

4

Einleitung
DO & CO und
Nachhaltigkeit
Vorwort

8

Kennzahlenübersicht
Unsere Marken
Weltweite Präsenz
Das Geheimnis
unseres Erfolges

16

Unternehmensstrategie
Beschreibung des
Geschäftsmodells

18

Wertschöpfungskette
Risiken
Auswirkungen
Stakeholder

20

Qualitätsmanagement
Food Zertifizierungen
Non-Food Zertifizierungen

26

Wesentlichkeitsanalyse
und -matrix

30

Umwelt, Energie
und Abfälle

32

Soziale Aspekte
Arbeitnehmerinnen &
Arbeitnehmer

34

Ethische Grundsätze

36

Diversität

DO & CO UND NACHHALTIGKEIT

Dieser Bericht ist der zweite Bericht über unsere Leistungen, die Anforderungen des österreichischen Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetzes (NaDiVeG) zu erfüllen. Anders als der Bericht im Vorjahr wurde der Bericht auch dem Wirtschaftsprüfer vorgelegt, der die Erstellung notifizierte. Dieser Bericht wird vor allem intern eingesetzt werden, um unsere Initiativen, umfassende Nachhaltigkeit intern zu verankern, zu verstärken und zu strukturieren.

DO & CO hatte seit der Gründung der Gesellschaft als Wettbewerbsvorteil und als Alleinstellungsmerkmal hohe Qualitäts- und Serviceansprüche der Gäste und der Kunden zu erfüllen. Dies konnte nur mit einem besonderen Fokus auf das Qualitätsmanagement bei Einkauf, Verarbeitung, Auslieferung, Service und Gestaltung des Erlebnisses gelingen. Zahlreiche Audits und Zertifizierungen unserer Tochtergesellschaften in den einzelnen Ländern stellen dies unter Beweis. Die Internalisierung des außerordentlichen Qualitätsgedankens bei möglichst vielen Mitarbeitern unserer Unternehmensgruppe und der besonders ausgebildete Fokus auf Kundenwünsche sind die Voraussetzung, eine Kultur der umfassenden Nachhaltigkeit zu implementieren. Dies ist als Vorbemerkung zu den folgenden Ausführungen zu verstehen.

MANAGEMENTANSATZ

Das Management ist überzeugt, dass es nicht ausreicht, einen der vielen ESG-Standards zu wählen und den vielfältigen und unternehmerischen selbständig tätigen Gesellschaften der DO & CO-Gruppe zu verordnen. Im Gegenteil, der Vorstand hat sich für den aufwändigeren, aber zielführenderen Weg entschieden, Nachhaltigkeit als gelebten Teil der Unternehmensalltags bei möglichst vielen Mitarbeitern zu verankern. Deshalb wurde vorerst keine Stabstelle mit Nachhaltigkeitsmanagement beauftragt, sondern eine Initiative begonnen, deren Ziel eine Kultur der Achtsamkeit gegenüber Aspekten der Energie-

effizienz, der Ressourcenschonung, der Abfallvermeidung und der Achtung gegenüber allen Menschen ist, um nur einige der Aspekte beispielhaft zu nennen. Es ist dem Management bewusst, dass dieser Weg zu Beginn langsamere Fortschritte zeigen wird, dafür aber nachhaltigere Wirkung erzielt.

Als erster Schritt wurde deshalb mit einer Gruppe von ausgewählten Mitarbeitern aus allen Divisionen – gezielt gestreut nach Ländern, Funktionen, Aufgabenbereichen und Geschlecht – begonnen, auf Basis der vorhandenen Wesentlichkeitsmatrix die tatsächlichen Veränderungspotenziale in den jeweiligen Arbeitsbereichen zu erheben. Nach Vorliegen und Evaluierung der Ergebnisse wird der Kreis der „Nachhaltigkeitsaktivisten“ erweitert. So wird in einer sich ständig erweiternden Prozesskette von systemischen Schleifen ein sich selbst generierendes Nachhaltigkeitsmanagement geschaffen, das in weiterer Folge von einer Stabstelle zentral unterstützt und betreut werden kann.

GRUNDLAGE FÜR UMFASSENDE NACHHALTIGKEIT

Die Gewährleistung von Lebensmittelsicherheit ist Grundlage allen Qualitätsstrebens bei DO & CO. Mit divisionsübergreifenden und weltweit gültigen Lebensmittelsicherheits-Standards reagiert das Unternehmen nicht nur auf Änderungen des Lebensmittelrechts, sondern wird auch den höchsten Produkt- und Kundenanforderungen gerecht. DO & CO vertraut auf ein eigenes, erfahrenes Experten-Team, das auf eine Wissensgrundlage aus den Bereichen Lebensmitteltechnologie, Ernährungswissenschaften, Biologie und Chemie zurückgreift.

Der DO & CO Lebensmittelsicherheits-Standard ist nach den Prinzipien des *FAO/WHO Codex Alimentarius HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)* sowie den Regeln der *Guten Hygiene Praxis* gestaltet und nach der internationalen Norm *ISO 22000:2005* strukturiert. Präventivprogramme wurden nach der *Norm Prerequisite*

Programmes ISO/TS 22002 Part 2, Catering eingeführt. Weiters sind wir zur Einhaltung der *IFSA / IFCA / AEA and WHO World Food Safety Guidelines* in der Division Airline Catering verpflichtet. DO & CO betreibt zwei mikrobiologische Analyselabors in denen jährlich mehr als 20.000 Lebensmittelproben analysiert und so die Produktionsprozesse validiert werden. Durch die Implementierung der oben genannten Maßnahmen ist DO & CO nicht nur in der Lage sichere Speisen mit bester Qualität anzubieten, sondern auch strengste Hygieneanforderungen zu erfüllen.

Umfassendes Qualitätsdenken und nachhaltiges Handeln sind untrennbar miteinander verbunden. Es ist nachvollziehbar, dass diese Haltung bei einem Gastronomen „aus dem Bauch heraus“ im Alltag uneingeschränkt gelebt wird. Tatsächlich beruht der Erfolg

unseres Angebots kaum auf einem industriellen Geschäftsmodell, sondern auf der Persönlichkeit unserer Mitarbeiter, von denen wir unternehmerisches Denken und kontinuierliches Engagement verlangen. Wir werden versuchen, sehr sensibel unter Beachtung des Erfolgsfaktors „Bauchgefühl“ Nachhaltigkeitskriterien zu verschriftlichen, um über eine Basis für die weitere verbindliche Entwicklung zu verfügen.

Wir werden im kommenden Bericht über die Fortschritte, die Entwicklung eigener Kriterien die für unser Haus relevant sind und eventuell über die Anlehnung an international anerkannte Standards berichten.



„PREMIUMMARKEN VERLANGEN NACHHALTIGE QUALITÄT.“

– Attila Dogudan

Wir sind uns unserer Verantwortung als Verbraucher von wertvollen Nahrungsmitteln und Rohstoffen sowie als Verursacher von organischen und anorganischen Abfällen bewusst. Deshalb optimieren wir die Nutzung von Nahrungs- und Genussmitteln sowie die Vermeidung von Abfall seit Jahren. Wir sind aber auch verantwortlich für die Produktion gastronomischer Erlebnisse in Premiumqualität, die wir oft unter schwierigsten Bedingungen herstellen müssen. Letztendlich darf aber das besondere Erlebnis des Gastes nicht darunter leiden, dass bei der Herstellung und bei den Bestandteilen des Erlebnisses wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Aspekte außer Acht gelassen werden. Erfolgreiches Wirtschaften sowie verantwortungsvolles und umweltbezogenes Handeln ergänzen einander und stellen als unternehmerisches Gesamtkunstwerk einen Wettbewerbsvorteil dar.

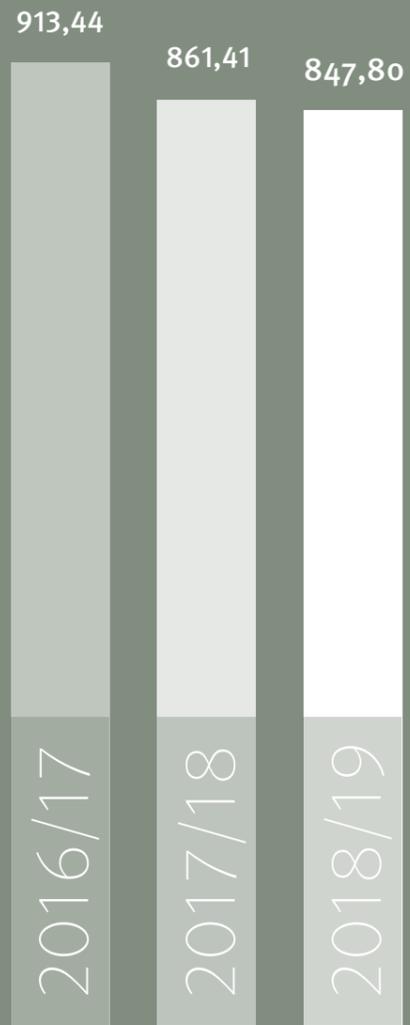
DO & CO kauft nach Möglichkeit unverarbeitet direkt beim Produzenten, regional oder aus biologischem Anbau. DO & CO Wien ist der erste Konzernbetrieb Österreichs, der nach der EU Verordnung (EG) Nr. 834/2007 über den ökologischen Landbau zertifiziert ist.

Aufgrund unserer Erfahrung sind wir in der Lage, die Speisemenge genau zu planen und so den Abfall auf ein Minimum zu reduzieren. Unser Prinzipien lauten Abfallvermeidung, Wiederverwendbarkeit und Wertstoffaufbereitung.

Ich bin überzeugt, dass wir nur dank unseres Qualitätsdenkens jeden Tag jene geschmacklichen Erlebnisse produzieren können, die unsere Kunden und Gäste lieben. Deshalb ist gelebte Nachhaltigkeit ein wichtiger Bestandteil der Marke DO & CO.

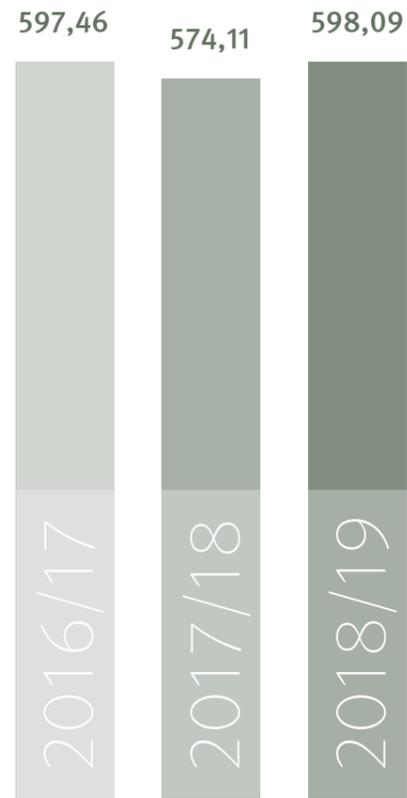
Attila Dogudan

DO & CO GROUP



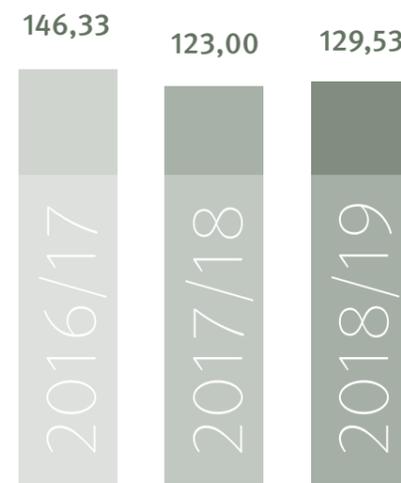
DIVISION

AIRLINE CATERING



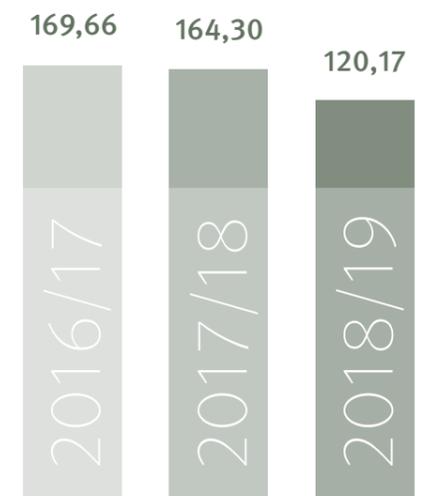
DIVISION

INTERNATIONAL EVENT CATERING



DIVISION

RESTAURANTS, LOUNGES & HOTEL



UNSERE MARKEN

DO & CO steht für **International Gourmet Entertainment**. Das bedeutet, dass unseren Kunden im Restaurant, bei Events oder im Flugzeug ein hochqualitatives Produkt serviert wird, welches einen hohen Wiedererkennungswert besitzt – die Marke DO & CO. Dieses Premiumprodukt ist aus hochwertigen Rohmaterialien handgefertigt und stets frisch zubereitet. Die kompromisslose Forderung nach Qualität und der Anspruch, uns stetig weiterzuentwickeln, haben den Grundstein für den Unternehmenserfolg gelegt. Die in den letzten Jahren erfolgte Erweiterung des Markenportfolios hat dazu beigetragen, neue Geschäftsfelder zu erschließen und einen breiteren Kundenkreis anzusprechen.

Allen Marken ist der höchste Qualitätsanspruch in Produkt und Service gemeinsam. Dadurch erfolgt eine positive Bereicherung der Premiummarke DO & CO.



DO & CO ist die Premiummarke der Gruppe. Sie repräsentiert „**the best tastes of the world**“ und führt auf eine kulinarische Reise rund um die Welt. Als Premiummarke bietet sie Gourmet Entertainment auf höchstem Niveau, perfekte Serviceleistung und ein unvergleichbares Gesamtprodukt. Sie wird darüber hinaus mit Emotionen, Kultur und Genuss verbunden.



Die Marke Demel steht für **Zuckerbäckerkunst und Patisserie** in höchster Vollendung. Jahrhundertalte Tradition wird behutsam weitergeführt, zugleich aber zu neuem Glanz poliert. Höchste Handwerkskunst und feinste Zuckerbäckerei bilden die Kernkompetenz der Marke Demel. Als exklusive Patisseriemarke ist sie die ideale Ergänzung zur Premiummarke DO & CO.



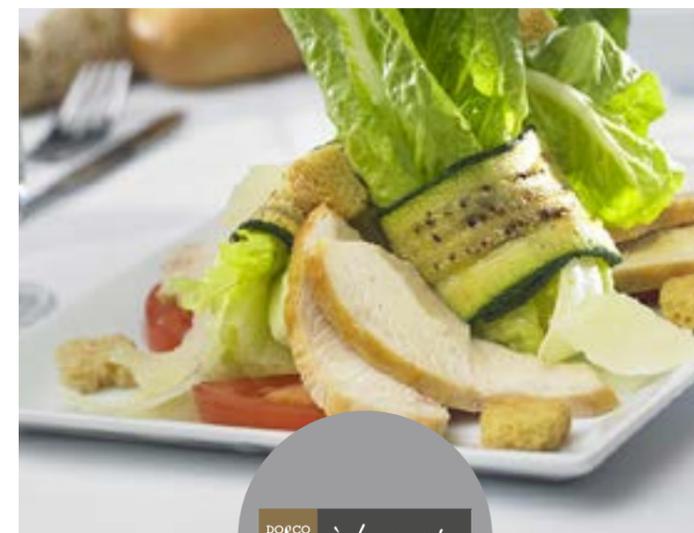
Hédiard, die **französische Feinkostkette**, ist die jüngste Marke im Portfolio des Unternehmens. Hédiard wurde 1854 gegründet und ist eine der führenden Luxus-Delikatessen- und Traiteurmarken mit Sitz in Paris am Place de la Madeleine.



Henry bietet eine **breite Palette an To-Go-Produkten**, die von Salaten, Früchten, Sandwiches bis hin zu Desserts reicht. Mit einem hohen Anteil an organischen Lebensmitteln, präsentiert in recycelbaren und innovativen Verpackungen, erfüllt Henry die Ansprüche unserer Kunden.



Casual und mediterran – die Marke Aioli verkörpert südländisches Flair und die Küche des Mittelmeeres. Ihr junges, dynamisches Image und eine flexible Preisgestaltung positionieren die Marke in einem breiten Publikumssegment.



„**DO & CO à la carte**“-Menüs können direkt mit dem AUA Flugticket bei der Online-Buchung mitbestellt werden oder bis 24 Stunden vor Abflug. Die Auswahl der Menüs reicht von Wiener Klassikern, Mezzetellern, spanischen Tapas bis hin zu Kindermenü und Bento-Box.

DIE WELT VON DO & CO



11 Länder
3 Kontinente

- New York
- Los Angeles
- Chicago
- London
- Paris
- Mailand
- Madrid
- Barcelona
- Frankfurt
- Berlin
- München
- Düsseldorf
- Istanbul
- Kiew
- Warschau
- Seoul
- Wien
- Malta
- Salzburg
- Linz
- Danzig
- Ankara
- San Francisco
- Washington

| | | | | |
|----------------------------|------------------------------|---|---|--------------------------------------|
| 31 GOURMETKÜCHEN | 11.000 MITARBEITER | 100% KUNDEN ZUFRIEDENHEIT | ONE STOP SHOP | INTERNATIONAL EVENT CATERING |
| | 113 mio PASSAGIERE | SUPPLIER VON MEHR ALS | SEIT 1992 CATERING PARTNER FÜR Formula 1 Paddock Club™ | |
| 11 LÄNDER | 3 KONTINENTE | 113 mio TOTAL CUSTOMER EXPERIENCE | 60 AIRLINES | 13 CHAMPIONS LEAGUE FINALI |

DAS GEHEIMNIS
UNSERES ERFOLGES:

11.000

PERSÖNLICHKEITEN –
EIN GLOBALES TEAM



UNTERNEHMENS- STRATEGIE

Der Vorsitzende des Vorstands ist zuständig für die Strategie des Konzerns. Drei Divisionen bilden die wesentlichen strategischen Säulen:

Airline Catering

- Ausbau der Positionierung als „der“ Premium Anbieter im Airline Catering
- Unverwechselbares, innovatives und kompetitives Produktportfolio
- Langfristige Partnerschaften mit den Kunden an mehreren Standorten
- Gesamtanbieter im Airline Catering
- Gourmetküchen Ansatz: die Speisen für alle Divisionen werden in zentralen Küchen zubereitet, um gleichbleibende Qualität, divisionsübergreifende Nutzung des Know-how und hohe Auslastung zu gewährleisten

International Event Catering

- Verstärkung der Kernkompetenz als Premium Caterer
- Ausbau der Positionierung als „Gourmet Entertainment Generalunternehmer“ mit ganzheitlichen Kreativlösungen
- Festigung der Premium Event Marke „DO & CO“
- Profilierung als starker und verlässlicher Partner

Restaurants, Lounges & Hotel

- Kreatives Herzstück des Konzerns
- Marketinginstrument und Imageträger der Gruppe sowie Markenentwicklung
- Direktverkauf an Kunden ist Garant für höchste Qualität und Gradmesser für Kundenzufriedenheit

BESCHREIBUNG DES GESCHÄFTSMODELLS

Die DO & CO Aktiengesellschaft ist das Mutterunternehmen eines international t\$\$tigen Cateringunternehmens im Premiumbereich.

Die Gesch\$\$ftsaktivit\$\$ten umfassen die drei Divisionen *Airline Catering*, *International Event Catering* sowie *Restaurants, Lounges & Hotel*. Die Aktien des Unternehmens notieren an den B\$\$rsen Wien und Istanbul.

DO & CO ist weltweit aktiv; die in der DO & CO Academy ausgebildeten K\$\$che und Serviceteams sorgen bei mehr als 60 Airlines, bei den exklusivsten internationalen Events und Sportveranstaltungen sowie in Restaurants, Hotels und Airport Lounges f\$\$r eine einzigartige Erlebniswelt der kulinarischen Gastlichkeit. Gegr\$\$ndet und gef\$\$hrt von Attila Dogudan ist das Team von DO & CO und jedes Projekt von einem besonderen unternehmerischen Spirit erf\$\$llt, der den Erfolg dieses kontinuierlich wachsenden Unternehmens erkl\$\$rt und der auch der zentrale Bestandteil des leidenschaftlichen Qualit\$\$tsstrebens ist.

Nur durch die vollst\$\$ndige Kontrolle \$\$ber die Wertsch\$\$pfungskette – vom Einkauf \$\$ber Zubereitung und Service direkt an den Gast bzw. Kunden – wird die Qualit\$\$t der Speisen und des Erlebnisses sichergestellt. DO & CO verbindet die Liebe zum Detail mit dem Know-how, zeitgleich eine gro\$\$e Zahl von frisch zubereiteten Gerichten in h\$\$chster Qualit\$\$t „à la minute“ servieren zu k\$\$nnen. DO & CO verwendet keine Convenience-Produkte. Die Nahrungsmittel werden nach M\$\$glichkeit regional aus dem Umfeld der einzelnen K\$\$chen bezogen.

Der Qualit\$\$tsanspruch gilt kompromisslos f\$\$r alle Bereiche. Kundenzufriedenheit genie\$\$t h\$\$chste Priorit\$\$t und wird im Interesse des langfristigen Erfolgs \$\$ber kurzfristige Ertragssteigerung gestellt.



Die Speisen f\$\$r Fluglinien und Events werden auf drei Kontinenten in 31 Gourmetk\$\$chen produziert. Mehr als 600 „Flying Chefs“ bereiten auf \$\$ber 11.000 Meter Flugh\$\$he Men\$\$s f\$\$r Business-Class-Passagiere in den Kabinen auf Langstreckenfl\$\$gen zu. DO & CO ist in Bezug auf seine unternehmerische T\$\$tigkeit zahlreichen Regularien und einschr\$\$nkenden Rahmenbedingungen (Luftfahrt, Hygiene, Lebensmittelsicherheit, Security, Platzbeschr\$\$nkungen, Termin- und Gewichtsvorgaben) unterworfen, die in regelm\$\$\$\$igen Abst\$\$nden von Kunden oder Beh\$\$rden \$\$berpr\$\$ft werden.

Ein ausf\$\$hrlicher Business Conduct Guide, dessen Einhaltung f\$\$r alle Mitarbeiter verpflichtend ist, gibt konzernweite Standards vor. Zur Einhaltung s\$\$mtlicher jeweiliger gesetzlicher, arbeitsrechtlicher und ethischer Standards k\$\$nnen Audits beitragen. Die einzelnen Abteilungen bzw. Standorte sind in hohem Ma\$\$e lokalen Bestimmungen unterworfen, sodass zumindest bislang ein umfassendes, zentral gesteuertes, konzernweites Qualit\$\$ts- und Nachhaltigkeitsmanagement nicht zielf\$\$hrend schien. Die Unternehmensf\$\$hrung von DO & CO wird die Notwendigkeit zentraler Vorgaben und Steuerung in naher Zukunft \$\$berpr\$\$fen und unter den Gesichtspunkten gesetzlicher Vorschriften, wirtschaftlichen Nutzens und Optimierung der ganzheitlichen Qualit\$\$t entscheiden.

RESSOURCEN | LIEFERKETTE

- » **LEBENSMITTEL** (frisch, verarbeitet, verpackt)
- » **GETRÄNKE**
- » **PERSONAL**
- » **INFRASTRUKTUR** (Küchen und Lagerflächen)
- » **ENERGIE**
- » **WASSER**
- » **GESCHIRR & EQUIPMENT**
- » **MÖBEL**
- » **TEMPORÄRE INFRASTRUKTUREN**
- » **FAHRZEUGE** (Lkws, High Loader)
- » **VERPACKUNGSMATERIAL, PAPIER**
- » **IMMOBILIEN, MIETFLÄCHEN**
- » **REINIGUNGSMATERIAL**
- » **DIENSTLEISTUNGEN**
- » **LOGISTIK**

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT | SERVICES



AUSWIRKUNGEN

- » Energieverbrauch & Emissionen
- » Wasserverbrauch
- » Abfall (Verpackung)
- » Umweltauswirkungen durch Landwirtschaft (Pestizideinsatz, Überdüngung, Käfighaltung, Überfischung)
- » Einkommenseffekte (Beschäftigung der Lieferanten und Mitarbeiter)

RISIKEN*

- » Schlechte Lebensmittelqualität
- » Nichteinhaltung von Arbeitsstandards & Menschenrechten und gesetzlichen Auflagen
- » Korruption

AUSWIRKUNGEN

- » Gesundheitliche Effekte für Mitarbeiter (Schicht-/Nachtarbeit)
- » Energieverbrauch
- » Wasserverbrauch
- » Abfall (Essen, Verpackung, Einwegbesteck usw.)
- » Chemikalien (Reinigungsmittel)

RISIKEN*

- » Nichteinhaltung von Arbeitsstandards & Menschenrechten (geringe Kollektivquote, niedriges Einkommen, Saisonalität)
- » Arbeitsunfälle
- » Diskriminierung & Belästigung
- » Datenverlust
- » Verletzung der Lebensmittelhygiene (durch Zutaten oder Zubereitung)

- » Transportemissionen
- » Steuern & Abgaben
- » Beschäftigung
- » Wirtschaftliche Multiplikatoreffekte (Tourismus)

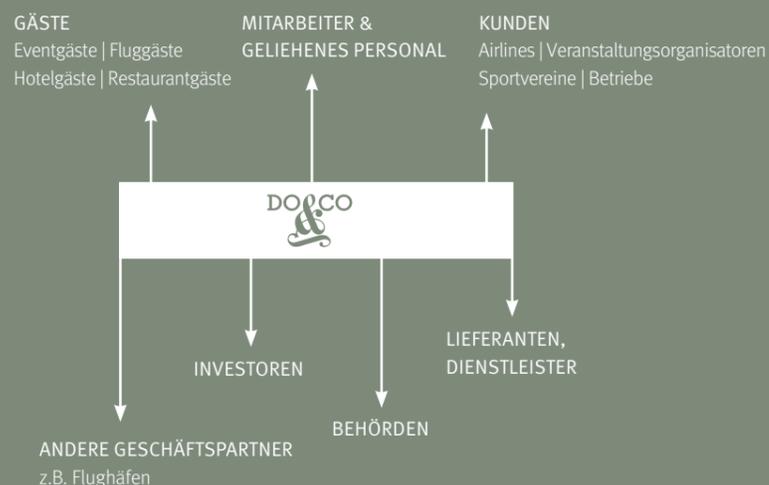
- » Negative Gesundheitseffekte für Kunden (durch Ernährung)
- » Kunden / Gästesecurity (auf Veranstaltungen und im Airline Catering)

LÄNDER

11 LÄNDER | 3 KONTINENTE

- Österreich
- Türkei
- Großbritannien
- USA
- Südkorea
- Deutschland
- Frankreich
- Italien
- Spanien
- Ukraine
- Polen

STAKEHOLDER



*Siehe Risikobericht im Konzerngeschäftsbericht der DO & CO Aktiengesellschaft

QUALITÄTS- MANAGEMENT ALS BASIS FÜR NACHHALTIGES HANDELN

Die von den Unternehmensgründern vorgelebte und von allen Mitarbeitern umgesetzte Qualitätskultur ist in die Alltagsarbeit und die alltägliche interne Kommunikation des DO & CO-Konzerns integriert. Die Abteilungs- bzw. Standortleiter haben die Aufgabe, Qualität als ultimates Erfolgskriterium kontinuierlich in ihrem Verantwortungsbereich und im Austausch untereinander und mit dem Vorstand weiterzuentwickeln. Es gibt keine konzernweiten Qualitätsstandards, weil die einzelnen Tochtergesellschaften an den einzelnen Standorten unterschiedlichen gesetzlichen oder kundenbezogenen Anforderungen gegenüberstehen.

FORTSCHRITTE UND VERÄNDERUNGEN IM GESCHÄFTSJAHR 2018/2019

Im Bereich Abfall wurden zum Teil beachtliche Fortschritte erzielt. So sank beispielsweise die Menge von Glasabfällen um 78 Prozent, Metallabfälle konnten um 58 Prozent reduziert werden. Verkochtes Öl wurde durch ein neu installiertes Filtersystem zur Wiederverwendung von Speiseöl um 54 Prozent weniger dem Abfallmanagement übergeben als noch im Jahr zuvor. Der Schadstoffabfall stieg analog zum Output um rund 4 Prozent, von der Gesamtmenge wurden jedoch 72 Prozent mehr an Entsorgungsspezialisten übergeben und die Menge der unbehandelt entsorgten Schadstoffabfälle reduzierte sich um 67 Prozent auf unter 1 Prozent der Gesamtmenge. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Trennungsquote bei Müll um rund 30 Prozent stieg.

Im Bereich der Lebensmittelsicherheit stieg die Zahl der Tests um 3 Prozent auf insgesamt 20.674. Es gab kein einziges negatives Testergebnis. Die Zahl der positiven externen Tests erhöhte sich um 29 Prozent. Darüber hinaus gibt es eine Reihe von externen und in-

ternen Audits sowie Zertifizierungen, die die Wahrung der höchsten Standards an den einzelnen Standorten bzw. in den einzelnen Tochtergesellschaften und deren Abteilungen unterstützen.

Folgende externe Audits werden systematisch und regelmäßig, meist jährlich, durchgeführt:

Kundenaudits

durch Airlines bzw. deren Beauftragte (ev. Consulter)

Die Vorgehensweise ist entweder unangekündigt, angekündigt, bzw. angekündigt im Rahmen einer Präsentation:

HALAL Audit:

Überprüfung der HALAL Vorschriften in Bezug auf Rohwaren, Equipment, Prozesse, Personal, und Abläufe

Hygiene Audit:

Überprüfung der Vorschriften in Bezug auf HACCP, Lieferanten, Warenanlieferung, Lagerung, Verarbeitung, Anrichten und Auslieferung sowie Reinigung, Waschen, Beladung und Personal

Security Audit:

Überprüfung der Vorschriften in Bezug auf Zutrittssicherheit, Personal, Siegeln, Beladung

Equipment Audit:

Überprüfung der Vorschriften in Bezug auf Inventur, Lagerhaltung, Kommunikation



Behördenaudits

Audits durch Behördenvertreter der Lebensmittelaufsicht, des Arbeitnehmerschutzes, der Luftfahrtsicherheit sowie weitere wie z.B. Gewerbebehörde etc.

Interne Audits

Interne Audits werden durch die Abteilung Qualitätsmanagement bzw. interne Auditoren oder Revisoren in variierender Frequenz durchgeführt.

Es werden bei QM Audits in der Regel dieselben Themen wie bei externen Audits abgearbeitet. Der interne Auditor/Revisor überprüft weitere interne Prozesse.

Qualifizierung der Lieferanten

Lieferanten werden vor der Listung eines Produkts überprüft. Es erfolgt eine Bonitätsprüfung, um die Verfügbarkeit und die Möglichkeit einer langfristigen, reibungslosen Zusammenarbeit zu garantieren. Zur Einhaltung der weltweiten Hygiene-Richtlinien muss ein interner Fragebogen – SYSTEM AUDIT – ausgefüllt werden, in dem der Lieferant unter Garantie bekannt gibt, welchen Zertifizierungsgrad und welche Qualitätsstandards er in Bezug auf Herstellung, Produktion und Mitarbeiter hat. Danach wird entschieden, ob ein On-Site-Audit durchgeführt werden muss. Die Einhaltung der Bedingungen wird in den Einkaufsverträgen festgehalten und regelmäßig auf Richtigkeit und Aktualität kontrolliert. Ebenso wird der Lieferant verpflichtet, die Zertifikate den jeweiligen neuesten Anforderungen des Lieferlandes umgehend anzupassen.

Zertifizierungen

Zertifizierungen haben für das nachhaltige Qualitätsmanagement eine signifikante Bedeutung und sorgen für eine international anerkannte Normierung der Qualitätsstandards.

Zertifizierungen einzelner Gesellschaften bzw. Standorte im Konzern:

HALAL Zertifizierung:

alle Produktionsküchenstandorte außer Kiev und Malta

BIO Zertifizierung:

An den Standorten Dampfmühlgasse Wien, Arena One/Olympiapark München

Zertifizierung im Rahmen der Luftfahrtsicherheit im Zusammenhang mit der Direktlieferung von Bordvorräten:

Die Zertifizierung ermöglicht aufgrund der Internen DO & CO-Prozesse, direkt ohne Vor-Ort-Prüfung an der Airport-Rampe anzuliefern

Weitere qualitätsrelevante Zertifizierungen:

SALSA (London Heathrow), FRESENIUS (Arena One)

Im Folgenden ein Überblick über die im Konzern je nach Standort eingesetzten Standards:

Food-Zertifizierungen / Gütesiegel / Label

| | | |
|---|------------------------------------|--|
|  | Best Aquaculture Practices | Best Aquaculture Practices (BAP) BAP ist das weltweit vertrauenswürdigste, umfassendste und bewährteste Aquakultur-Zertifizierungsprogramm für Drittanbieter. Seit 2002 haben wir die ökologische, soziale und wirtschaftliche Leistung der Aquakulturlieferkette verbessert und das weltweite Angebot an verantwortungsvoll gezüchteten Meeresfrüchten erhöht. |
|  | Friend of the Sea | Das Friend of the Sea-Zertifizierungsprogramm trägt durch Kontrollen und Förderungen von nachhaltigen Fischereipraktiken zur Gesundheit der Ozeane bei. Friend of the Sea-Aquakulturen produzieren ohne Verwendung von Wachstumshormonen, und sie respektieren Parameter von Gewässern und kritische Lebensräume. |
|  | MSC / MCS | Der Marine Stewardship Council ist eine unabhängige, gemeinnützige internationale Organisation zur Zertifizierung von Fischereien nach Umweltverträglichkeitskriterien. In einem längeren Zertifizierungsprozess wird geprüft, ob die Fischereien den Standards des MSC entsprechen. Produkte der ausgezeichneten Fischereien tragen einen kleinen, blauen Fisch, das MSC-Logo. |
|  | BSCI | Die BSCI (Business Social Compliance Initiative) ist eine europäische, branchenübergreifende Initiative von Einzelhandelsunternehmen und importorientierten Produzenten. Sie setzen sich für faire Produktionsbedingungen in den Herstellerbetrieben ein. |
|  | EU Ecolabel | Das EU Ecolabel ist das von allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union, aber auch von Norwegen, Liechtenstein und Island anerkannte EU-Umweltzeichen. Das 1992 durch eine EU-Verordnung (Verordnung EWG 880/92) eingeführte freiwillige Zeichen hat sich nach und nach zu einer Referenz für Verbraucher entwickelt, die mit dem Kauf von umweltfreundlicheren Produkten und Dienstleistungen zu einer Verringerung der Umweltverschmutzung beitragen wollen. |
|  | Biologische Landwirtschaft | Die EU-Bio-Verordnung regelt den Bio-Landbau in der Europäischen Union. Sie umfasst die Bereiche Produktion, Verarbeitung, Kontrolle und Import von Bio-Produkten. Erzeuger und Verarbeiter von Bio-Lebensmitteln verpflichten sich, die zwei EU-Bio-Verordnungen 834/2007 und 889/2008 einzuhalten. Sie beinhalten Ziele, Grundsätze und Regeln des biologischen Landbaus und definieren die Durchführungsbestimmungen. Beide Verordnungen sind seit 1.1.2009 gültig. |
|  | FAIRTRADE Österreich | FAIRTRADE verbindet Konsumentinnen und Konsumenten, Unternehmen und Produzentenorganisationen, verändert Handel(n) durch faire Bedingungen und stärkt damit Kleinbauernfamilien sowie Arbeiterinnen und Arbeiter in sogenannten Entwicklungsländern. |
|  | Ohne Gentechnik hergestellt | Als Produktionsrichtlinie für die Herstellung gentechnikfrei erzeugter Lebensmittel gilt die Richtlinie zur Definition der „Gentechnik-freien Produktion“ von Lebensmitteln und deren Kennzeichnung im Österreichischen Lebensmittel-Codex. Die Codex-Richtlinie stellt sicher, dass Lebensmittel weder aus gentechnisch veränderten Organismen bestehen noch diese enthalten. |
|  | UTZ Certified | UTZ Certified ist eine Stiftung mit Hauptsitz in Amsterdam, die ein Programm und Gütesiegel für nachhaltigen Anbau von Agrarprodukten betreibt. Voraussetzung für die Zertifizierung ist die Einhaltung eines Verhaltenskodex nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Standards. |
|  | Vegan | Vegan lebende Menschen meiden entweder zumindest alle Nahrungsmittel tierischen Ursprungs oder aber auch die Nutzung von Tieren und tierischen Produkten insgesamt. |
|  | Kosher | Die jüdischen Speisegesetze sind traditionelle religionsgesetzliche Vorschriften für die Zubereitung und den Genuss von Speisen und Getränken. Nach diesen Vorschriften werden Lebensmittel in solche eingeteilt, die für den Verzehr erlaubt (jiddisch: „koscher“) und Lebensmittel, die für den Verzehr nicht erlaubt (jiddisch: „nicht-koscher“ oder „treife“) sind. |
|  | Halal | Halāl ist ein arabisches Wort und kann mit „erlaubt“ und „zulässig“ übersetzt werden. Es bezeichnet alle Dinge und Handlungen, die nach islamischem Recht zulässig sind. Die Speisevorschriften des Islam sind im Koran und in der Sunna geregelt. Grundsätzlich gilt, dass alle Lebensmittel erlaubt sind, mit Ausnahme solcher, die ausdrücklich bzw. eindeutig verboten wurden. Einem Muslim ist unter anderem das Essen von Schweinefleisch und dessen Nebenprodukten, von Blut und der Genuss von berauschenden Mitteln, unter anderem Getränken wie Alkohol, verboten. |

NON-Food-Zertifizierungen / Gütesiegel / Label

| | | |
|---|--|--|
|  | Forest Stewardship Council® | Das FSC®-Logo signalisiert dem Verbraucher, dass es sich um Papier aus Holz handelt, das aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft stammt. Vergeben wird das FSC®-Logo von der gemeinnützigen Organisation Forest Stewardship Council®. |
|  | Food Contact Material Certificate | EU Regulation 1935/2004: Für alle Materialien, die mit Lebensmittel in Berührung kommen, ist es notwendig, toxische Verbindungen auszuschließen (Kunststoff, Metall, Glas, Holz etc.) Betrifft Verpackungen, Container, Küchenequipment etc. |
|  | Recycling Code | Der Recycling-Code dient der Kennzeichnung verschiedener Materialien zur Rückführung in den Wiederverwertungskreislauf. |
|  | Kompostierbares Material | Das Kompostierbarkeitszeichen für Produkte aus Kunststoff wurde von European Bioplastics entwickelt und bildet einen Keimling ab. Das Keimling-Zeichen garantiert Kunden, dass wissenschaftlich bestätigt werden kann, dass das Produkt biologisch abbaubar und kompostierbar ist. |
|  | EU Ecolabel | Das EU Ecolabel ist das von allen Mitgliedstaaten der Europäischen Union, aber auch von Norwegen, Liechtenstein und Island anerkannte EU-Umweltzeichen. Das 1992 durch eine EU-Verordnung (Verordnung EWG 880/92) eingeführte freiwillige Zeichen hat sich nach und nach zu einer Referenz für Verbraucher entwickelt, die mit dem Kauf von umweltfreundlicheren Produkten und Dienstleistungen zu einer Verringerung der Umweltverschmutzung beitragen wollen. |
|  | Österreichisches Umweltzeichen | Alle Produkte und Dienstleistungen, die mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet sind, erfüllen nach strengster Prüfung höchste ökologische, gesundheitliche und qualitative Anforderungen. Die Zertifizierung steht für Qualität, umweltgerechte Produktgestaltung, Langlebigkeit, Gebrauchstauglichkeit und Normkonformität. |
|  | PEFC | Die globale Organisation PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) garantiert, dass Holz- und Papierprodukte aus ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltiger Forstwirtschaft stammen. |
|  | Rainforest Alliance | Die Rainforest Alliance ist eine internationale Umweltschutzorganisation. Sie arbeitet für den Erhalt der Artenvielfalt und für eine nachhaltige Lebensgrundlage |
|  | OEKO-TEX® | Der STANDARD 100 by OEKO-TEX® ist ein weltweit einheitliches, unabhängiges Prüf- und Zertifizierungssystem für textile Roh-, Zwischen- und Endprodukte aller Verarbeitungsstufen sowie verwendeter Zubehörmaterialien. Beispiele für zertifizierbare Artikel: rohe und gefärbte/veredelte Garne, Gewebe und Gestricke, Zubehör wie Knöpfe, Reißverschlüsse, Nähfäden oder Etiketten, konfektionierte Artikel unterschiedlichster Art (Bekleidung aller Art, Heim- und Haustextilien, Bettwäsche, Frottierwaren). |



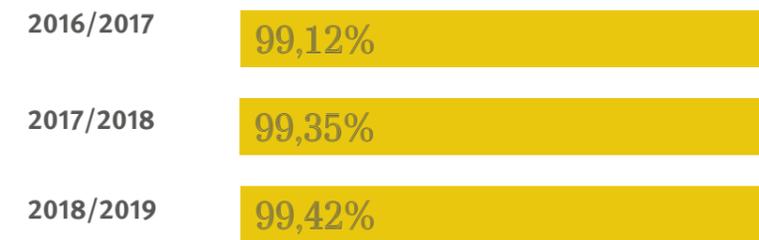
Zusätzlich zu den Audits und Zertifizierungen werden regelmäßig in allen Segmenten Lebensmittelproben durch externe Labors überprüft. In der untenstehenden Grafik finden Sie die Anzahl der externen Kunden-audits und deren Ergebnisse.

LEBENSMITTELPROBEN

ANZAHL* DER IM LABOR UNTERSUCHTEN LEBENSMITTELPROBEN



ANTEIL AN ERGEBNISSEN DER NORM ENTSPRECHEND

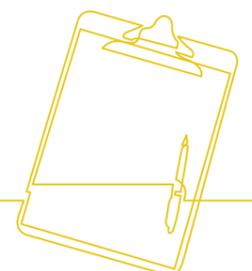
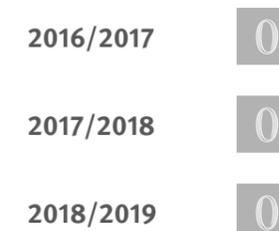


AUDITS

EXTERNE AUDITS* (DURCH KUNDEN ODER BEHÖRDEN)



ANTEIL NEGATIVER ERGEBNISSE



*im Geschäftsjahr 2018/2019 wurde die Zählmethode adaptiert, deshalb ergeben sich Differenzen zum Vorjahresbericht.

WESENTLICHE NICHTFINANZIELLE ASPEKTE

Im vergangenen Geschäftsjahr wurde die Wesentlichkeitsmatrix intern diskutiert und vor allem mit internen Stakeholdern evaluiert. Abgesehen davon wurden Diskurse mit verantwortungsbewussten Investoren initiiert und die eigenen Standpunkte und Findings mit Analysen von CSR- und ESG-Ratingagenturen gematcht. Trotz der schwierigen Vergleichbarkeit der DO & CO Gruppe mit anderen Gastro- und Erlebnis-Konzernen wurden die nichtfinanziellen Leistungen von Peers untersucht.

Das Ergebnis dieser Untersuchung zeigt, dass aufgrund der Vielzahl von Gesellschaften in der DO & CO Gruppe und der Vielfältigkeit der Geschäftsmodelle eine konzernweite Betrachtung bei den Peers leichter darstellbar ist als bei DO & CO. Nichts desto weniger sind die Bemühungen auf Ebene der einzelnen Gesellschaften zwar unterschiedlich intensiv ausgeprägt und je nach Größe der einzelnen Gesellschaft dokumentiert, die Ergebnisse der internen Gespräche zeigen aber, dass die Nachhaltigkeits- und CSR-Aspekte aber als integraler Bestandteil des Qualitätsmanagements gelebt werden. Der wesentliche Unterschied zwischen DO & CO und den Peers ist, dass die Marke DO & CO, das Qualitätsbewusstsein und die Kundenzufriedenheit gemeinsam das bindende und entscheidende Kernelement des Geschäftsmodells von DO & CO darstellen und nicht – wie anderswo – ein gemeinsamer Einkauf, eine zentrale Prozesskette oder ein konzernweiter Verkauf.

Die intensive Beschäftigung gemäß dem in der Einleitung beschriebenen Managementansatzes brachte im Wesentlichen eine Bestätigung der vorjährigen Wesentlichkeitsanalyse.

Geclustert nach den Segmenten Umwelt, Wirtschaft, Gesellschaft und Mitarbeiter haben folgende Faktoren die höchste Relevanznote:

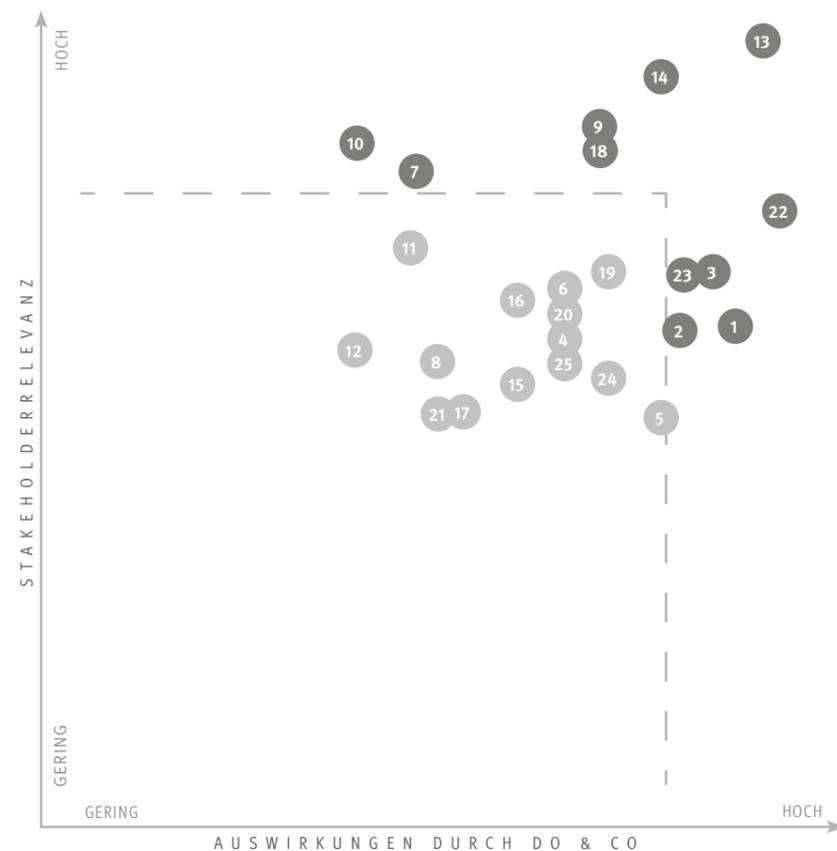
- *Reduktion von Lebensmittel- und Verpackungsabfällen*
- *Lebensmittelsicherheit*
- *Sicherheit und Schutz von Kundendaten*
- *Einhaltung von Arbeitsschutzbestimmungen und Arbeitnehmerrechten*

Faktoren für die Relevanzbeurteilung waren Ressourcenschonung, Effizienz und Wirksamkeit der Maßnahmen, Auswirkung auf zukünftige Erlöse, die Relevanz für Kapitalgeber und Finanzierungspartner, Berücksichtigung von Interessen der Stakeholder, insbesondere Arbeitnehmer, Gäste, Lieferanten, Behörden und die Öffentlichkeit sowie rechtliche und regulatorische Aspekte. Den gesamten Cluster und die Relevanznote entnehmen Sie bitte der nachstehenden Tabelle.

| THEMA | UNTERNEHMENS-RELEVANZ |
|--|-----------------------|
| UMWELT | |
| Essens- und Verpackungsabfall | 5 |
| Nachhaltige Verpackungen | 2 |
| Umweltfreundliche Beschaffung | 2 |
| Energiekonsum und zugehörige Emissionen | 3 |
| Transportemissionen | 2 |
| Wasserkonsum und chemische Verwendung | 3 |
| Regelkonformität mit Umweltgesetzen | 4 |
| Aufwand und Investitionen für Umweltschutz | 2 |
| WIRTSCHAFT | |
| Anti-Korruption | 3 |
| Anti-Konkurrenzverhalten | 4 |
| Lokale Präsenz | 3 |
| Indirekter wirtschaftlicher Einfluss | 1 |
| GESELLSCHAFT | |
| Lebensmittelsicherheit | 5 |
| Gästesicherheit | 1 |
| Gesunde Nährwerte | 2 |
| Produktvermarktung | 1 |
| Effekte auf lokale Bewohner | 2 |
| Datensicherheit und -schutz | 5 |
| Sozialverantwortliche Beschaffung | 3 |
| Diverse und inklusive Menüwahl | 2 |
| Weiches und hartes Erbe von Ereignissen | 1 |
| MITARBEITER | |
| Arbeitspraktiken | 5 |
| Arbeits- und Gesundheitsschutz | 3 |
| Mitarbeiterschulung und -entwicklung | 3 |
| Vielfalt | 1 |

1 = niedrige Relevanz
5 = hohe Relevanz

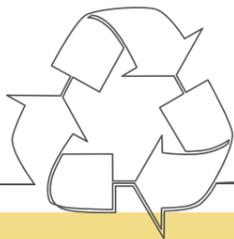
WESENTLICHKEITSMATRIX



Aus der Unternehmenstätigkeit und der Wertschöpfungskette ergeben sich die im Folgenden aufgelisteten wesentlichen Themen; diese wurden im Vorjahr im Rahmen eines internen Workshops mit Vertretern unterschiedlicher Abteilungen identifiziert. Fokus lag dabei auf der Beleuchtung der sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Auswirkungen unseres Geschäfts sowie der Interessen unserer Stakeholder. Wie geplant wurde bereits mit ausgewählten Stakeholder-Gruppen in einen direkten Dialog getreten, um die Interessen unserer Stakeholder bestmöglich zu verstehen und miteinzubeziehen.

Ebenso wurden die eigenen Standpunkte und Findings mit Analysen von CSR- und ESG-Ratingagenturen gematcht. Trotz der schwierigen Vergleichbarkeit der Strukturen des Geschäftsmodells der DO & CO Gruppe mit anderen Gastro- und Erlebnis-Konzernen wurden die nichtfinanziellen Leistungen von Peers untersucht.

| THEMA | THEMENBESCHREIBUNG |
|---|---|
| 1 Lebensmittel- und Verpackungsabfälle | Verpackung aufgrund von Catering, der Zubereitung von Speisen, Produktkäufen (Lieferanten) und der (lokalen) Entsorgung durch Konsumenten |
| 2 Nachhaltige Verpackungen | Nachhaltigkeit von Verpackungsmaterialien für Produkte von DO & CO (erneuerbare, wiederverwertete oder wiederbenutzte Materialien zur Reduktion von externen Abfällen) |
| 3 Umweltfreundliche Beschaffung | Ökologische Kriterien für Lieferanten, z.B. in Bezug auf den Umwelteinfluss auf die Landwirtschaft, Tierschutz und tierfreundliche Beschaffung |
| 4 Energieverbrauch und entsprechende Emissionen | Energieeffizienz und der Einfluss von Energieverbrauch sowie daraus entstehende Emissionen |
| 5 Transportemissionen | Umwelteinfluss aus der Logistik für Produkte und die Bereitstellung von Leistungen (z.B. Transport von Produkten und Mitarbeitern) |
| 6 Wasserverbrauch und Einsatz von Chemikalien | Wasserwirtschaft sowie die Vermeidung und Verminderung von Verschmutzungen |
| 7 Einhaltung von Umweltgesetzen | Einhaltung internationaler Erklärungen, Kongresse, Abkommen und Verträge sowie nationaler, sub-nationaler, regionaler und lokaler Bestimmungen |
| 8 Ausgaben und Investitionen für Umweltschutz | Ausgaben auf Seiten von DO & CO zum Schutz der Umwelt vor Einflüssen und Risiken aus Produkten und Leistungen, z.B. aus der Veranstaltungsorganisation |
| 9 Korruptionsbekämpfung | Einhaltung der Gesetze sowie Sicherstellung durch unternehmensweite Schulungen und Verhaltensregeln zur Korruptionsbekämpfung |
| 10 Wettbewerbswidriges Verhalten | z.B. Preisfestsetzung und Absprache bei Angeboten, Schaffung von Marktbeschränkungen oder Quoten in Bezug auf Kunden und Lage sowie Kartell- oder Monopolpraxis |
| 11 Lokalpräsenz | Lokale Beschaffung von Waren und Leistungen, lokale Beschäftigung von Mitarbeitern und Bezahlung im Einklang mit lokalem Mindestlohn |
| 12 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen | z.B. Infrastrukturausbau, Multiplikatoreffekte für lokale Betriebe etc. |
| 13 Lebensmittelsicherheit | Einschließlich Lebensmittelqualität, Hygienestandards, Kühlkettenpraxis |
| 14 Gästesicherheit | Gewährleistung eines hohen Sicherheitsniveaus auf Flughäfen, in Flugzeugen und bei Veranstaltungen |
| 15 Gesunde Ernährung | Ernährungseffekte in Bezug auf den Speiseplan der Kunden, Bereitstellung einer vielfältigen Auswahl an Speisen und Getränken sowie einer gesunden Mahlzeit als Alternative |
| 16 Produktkennzeichnung | Transparente Produktkennzeichnung für Kundenzugang zu richtigen und einschlägigen Informationen sowie verantwortungsvolle Werbung |
| 17 Einfluss auf lokale Gemeinschaften | Einschließlich Lärm, aber auch Beschäftigungseffekte, Steuern usw. |
| 18 Datensicherheit und Datenschutz | Einhaltung bestehender Datenschutzgesetze oder freiwilliger Standards in Bezug auf den Schutz von Kundendaten |
| 19 Sozial verträgliche Beschaffung | Soziale Kriterien für Lieferanten in Bezug auf Menschenrechte, z.B. Arbeitsstandards, Kinderarbeit oder Zwangsarbeit sowie indigene Rechte |
| 20 Vielfältige und inklusive Menükarte | Bereitstellung von für verschiedene Religionen, Kulturen oder Ernährungsbedürfnisse geeigneten Speisen |
| 21 Weiche und harte Einflüsse von Veranstaltungen | z.B. nachhaltige Initiativen zur Bewusstseinsbildung, Austausch von Wissen und Best Practices, physische und technologische Einflüsse |
| 22 Arbeitspraktiken | Verantwortungsvolle Arbeitsstandards einschließlich der Freiheit zur Organisation in Gewerkschaften, Kollektivverträge, Menschenrechte wie z.B. angemessene Arbeitszeiten sowie ein Arbeitsumfeld frei von Diskriminierung oder Belästigung |
| 23 Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz | Gesundheitliche Auswirkungen von Stress, Arbeitszeiten, Nachtschichten und Arbeitsunfällen |
| 24 Aus- und Weiterbildung von Arbeitnehmern | Schulungen und Möglichkeiten zur Kompetenzerweiterung; Ausbildungs- und Mitarbeitergespräche |
| 25 Diversität | Diversität und Inklusion im Personalbereich |



UMWELT, ENERGIE UND ABFÄLLE

Die Auswirkungen von DO & CO auf die Umwelt betreffen in erster Linie Transportemissionen, Energieverbrauch und Abfall. Eine wichtige indirekte Auswirkung auf die Umwelt besteht in der Lieferkette bei den Produzenten der Lebensmittel. Weitere Auswirkungen, die durch unternehmerische Entscheidungen beeinflusst werden können, sind der Wasserverbrauch sowie die Belastung der Umwelt durch Chemikalien in den Putzmitteln sowie Auswirkungen der Emissionen der gewählten Transportmittel.

Ein wesentlicher Hebel des ganzheitlichen Nachhaltigkeitsmanagement ist der Einkauf von Rohstoffen und Nahrungsmitteln. DO & CO kauft nach Möglichkeit bei regionalen Produzenten und, sofern es möglich und wirtschaftlich vertretbar ist, auch bei Lieferanten, die nach ökologischen Standards zertifiziert sind oder biologisch anbauen. DO & CO Wien ist der erste Konzernbetrieb Österreichs, der nach der EU Verordnung (EG) Nr. 834/2007 über den ökologischen Landbau zertifiziert ist.

Risiken für die Umwelt könnten durch die unternehmerische Tätigkeit von DO & CO durch ineffizienten Energieverbrauch, durch zu hohe Mengen von entsorgtem Verpackungsmaterial und Lebensmitteln bzw. verbrauchten Fetten entstehen. Abwässer könnten durch Chemikalien belastet werden und Treibhausemissionen durch ineffizientes Fuhrparkmanagement und Verteillogistik höher als notwendig sein.

DO & CO hat in den vergangenen Jahren bei wichtigen Konzerngesellschaften externe Energieaudits durchgeführt: **Bei Arena One** (und zwar bei den Gesellschaften Arena One GmbH, Arena One Gastronomie GmbH und bei Arena One Mitarbeiterrestaurants GmbH) nach *Energie Effizienz Gesetz und der Norm EN 16247*, bei **DO & CO München** und **DO & CO Frankfurt GmbH** nach *Energie Dienstleistungsgesetz EDL-G und der Norm EN 16247* sowie bei der **DO & CO Aktiengesellschaft** nach *Energie Effizienz Gesetz und der Norm EN 16247*.

Die wesentlichen Erkenntnisse dieser Energieaudits waren, dass in der Regel DO & CO nur über geringen Einfluss auf die Energieeffizienz der Betriebsgebäude verfügt und der Anteil des Transports am Gesamtenergieverbrauch so gering ist, dass er im Rahmen des Audits unberücksichtigt blieb. Fokus lag deshalb auf die vom Unternehmen beeinflussbare Energieeffizienz beim wichtigsten Prozess – der Zubereitung von Speisen. Die empfohlenen Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz wurden nach Einsparungspotenzial und nach organisatorischem und finanziellem Umsetzungsaufwand kategorisiert. Die Umsetzung wird bei den kommenden Audits hinsichtlich Effizienzsteigerung und Kostenoptimierung evaluiert werden.

Anders sehen die Gestaltungsmöglichkeiten von DO & CO bei der Abfallvermeidung aus. Aufgrund unserer Erfahrung sind wir in der Lage, die Speisemenge genau zu planen und so den Abfall auf ein Minimum zu reduzieren. Unser Prinzip lautet *Abfallvermeidung vor Wiederverwendbarkeit* und *Wertstoffaufbereitung vor Deponierung*. Bei Verpackungsmaterial haben wir im Airline Catering kaum Einfluss, da hier nach einer EU-Vorgabe die Airlines *Incoming Waste* verbrennen müssen. Die Verpackung wird von den Airlines ausgewählt und geliefert, DO & CO befüllt die Gebinde lediglich.

Bei Events und in Stadien/Sportveranstaltungen ergeben sich signifikante Abfallmengen, die von DO & CO entsorgt werden müssen. Sowohl Einkauf als auch Standortverantwortliche achten auf Recycling-Möglichkeiten und nutzen sie, um die Umweltbelastung durch Abfälle möglichst gering zu halten. Bei Großveranstaltungen wird ein individuelles Abfallmanagementkonzept entworfen.



ENERGIEVERBRAUCH GESAMT

| | |
|-----------|-----------------|
| 2016/2017 | 119.688,081 kWh |
| 2017/2018 | 128.477,520 kWh |
| 2018/2019 | 143.562,754 kWh |



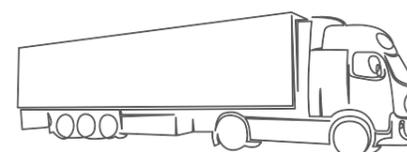
ABFALL UNGEFÄHRLICH

| | |
|-----------|-------------|
| 2016/2017 | 48.223,14 t |
| 2017/2018 | 52.671,37 t |
| 2018/2019 | 53.073,08 t |



ABFALL GEFÄHRLICH*

| | |
|-----------|---------|
| 2016/2017 | 43,29 t |
| 2017/2018 | 54,82 t |
| 2018/2019 | 57,11 t |

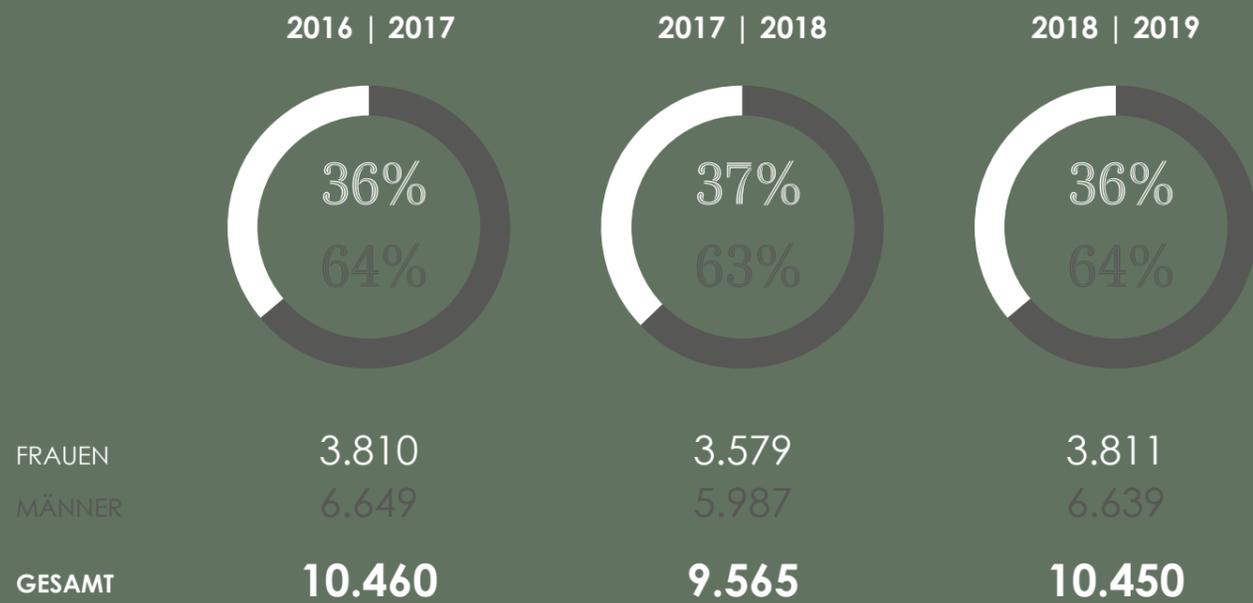


TRANSPORTEMISSIONEN

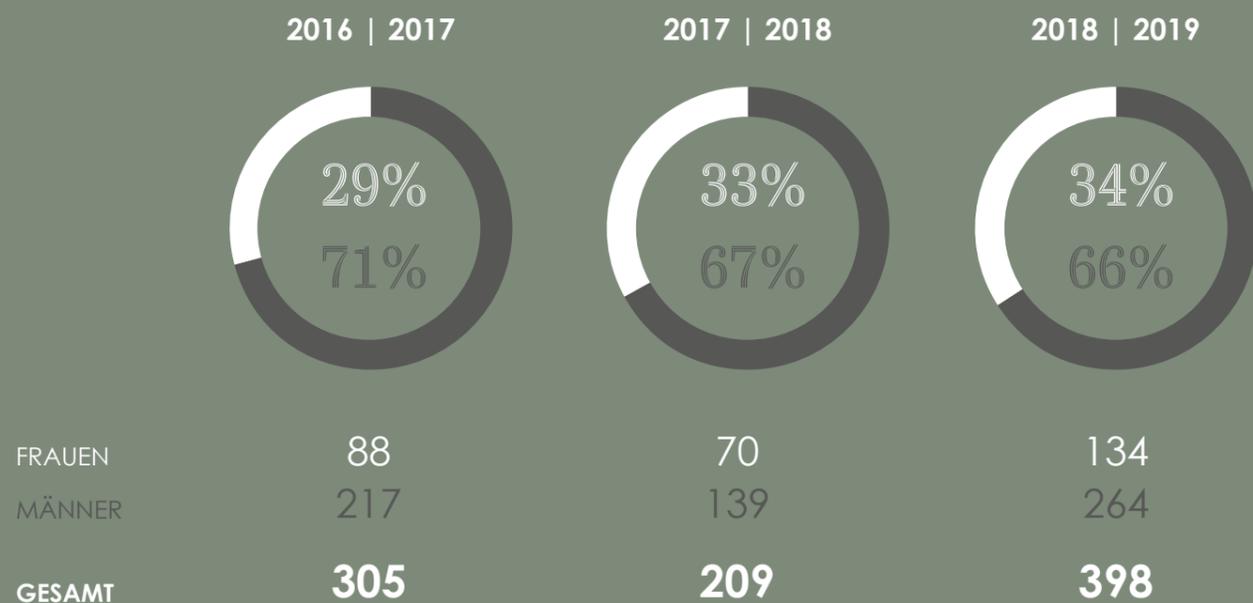
| | |
|-----------|-------------------------|
| 2016/2017 | 2.247 t Co ² |
| 2017/2018 | 1.976 t Co ² |
| 2018/2019 | 1.836 t Co ² |

* Steigerung der Menge von Schadstoffabfällen durch Intensivierung der konsequenten Mülltrennung verursacht.

MITARBEITER



FÜHRUNGSPPOSITIONEN*



* Anzahl von Mitarbeitern in Führungspositionen, inkl. CxO, Abteilungsleiter (mit 5 und mehr Mitarbeitern), Aufsichtsratsmitglieder)

ARBEITNEHMERINNEN / ARBEITNEHMER

DO & CO beschäftigt rund 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit. Die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent) betrug im Geschäftsjahr 2018/2019 10.450 Beschäftigte (VJ: 9.565). Bei DO & CO arbeiten weltweit Menschen aus mehr als 70 verschiedenen Nationen.

Die Auswirkungen der Personalpolitik von DO & CO auf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter könnten gesundheitliche Schäden durch Schicht- und Nachtarbeit sowie Verletzungen durch die Nicht-Einhaltung von Sicherheitsbestimmungen oder Erschöpfung durch Überlastung bzw. -forderung sein. Zu den Arbeitsbedingungen ist die Konzernvorgabe, dass die jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen strikt eingehalten werden müssen. Für die Einhaltung verantwortlich ist der jeweilige Abteilungs- bzw. Standortleiter. Über tägliche bzw. wöchentliche Reports wird die Einhaltung dokumentiert.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von DO & CO kommt für den Erfolg besondere Bedeutung zu, da sie die Markenbotschafter des Unternehmens sind. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind Gastgeber aus Leidenschaft. Sie sorgen dafür, dass sich unsere Gäste und Kunden wohl fühlen – egal wann und wo auch immer auf der Welt. Ein hoher Qualitätsanspruch an Produkt, persönliche Dienstleistung sowie ein großes Maß an Flexibilität zeichnen das Team von DO & CO aus.

Besonderes Engagement sowie die Liebe zum Detail bilden die Unverwechselbarkeit der Marke DO & CO. Jeder Einzelne folgt den dienstleistungsorientierten Grundsätzen des Unternehmens, und das macht es möglich, sich deutlich am Markt abzuheben. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die von ihnen gelebte Unternehmenskultur sind unser größtes Kapital. Damit dieses Kapital auch in Zukunft weiter wachsen kann, legt DO & CO großen Wert auf kontinuierliche Personalentwicklung zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit. Die professionelle Ausbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der hauseigenen DO & CO Academy stellt nicht nur die Qualität der

DO & CO Dienstleistungen sicher, sondern garantiert auch die Sicherheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Umgang mit dem notwendigen Equipment. Um einen einheitlichen Standard in Produktpäsentation und -vielfalt zu gewährleisten, werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit mit modernen technischen Mitteln geschult.



RESPEKT VOR ANDEREN

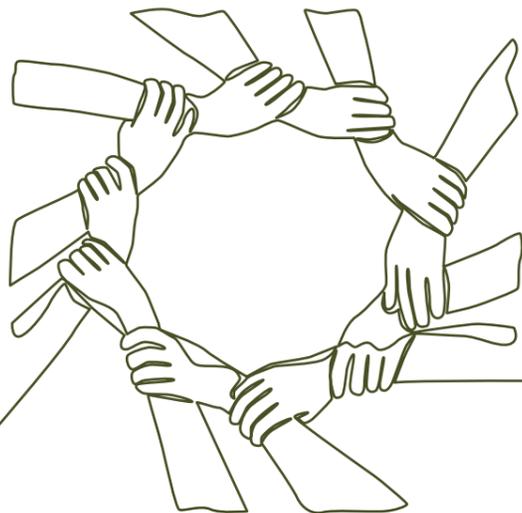
Achtung der Menschenrechte

DO & CO ist ein Unternehmen, in dem Vielfalt in jeder Dimension aus Überzeugung und zur nachhaltigen Absicherung der Lebensfreude groß geschrieben wird. Sie bildet sich in unserer Gästestruktur, bei unseren Beschäftigten und auch in der Zusammenstellung und Komposition unserer Menüs ab. Einschränkungen der Vielfalt wären kontraproduktiv für unsere Marke und unser Geschäft. Aus dem gleichen Grund achten wir auch nicht nur die Menschenrechte, sondern auch die arbeitsrechtlichen Bestimmungen in den jeweiligen Ländern.

Die Risiken der Missachtung wären fundamental wirksam auf den geschäftlichen Erfolg unseres Unterneh-

mens und würden die Reputation der Marke schmälern – ganz abgesehen von gerichtlichen und medialen Auseinandersetzungen. Die Motivation der Mitarbeiter würde dadurch negativ beeinflusst.

DO & CO folgt seit einigen Jahren einem von der internen Revision erstellten Code of Conduct, der für alle Mitarbeiter, insbesondere aber für Mitarbeiter in Führungspositionen und im Einkauf, verpflichtende Verhaltensnormen enthält. Dieser Business Conduct Guide wird in deutscher und in englischer Sprache auch auf der Website des Unternehmens veröffentlicht.



COMPLIANCE

Bekämpfung von Korruption und Bestechung

Bei DO & CO existieren folgende interne Vorgaben zur Verhinderung von Korruption:

- Business Conduct Guide
- Internes Kontrollsystem
- **Geschäftsordnung für Vorstandsgenehmigungen**

Die Verantwortung für diese Regularien liegt beim Vorstand und wird vom Compliance-Beauftragten / internen Revision auf ihre Einhaltung überprüft. Insbesondere legt er sein Augenmerk auf die Verhinderung von Korruption, die Einhaltung der wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen und gemeinsam mit der Rechtsabteilung die Einhaltung des Datenschutzes.

Ein wichtiges Thema ist die Datensicherheit der Kunden. Die Datenschutz-Grundverordnung DSGVO wurde zeitgerecht und umfassend in allen betroffenen Segmenten, Abteilungen und Standorten umgesetzt.

Aus den vergangenen Geschäftsjahren 2016/17 und 2017/18 sind keine Verstöße gegen den Business Conduct Guide oder Verstöße gegen Korruptionsbestimmungen oder Wettbewerbsrecht bekannt.



DIVERSITÄT

Bei der Auswahl der Mitglieder des Aufsichtsrates stehen fachliche Qualifikation, persönliche Kompetenz und Einsatz, sowie langjährige Erfahrung in Führungspositionen im Vordergrund. Darüber hinaus werden aber auch Aspekte der Diversität wie Internationalität seiner Mitglieder und Altersstruktur berücksichtigt. Die Mitglieder des Aufsichtsrates sind zwischen 47 und 75 Jahre alt, wobei ein Mitglied nicht österreichischer Staatsbürger ist und über langjährige Erfahrung auf dem türkischen Markt verfügt.

Bei der Besetzung des Vorstandes und des Aufsichtsrates soll auf unternehmensspezifische Anforderungen sowie auf die Qualität der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder Bedacht genommen werden. Die Organe der DO & CO Aktiengesellschaft sollen mit Persönlichkeiten besetzt sein, die die erforderlichen Kenntnisse der für DO & CO relevanten Geschäftsfelder sowie persönliche Voraussetzungen und Erfahrungen mitbringen, um Leitung und Überwachung eines weltweit tätigen und kapitalmarktorientierten Konzerns sicherzustellen. Derzeit gehören keine Frauen dem Vorstand und dem Aufsichtsrat an. In Zukunft wird bei Nachbesetzungen jedoch darauf geachtet werden, auch im Aufsichtsrat das Gremium nach den Regeln der Gender-Diversität zu gestalten. In zahlreichen Positionen auf Managementebene haben Frauen im DO & CO Konzern Führungspositionen inne.

MASSNAHMEN ZUR FÖRDERUNG VON FRAUEN IN VORSTAND, AUFSICHTSRAT UND IN LEITENDEN STELLEN

Das Unternehmen legt größten Wert auf die Gleichbehandlung von Männern und Frauen bei der Vergabe von Führungspositionen wie auch bei der Gleichstellung der Entlohnung. Die Besetzung der Managementpositionen der DO & CO Aktiengesellschaft wie auch ihrer Tochtergesellschaften erfolgt in ausgeglichenem Maße, welches sich am hohen Anteil von Frauen in der Geschäftsführung der Gesellschaften und in leitender Stellung des Konzerns zeigt.

Besonders hervorzuheben ist die Position des Unternehmens bei der Schaffung von Rahmenbedingungen für die Rückkehr von Frauen in Führungspositionen nach Mutterschutz und Karenz. In diversen Teilzeitmodellen wird es den Mitarbeiterinnen ermöglicht, in ihre ursprünglichen Managementfunktionen wieder einzusteigen und ihre Führungsaufgaben wahrzunehmen.



Impressum:
DO & CO Aktiengesellschaft
Stephansplatz 12
1010 Wien

Abgeschlossen am 28. Mai 2019

