

Fortschrittsbericht Masthuhn-Initiative 2026

Aramark orientiert sich an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN-SDGs) und hat hierfür eine unternehmensweite Nachhaltigkeitsstrategie „Be Well. Do Well.“ etabliert. Diese umfasst definierte Maßnahmen in den Bereichen Umwelt und Gesellschaft. Die Umsetzung erfolgt entlang klar definierter Handlungsfelder und wird regelmäßig überprüft und weiterentwickelt.

Die Nachhaltigkeitsstrategie „Be Well. Do Well.“ 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. 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 im Jahr 2025 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 und 2025 vom Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Aramark wurde von der Jury jeweils in die Top 3 im Bereich Gastronomie und damit als Finalist gewählt.

Einkaufsrichtlinie und Maßnahmen

- Gegenstand der Einkaufsrichtlinie ist es, Kriterien für die Auswahl von Waren festzulegen und diese kontinuierlich weiterzuentwickeln. Dabei werden insbesondere Aspekte aus den Bereichen Umwelt, Tierhaltung und soziale Standards berücksichtigt. Im Hinblick auf das Fleischsortiment werden schrittweise Maßnahmen umgesetzt, um den Anteil von Produkten aus definierten Haltungs- und Herkunftskriterien zu erhöhen. Dabei berücksichtigen wir unter anderem Anforderungen an Aufzucht, Transport, Schlachtung und Verarbeitung. Im Rahmen der Einkaufsrichtlinie verfolgen wir folgende Handlungsfelder:
 - Sicherstellung von Transparenz und Rückverfolgbarkeit entlang der Lieferkette
 - Ausschluss bzw. Reduzierung bestimmter Haltungsformen auf Basis interner Kriterien
 - Berücksichtigung definierter Anforderungen an Tierhaltung, Transport und Schlachtung
 - Erhöhung des Anteils geprüfter und/oder zertifizierter Produkte
 - Regelmäßiger Austausch mit Lieferanten sowie relevanten Stakeholdern aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft (z. B. NGOs)
 - Bereitstellung von Informationen zur Unterstützung bewusster Konsumententscheidungen
 - Berücksichtigung sozialer Mindeststandards in der Lieferkette
- 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.
- Im bisherigen GJ 2025/2026 haben 188 Betriebe die Hähnchenbruststreifen wiederholt bestellt.

- 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 2025 die V-like-Menülinie mit vegetarischen und veganen Angeboten um weitere 8 Rezepturen erweitert. Das Portfolio an Rezepturen der PlanetPower-Menülinie, auf der Grundlage der Richtlinien der Planetary Health Diet, wurde 2025 um weitere 19 Rezepturen ausgebaut.
- Aramark nimmt bundesweit am Veganuary teil und die stetig wachsende Rezeptdatenbank wird von den Betrieben über das ganze Jahr hinweg genutzt.

Kommende Schritte für 2026/2027

- Erfolgreiche Einführung eines Schulungskonzeptes 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).
- Die Logistikplattform (Sortimentsmanagement) wird weiter ausgebaut.