

Compass Group kommt ihrer Nachhaltigkeitsstrategie entscheidend näher

Kloten, 03. November 2021

Als eines der grössten Unternehmen in der Gemeinschaftsgastronomie verpflichtet sich die Compass Group (Schweiz) AG, als erstes Unternehmen der Branche, ihr Ziel Net Zero zu verfolgen



Klare Vision einer zukünftigen, nachhaltigen Positionierung im Markt

Jahr für Jahr werden in den Restaurants des Gastronomiegiants über 2,7 Millionen Einwegbecher und 1 Million Einwegteller und -boxen verbraucht.

Compass Group ist sich dieser Auswirkungen bewusst und genau deshalb hat sie eine klare und zukunftsorientierte Nachhaltigkeitsstrategie definiert. Das Unternehmen arbeitet derzeit mit ihren Partnern B Lab und Swiss Triple Impact (STI) zusammen. Ziel der NGOs ist es, die Schweizer Wirtschaft auf effiziente Weise zu mehr wirtschaftlicher Resilienz weiterzuentwickeln, wobei konkrete Verpflichtungen zu den ausgewählten nachhaltigen Entwicklungszielen (SDGs) zu definieren sind.

Diese Partnerschaft zielt in einem ersten Schritt darauf ab, dass die Compass Group dem STI-Verzeichnis der Unternehmen beitrete, die konkrete Massnahmen zum Erreichen der SDGs getroffen haben. Das Endziel besteht darin, dass die Compass Group als «B Corp» zertifiziert wird. Diese Zertifizierung geht an Unternehmen, deren Geschäftsmodell und Betrieb soziale, gesellschaftliche und ökologische Ziele fokussieren.

Net Zero

Die Compass Group hat vor Kurzem bekannt gegeben, dass sie sich global bis 2050 im operativen Bereich und in sämtlichen Lieferketten eine CO₂-neutrale Klimabilanz zum Ziel setzt. Die Compass Group ist damit das erste internationale Unternehmen in der Gemeinschaftsgastronomie, welches diese Verpflichtung eingegangen ist. Die Compass Group Niederlassung Schweiz verpflichtet sich ihrerseits, dieses Ziel bereits 2030 zu

erreichen. Net Zero kann nur erreicht werden durch Zusammenarbeit, Innovation und Investitionen in alle Tätigkeitsbereiche – entsprechend der definierten und validierten Ziele. Diese lauten wie folgt:

- Umstieg auf eine 100 % elektrische Fahrzeugflotte
- Erneuerbare Energien in allen Geschäftsbereichen
- Minimierung und Kompensation des CO₂-Fussabdrucks, höherer Anteil pflanzlicher Proteine sowie mehr lokale und saisonale Produkte im Menüangebot
- Vorrangige Beschaffung von Produkten aus nachhaltigem Anbau
- Vermeidung von Einwegplastik durch alternative Verpackungslösungen
- Verringerung von Food Waste im Betrieb um 50%
- Investition in Kompensations- und CO₂-Neutralisierungsprojekte, unter anderem Initiativen für Aufforstung, Biodiversität, Trinkwasser sowie den Schutz von Land und Wasser
- Abschaffen der Waldrodung in den Lieferketten

Neben der Verpflichtung zur Emissionssenkung im eigenen Unternehmen macht sich die Compass Group ihren Einfluss und ihre Reichweite zunutze, um gemeinsam mit ihren Kunden, Lieferanten, Partnern und internen Stakeholdern an der Reduktion der unmittelbaren CO₂-Emissionen zu arbeiten und das weltweite Versorgungssystem für Nahrungsmittel für alle nachhaltiger zu gestalten.

Die detaillierte Roadmap auf dem Weg zu Net Zero sieht als ersten Schritt eine Phase der CO₂-Kompensation vor, während der zweite Schritt die CO₂-Neutralität zum Ziel hat. Die Compass Group legt schon heute ihren Schwerpunkt auf einen höheren Anteil an lokalen und saisonalen Produkten sowie pflanzlichen Eiweissen. So sensibilisiert die Compass Group ihre Kunden für eine nachhaltigere Ernährung.

Nachhaltigeres Produktsortiment

Um den CO₂-Fussabdruck in ihrem Unternehmen zu reduzieren, ersetzt die Compass Group schrittweise das Einwegs Sortiment durch nachhaltigere Alternativen und arbeitet proaktiv mit ihren Zulieferern zusammen, damit deren Produktsortiment ohne zusätzliche Kosten den Nachhaltigkeitskriterien entspricht. Diese Initiative verfolgt drei der fünf SDGs weiter, die für Compass Priorität haben: Nachhaltigkeit von Konsum und Produktion, Kampf gegen den Klimawandel und Schutz der Meere. Die Auswahl der Produkte und Rohstoffe wurde im Vorfeld von Compass und HK Partners, einem Beratungsunternehmen für nachhaltigen unternehmerischen Wandel, definiert.

«Im Zuge unserer Zusammenarbeit mit der Einkaufsabteilung von Compass haben wir bei Verpackungen und Einwegbehältern eine konkrete und ambitionierte Sortimentsänderung vorgenommen und nachhaltige Alternativen eingeführt. Das Ziel, dieses Sortiment laufend Richtung Kreislaufwirtschaft zu optimieren, ist in der Branche wegweisend und entspricht

den nachhaltigen Entwicklungszielen der Kunden wie auch von Compass», erklärt Dr. Rolf Huwyler, Global Sustainability Expert von HK Partners.

Weiterentwicklung des Angebots

Zwischen Januar 2020 und Oktober 2021 hat Compass Group in seinen Niederlassungen bereits Rührstäbchen und Trinkhalme aus Plastik abgeschafft und vollständig durch Alternativen aus Papier und Karton ersetzt. Es werden inzwischen nur noch Einwegbecher aus recyceltem, recycelbarem oder biologisch abbaubarem Material mit FSC-Zertifikat angeboten. Einweggeschirr und -behälter sowie Verbrauchsartikel bestehen aus recycelbarem Karton und Papier, und die Servietten sind biologisch abbaubar bzw. kompostierbar.

Im November 2021 führt Compass Group eine ganze Produktpalette an Einweggeschirr und -behältern wie auch Verbrauchsartikel aus Bagasse ein. Dabei handelt es sich um ein Abfallprodukt aus der Zuckergewinnung, das nach dem Zerkleinern des Zuckerrohrs übrigbleibt. Anstatt es zu verbrennen, wird es zur Herstellung neuer, biobasierter Produkte verwendet, die Compass Group nun in ihr Angebot aufgenommen hat. Bagasse ist derzeit eine der besten, nachhaltigen Plastikalternativen, denn sie stammt aus einer 100% erneuerbaren Quelle, ist mikrowellengeeignet, wärmeisolierend und recycelbar.

Über uns

Die Compass Group (Schweiz) AG sowie ihre sektorspezifischen Marken Eurest, Scolarest, Medirest, Eurest Services, Rapport und Compass Catering haben sich spezialisiert auf Gemeinschaftsgastronomie, Event Catering sowie Reception Desk und Hospitality Services. Als Mitglied der Compass Group PLC, des weltweit führenden Unternehmens im Bereich Gastro-Services, gelingt es ihr, internationale Kompetenz mit Ortsverbundenheit und Relevanz in Einklang zu bringen und ihre Kunden und Gäste Tag für Tag positiv zu überraschen.

Für Rückfragen und weitere Informationen:

Silvia Zysset

Manager Marketing & Communication Compass Group (Schweiz) AG

Tel. +41 43 557 11 13

media@compass-group.ch

www.compass-group.ch