



Bei menuandmore orientiert sich alles am Wohl der Kinder.

## GREEN BRANDS SWITZERLAND

# Auszeichnung für Menu and More AG

Für die **Mittagstisch-Spezialistin** «menuandmore» ist Nachhaltigkeit ein strategischer Grundpfeiler. Ein Blick auf die konkrete Unternehmenspraxis.



Markus Daniel,  
Geschäftsführer der  
Menu and More AG.

### ► PETER JOSSI

Die Menu and More AG, ein Unternehmen der Eldora-Gruppe, wurde im Jahr 2004 gegründet und erwirtschaftet jährlich einen Umsatz von circa 17 Millionen Franken. Die Aktionäre sind zu 80 Prozent die Eldora-Gruppe und zu 20 Prozent die Stadt Zürich.

Als Marktführerin in der Kinder- und Jugendverpflegung beliefert menuandmore täglich über 460 Mittagstische mit frischen Menüs und kindergerechten Spezialprodukten. Hinter menuandmore stehen nicht nur 56 Mitarbeitende aus zwölf verschiedenen Nationen, sondern auch eine verantwortungsbewusste Arbeitgeberin.

### Auszeichnung als Bestätigung und Ansporn

Als erste Verpflegungsanbieterin in der Schweiz wurde die Menu and More AG mit dem Qualitätssiegel «GREEN BRANDS Switzerland» ausgezeichnet

(vgl. Infobox). «GREEN BRANDS» ist ein internationales Gütesiegel, welches Unternehmen auszeichnet, die einen massgeblichen Beitrag zum Schutz der Umwelt, der Natur und des Klimas leisten. «Für uns ist das Label eine Anerkennung unserer Unternehmenskultur und ein Ansporn, unsere Bestrebungen im Rahmen der Nachhaltigkeit noch weiter voranzutreiben. Wir tragen als Verpflegungsanbieterin von Mittagstischen für Kinder und Jugendliche eine grosse Verantwortung, die wir sehr ernst nehmen. Wir freuen uns, offiziell ein «GREEN BRAND» zu sein», erläutert Markus Daniel, Geschäftsführer der Menu and More AG.

### Beschaffungskriterien als strategisches Kernelement

Nachhaltigkeitsvorreiterin ist «menuandmore» jedoch schon seit Jahren. Einige konkrete Beispiele zeigen die umfassenden Beschaffungskriterien auf: Die verwendeten Milchprodukte, die verarbeiteten Eier aus Freilandhaltung sowie das



Die Menu and More-Herstellung erfolgt mitten in Zürich. MENU AND MORE AG (3)

Fleisch und das Geflügel stammen ausschliesslich aus der Schweiz. Zudem werden keinerlei Flugwaren eingesetzt. Der Anteil an verarbeiteten Bio- und/oder Fairtrade-Produkten beträgt aktuell über 20 Prozent. Saisonale Menükomponenten werden deutlich auf dem Menüplan gekennzeichnet. Weiterhin verwendet «menuandmore» keinerlei palmölhaltigen Produkte, sondern setzt stattdessen auf einheimisches Rapsöl. Dadurch ist sie die erste komplett palmölfreie Verpflegungsanbieterin in der Schweiz.

#### Nachhaltigkeit in allen Unternehmensbereichen

Selbst die Kühlung der neusten Transportfahrzeuge wird mit Solarzellen unterstützt. Die publizierten Nachhaltigkeitsberichte, welche das Engagement auch hinsichtlich CSR, den Ressourcenverbrauch, die Höhe der Emissionen und Abfälle sowie die Klimaneutralität transparent widerspiegeln, wurden bereits mehrfach prämiert und ausgezeichnet.

# 17

#### Millionen Franken

erwirtschaftet die Menu and More AG jährlich.

# 56

#### Mitarbeitende

aus 12 Nationen arbeiten dort.

# 460

#### Mittagstische (and more)

beliefert die Marktführerin in der Kinder- und Jugendverpflegung täglich.



#### Wie wird man ein «GREEN BRAND»?

GREEN BRANDS ist eine internationale, unabhängige und selbstständige Markenbewertungs-Organisation. Die GREEN BRANDS-Auszeichnung wird seit 2011 in Österreich sowie seit 2012 in Deutschland verliehen. Über 450 Marken wurden seit 2011 bereits durchgeführt und dabei rund 180 Marken ausgezeichnet. 2018 ist der Aufbau neben der Schweiz auch in Ungarn und Tschechien angelaufen. In den kommenden Jahren ist der Ausbau auf rund 20 weitere Länder geplant. GREEN BRANDS verleiht in internationaler Zusammenarbeit mit Markt- und Meinungsforschungsinstituten und unabhängigen Institutionen und Gesellschaften im Umweltschutz-, Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbereich das GREEN BRANDS-Gütesiegel. Das Verfahren zur Auszeichnung der GREEN BRANDS gliedert sich in drei Phasen. Marken qualifizieren sich aufgrund einer repräsentativen Befragung der Bevölkerung oder aufgrund der Ernennung durch eine NGO, eine Fachorganisation oder ein Jury-Mitglied für das aufwendige GREEN BRANDS-Validierungsverfahren. Erst bei Erreichen einer Benchmark-Bewertung auf dem GREEN BRANDS-Index entscheidet die Fachjury als finale Instanz über die Auszeichnung und Verleihung des Siegels.

➤ [www.green-brands.org/](http://www.green-brands.org/)

## Paniermehle und Panaden vom Schweizer Getreide- und Mehlspezialisten.



# BONVITA

Mehrwert für unsere Partner, mehr Genuss für die Konsumenten. [bonvita.ch](http://bonvita.ch)