Dussmann
FOOD SERVICES

Fortschrittsbericht der Masthuhn-Initiative von Dussmann Food Services für das Jahr 2024 in Deutschland und Österreich

Als Familienunternehmen ist Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmenskultur verankert. Im Rahmen unserer unternehmensweiten Nachhaltigkeitsstrategie verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, um ökologische, soziale und ethische Standards entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette im Bereich Food Services kontinuierlich zu verbessern. Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit als neuen Standard im Catering zu etablieren. Dazu entwickeln wir unser Angebot konsequent in Richtung Klimafreundlichkeit und verantwortungsvollen Genuss weiter. Diese Transformation ist mehr als ein Prozess – sie ist unser aktiver Beitrag zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks und zur Förderung einer bewussten, fairen und transparenten Ernährungskultur.

Unsere Maßnahmen zur Erfüllung der Kriterien der Masthuhninitiative:

Bereits im Jahr 2019 haben wir uns als eines der ersten Unternehmen unserer Branche zur Umsetzung der Masthuhn-Initiative (MHI) der Albert Schweitzer Stiftung in Deutschland und Österreich verpflichtet. Bis 2026 wird Dussmann in Deutschland und Österreich sein Sortiment schrittweise an die MHI-Standards anpassen. Ein Teil unseres Geflügelangebots erfüllte bereits 2024 die Kriterien der Albert Schweitzer Stiftung. Dazu haben wir verschiedenste Maßnahmen ergriffen:

1. **Interne Projektgruppe:** Wir haben ein interdisziplinäres Projektteam gegründet, das sich auf die Weiterentwicklung unserer Beschaffungsstrategien konzentriert und dafür sorgt, dass die Kriterien der MHI schrittweise umgesetzt werden können.

2. **Zusammenarbeit mit Großhändlern:** Dank der engen Zusammenarbeit mit unseren Großhändlern können wir unser Sortiment kontinuierlich erweitern und sicherstellen, dass ein immer größer werdender Anteil des Hühnerfleischs, das unsere Betriebe bestellen können, den MHI-Kriterien entspricht.

3. **Marktanalyse und strategische Anpassung:** Wir analysieren regelmäßig die Entwicklung auf dem Markt für Geflügelfleisch mit höheren Haltungsstufen. So können wir den steigenden Anforderungen an höhere Haltungsstufen bestmöglich gerecht werden.

4. **Stakeholderdialog und Transparenz:** Der Austausch mit relevanten Akteuren ist ein zentraler Bestandteil unseres Ansatzes. Am 12. November 2025 nehmen wir am Roundtable der Albert-Schweitzer-Stiftung teil, um gemeinsam mit anderen Marktteilnehmern an Lösungen für mehr Tierwohl in der Gemeinschaftsverpflegung zu arbeiten.

Dussmann
FOOD SERVICES

Umstellungsfortschritt im Jahr 2024:

- Im Jahr 2024 entsprachen 28,8% unseres Geflügelsortiments* im Warenwirtschaftssystem den MHI-Standards (im Rahmen der Lieferkettenumstellung).

Der Umstellungsplan für die Jahre 2025–2026 sieht folgende Maßnahmen vor:

- Wir erhöhen den Anteil an Hühnerfleischprodukten im Warenwirtschaftssystem, die den MHI-Standards (im Rahmen der Lieferkettenumstellung) entsprechen, auf etwa 50% im Jahr 2025.
- Unter Berücksichtigung der Wareneinsatzkosten und der Anpassung der vertraglichen Parameter mit unseren Kunden stellen wir die Speisepläne schrittweise um, um mehr MHI-konforme Artikel zu integrieren.
- Sofern dies operativ und vertraglich möglich ist, setzen wir die Nutzung der MHI-konformen Artikel um.
- Bis 2026 wird das Sortiment weiter ausgebaut und angepasst, um den MHI-Verpflichtungen gerecht zu werden.

Herausforderungen bei der Umsetzung

Seit der Unterzeichnung der Selbstverpflichtung im Jahr 2019 haben sich die Rahmenbedingungen drastisch gewandelt, was weitreichende Auswirkungen auf die gesamte Lebensmittelversorgungskette hat. Die aktuelle weltpolitische und gesellschaftliche Lage – vom Krieg in der Ukraine über die Folgen der Pandemie bis hin zu instabilen Lieferketten und stark schwankenden Preisen – erschwert langfristige Planungssicherheit und verbindliche Absprachen im gesamten Geflügelbereich.

Als Großcaterer stehen wir vor der Herausforderung, Hühnerfleisch aus nachhaltiger und tierfreundlicher Haltung in ausreichenden Mengen zu beziehen. Der Markt für Hühnerfleisch von langsam wachsenden Rassen, das den Kriterien der MHI entspricht, ist derzeit noch in der Entwicklung. Dieses Fleisch ist in den benötigten Mengen und flächendeckend noch nicht ausreichend verfügbar. Zudem ist die Preisakzeptanz der Kunden und Tischgäste nicht flächendeckend gegeben – insbesondere angesichts der aktuellen Preisentwicklungen. Hier gehen wir in den offenen Dialog mit den Kunden und sensibilisieren durch gezielte Aktionen stetig unsere Tischgäste.

*Quellenhinweis: Die Angaben zu Hühnerfleischprodukten basieren ausschließlich auf Informationen unserer Vorlieferanten; eine Prüfung auf Richtigkeit und Vollständigkeit durch uns erfolgt nicht.

Weitere Maßnahmen zur Umstrukturierung unseres Speiseangebots:

- **Reduzierung des Fleischanteils im gesamten Speisenangebot:**
  Mit dem Ziel der CO_2-Reduktion verringern wir den Anteil tierischer Produkte in unserem Speisenangebot schrittweise, soweit dies operativ und vertraglich möglich ist. So leisten wir einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz. Parallel dazu entwickeln unsere internen Rezepturentwickler innovative Hybridrezepte, bei denen die Hälfte des Fleischanteils gezielt durch pflanzliche Proteine ersetzt wird. Ein Beispiel hierfür ist unser „Fifty-Fifty Köttbullar"-Rezept, das Nachhaltigkeit und Genuss vereint.

- **Ausweitung pflanzenbasierter Menülinien**: Im Jahr 2024 haben wir unsere fest etablierten vegetarischen und veganen Menülinien um die neue Menülinie Planet!based erweitert. Diese umfasst mittlerweile mehr als 250 innovative Rezepturen, die sich an den Empfehlungen der Planetary Health Diet orientieren. Unser Speisenangebot ist dadurch noch nachhaltiger, kreativer und abwechslungsreicher geworden und reduziert den Fleischanteil gemäß den Vorgaben der EAT-Lancet-Kommission.

- **Ausweitung von Fleisch- und Proteinalternativen**: Durch die enge Zusammenarbeit mit diversen Start-ups können wir innovative Protein- und Fleischalternativen zunehmend in unsere Menüs integrieren und den Fleischanteil weiter reduzieren. Im Jahr 2024 haben wir im Rahmen mehrerer Aktionswochen, darunter Veganuary, Produkte von Planted, BettaF!sh und Boonian eingeführt. Diese Kooperationen und die Entwicklung neuer Rezepturen werden durch unsere im Jahr 2021 gegründete Innovationsabteilung, das Food Service Innovation Lab, vorangetrieben. Mit dem Start-up Brew Bites sind wir im Jahr 2023 eine Entwicklungspartnerschaft eingegangen, die eine fortlaufende Entwicklungsarbeit umfasst und eine garantierte Abnahmemenge sicherstellt.

Wir sensibilisieren unsere Tischgäste und Kunden

- **Nudging (Sensibilisierung) mithilfe von Eaternity:** Seit 2021 arbeiten wir mit dem Unternehmen Eaternity zusammen, um den CO_2-Fußabdruck unseres Speisenangebots zu ermitteln und zu reduzieren. Eaternity verfügt über die weltweit aussagekräftigste Datenbank zur Lebenszyklusanalyse von Lebensmitteln. Die Einbindung dieser Datenbank in unser vorhandenes Warenwirtschaftssystem leistet einen wesentlichen Beitrag, um in unseren Restaurants den spezifischen CO_2-Fußabdruck der Speisen zu ermitteln, zu optimieren und zu kommunizieren. Bereits rund 90% aller Artikel in unserem Warenwirtschaftssystem sind bewertet. Auf den digitalen Speisekarten weisen wir die Gerichte mit einer Sternebewertung aus, um nachhaltige Gerichte mit einem kleineren Fußabdruck – mit und ohne tierische Produkte – attraktiver zu machen.

- **Aktion „Normal oder wie früher“:** Für unsere Aktion „Normal oder wie früher?" haben wir uns zum Ziel gesetzt, alte Traditionsrezepte neu zu interpretieren und dabei ihren ökologischen Fußabdruck zu optimieren. Indem wir diese klassischen Gerichte ohne tierische Produkte zubereiten, reduzieren wir nicht nur die Umweltbelastung, sondern bieten unseren Gästen auch eine nachhaltige und zeitgemäße Alternative. Diese Initiative verbindet kulinarisches Erbe mit modernen Ansprüchen an Nachhaltigkeit und Tierwohl.
- **Wir führen Aktionsmonate mit nachhaltigen Gerichten durch:** Mit gezielten Aktionsmonaten sensibilisieren wir unsere Gäste und Mitarbeitenden das ganze Jahr über für nachhaltige Ernährung und bieten praktische Anreize, bewusster zu genießen. Darüber hinaus verwenden wir Fairmast-Huhn in beliebten Rezepturen wie dem Caesar-Salat, um die Qualität und Nachhaltigkeit unserer Zutaten zu unterstreichen. Mit der "Check-deinen-Fisch"-Initiative fördern wir den bewussten Konsum von MSC/ASC-zertifiziertem Fisch und bieten unseren Gästen die Möglichkeit, sich über die Herkunft und Nachhaltigkeit ihrer Speisen zu informieren.

Unsere Maßnahmen: Sensibilisierung und Schulung des Personals

- **Schulung des Personals:** Um unser Engagement für Nachhaltigkeit und ethische Praktiken weiter zu stärken, bieten wir umfassende Präsenzschulungen für unser Personal zur Planetary Health Diet an. Diese Schulungen vermitteln nicht nur die Bedeutung von nachhaltigen und ethischen Praktiken in der Lebensmittelauswahl, sondern betonen auch zentrale Aspekte wie Umweltbewusstsein und Tierwohl. Unsere Mitarbeitenden erfahren, wie sie durch bewusste Entscheidungen und Handlungen im Berufsalltag einen positiven Einfluss auf die Umwelt und das Wohl der Tiere ausüben können.

Roadmap – der Blick nach vorn

Wir bekräftigen unser klares Ziel, den Tierschutz weiterhin mit Nachdruck zu stärken. Darüber hinaus setzen wir im Sinne unserer unternehmensweiten Klimaziele auf die Reduzierung des Fleischanteils sowie auf Innovation, Dialog und Kooperation, um unsere Ziele im Bereich Nachhaltigkeit und Tierwohl Schritt für Schritt zu erreichen.

Wir danken unseren Kunden, Gästen und Partnern herzlich für ihre Unterstützung auf diesem wichtigen Weg.