

## ***Fortschrittsbericht Masthuhn-Initiative 2025***

---

Aramark hat sich weltweit konsequent zu einem verantwortungsbewussten Handeln verpflichtet. Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie Be Well. Do Well. wollen wir unsere Auswirkungen auf Menschen und den Planeten positiv beeinflussen.

Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil unserer Unternehmenspolitik. Vor diesem Hintergrund streben wir aktiv nach einer Reduzierung des allgemeinen Fleischkonsums. Eine nachhaltige Fleischerzeugung berücksichtigt neben wirtschaftlichen Aspekten auch ökologische Kriterien und soziale Standards in der gesamten Wertschöpfungskette. Tierschutz ist immer mehr Menschen ein wichtiges Anliegen. Wir setzen uns daher aktiv für artgerechtere Haltungsbedingungen von Nutztieren ein.

Aramark ist Gründungsmitglied der Global Coalition for Animal Welfare (GCAW), der weltweit ersten von der Lebensmittelindustrie geleiteten Initiative zur Förderung des globalen Tierschutzes. Außerdem sind wir Unterstützer der Europäischen Masthuhninitiative ([Masthuhn-Initiative](#)). Mehr Platz, bessere Ausstattung der Ställe und der Einsatz robusterer Hühnerrassen sind die Fokusthemen der Initiative. Bis spätestens 2026 werden in Absprache mit der Albert Schweitzer Stiftung anhand einer klaren "Roadmap" diese strengen Vorgaben sukzessiv umgesetzt. Zum Fortschritt der Umsetzung veröffentlicht Aramark jährlich einen Bericht.

Im Rahmen der Gästekommunikation wurde der Begriff BETTER CHICKEN eingeführt. Jegliches Tierwohl-Geflügelfleisch wird mit dem Zusatz BETTER CHICKEN gekennzeichnet. Für Küchenleitende befindet sich in unserem Intranet in der Rubrik BETTER CHICKEN eine (regelmäßig aktualisierte) Liste mit allen gelisteten Artikeln, die der Europäischen Masthuhninitiative (EMI) entsprechen und als BETTER CHICKEN verkauft werden dürfen.

### Aktuelle Lage und Ausgangssituation:

- Die krisen- und inflationsbedingten Preissteigerungen führten bereits 2023 bei höherpreisigen Angeboten wie BETTER CHICKEN zu Kaufzurückhaltung. Verstärkt wird dies durch die globale wirtschaftspolitische Lage und stellen den Projektfortschritt weiterhin vor große Herausforderungen.
- Haupt-Hemmnis ist der gravierende Preisunterschied zwischen Standard- und EMI-Ware (bis zu 80%). Dieser Unterschied ist in vielen Fällen kalkulatorisch nicht umsetzbar. Hier scheitert es meist an der Zahlungsbereitschaft der Gäste. In preislich gedeckelten Menüs ("Stammessen") ist der Einsatz von EMI-Ware nahezu unmöglich.
- Ein weiteres Problem ist die Verfügbarkeit von Rohware. Über unseren Hauptlieferanten für Hähnchen war die Umsetzung des u.g. Projekts (Umstellung Hähnchenstreifen) unmöglich, da uns keine verlässliche Lieferung von Rohware zugesichert werden konnte und wir neue Bezugsquellen ausfindig machen und Wertschöpfungsketten neu aufbauen mussten.

- Der Fokus in 2024 lag weiterhin in der Umsetzung unseres Nachhaltigkeitsziels „Bewussten Fleischkonsum fördern“. Wir wollen den Fleischanteil bis 2030 um 30 Prozent im Vergleich zu 2019 senken. Im Geschäftsjahr 2023/2024 konnten wir den Anteil im Vergleich zum Vorjahr weiter reduzieren. Die erreichte Reduktion liegt aktuell bei rund 22 Prozent, sodass wir unser Zwischenziel (15% bis 2025) erfolgreich umsetzen konnten.
- Unsere Nachhaltigkeitsanstrengungen und -erfolge wurden in 2024 vom Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Aramark wurde von der Jury in die Top 3 im Bereich Gastronomie und damit als Finalist gewählt.

### Einkaufsrichtlinie und Maßnahmen

- Übergeordnetes und langfristiges Ziel der Einkaufsrichtlinie sind eine verantwortungsvolle Warenbeschaffung sowie die Umstellung des Fleischsortiments auf nachhaltige Produkte. Somit sollen art- und umweltgerechte Aufzucht, Schlachtung und Verarbeitung zur Sicherstellung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Tier und Mensch gewährleistet und ausgebaut werden. Dafür stehen im Rahmen der Einkaufsrichtlinie folgende Ziele:
  - Vollständige Transparenz und Rückverfolgbarkeit
  - Verzicht auf besonders tierquälerische Haltungsformen
  - Förderung artgerechter Tierhaltung, Transport und Schlachtung
  - Forcierung von geprüften und/oder zertifizierten Produkten
  - Regelmäßiger Dialog mit Lieferanten, Politik, NGOs (z.B. Tierschutzorganisationen) und Wissenschaft
  - Förderung eines nachhaltigen Konsums durch Verbraucheraufklärung
  - Einhaltung sozialer Mindeststandards
- Anfang 2025 haben wir zwei konventionelle Hähnchenprodukte (Hähnchenbruststreifen) konsequent ausgelistet und auf ein vergleichbares Produkt aus Keulenfleisch umgestellt, welches die Anforderungen der EMI erfüllt. Zur Einführung wurden rund 350 Betriebe mit je einem Karton á 10 kg zu Testzwecken beliefert. Begleitet wurde die Einführung von einem Vortrag (online) für alle interessierten Mitarbeitenden. Mit dem Culinary Network wurde die Produkteinführung hinsichtlich des weiteren Roll-outs in den Regionen erörtert. Die Mitglieder des Culinary Networks dienen zusätzlich als Multiplikatoren in den Regionen vor Ort. Weiteres Feedback der Betriebe wird derzeit über eine Online-Umfrage ermittelt.
- Diese Umstellung wird perspektivisch eine Erhöhung des Einkaufsvolumens von BETTER CHICKEN Produkten von ca. 5 Prozent ausmachen. Es handelt sich um das Top 3 Produkt im Hähnchensegment. Drei Aramark-Betriebe setzen bereits vollständig auf EMI-konforme Produkte.

### Lieferantenmanagement

- Alle Aramark-Lieferanten müssen eine Reihe von grundlegenden ökologischen und sozialen Erwartungen erfüllen, die in unserem Verhaltenskodex ([Link](#)) für Lieferanten aufgeführt sind.
- Wir stehen mit unseren Hauptlieferanten in Kontakt über weitere Listungen und Verfügbarkeiten von Hähnchenfleischprodukten, die den Anforderungen der Masthuhn-Initiative entsprechen. Neue bzw. verfügbare Artikel listen wir umgehend.
- Die Implementierung einer eigenen Wertschöpfungskette (von Erzeuger hin zu Verarbeiter und Logistik) wurde erfolgreich umgesetzt (siehe Umstellung der Hähnchenstreifen). Damit ist eine Zusammenarbeit mit mittelständischen und kleineren Erzeugern ermöglicht worden. Zudem nehmen wir hier direkten Einfluss auf die Rezeptur und damit die Qualität des Produktes. Dadurch sind wir etwas unabhängiger vom Großhandel und den großen Geflügelkonzernen geworden.

### Menüplanung und Aktionen

- Alle Rezepturen für Aktionswochen werden grundsätzlich mit BETTER CHICKEN Hähnchenfleisch erstellt.
- 100% aller neuen Rezepturen, die Hähnchenstreifen enthalten, werden mit BETTER CHICKEN Hähnchenstreifen erstellt.
- Bestehende Rezepturen werden umgeschrieben, sodass anstelle des konventionellen Hähnchenfleisch ein BETTER CHICKEN Produkt einkalkuliert wird, um mit der geplanten "Roadmap" das verfügbare Sortiment für den Küchenleiter sofort verwendbar zu machen.
- Das Portfolio an fleischfreien Rezepturen wird kontinuierlich ausgebaut. So wurde 2024 die V-like-Menülinie mit vegetarischen und veganen Angeboten um 15 Rezepturen erweitert. Das Portfolio an Rezepturen der PlanetPower-Menülinie, auf der Grundlage der Richtlinien der Planetary Health Diet, wurde 2024 um 12 Rezepturen ausgebaut.
- Aramark nimmt bundesweit am Veganuary teil und die stetig wachsende Rezeptdatenbank wird von den Betrieben über das ganze Jahr hinweg genutzt.

### Stakeholder-Dialog

- Wir führen regelmäßige Dialoge mit unseren Lieferanten, der Politik, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) sowie der Wissenschaft.
- Im Rahmen der regionalen Meetings von Betriebs- und Küchenleitenden, die jährlich bei Aramark stattfinden, fand jeweils eine Informationsveranstaltung zum Thema BETTER CHICKEN statt. Die Mitarbeitenden wurden für das Thema sensibilisiert und aufgeklärt. Es fand zusätzlich ein offener Dialog/Austausch statt, um die operativen Hemmnisse besser zu verstehen.

- Ein interner Vortrag zum Thema Europäische Masthuhn-Initiative und BETTER CHICKEN Produkte wurde durchgeführt (28.02.2025).
- Es fand ein Austausch mit dem Culinary Network zur Produkteinführung der Hähnchenkeulenstreifen BETTER CHICKEN statt (04.04.2025).
- Das Marketingmaterial für den Gast wurde überarbeitet und weiterentwickelt, um das Thema Tierwohl stärker in den Fokus der Konsumenten zu bringen.

#### Kommende Schritte für 2025/2026

- Schulungskonzept für Küchenleiterinnen mit dem Ziel unsere Mitarbeitenden in den Bereichen gesunde und nachhaltige Ernährung weiterzubilden.
- Schulungskonzept für ein besseres internes Verständnis der Menüprogramme (PlanetPower, Foodboost, V-like).
- Entwicklung einer Roadmap für die sukzessive Umstellung der konventionellen Hähnchenprodukte auf EMI-konforme Produkte anhand der im Markt derzeit verfügbaren Artikel.
- Die Logistikplattform (Sortimentsmanagement) wird weiter ausgebaut.
- Eine Marktanalyse für weitere potenzielle Erzeuger ist in Planung.