherer Mitarbeiterzufriedenheit, verbessertem Wissen und Steigerung der Ausbildungsqualität der Lernenden.

Unser Beitrag zu den SDGs





Soziale Verantwortung

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. Dabei sind die Aktivitäten und die Auswahl der unterstützten Projekte unabhängig von der Geschäftstätigkeit der SV Group.

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 armutsbetroffenen Menschen den Zugang zu frischen, gesunden Lebensmitteln erleichtern.

Beispiele von unterstützten Projekten:

Caritas-Märkte

In den schweizweit 23 Caritas-Märkten können Armutsbetroffene 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.

Foodsave-Bankette

Das Foodsave-Bankett ist ein Festessen aus Überschüssen und Naturprodukten, welche aufgrund diverser Normanforderungen nicht im Detailhandel verkauft werden konnten. Passantinnen und Passanten dürfen ein vorzügliches Menü geniessen und werden gleichzeitig für einen wertschätzenden und achtsamen Umgang mit unseren Lebensmitteln sensibilisiert. Die Organisation des Anlasses lebt von möglichst vielen engagierten Akteuren aus der lokalen und regionalen Foodsave-Szene – und natürlich von allen Freiwilligen.

Federführend bei der Organisation der Foodsave-Bankette ist foodwaste.ch. Die SV Stiftung unterstützt die Weiterverbrei-

tung von Foodsave-Banketten in der ganzen Schweiz. 2023 haben 18 Austragungsorte die schweizweite Bewegung gegen Food Waste weiter vorangebracht.

Federführend bei der Organisation der Foodsave-Bankette ist foodwaste.ch. Ermöglicht werden die Bankette durch die Offene Kirche Bern, die Ökonomische Gemeinnützige Gesellschaft Bern und durch Brot für alle, mitgetragen von rund 30 weiteren Partnern – darunter auch von der SV Stiftung. Das Konzept wurde 2021 erstmals erfolgreich in Chur, Münsingen und Zürich umgesetzt. 2022 haben 12 Austragungsorte die schweizweite Bewegung gegen Food Waste weiter vorangebracht.

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.

GORILLA erreicht Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene auch via Social Media. Auf Youtube und Instagram bieten die Projektverantwortlichen spannende Inhalte zu Themen wie Freude an Bewegung durch Freestylesport, Motivation für

eine ausgewogene, saisonale Ernährung oder nachhaltiges Konsumverhalten. Dadurch bleibt GORILLA mit interessierten Jugendlichen im Dialog und begleitet diese längerfristig.

Eine Auflistung sämtlicher Projekte, die von der SV Stiftung unterstützt werden, finden Sie auf www.sv-stiftung.ch

Unser Beitrag zu den SDGs

2 ZERO
HUNGER



3 GOOD HEALTH
AND WELL-BEING



Interview



«Ausgewogene Ernährung muss auch mit knappem Budget möglich sein.»

Interview mit Michael Sahli, Präsident des SV Stiftungsrats, über neue Ernährungstrends, Armut und die grösste Stärke des Caritas-Markts.

Herr Sahli, die SV Stiftung hat ihren Ursprung 1914, als Lebensmittel knapp waren und eine gesunde Ernährung wenigen vorbehalten war. Wie gesund ernährt sich die Schweiz heute?

Eine schwierige Frage gleich zu Beginn! (lacht) Die Ernährung ist vielseitiger geworden. Lebensmittel wie Linsen und andere Hülsenfrüchte kommen wieder auf den Tisch, ebenso neuere Anbauprodukte wie Süsskartoffeln, und immer mehr Menschen ernähren sich vegetarisch oder vegan. Laut der nationalen Studie «menuCH» ist der Konsum von Süssem und Fleisch nach wie vor höher als von der Wissenschaft empfohlen.

Hat sich auch der Fokus der Anträge verändert, die Ihre Stiftung erhält?

Wir erhalten vermehrt Unterstützungsanträge zu Food Waste beziehungsweise Food Save. Auch die Caritas-Märkte engagieren sich ja in diesem Bereich. Das zeigt: Ernährung wird heutzutage breiter gefasst – man schaut nicht nur an, was auf den Teller kommt, sondern interessiert sich auch dafür, was vor- und nachher geschieht.

Ein Zeichen, dass das Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung gewinnt?

Wenn mit Nachhaltigkeit auch gemeint ist, dass Nahrungsmittel der Ernährung der Menschen und nicht dem Füttern des Kehrrichteimers dienen, absolut! Ein gutes Beispiel sind die Food-Save-Bankette, die wir unterstützen. Was 2016 mit einem Anlass in Bern begann, ist mittlerweile auf 18 Bankette in der Deutsch- und Westschweiz angewachsen. Das ist nicht selbstverständlich. Für jeden Event braucht es lokale Komitees, die

Idee und Trägerschaft muss also aus der Bevölkerung kommen. Das ist eine Bestätigung dafür, dass Nachhaltigkeit viele beschäftigt.

Wegen der Inflation werden Lebensmittel teurer. Hat sich das bereits auf die Ernährungsgewohnheiten ausgewirkt?

Dazu führen wir keine Statistiken. Wir sehen, dass zum Beispiel Essensgutscheine beim Projekt Bon Lieu sehr stark nachgefragt sind. Dies zeigt, dass die Teuerung Menschen mit geringen finanziellen Mitteln sehr hart trifft. Soweit ich weiss, greift die Kundschaft im Caritas-Markt bei Preissteigerung oft zu energiedichten Lebensmitteln. Aufgrund ihres Zuckers- und Fettgehalts sind diese eher ungünstig für eine ausgewogene Ernährung. Die Teuerung wirkt sich also direkt auf das Konsumverhalten vieler Menschen aus.

Wie geht die SV Stiftung damit um?

Wir nehmen diese Entwicklung ernst. Es sollte nicht sein, dass man sich einen Einkauf nicht mehr leisten kann. Eine ausgewogene Ernährung muss auch mit knappem Budget möglich sein.

Sie sprechen die Vision der SV Stiftung an: «Eine gesunde Ernährung für alle». Wie nah oder weit entfernt sind wir davon?

Die aktuelle Entwicklung zeigt, dass unsere Vision relevanter ist denn je. Wir könnten viel mehr Projekte unterstützen, als es unsere finanziellen Mittel erlauben. Dies ist eine Bestätigung, dass es uns weiterhin braucht. Unser Stiftungsziel wird wohl leider nicht so schnell erreicht sein.

Wie kann es gelingen, Menschen mit knappem Budget eine gesunde, aber dennoch kostengünstige Ernährung zu ermöglichen?

Dafür braucht es unterschiedliche Projekte und verlässliche Partner, die ihre Vorhaben teils auch grossflächig umsetzen.

„Die SV Stiftung setzt sich seit über 100 Jahren für eine ausgewogene Ernährung der breiten Bevölkerung ein.“

Dies ist eine Stärke der Caritas-Märkte. Die Läden sind nicht nur auf eine Region beschränkt, sondern überall dort etabliert, wo es soziale Brennpunkte gibt und der Bedarf gross ist. Deshalb unterstützen wir die Märkte im Rahmen unserer Projektpartnerschaft bereits seit bald zehn Jahren mit einer Verbilligung des Gemüse- und Früchtesortiments.



Michael Sahli, Präsident des SV Stiftungsrats

Welche Ernährungstrends sehen Sie in der Zukunft?

Ich habe leider keine Kristallkugel (schmunzelt). Es gibt globale Faktoren, die unsere Ernährung beeinflussen, etwa das Weltgeschehen. Der Krieg in der Ukraine zeigt, dass plötzlich Getreide knapp und teuer werden kann. Auch der Klimawandel hat direkten Einfluss. Es wird massive Veränderungen geben, was wir anpflanzen können. Gleichzeitig sind wir abhängig von erschreckend wenigen Saatgutsorten. Das führt potenziell zu

Anfälligkeiten durch Krankheiten oder extreme Wetterphänomene.

Und was stimmt Sie positiv?

Die Kreativität und die Anpassungsfähigkeit der Menschen sind bezüglich Ernährung zentral. Für viele ist das Tierwohl und/oder das Klima wichtig, sodass sie sich vermehrt pflanzenbasiert ernähren. In gewissen Wirtschaftsbranchen werden Themen wie ausgewogene Ernährung oder Nachhaltigkeit aufgenommen. Die SV Group verfolgt bereits seit längerem eine Nachhaltigkeitsstrategie. Unternehmen mit solchen Strategien erzielen eine bedeutende Wirkung. Zudem bringt die Wissenschaft neue Erkenntnisse, die sich positiv auf unsere Ernährung auswirken werden. Dazu zählt, dass der breiten Bevölkerung mehr Wissen zur Verfügung stehen wird. Schon heute ist auf jedem Produkt festgehalten, welche Inhaltsstoffe drin sind, ob es glutenfrei und/oder vegan ist. Das ist ein Gewinn für die ganze Gesellschaft.

Quelle: Dieses Interview wurde für den Jahresbericht 2023 der Genossenschaft Caritas-Markt Schweiz erstellt.

Das ist die SV Stiftung

Die SV Stiftung mit Geschäftsstelle in Bern ist Hauptaktionärin beim Gastronomie- und Hotellerieunternehmen SV Group AG. Mit ihren Mitteln unterstützt die SV Stiftung vielseitige Projekte im Ernährungsbereich. Sie engagiert sich dafür, der breiten Bevölkerung Ernährungsthemen näherzubringen und ihr ausgewogenes und zugleich preiswertes Essen zu ermöglichen.

www.sv-stiftung.ch

Nachhaltigkeitskampagne: „Wir machen Appetit auf Nachhaltigkeit“

Unsere Kampagne „Wir machen Appetit auf Nachhaltigkeit“ soll unseren Gästen auf positive Weise aufzeigen, dass sie mit ihrer Menüwahl einen direkten Einfluss auf die Nachhaltigkeit der SV haben können und dass sie auch bei einer nachhaltigen Ernährung nicht auf Genuss und Geschmack verzichten müssen.

Die Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit BrinkertLueck Creatives entwickelt und zeigt elf appetitliche Blickfangmotive mit dazu passenden Nachhaltigkeitssprüchen, welche die Gäste immer wieder zum Schmunzeln bringen sollen.

Um sich das Video der Kampagne anzusehen, einfach QR Code scannen.



IMPRESSUM

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

PROJEKTLEITUNG

Dörte Bachmann, Esther Burkhalter, 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

