

Geschäftsbericht 2021

DENKIEN

apetito

Die Stärke unserer Märkte hat sich verteilt: Während die Kita- und Schulverpflegung der größte Markt bleibt, sind zudem Essen auf Rädern und die Verpflegung von Seniorinnen und Senioren zu Hause die Gewinner in unserem Geschäft ...

Guido Hildebrandt,
Vorstandssprecher der apetito AG



..., auch in unseren internationalen Gesellschaften. Großen Effekt hat dort die demografische Entwicklung. Ebenso ist die Nachfrage nach unserer Endverbrauchermarkte COSTA weiter gut. Die klassischen und sonst starken B2B-Bereiche haben durch Corona-bedingte Schließungen von Einrichtungen tendenziell gelitten. Offensichtlich ist aber auch, dass die Pandemie innovative Lösungen vorantreibt. Digital und mobil sowie flexibel sind die Stichworte.“

Kennzahlen 2021

apetito Firmengruppe

| in Mio. € | 2021 ¹ | 2020 | 2019 | 2018 |
|--|-------------------|--------|--------|-------|
| Gruppenumsatz, konsolidiert ² | 1.007 | 1.030 | 1.035 | 882 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | -2,2% | -0,5% | +17,4% | +5,0% |
| Mitarbeitende ³ (Anzahl) | 11.775 | 11.789 | 11.522 | 9.418 |

apetito AG Konzern

| in Mio. € | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Umsatz | 760 | 792 | 741 | 692 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | -4,0% | +6,9% | +7,1% | +6,5% |
| davon Inlandsumsatz | 465 | 459 | 470 | 454 |
| davon Auslandsumsatz | 295 | 333 | 271 | 238 |
| Auslandsanteil am Gesamtumsatz | 38,8% | 42,0% | 36,6% | 34,4% |
| Jahresüberschuss nach Steuern | 40 | 50 | 47 | 48 |
| Investitionen | 52 | 32 | 51 | 49 |
| Mitarbeitende (Anzahl) | 4.477 | 4.749 | 4.428 | 4.052 |
| davon Inland | 2.445 | 2.756 | 2.633 | 2.479 |
| davon Ausland | 2.032 | 1.993 | 1.693 | 1.573 |

apetito catering Konzern⁴

| in Mio. € | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 |
|---|-------|--------|--------|--------|
| Umsatz | 189 | 193 | 232 | 201 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | -2,1% | -16,8% | +15,4% | +14,8% |
| Catering-Umsatz der Service-Gesellschaften (Managed Volume) | 76,0 | 74,7 | 73,2 | 61,3 |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | +1,7% | +2,0% | +19,4% | +5,7% |
| Kundenverträge (Anzahl) | 693 | 656 | 617 | 779 |
| Mitarbeitende ³ (Anzahl) | 7.298 | 7.040 | 7.196 | 5.366 |

¹ Bis einschließlich Juli 2021 inklusive der Umsätze von apetito convenience. Mitarbeitende der verkauften Gesellschaft nicht mitgezählt.

² Inklusive Außenumumsätzen der Service-Gesellschaften.

³ Stichtagsbetrachtung 31. Dezember 2021; inklusive Mitarbeitende der Service-Gesellschaften.

⁴ Seit Oktober 2018 inklusive Zahlen des übernommenen Schulcaterers Menüpartner.

Übersicht

Wir sind Markt- und Innovationsführer in der **Gemeinschafts- und Individualverpflegung** sowie im Endverbrauchermarkt.

apetito Firmengruppe

Entlang von Unternehmenswerten wie Kundennähe, Partnerschaftlichkeit, Innovationsfreude und Nachhaltigkeit entwickelt sich die Gruppe kontinuierlich weiter.

apetito AG Konzern

apetito catering Konzern

Als Konzern agiert **apetito** mit internationalen Teams erfolgreich in sechs europäischen Ländern sowie in Kanada und in den USA.

Als einer der führenden Caterer in Deutschland ist der **apetito catering Konzern** mit seinen Lösungen vor Ort bei den Kunden.



Retailgeschäft

Als Marktführer in den Bereichen Fischfilets, Schalen- und Krustentiere sowie Weichtiere ist COSTA die Endverbrauchermarke innerhalb der **apetito** Firmengruppe.



Systemgeschäft

apetito bietet passgenaue Verpflegungslösungen in Form von tiefkühlfrischen Menüs und Menükomponenten sowie Systemen. Das Angebot gilt für die Gemeinschafts- und Individualverpflegung im In- und Ausland. Ernährungslösungen in den Bereichen Care, Individualverpflegung, Kids & Schools sowie Business & Industries bilden den Schwerpunkt.



Cateringgeschäft

apetito catering entwickelt maßgeschneiderte Konzepte für die individuellen Bedürfnisse der Kunden und ist in den Bereichen Care, Business & Industries sowie Schulen und Kitas vertreten. Weitere Dienstleistungen und Services, zum Beispiel im Bereich des Gebäudemanagements, runden das Angebot ab.

Standorte

apetito setzt sich **international** in acht Ländern für beste Ernährungs- und Service-Lösungen ein.

Deutschland

apetito AG, Rheine

Tiefkühlgerichte und Verpflegungssysteme für die Gemeinschafts- und Individualverpflegung

COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG, Emden

Tiefgekühlte Fisch- und Meeresspezialitäten für den Lebensmitteleinzelhandel

apetito kids & schools GmbH, Rheine (Joint Venture mit dem **apetito catering Konzern**)

Gesellschaft für den Vertrieb unserer Angebote in der Kita- und Schulverpflegung

apetito catering B.V. & Co. KG, Rheine

Als einer der führenden Caterer in Deutschland ist **apetito catering** mit seinen Lösungen stets nah am Kunden

apss GmbH, Rheine

Die Gesellschaft deckt als Tochter von **apetito catering** infrastrukturelle Dienstleistungen und Unterhaltsreinigung vor allem für den Care-Bereich ab

apetito catering education B.V. & Co. KG, Rheine (seit 01.12.2021)

Einer der führenden bundesweit tätigen Caterer für den Markt Schulen und Kitas

Menüpartner B.V. & Co. KG, Berlin

Das Unternehmen ist im Markt Schulen und Kitas vor allem regional in Ostdeutschland vertreten

Niederlande

apetito B.V., Denekamp

Tiefgekühlte Gerichte für die Individual- und Gemeinschaftsverpflegung

Großbritannien

apetito Ltd., Trowbridge

Tiefgekühlte Menüs für Essen auf Rädern, den Gesundheits- und Seniorenbereich, Kindertagesstätten sowie den Fachhandel

Frankreich

COSTA France SAS, Paris

Tiefgekühlte Fisch- und Meeresspezialitäten für den Lebensmitteleinzelhandel

Österreich

apetito Österreich, Wien

Tiefkühlgerichte und Verpflegungssysteme für den Gesundheits- und Seniorenbereich sowie Schulen und Kitas

Spanien

ARCASA **apetito**, Barcelona

Joint Venture von **apetito** mit Catering ARCASA; Tiefkühlgerichte für den Senioren- und Gesundheitsbereich

Kanada

apetito HFS Ltd., Ottawa

Tiefkühlgerichte für Essen auf Rädern und den Gesundheitsbereich

USA

Ultimate Food Holdings Inc., Boston

Tiefkühlgerichte für Essen auf Rädern und den Gesundheitsbereich

14
Standorte in 8 Ländern

Highlights 2021

Inhalt

Individualverpflegung

Mit Vollampf (weiter) voraus: Seit 50 Jahren ist Essen auf Rädern auf Erfolgskurs.

Großbritannien

Mit großen strukturellen Veränderungen, wie der Aufgabe des Franchise-Modells zugunsten eines direkten Inhouse-Services, haben wir unseren Markt in Großbritannien neu strukturiert und die Weichen auf Erfolg gestellt.

Gemeinschaftsverpflegung

Wir setzen auf ein zukunftsstarkes Sortiment: Mit Nutri-Score, Fairtrade und jeder Menge Veggie-Power.

COSTA

Dass Fisch nicht gleich Fisch ist, hat COSTA auch im letzten Jahr einmal mehr bewiesen: Mit neuen Bio-Zertifikaten und neuen Marktanteilen.

apetito catering

Zum sechsten Mal in Folge ist apetito catering als Service-Champion ausgezeichnet worden. Wir sind damit auch im Jahr 2021 Gewinner der Branche „Contract-Caterer“.

UMschließen | Märkte

Die Küche auf Tour

Der neue apetito Kitchentourer kann im Notfall innerhalb von 24 Stunden bei dem Kunden vor Ort sein.



UMsetzen | Produkte, Systeme & Entwicklungen

Für den Nutri-Score registriert

Wir dürfen Menüs und Menükomponenten mit dem Nutri-Score kennzeichnen.



32

UMgestalten | Digital

Virtuelle Messen und neue Apps

#apetito goes digital – bewegte Zeiten fordern flexible Lösungen.

35



UMsteigen | Homeoffice-Lösungen

Trendige Homeoffice-Lösungen

Gekocht. Geliefert. Glücklichsatt – 2022 ist comerando an den Start gegangen.



26

UMsehen | Nachhaltigkeit

Wissen, was drin ist

apetito ist es wichtig, sein Engagement belegen und sich dabei stets weiterentwickeln zu können.

48



UMstrukturieren | Catering

Schwierige Zeiten – neue Konzepte

Mit neuen Ideen haben wir unseren Kundinnen und Kunden durch stürmische Zeiten geholfen.

69





Guido Hildebrandt,
Vorstandssprecher
der apetito AG (l.)

Thomas Hinderer,
Vorsitzender des apetito
Aufsichtsrats (r.)

Die Anforderungen an hochqualitatives Essen steigen – ein echter Vorteil für uns

Thomas Hinderer, Vorsitzender des apetito Aufsichtsrats, und Guido Hildebrandt, Vorstandssprecher der apetito AG, über **UM**denken, **UM**sätze, **UM**verteilungen, **UM**welt – und **UM**sicht.

Das Thema „UMdenken“ zieht sich in diesem Jahr durch den Geschäftsbericht. Was hat sich aus Ihrer Sicht im letzten Jahr verändert? Inwieweit mussten Sie umdenken?

Hinderer: Es gibt natürlich übergeordnete Themen, die derzeit alle im Unternehmen bewegen – und in den vergangenen Monaten bewegt haben: Corona, Digitalisierung, aber auch Nachhaltigkeit. Das sind alles Dinge, die eine wichtige Rolle spielen

in diesem Umdenk-Prozess. Oft haben wir gerade diese drei Punkte mit dem Vorstand im Aufsichtsrat diskutiert. Aber wir haben im vergangenen Jahr nicht nur umgedacht, sondern auch umgeschaltet – haben jede Menge strategische Weichen gestellt, die Grundlage waren für eine stärkere Fokussierung auf unsere Kerngeschäfte. Eine stärkere Konzentration auf das, woran wir bei apetito wirklich glauben und was unsere Entwicklung in der Zukunft noch wesentlich

stärker, erfolgreicher und dynamischer werden lässt. Da spielen natürlich die Veränderungen in der Soziodemografie eine Rolle, die allgemeinen Veränderungsprozesse bei Kitas, bei Schulen und auch bei Senioreneinrichtungen. Aber auch Faktoren wie Homeoffice werden zukünftig Veränderungen in der Gesellschaft mit sich bringen und auch auf uns einen großen Einfluss haben. All das müssen wir im Auge behalten und umschalten: auf organisches Wachstum

in unseren Kerngeschäften, die wir ganz klar definiert haben.

Wenn man schon jetzt auf die Pandemiezeit zurückblickt, so gibt es wirtschaftlich ganz klare Corona-Gewinner, wie den Lebensmitteleinzelhandel und Drogeriemärkte, aber auch klare Verlierer, wie Kultur, Veranstaltungsbranche und Gastronomie. Auf welcher Seite steht apetito?

Hildebrandt: Im Lebensmitteleinzelhandel sind wir ja nur mit einem Zweig vertreten: mit COSTA, unserer sehr hochwertigen Marke für tiefgekühlte Fischspezialitäten und Meeresfrüchte. COSTA würde ich mal als leichten Gewinner der Pandemie deklarieren. Weil natürlich viel mehr zu Hause gekocht wurde, aber viele Menschen auch gesagt haben: „Ich gönne mir mal was Besonderes.“ Und dann haben wir unsere klassischen Bereiche im Systemgeschäft bei apetito. Zunächst den der Seniorenversorgung. Dieser Bereich ist ein klarer Gewinner – aber nicht nur wegen der Pandemie, sondern vor allem wegen der demografischen Entwicklung. Wir haben in Deutschland immer mehr alte Menschen, die immer länger leben und die alle versorgt werden wollen – und müssen. Nicht nur in den Pflegeeinrichtungen, sondern auch die, die allein zu Hause wohnen. Stichwort ist hier: Essen auf Rädern. Gerade unsere Kolleginnen und Kollegen in Großbritannien haben sich 2021 verstärkt das Kundenverhalten angeschaut, um unsere Angebote und Services noch zielgerichteter anbieten zu können.

Der andere Baustein ist die Versorgung von Krankenhäusern, Betrieben, Kitas und Schulen. Und der ist uns natürlich durch die allgemeinen Schließungen oder Minder-Belegungen eingebrochen. Also, klarer

Verlierer. Aber wir gehen davon aus, dass sich mit Ende der Pandemie auch dieser Baustein wieder normalisiert. Zudem haben wir uns schnell und flexibel auf die Situation eingestellt. Für Kliniken bieten wir Havariekonzepte an. In der Betriebsverpflegung haben wir eine neue Lösung für die Verpflegung von Mitarbeitenden im Homeoffice getestet – so vielversprechend, dass wir das Angebot jetzt breit auf die Straße bringen.

Wir schauen vorwärts und schalten nun nach der Pandemie wieder hoch. Und zwar richtig. Wie man im Auto vom dritten direkt in den fünften Gang schalten kann, so werden wir Vollgas geben und können nun auch wieder persönlich zu unseren Kunden. Senioreneinrichtungen und Kitas zeigen, was wir können – und was wir vorhaben. Wir erkennen jetzt schon eine echte Aufbruchstimmung. Und erhoffen uns so eine Umsatzsteigerung von 7 bis 8 % für das kommende Jahr.



Wenn Sie privat in eine Klinik, Senioren-Residenz, Schule oder Kita kommen und dort gerade Mittag gegessen wird: Erkennen Sie „Ihre“ Mahlzeiten – ohne Schummeln?

Hildebrandt: Oh ja! Ich würde mir da eine Trefferquote von rund 90 % zutrauen.

Weil? Woran erkennen Sie eine „echte“ apetito Mahlzeit?

Hildebrandt: An der Komposition des Menüs. Und natürlich auch, weil ich selbst schon unglaublich viele apetito Menüs gegessen habe. Wenn ich dann noch probieren darf, würde ich auf fast 100 % erhöhen. Ich weiß, worauf wir achten und wie es schmeckt.

Hinderer: apetito zeichnet aus, dass wir ernährungsphysiologisch Verantwortung übernehmen. Wir achten in unseren Rezepturen auf Ausgewogenheit. Zudem zeichnet uns aus, dass wir auch für spezielle Anforderungen, etwa für Menschen mit Kau- und Schluckbeschwerden, pürierte Menüs anbieten. Die sehen einfach gut aus und bringen wieder Freude am Essen.

Wo wir schon mitten im Thema sind: Was ist denn Ihr persönliches apetito Leibgericht?

Hildebrandt: Ich bin da ganz klassisch unterwegs und beim „Hähnchen Gärtnerin Art“. Das ist eine tolle Kombination aus Fleisch, Gemüse und kräftiger Soße. Wenn ich mal irgendwo vor Ort bin, dann lasse ich mir das gerne zubereiten.

Hinderer: Was bei uns immer im Haus ist, sind die Produkte von COSTA. Meine Frau bereitet sehr oft wunderbare Spaghetti mit Pacific Prawns – natürlich von COSTA –, Chili und asiatischen Gewürzen zu. Ganz köstlich!

Wo sehen Sie apetito in der Zukunft?

Hinderer: Unser Ziel muss sein, die Wachstumspotenziale, die wir im Unternehmen haben, voll auszuschöpfen. Ich kenne wenige Unternehmen – national oder international –, die solche Möglichkeiten und Wachstumsperspektiven haben wie

¹ Aus der Gewinn- und Verlustrechnung ohne Anteile von apetito convenience.

Wir erkennen jetzt schon eine echte **Aufbruchstimmung** – und erhoffen uns so eine **Umsatzsteigerung** von 7 bis 8 % für das kommende Jahr.

Guido Hildebrandt,
Vorstandssprecher der apetito AG

wir hier bei apetito. Wir wachsen stärker als der Markt – und das ist besonders. Die langfristige Entwicklung ist entscheidend.

Hildebrandt: Das stimmt. Und wir wollen in den Märkten, in denen wir stark sind, noch stärker werden. Und auch das internationale Geschäft, wie in Spanien und den USA, weiter ausbauen. Dort sehen wir großes Potenzial in der Verpflegung von Seniorinnen und Senioren zu Hause und auch stationär. Wir haben Investitionen geplant, um für ein überproportionales Wachstum in der Zukunft aufgestellt zu sein.

In diesem Geschäftsbericht geht es auch viel um Nachhaltigkeit. Wo fängt die für Sie an?

Hildebrandt: Im ganz Kleinen: ressourcenschonend zu arbeiten, wenig wegzuerwerfen. Wir arbeiten ja schwerpunktmäßig mit den Seniorinnen und Senioren und den Kindern und uns ist diese Verantwortung sehr bewusst. Was mich immer wieder freut und mein Herz erwärmt, ist,

Kinder beim Mittagessen zu beobachten. Wir haben viele Kitas auf eine Art Buffet umgestellt, an dem sich die Kleinsten selbst bedienen können. Da gibt es immer so einen Abfalleimer, da drin ist nie irgendwas. Die Kinder essen alles auf. Und wenn sie fertig sind mit ihrer Portion und dann noch immer Hunger haben, gehen sie nochmal und nehmen wieder ein wenig Erbsen und eine kleine Kartoffel. Die Kleinsten sind also von Natur aus nachhaltig. Das muss man denen überhaupt nicht erklären.

Wachsen Kinder heute in Sachen Ernährung nicht viel gesünder und nachhaltiger auf? In den 70ern gab es Tri Top, Quench und Dosensuppe.

Hildebrandt: Absolut! Da hat sich wahnsinnig viel getan. Es hat unsere Eltern doch damals nicht wirklich interessiert, was da in der Kita zum Essen serviert wurde. Da wurde nur gefragt: „Hat es geschmeckt?“ Oder es gab schlicht gar kein Verpflegungsangebot.

Hinderer: Das Wissen war ja auch noch gar nicht da. Ich bin aufgewachsen in einer Zeit, in der es darum ging, die Kinder satt zu bekommen. Da ging es nicht um Ernährungsthemen, wie Fettgehalt, Kalorien und, und, und. Aber es ist ja auch gut so, dass es heute anders ist. Denn nicht nur wegen der Medizin, sondern auch wegen der gesünderen und bewussten Ernährung werden wir heute alle älter.

Aber es war früher doch auch alles ein wenig unkomplizierter.

Hildebrandt: Ach, das kann man so auch nicht sagen. Die Bedürfnisse haben sich einfach verändert und die Anforderungen – auch seitens der Politik – an hochqualitatives Essen steigen. Und das ist für uns ein echter Vorteil. Denn je komplexer die Rahmenbedingungen werden, desto schwieriger ist es, mithalten zu können. Wir als apetito können das. Ich sehe die Entwicklung als große Chance – und nicht als Problem.

Vielen Dank für das Gespräch.

Paul Freeston, Vorstand Großbritannien, Kanada und USA

With apetito in the UK we are “Forging the New Future” and re-energising our business. We developed Wiltshire Farm Foods from a franchise business to an inhouse DtC service – vertically integrated right to the consumers home. At the same time, we are focusing on our sustainable goals: A significant reduction of our carbon footprint, whilst introducing a world first collection and re-use scheme for food packaging. Furthermore, we are strengthening our team via our largest development chef “brigade” and introducing new young talent through our graduate scheme.

Paul Freeston



Guido Hildebrandt

**U
DENKEN
M** bedeutet ...

Jörg Baumgart, Vorstand Finanzen, Controlling und IT

Im vergangenen Jahr hat sich in den Bereichen unserer Verwaltung das flexible Arbeiten von zu Hause weiter etabliert. Seitens der IT und im Sinne einer guten Kollaboration im Team haben wir das Arbeiten mit Microsoft 365 weiter gestärkt. Unsere Teams sind damit gut aufgestellt, um für den apetito AG Konzern einfach immer besser zu werden.

Christian Kessy, Vorstand Produktion, Einkauf und Personal

Bei apetito zu arbeiten, heißt, eine sinnstiftende Aufgabe zu übernehmen: sich um eine gute Ernährung für Menschen aller Altersgruppen – von ganz jung bis ganz alt – zu kümmern. Gerade im zweiten Pandemie-Jahr galt es, unterschiedlichste Herausforderungen zu meistern, damit wir gemeinsam dieser gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. Das reichte von der Rohwarenbeschaffung bis hin zu Personalrecruiting. Als schlicht großartig erwies sich die hohe Solidarität und der permanente Einsatz unter unseren Mitarbeitenden.

Christian Kessy



Jörg Baumgart

Bericht des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Damen und Herren,

während der Corona-Pandemie hat apetito Flexibilität bewiesen und sich schnell auf sich verändernde Rahmenbedingungen eingestellt. Es hat ein Umdenken in vielen Bereichen stattgefunden.

Die Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat der apetito AG war auch im abgelaufenen Jahr intensiv und vertrauensvoll. Diese Abstimmungen standen im Zeichen von „UMdenken“: Häufiger wurde sich digital statt in Präsenz zusammenschaltet, um wichtige Weichen für die Zukunft zu stellen.

Der Aufsichtsrat hat den Vorstand im abgelaufenen Geschäftsjahr gemäß den ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben kontinuierlich überwacht und beratend begleitet. Der Aufsichtsrat wurde dabei durch regelmäßige schriftliche und mündliche Berichte des Vorstandes umfassend über den Gang der Geschäfte informiert. Insbesondere zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Geschäft sowie zu den umfangreichen

Schutz- und Vorsorgemaßnahmen, die im Zusammenhang mit COVID-19 für Mitarbeitende und Kunden getroffen wurden, standen Vorstand und Aufsichtsrat in ständigem, intensivem Austausch. Weitere Themen betrafen die laufenden Investitionsvorhaben an den Produktionsstandorten, die digitale Transformation sowie eine adaptive Unternehmensplanung in Krisenzeiten. Der Aufsichtsrat wurde umfassend über grundsätzliche Fragen der Geschäftspolitik unterrichtet und war in alle wesentlichen Entscheidungen des Vorstandes eingebunden.

In vier Sitzungen, je eine pro Quartal, wurden alle wichtigen Entwicklungen eingehend mit dem Vorstand erörtert. Darüber hinaus haben mehrere Ausschuss-Sitzungen sowie regelmäßige Telefon- und Videokonferenzen zum Thema COVID-19 stattgefunden. Der Aufsichtsrat wurde zudem regelmäßig durch Quartalsberichte zeitnah über die wesentlichen Kennzahlen des Unternehmens informiert. Darüber hinaus hat er nach entsprechender Prüfung und Beratung über Budgetplanungen, Vertragsabschlüsse mit wesentlicher Bedeutung und zustimmungspflichtige Geschäfte entschieden. Auf anstehende Beschlüsse bereitete sich das Aufsichtsgremium regelmäßig anhand von Unterlagen vor, die der Vorstand vorab zur Verfügung gestellt hat. Außerdem wurde der Aufsichtsrat über besondere Vorgänge in Kenntnis gesetzt.

Im Berichtszeitraum hat sich eine Veränderung in der Zusammensetzung des Aufsichtsrats ergeben: Bas Lammertink wurde von der Hauptversammlung am 26. April 2021 zum Arbeitnehmervertreter der niederländischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Aufsichtsrat der apetito AG gewählt gemäß § 5 der Mitbestimmungsvereinbarung vom 27. Januar 2010.

Der Jahresabschluss und der Lagebericht der apetito AG sowie der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2021 wurden von der vom Aufsichtsrat

Thomas Hinderer, geboren 1958, ist seit 2012 Mitglied der apetito Aufsichtsgremien und hat am 15. Juli 2020 deren Vorsitz übernommen. Zuvor war er langjähriger Vorstandsvorsitzender der Eckes-Granini Group.

*Während der Corona-Pandemie hat apetito **Flexibilität** bewiesen und sich schnell auf sich verändernde Rahmenbedingungen eingestellt.*

Thomas Hinderer,
Vorsitzender des
apetito Aufsichtsrats



beauftragten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers GmbH, Osnabrück, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen.

Der Abschlussprüfer hat an der Aufsichtsratssitzung vom 12. Mai 2022, in der über die Feststellung des Jahresabschlusses 2021 zu beschließen war, teilgenommen und über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung berichtet.

Der Aufsichtsrat hat den Jahresabschluss und Lagebericht der apetito AG sowie den Konzernabschluss und Konzernlagebericht geprüft und sich mit ihrem Inhalt sowie mit dem Bericht des Abschlussprüfers einverstanden erklärt. Nach abschließendem Ergebnis dieser Prüfung sind Einwände nicht zu erheben.

Dem vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss 2021 der apetito AG stimmt der Aufsichtsrat zu, sodass er nach § 172 AktG festgestellt ist. Dem Konzernabschluss stimmt der Aufsichtsrat ebenfalls zu.

Dem Vorschlag des Vorstandes für die Verwendung des Bilanzgewinns 2021 schließt sich der Aufsichtsrat an.

Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die hohe Motivation und die erfolgreiche Arbeit im vergangenen Jahr 2021.

Rheine, 12. Mai 2022

Der Aufsichtsrat

Thomas Hinderer
Vorsitzender des Aufsichtsrats



Aufsichtsrat der apetito AG und Beirat der apetito catering B. V. & Co. KG

Christian Berner

Dipl.-Volkswirt, Hamburg

Dr. Tobias Bürgers

Rechtsanwalt und Fachanwalt
für Steuerrecht, München

Kerstin Cueni

M.A. Marketing Management, Ratingen

Christoph Düsterberg

Kaufmann, B.Sc. BWL, Münster
(Stellvertretender Vorsitzender Beirat)

Karl Joao Düsterberg

B.Sc. Environmental Policy, Miami, USA

Robert Düsterberg

Kaufmann, B.Sc. BWL, Osnabrück
(Stellvertretender Vorsitzender Aufsichtsrat)

Jan-Phillip Eissing

Kaufmann, BBA, Hamburg

Thomas Hinderer

Dipl.-Kaufmann, Berg (Starnberger See)
(Vorsitzender Aufsichtsrat und Beirat)

Bas Lammertink

Angestellter, Borne, NL (Arbeitnehmer-
vertreter im Aufsichtsrat der apetito AG,
seit 26. April 2021)

José Martins

Angestellter, Rheine (Arbeitnehmervertreter im
Aufsichtsrat der apetito AG)

Carmen Mersch

Angestellte, Rheine (Arbeitnehmervertreterin im
Aufsichtsrat der apetito AG)

Tom Tenggara

Angestellter, Trowbridge, UK (Arbeitnehmer-
vertreter im Aufsichtsrat der apetito AG)

Hans-Günter Trockels

Kaufmann, Soest

Wolfgang Düsterberg

Dipl.-Betriebswirt, Rheine (Ehrenvorsitzender)

Schwierige Zeiten erfordern schnelle und flexible Lösungen:

Die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden haben sich verändert. Mit großer Innovationskraft, neuen Ideen und viel Kreativität waren wir in der Lage, uns auf diese neuen Anforderungen einzustellen, und umschließen mit einem angepassten Portfolio nun ein deutlich erweitertes Angebotsfeld.

UMSCHLIEßEN

Unsere

umsatzstärksten Märkte



Wir konnten auch in dieser schwierigen Zeit unser Kerngeschäft ausbauen. In Deutschland konnten wir sowohl die **Marktführerschaft** im Bereich Senioren-Verpflegung als auch in der Kindertagesstätten- und Schulen-Verpflegung halten.

Wieder liegt ein Jahr mit vielen Herausforderungen hinter uns. Die Pandemie hat uns 2021 einmal mehr Grenzen aufgezeigt – und mitunter auch an diese gebracht. Dabei hat die Pandemie eines klar unterstrichen: Unser stärkster Geschäftszweig – national, aber auch international – ist die Verpflegung von Seniorinnen und Senioren. In Senioreneinrichtungen, aber insbesondere auch zu Hause. Das ist neu seit Corona.

Bedeutend bleibt die Verpflegung in Kitas und Schulen als unser größter Einzelmarkt. So sind wir uns insbesondere bei der Verpflegung der ganz Jungen und Alten unserer Verantwortung bewusst.

Doch welches Resümee ziehen wir aus 2021? Ganz klar: Auf den Seniorinnen und Senioren lag unser Hauptaugenmerk. Wir haben hier ein deutliches Wachstum im Bereich der Versorgung

zu Hause gesehen und diesem auch Rechnung getragen. Dies galt auch in unseren internationalen Märkten, vor allem in Großbritannien. Gerade die älteren Menschen und jene aus Risikogruppen hegen den Wunsch, zu Hause bleiben zu können und hier gut versorgt zu sein. Hinzu kommt der ähnlich große Effekt des demografischen Wandels.



Demografischer Wandel als Treiber für Mahlzeiten-Angebote für zu Hause

Ein Trend, den der demografische Wandel verstärkt: Durch optimale medizinische Versorgung, gesündere Lebensweise und vor allem gute Ernährung werden die Menschen in Europa immer älter und wollen gleichzeitig auch immer länger zu Hause, in ihren eigenen vier Wänden leben – gefördert auch durch die Politik. Ein Umstand, der immer öfter dazu führt, dass diesen Menschen warme Mahlzeiten bis an die Haustür gebracht werden.

Gerade für diese Zielgruppe haben wir mit Essen auf Rädern passende Angebote. Hier mussten wir auch im zweiten Pandemie-Jahr mit viel Flexibilität auf die veränderte Nachfrage, besondere Abstands- und Hygiene-Regeln und mit extra Touren reagieren.

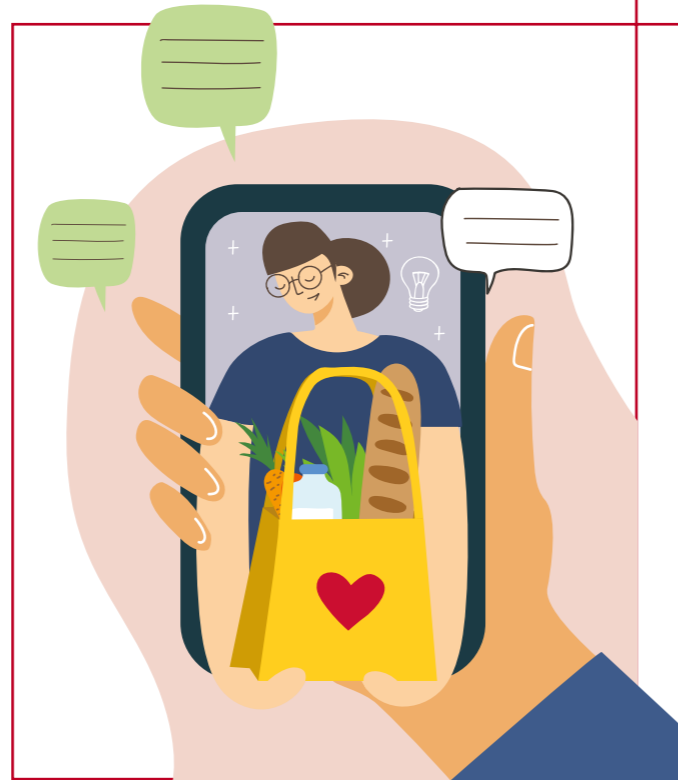


Neue App der Landhausküche informiert auch Angehörige

Die letzten beiden Jahre hatten auch Gutes: Sie waren ein echter **Beschleuniger für digitale Angebote und Services.**

So haben wir zum Beispiel für die Landhausküche eine neue App auf den Markt gebracht. Mehr dazu auf Seite 38.

Uns ist es wichtig, mit den Menschen, unseren ältesten Kunden, immer wieder in den Dialog zu treten. Viele von ihnen bestellen ihre Menüs über unsere Telefon-Hotlines. Sie halten mit Lob, aber auch mal kritischen Anmerkungen nicht hinter dem Berg. Wir hören genau zu. Weil es ein wichtiger Austausch für diese Seniorinnen und Senioren ist und wir so ein direktes Feedback einer unserer wichtigsten Zielgruppen bekommen.



Von einer Idee zum Geschäftsmodell

In einem Gespräch entwickelte apetito Firmengründer **Karl Düsterberg** (rechts) gemeinsam mit **Ruth Martin** (links), Leiterin des Mahlzeitendienstes des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) Berlin, 1971 die Idee, in die Seniorenverpflegung einzusteigen. Als erstes Unternehmen in Deutschland führte apetito vor 50 Jahren das als **Essen auf Rädern** bekannt gewordene Tiefkühlsystem ein.

Mit Stolz blicken wir auf ein halbes Jahrhundert Erfolgsgeschichte im Essen auf Rädern-Markt zurück, denn seit nunmehr 50 Jahren kocht apetito für ältere Menschen. Ebenso lange arbeiten wir mit dem DRK Berlin zusammen. Das tiefgekühlte Angebot von Essen auf Rädern hat apetito Gründer Karl Düsterberg 1971 gemeinsam mit Ruth Martin, der



50
Jahre
Essen auf Rädern!

damaligen Leiterin des Mahlzeitendienstes des DRK Berlin, entwickelt.

Bilanz dieses bewegten Jahres: In Deutschland haben wir ein Umsatz-

wachstum um 5% erreicht. In den Niederlanden stieg die Zahl der Neukunden sogar um 34% und in den USA hatten wir das zweite volle Geschäftsjahr mit einem Testmarkt.

www.apetito.de/
50-jahre-essen-auf-raedern



Im Notfall geht die Küche auf Tour

Wie werden Patienten oder Bewohnerinnen und Bewohner gepflegt, wenn die Küche ausfällt? Die Lösung: **der apetito KITCHENTOURER.**

Immer häufiger auftretende Umweltkatastrophen wie das Hochwasser im Westen Deutschlands zeigen, wie wichtig es ist, für Notfälle gut aufgestellt zu sein und auch in Ausnahmesituationen Menschen mit dem Notwendigsten – einer warmen Mahlzeit – versorgen zu können. Gerade in Kliniken, aber auch in Senioreneinrichtungen kann so eine Katastrophe zu einem schwerwiegenden Problem werden. Darum hat apetito sein Havarie-Konzept erweitert. Ziel: In Notsituationen die Verpflegung von Patienten sowie Bewohnerinnen und Bewohnern jederzeit sicherstellen zu können.

Mit einer mobilen Küche für Notfälle vorbereitet

Neu, innovativ und einzigartig am Markt ist der apetito Kitchentourer – eine mobile Küche, die im Notfall innerhalb von 24 Stunden bei dem Kunden vor Ort sein kann. Der apetito Kitchentourer ist ein etwa 16 Quadratmeter großer Anhänger, der mit drei Heißluftöfen, Hordengestellwagen, Waschbecken mit Wassertank und

einem kleinen Kommissionierbereich ausgestattet ist. Für den Betrieb bedarf es lediglich eines Stromanschlusses. Die Zugmaschine beinhaltet eine Tiefkühlzelle, in der 1.500 MenüsChalen gelagert werden können. Vor Ort werden dann Anhänger und Transporter nebeneinander geparkt. Über die Seitenklappe am Anhänger gelangen die Gerichte auf dem kürzesten Weg in den Ofen. So können innerhalb von zwei Stunden mit zwei Personen 600 Mittagessen zubereitet werden.

Die ersten Kunden haben bereits großes Interesse signalisiert, im Notfall so abgesichert zu sein.



#zukunfts-kueche

Alles auf Zukunft ausgerichtet

Der Klinikmarkt stellt sich durch vielschichtige Transformationsprozesse, wie die Digitalisierung oder die Implementierung des Krankenhaus-zukunftsgesetzes, in vielen Bereichen neu auf. Auch die Klinikküche wird sich in naher Zukunft weiter verändern. Da setzt apetito an. Unter dem Motto #zukunfts-kueche wollen wir die Klinikküchen fit für die Zukunft machen und starten mit einer neuen Kommunikationsoffensive.

Unser Ziel ist es, Klinikküchen langfristig und nachhaltig für die Zukunft zu rüsten, sodass sie mit einfachen Küchenabläufen eine hohe Wirtschaftlichkeit erzielen. Dabei steht die optimale Patientenversorgung mit einer hohen Speisenqualität im Vordergrund.

„WER VERSTEHT, DASS DIE KLINIK VON HEUTE EIN KÜCHEN-KONZEPT VON MORGEN BRAUCHT?“

WIR VERSTEHEN ZUKUNFTSKÜCHE.





Für die Kleinen ganz groß

Zertifiziert und mit frischem Elan entwickeln wir immer **neue Ideen** für unsere kleinsten Gäste.

Kinder sind unsere Zukunft. Und auch eine unserer sensibelsten Zielgruppen. Deshalb achten wir ganz besonders auf sie.

Unsere Köche orientieren sich an den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) und hierbei insbesondere an den Anforderungen des Qualitätsstandards für die

Verpflegung in Kitas und Schulen. Diese empfehlen unter anderem eine warme Mahlzeit am Tag bestehend aus Kartoffeln, (Vollkorn-)Reis oder (Vollkorn-)Nudeln mit Gemüse, Hülsenfrüchten oder Salat. Einmal pro Woche sollte Fleisch und mindestens einmal pro Woche Fisch auf dem Speiseplan stehen.

Wir bieten für diesen Markt, aber auch für Betriebe, Senioreneinrichtungen,

Krankenhäuser und Rehakliniken zahlreiche Speisekomponenten, die durch die DGE mit dem neuen Logo „DGE ZERT-KONFORM“ ausgezeichnet wurden.

Sie erleichtern die Erstellung von Speiseplänen für eine gesundheitsfördernde Verpflegung nach den DGE-Qualitätsstandards. Das Logo „DGE ZERT-KONFORM“ wird nach Bestehen eines Audits vergeben. Auch 2021 konnten wir das Rezertifizierungsaudit erfolgreich bestehen. Im Berichtsjahr wurden zudem weitere 100 Komponenten ausgezeichnet.

Schnelle Unterstützung bei Hochwasser

Die Meldungen und Bilder der Hochwasserkatastrophe in Teilen NRWs und Rheinland-Pfalz haben auch uns sehr betroffen gemacht. Für uns stand schnell fest – wir wollen helfen. Mit dem, was wir am besten können: kochen und Menschen mit Essen versorgen.

So konnten wir zeitnah 1.000 Menüs vom Standort Hilden per Heißauslieferung über den ambulanten Pflegedienst nach Dernau an der Ahr ausliefern. Die Reaktion war überwältigend. Für viele Menschen in Notunterkünften war es

die erste warme Mahlzeit seit Beginn der Katastrophe (siehe auch Seite 53).

Die Flut machte auch vor Einrichtungen nicht halt. Viele Kitas waren ein Opfer der Wassermassen geworden. Einer unserer Kunden musste die Kinder auf mehrere Einrichtungen verteilen und erst im Nachgang konnte ein Provisorium in Form einer Containerlösung geschaffen werden, um die Kinder wieder gemeinsam zu betreuen. Währenddessen konnte apetito mit Leihgeräten wie Kombidämpfern und

Unperfektes Bio-Obst und -Gemüse in Kooperation mit etepetete



Am Herzen liegt apetito auch ein ganz neues Projekt, das 2021 vorbereitet wurde und Anfang 2022 in die Umsetzung gegangen ist. Über eine Kooperation mit uns bietet etepetete unseren Kundinnen und Kunden in der Kita- und Schulverpflegung nun unperfektes Bio-Obst und -Gemüse an. etepetete ist ein Online-Shop-Anbieter, der „Retterboxen“ mit bestem Bio-Obst und -Gemüse, das nicht ganz der Norm entspricht, versendet. Das junge Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, Lebensmittel zu retten. Das zählt auch auf unsere Nachhaltigkeitsstrategie ein. Zudem ist es unser Ziel, auch bei unseren Kunden das Nachhaltigkeitsbewusstsein weiter zu schärfen.

So wurde für die apetito Kunden im Kita- und Schulmarkt eine eigene Junior-Box zusammengestellt, die gefüllt ist mit roh verzehrbarem Obst und Gemüse, das auch für Kinder geeignet ist.

Der Vorteil für unsere Kunden: Ohne großen Aufwand können sie Obst und Gemüse in Bio-Qualität beziehen, das ihnen auch noch direkt ins Haus geliefert wird. Darüber hinaus ergibt sich auch für die Kinder ein pädagogischer Mehrwert im Rahmen der Ernährungsbildung, da sie schon früh lernen, alle Lebensmittel wertzuschätzen.

Tiefkühlschränken unterstützen, um die Verpflegung sicherzustellen. Und auch unser Harry darf nicht fehlen. Als zentrale Leitfigur unterstützt das Maskottchen Harry, der kleine Koch, bei der Darstellung des Speiseplans. Auf dem Tablett der 1,15 Meter großen Pappfigur kann jede Kita individuell die Speisen des Mittagessens abbilden. So können auch die Kleinsten bildlich erkennen, worauf sie sich mittags freuen können. Ehrensache, dass wir kostenlos einen neuen Bilder-Speiseplan für die Ernährungsbildung zur Verfügung gestellt haben, der mit in die neuen Räumlichkeiten einzog.



Systemgeschäft Deutschland

Einblicke in den Markt kids & schools

Herausforderungen im Markt der Kleinsten

In den Bereichen Kita und Schule wächst apetito nach wie vor schneller als der Markt. Unsere Einfachheit in den Prozessen rund um die Versorgung macht den Unterschied. Wir haben unsere Kunden mit digitalen Angeboten unterschiedlich unterstützt. Digitale Messen, Schulungsprogramme oder auch digitale Neukundenstarts wurden von apetito schnell und professionell entwickelt und in den Markt eingeführt.

Allerdings führten der Lockdown mit kompletten Schließungen von Kitas und Schulen und die verschiedenen politischen Einschränkungen in den Bundesländern wieder zu großen Herausforderungen. Das sorgte auch für eine geringe Planbarkeit an Essensteilnehmern bei unseren Kunden.

Anhaltender Trend ist die Nachfrage nach Bio-Menüs und Komponenten. Insgesamt wird Nachhaltigkeit deutlich mehr gefordert. Deshalb haben wir unsere Range an Bio-Menüs und vegetarischen Gerichten nochmals erweitert.

Nächste Boxen auf Seite 20 >

Systemgeschäft Deutschland

Einblicke in den Markt Care

Digitaler Kontakt zu Kunden und Neukunden

Trotz der Pandemie, niedriger Belegungsquoten und weiterer Herausforderungen konnten wir im Jahr 2021 190 neue Kunden gewinnen. Dazu zählen 122 Senioreneinrichtungen, 45 Kliniken und 23 Werkstätten für Menschen mit Behinderung. Dies gelang uns durch neue digitale Kanäle und vor allem Social Media sowie Online-Einweisungen der Neukunden. Die Umsetzung von Notfallplänen haben wir mitunter flexibel innerhalb eines Tages umgesetzt.

Systemgeschäft international

Kanada und USA

Große Erfolge in beiden Ländern

Sehr positive Kundenakzeptanz in unserer noch jungen Marktpräsenz: Im Jahr 2021 verzeichnete Heart to Home Meals **USA** sowohl einen Anstieg der Auslieferungen als auch der Umsätze. Erfolgreich waren der Aufbau und die Entwicklung des neuen Teams in den USA. Die Marktbearbeitung haben wir 2021 umgestaltet: Wir konzentrierten uns bei der Akquise in den kalten Wintermonaten auf den Nordosten der USA. Das Resultat stellte sich schnell ein: Das vierte Quartal war unser bisher erfolgreichstes bei der Neukundengewinnung.

Der Umsatz von Heart to Home Meals in **Kanada** wuchs in 2021 um 12%, während der Umsatz insgesamt leicht zurückging. Die beiden Standorte in Brampton und Ottawa haben wir so ausgebaut, dass in Ottawa gekocht wird und sich die Kolleginnen und Kollegen in Brampton um den Vertrieb kümmern. Dadurch versprechen wir uns eine deutliche Fokussierung.

Systemgeschäft international

Großbritannien

Viel Neues in UK

Trotz der Pandemie war 2021 ein stabiles und erfolgreiches Jahr für apetito Ltd. Die Corona-Beschränkungen sorgten für Wachstum im Bereich der Verpflegung von Seniorinnen und Senioren zu Hause durch unsere Marke Wiltshire Farm Foods. Am bemerkenswertesten war die Entscheidung, das Franchising für Wiltshire Farm Foods aufzugeben und inzusourcen. Unser Unternehmen ist durch das Franchisemodell zwar sehr erfolgreich gewachsen, da sich aber immer mehr Unternehmen darauf konzentrieren, ihren Endkunden einen direkten Service zu bieten, glauben wir, dass dies ein wesentlicher Teil unseres Wandels von einem B2C- zu einem D2C-Unternehmen ist. Wir sind zuversichtlich, dass wir dadurch das Serviceangebot für unsere Kunden verbessern und sowohl die Kundenbindung als auch die Neukundengewinnung fördern.

Das Healthcare-Geschäft erreichte zum Jahresende etwa wieder das Niveau von vor der Pandemie. Durch die Umstrukturierung des Geschäftsbereichs der Senioreneinrichtungen haben wir eine solide Grundlage, auf der wir weiter wachsen können.

Bestimmend in 2021 waren auch die Umstellungen durch den Brexit, die wir insgesamt erfolgreich gemeistert haben – inklusive aller neuen Rechtsvorschriften. Unser Ziel für 2022: die Prozesse weiter optimieren und Kosten minimieren. Besonders flexibel waren wir dabei, eine höhere Fluktuation im Bereich Personal abzufedern, wir wollen weitere Mitarbeitende einstellen und binden.

Systemgeschäft Deutschland

Einblicke in den Markt Essen auf Rädern

Individuell & flexibel

Im Markt der Individualverpflegung gibt es in 2021 eine weiterhin gute Entwicklung bedingt durch die demografische Situation. Über unseren eigenen Essen auf Rädern-Bringdienst „Landhausküche“ sowie über unsere Partner, die Wohlfahrtsverbände, versorgen wir inzwischen mehr als 80.000 Tischgäste täglich. Dabei stellen wir fest, dass sich das Bewusstsein für Essen auf Rädern grundsätzlich verändert hat. Menschen können in Krisen so sicher versorgt werden.

Zudem gestalten wir den Markt neu: Mit unserer Online-Shop-Lösung für unsere in Eigenregie agierenden Verbandspartner konnten wir erfolgreich durchstarten. Die Einführung der Telematik bei der Landhausküche (Anlieferbestätigung für Angehörige, Pünktlichkeit etc.) wird unsere Auslieferungsqualität signifikant erhöhen.

Besonders flexibel waren wir, als Hilfe gefragt war: In der Hochwasserkatastrophe haben wir spontan 11.000 € in Form von Geldspenden und Menüs in Zusammenarbeit mit einem Pflegedienst-Partner gespendet.



Systemgeschäft international

Österreich

Gemischte Gefühle

Trotz Steigerung der Umsätze zum Vorjahr hat der Corona-Effekt die Marktentwicklung nachhaltig negativ beeinflusst. Insbesondere die Neukundengewinnung und das Bestandsgeschäft bei Betrieben und Hotelkunden hat sich im Vergleich zu 2020 nicht weiterentwickeln können.

Positiv zu bewerten ist die Entwicklung bei Kindertagesstätten, Schulen und Seniorenheimen. Ausschlaggebend waren dafür die flexiblen Reaktionen auf die angepassten Corona-Maßnahmen, die vom Team in Österreich hervorragend gemanagt wurden und die die Kundenbindung verstärkt haben.

Für 2022 streben wir eine stärkere digitale Vermarktung an. Nachhaltigkeit, insbesondere Regionalität, werden auch in Österreich wichtiger.

Systemgeschäft international

Spanien

Spitzenreiter bei Neukunden

Das Joint Venture ARCASA apetito konnte die Umsätze im Vergleich zum Vorjahr um 3% steigern. Hervorzuheben ist unser Erfolg bei der Akquise von Neukunden.

Insbesondere bei Großkunden (Kliniken und Cateringunternehmen) konnten wir eine starke Nachfrage nach entkoppelten Systemen feststellen. Die Gründe dafür sind die Stabilität der Qualität, die Erfüllung der Anforderung an Hygiene und Sicherheit sowie die stärkere Variabilität der Kosten durch weniger Personaleinsatz.

Nächste Box auf Seite 25 >

Unkomplizierte Lösungen in komplizierten Zeiten

Schwierige Phasen erfordern kluge Einfälle: Mit „**New Work**“ gehen **flexiblere, digitale, einfache und nachhaltigere Lösungen** einher, die den neuen Gegebenheiten, wie Homeoffice oder hybrides Arbeiten, gerecht werden. Dazu haben wir passende Antworten entwickelt.



Zuletzt arbeiteten nach einer Erhebung des ifo Instituts fast 30% der kaufmännisch Angestellten zeitweise im Homeoffice. Wir von apetito gehen davon aus, dass das Arbeiten von zu Hause auch nach der Pandemie

bestellen (Details siehe Seite 26) – wird die apetito AG im Jahr 2022 eine weitere Lösung für zu Hause anbieten. Mit dem neuen Konzept können apetito Kunden aus der Betriebsverpflegung ihren Tischgäs-

Subventionen des Mittagessens werden entsprechend mit eingerechnet.

Der Bedarf für derartig flexible Systeme innerhalb der Verpflegung beim Arbeiten zu Hause ist in verschiedenen Kundengesprächen immer wieder benannt worden. Unser Anspruch war und ist es, auf die Kundenbedürfnisse einzugehen und moderne Lösungen zu entwickeln. Das schaffen wir mit unserer neuen Idee, die in der zweiten Jahreshälfte 2022 in den Markt eingeführt wird.

STEIFEN

weiter beliebt bleiben wird. Im Sinne eines betrieblichen Gesundheitsmanagements ist es wichtig, auch ein Angebot für eine passende Verpflegung zu machen. Denn unsere Gäste wünschen sich gerade auch für zu Hause ein ausgewogenes, leckeres Mittagessen, schnell zubereitet und ohne viel Aufwand.

Neben comerando – dem Online-Shop, der es jedem ermöglicht, sich einzelne Menüs nach Hause zu

ten ein Homeoffice-Angebot machen. Die Mitarbeitenden haben so die Möglichkeit, sich ein leckeres, ausgewogenes Menü, das sie digital bestellen, für ihre Homeoffice-Tage mit nach Hause zu nehmen. Der Arbeitgeberzuschuss oder auch

Kein Schlangestehen in Betriebsrestaurants

Nicht nur die Pandemie, sondern auch der Trend der Zeit hat das Arbeitsverhalten der Menschen nachhaltig verändert. Darauf haben wir mit neuen und kreativen Ansätzen erfolgreich reagiert und steigen um in ein neues Zeitalter der Betriebsverpflegung.





Lieblingsgericht unseres Kunden

Residència L'Estel 3

Senior Home in Barcelona

Unser Lieblingsgericht ist der Kichererbseneintopf mit Spinat und Kabeljau. Der schmeckt richtig gut und die Bewohner lieben ihn.

Antonio Santiago
Inhaber



Verpflegung in kleineren Betrieben oder Betrieben mit Schichtarbeit

Eine weitere neue Idee von apetito für die Verpflegung von Mitarbeitenden in Unternehmen: „Mein Teller“ – das neue Konzept für die Mitarbeiterverpflegung in kleineren Betrieben oder Betrieben mit Schichtarbeit. Die

tiefkühlfrischen Menükomponenten werden individuell für den Tischgast direkt auf dem Teller zubereitet und ausgegeben. So wird unnötiger Verpackungsmüll vermieden. Den Kundinnen und Kunden stehen

80 Menüs in einem sechs Wochen rollierenden Speiseplan zur Verfügung. Tischgäste können dabei wie gewohnt ihr Essen über die digitale Bestellplattform „mylunch“ ordern.

Flexible Lösung für Tagungsgäste in Hotels

Gemeinsam mit GVO Personal, dem Personaldienstleister für Service & Gastronomie aus Osnabrück, haben wir etwas ganz Neues für Hotels und die Veranstaltungsbranche entwickelt. Ein Plus, um künftig leichter auf die Schwankungen bei der Verpflegung von Tagungsgästen reagieren zu können, die die Pandemie mit sich brachte – und immer noch bringt.

Mit „Gustuff – Gusto & Stuff“ bieten wir von apetito Hotels und der Veranstaltungsbranche nun eine Komplettlösung rund um die Speisenversorgung der Tagungsgäste an. Sie beinhaltet je nach Tagungsgröße ein modulares Angebot in drei Stufen: Basic, Business und Gourmet. Geschultes Fachpersonal von GVO bereitet aus tiefkühlfrischen Menükomponenten



New Work wird auch im neuen apetito Betriebsrestaurant prägend sein



Auf dem Gelände des Standorts in Rheine entsteht aktuell das EAT, unser neues Betriebsrestaurant. Das EAT wird ein moderner Ort für Mitarbeitende und Gäste. Rund 20 Mio. € investiert die apetito AG in den Bau dieses multifunktionalen Gebäudes. Die Fertigstellung ist für Herbst 2023 geplant. Gebaut wird nach dem „Gold“-Standard der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB).

spiegelt sich im EAT wider. Es wird ein Ort, an dem Menschen gerne zusammenkommen, um zu genießen, zu entspannen und um gemeinsam zu arbeiten und kreativ zu sein.

Die einladende Gestaltung des Eingangsbereichs wird aufgewertet durch Café- und Loungeareale. Das eigentliche Betriebsrestaurant wird über fünf unterschiedliche Restaurantwelten verfügen. Mit den neuen Räumlichkeiten greift die apetito AG zudem die Anforderungen der modernen Arbeitswelt auf, die sich nicht zuletzt durch Corona stark gewandelt haben: Die Nutzung als moderne Coworking-Fläche steht im sinnvollen Einklang mit Meetings und Austausch bei Kaffee oder beim Mittagessen.

EAT

steht bei uns für mehr als nur das englische Wort für „Essen“ – nämlich für **Essen – Arbeiten – Treffen**

Das EAT ist unser Aushängeschild als modernes, nachhaltiges Unternehmen, das Wert auf gutes Essen und guten Service legt. Und das alles

Systemgeschäft Deutschland

Business & Industries

Die Mittagspause bleibt wichtig

Das Betriebsrestaurant in Unternehmen wird zur beliebten Kommunikationsfläche – und ist nicht mehr reines Restaurant. Die Mittagspause und das -essen haben einen hohen Stellenwert – das sehen wir als große Chance. Dennoch sind die Tischgastzahlen aufgrund von Homeoffice deutlich eingebrochen. Deshalb konzentrieren wir uns verstärkt auch auf Angebote und Lösungen für eine schnelle und bequeme Verpflegung für zu Hause: „To go“ und „Take away“ sind im Fokus (siehe Seite 23).

In Sachen Kundenkommunikation sind wir digitaler geworden. Kundenbetreuungstermine finden nicht mehr ausschließlich in Präsenz statt, sondern wo möglich auch digital, genau wie Erstgespräche und Präsentationen. Unterstützt durch unsere eSales-App mit digitalen Unterlagen und Filmen.

Auch bei unseren Kunden vor Ort nahm die Digitalisierung zu: zum Beispiel durch Online-Bestellmöglichkeiten über unser digitales Bestellsystem „mylunch“.

Nächste Box auf Seite 31 >



#mywork

Arbeiten der Zukunft weiter ausgestaltet

Mit New Work und den sich durch Corona noch schneller verändernden Bedingungen geht die Frage einher: Wie wollen wir bei apetito künftig zusammenarbeiten?



Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei apetito haben in der schwierigen Phase enorm viel Flexibilität gezeigt und bewiesen, was in diesen außergewöhnlichen Zeiten möglich ist – gerade in Bereichen, in denen Homeoffice nicht möglich ist: in unseren Küchen und der Logistik etwa.

Unter #mywork sind verschiedene Projekte formuliert worden. Auf dem Weg hin zu einer neuen, dynamischen Zusammenarbeit helfen uns Methoden aus dem Lean-Umfeld. In weiteren Projekten umfasst #mywork Projekte, die sich mit der räumlichen Umgestaltung von Arbeitsplätzen befassen. Ziel ist, eine moderne und agile Arbeitsweise zu fördern.

Trendige Homeoffice- Lösung

Mit dem **neuen Online-Shop comerando** bietet apetito trendige Gerichte, umweltfreundlich verpackt, einfach zubereitet für zu Hause an.

Gekocht. Geliefert. Glücklichsatt – 2021 hat apetito an genau diesem Konzept gefeilt, das 2022 unter dem Namen comerando an den Start gegangen ist – dem Online-Shop für jeden, der schnell und unkompliziert ein ausgewogenes, fertiges Gericht bestellen und genießen möchte. Egal ob ins Büro oder für zu Hause – ganz besonders fürs Homeoffice: Geliefert wird tiefgekühlt in einer nachhaltigen Verpackung.

Die Idee entstand durch die Corona-Pandemie, in der viele Unternehmen ihre Mitarbeitenden ganz oder teilweise ins Homeoffice schickten. Auch hier gilt es, sich ausgewogen zu ernähren, und das ist zwischen Online-Meetings häufig eine Herausforderung.

21 Menüs umfasst das Angebot derzeit. Bei der Auswahl wurde insbesondere darauf geachtet, dass es sich um leichte und trendige Gerichte handelt. Dazu zählen beispielsweise „Toni Tortelloni“, „Beef me up“ oder auch „Shrimp shrimp hooray“. Auch Vegetarisches und Veganes ist dabei.

Die einzelnen tiefgekühlten Komponenten der Gerichte werden in Papiertüten verpackt. Die Papiertüten aus 100 % recycelbarem Papier kommen ohne Plastikkleband und ohne Einzel-Umverpackungen aus.

Unsere Logistik bündelt die einzelnen Bestellungen und liefert sie in die jeweiligen apetito Service Center in ganz Deutschland. Von dort aus gehen sie dann zu den Kunden. Die Bestellungen werden also quasi „Huckepack“ mitgenommen, denn die Service Center werden ohnehin angefahren: noch ein Punkt mehr für die Nachhaltigkeit.

Weitere Einblicke: www.comerando.de



Easyleicht

Anleitung auf jeder Packung. Tüte auf, in den Topf / Pfanne / Teller / Bowl, umrühren, fertig.

Auf dem Herd, im Backofen, in der Mikro – gelingt immer, schmeckt immer und sieht einfach gut aus.



Idiotensicher

Die perfekte Mittagspause in 10 Minuten Vorbereitung – der Rest ist Genuss. Yummy!

Turbolecker



Nicht nur reden, sondern umsetzen
 Mit nachhaltigen Bio-Zertifikaten
 oder auch köstlichen veganen sowie
 vegetarischen Rezepturen schwim-
 men wir unseren Mitbewerbern
 davon.

SETZEN

**Unser Fisch
 schwimmt
 allen voran**



Bei **COSTA** liegt ein erfolgreiches Jahr hinter uns – mit großem Engagement und einem **Testsieg**.

Die Konsumenten haben Lust auf Fisch – der Fischkonsum steigt. Doch damit geht für alle eine große Verantwortung einher. Denn dringender denn je brauchen wir einen nachhaltigeren Umgang mit den Fischbeständen.

Aus diesem Grund haben ASC und MSC bereits zum zweiten Mal in Folge eine hilfreiche Initiative ins Leben gerufen. Mit „Check deinen Fisch“ machen sie uns bewusst, wie wichtig es ist, beim Fischkauf besonders achtsam zu sein. Klar, dass wir mit COSTA diese Initiative vollumfänglich unterstützen.

Auch qualitativ konnten wir mit COSTA wieder einmal überzeugen: Der Wildlachs von COSTA wurde Testsieger bei Stiftung Warentest.



„Der Wildlachs des Marktführers ist der einzig geschmacklich fehlerfreie Wildlachs“, attestieren die Testerinnen und Tester der Stiftung Warentest unserem COSTA Wildlachsfilet. Damit ist das Produkt Testsieger aus 25 Lachsfilets im Test und schneidet mit der Gesamtnote gut (2,1) ab.

Der ASC-Zuchtlachs von COSTA überzeugte ebenfalls mit einer Gesamtnote gut (2,0). Die Zuchtlachs-Filets schmecken „kräftig nach Lachs“, „zart“ und „saftig“, beurteilt die Stiftung Warentest.

Erweiterung des Sortiments

Gerade in den stark nachgefragten Bereichen Fischfilets und Garnelen, aber auch bei Fischgerichten, haben wir in 2021 wichtige Neuheiten auf den Markt gebracht. Verbraucherinnen und Verbraucher wünschen sich Menüs mit wenig Kalorien und mehr Gemüse. Diesem Trend sind wir zum Beispiel mit dem neuen Konzept „Leichter Genuss“ nachgekommen. Den Bestseller Garnelen haben wir als mediterrane Variante mit Tomate und Basilikum in den Markt gebracht.



„Geschmack des Jahres“ in Frankreich

Im Frankreich-Geschäft lag der Fokus darauf, starke Sortimente noch weiter zu stärken. Während wir bei Meeresfrüchten bereits Marktführer sind, haben wir Innovationen bei Fischfilets und Fischgerichten eingeführt – um auch diese Segmente fester zu verankern. Zudem ist COSTA mit dem Preis „Savoir de l'année“ („Geschmack des Jahres“) ausgezeichnet worden. Wir konnten einerseits mit unserer Paella-Pfanne und andererseits mit unseren „Leichter Genuss“ Lachs- und Garnelengerichten punkten.

COSTA im deutschen Fernsehen

Die COSTA Lebensfreude wurde im Dezember 2021 erstmals über den TV Bildschirm in die deutschen Wohnzimmer übertragen. Eine Sonderplatzierung während der VOX Sendung „Das perfekte Dinner“ generierte uns Aufmerksamkeit direkt in der COSTA Zielgruppe.



Frische Ideen und ganz viel Gemüse



Erfolgreich zu sein, reicht uns bei der apetito AG nicht. Unser Ziel ist es, uns ständig zu verbessern. Mit der **Nutri-Score-Kennzeichnung** oder mit modernen **Veggie-Power-Gerichten** geben wir auch in Zukunft Vollgas.



Bereits **56%** unserer Menükomponenten und **27%** unserer Komplettgerichte sind **vegetarisch**.

apetito bietet in Kindertagesstätten, Schulen, Unternehmen, Kliniken, Senioreneinrichtungen und für Essen auf Rädern-Menüdienste spezifische Verpflegungslösungen in Form von tiefkühlfrischen Menüs und Systemen an. Jeder Markt hat seine eigene Speisekarte mit bis zu 500 Menüs und Menükomponenten pro Zielgruppe.

Retailgeschäft

COSTA Mit Rückenwind

Deutschland

COSTA konnte seinen Marktanteil in Deutschland auf 7,6% ausbauen. Dabei hat uns die Pandemie und die Kochliebe der Verbraucherinnen und Verbraucher Rückenwind gegeben. In den Segmenten Fischfilets, Garnelen, Frutti di Mare und Tintenfisch verfügt COSTA sogar jeweils über das umsatzstärkste Produkt im Lebensmittelhandel.

Im Segment der Komplettgerichte kommen vier der zehn umsatzstärksten Markenprodukte mit Fisch und Meeresfrüchten von COSTA.

Frankreich

COSTA konnte seinen Marktanteil auch in Frankreich erheblich ausbauen.

In den Segmenten Crevettes (Garnelen), Moules (Muscheln) und Beignets de poisson (panierter Tintenfisch) verfügt COSTA über das umsatzstärkste Produkt.

Bei den Komplettgerichten haben wir in Frankreich zum Beispiel eine Paella eingeführt, die in Deutschland bereits zu unseren Topsellern gehört. Für den französischen Markt haben wir die Rezeptur um eine Chorizo erweitert. Insgesamt wurde das Sortiment der Komplettgerichte in beiden Ländern ausgebaut.

Nächste Box auf Seite 39 >





Lieblingsgericht unserer Kundin

Hartmann Holding GmbH, Obersulm
Die Spinatknödel in unserem Restaurant Maybach sind immer eine Wucht. Kombiniert mit einem frischen Pilzragout, ein wunderbares, vegetarisches Hauptgericht. In Verbindung mit einem Salat verleiht es dem Gericht noch mehr Frische.

Ellen Hartmann
Projektleitung



Für den Nutri-Score registriert



Der **Nutri-Score** ist ein System zur Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln. Eine fünfstufige Farb- und Buchstabenskala liefert einen Überblick über die Nährwertbewertung eines Produktes.

Auch im vergangenen Jahr lag uns eines am Herzen: Wir wollten uns auf unsere guten Traditionen stützen, aber immer auch neue Wege beschreiten – und dabei flexibel und aktiv bleiben. Und neue Trends und Themen erkennen. Neu ist, dass wir – als einer der ersten Anbieter in der Gemeinschaftsverpflegung – unsere Menüs und Menükomponenten mit dem Nutri-Score kennzeichnen dürfen. Mehr dazu auf Seite 49 im Nachhaltigkeitsteil.



Vegetarisch-vegane Angebote



Vegetarisches Essen bleibt Trend und erfreut sich weiterhin wachsender Beliebtheit. Auch gesellschaftlich haben sich vegetarische Produkte fest etabliert.

Viele Menschen, insbesondere junge Erwachsene und Schülerinnen und Schüler, essen gerne eine fleischlose Alternative – ohne gleich Vegetarier zu sein. Das befürworten wir sehr, da es im Sinne unserer Nachhaltigkeitsstrategie unserem Anspruch gerecht wird, fleischlose Produkte zu forcieren.

Ein Grund mehr, unsere Veggie-Power-Menülinie auszuweiten und ein neues Angebot fair gehandelter Reisgerichte zu schaffen.

Zudem sind hochwertige, vegetarische Hauptkomponenten auch in unseren Sortimenten unabdingbar geworden. Dabei verzichten wir – wie bei unserem gesamten Sortiment – komplett auf alle künstlichen Zusätze wie Geschmacksverstärker, Würzen und Hefeextrakt, Farbstoffe, künstlich, synthetisch hergestellte Aromen.

In den vergangenen Jahren haben wir unser Angebot an vegetarischen Menüs und Menükomponenten um 19 weitere Menüs ausgeweitet. Seit dem letzten Herbst sind beispielsweise Veggie-Gulasch aus Soja und Weizen, eine vegetarische gefüllte Paprikaschote oder die Herznudel mit Gemüse-Bolognese und Mozzarella-Kugeln neu ins Sortiment gekommen.

Vegane Produkte genießen insbesondere in der Betriebsverpflegung Beliebtheit, wenngleich die Zahl der Flexitarier und Vegetarier in unseren Märkten noch deutlich höher ist.

Voraussetzung für alternative Gerichte ist natürlich, dass interessante Rezepturen geboten werden. Viele unserer Tischgäste essen im Sinne einer bewussten Ernährung vegane Gerichte, ohne selbst Veganer zu sein. Somit bietet apetito für all seine Zielgruppen auch vegane Produkte an. In Summe sind es rund 150 Menüs und Menükomponenten.

Durch unser Sortiment können einzelne Menükomponenten flexibel zu einem Menü zusammengestellt werden. Aber auch Komplettgerichte sind im Angebot. Beliebt beim Essen am Arbeitsplatz sind derzeit zum Beispiel die „Rigatoni Salvia“ oder die vegane Frühlingsrolle.



gefüllte Paprika

Veggie-Schnitzel aus Soja mit rustikalem Pfannengemüse in Kräuterbutter



Cappelletti-Pesto-Pfanne



Veggie-Gerichte in den Menü-Charts

Sichtbar wird die gestiegene Nachfrage nach vegetarischen Menüs in unseren Menü-Charts für das Jahr 2021. Bei Kindern und Schülern liegen mit der vegetarischen Linsensuppe und dem Bio-Kartoffel-Möhren-Eintopf gleich zwei Veggie-Menüs auf den vorderen beiden Plätzen. Auch beim Essen am Arbeitsplatz schaffte es die Cappelletti-Pesto-Pfanne als vegetarisches Menü wieder in die Top 3.

GE STALTEN

Wir sagen „Ja“ zu Technik und Digitalem

Das Internet – zu mühsam? Eine App – zu kompliziert? Nicht bei apetito! Denn: Wir lieben online. Weil die Technik von heute unsere Arbeit in allen Bereichen umgestaltet und uns unseren Kunden – und unserem eigenen Nachwuchs – näherbringt.



Neue digitale Essens-Welten

Mit **virtuellen Messen** und **Veranstaltungen** sowie **neuen Apps** haben wir digitale Plattformen mit viel Potenzial für die Zukunft geschaffen. Außerdem geht es um den Ausbau unserer Shops.

Bewegte Zeiten fordern flexible Lösungen. Das gilt nicht nur für Logistik, Arbeitsplätze und Mitarbeitende, sondern auch für neue Ideen, apetito nach außen hin zu präsentieren.

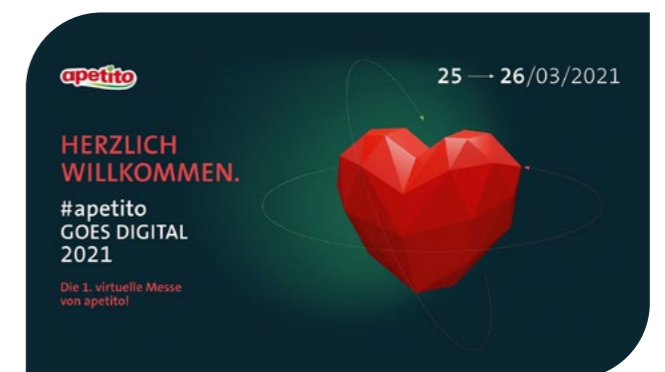
Dank unserer Mitarbeitenden und kreativer Köpfe im Hintergrund konnten wir gerade und besonders im digitalen Bereich viele Innovationen auf den Weg bringen – und erfolgreich umgestalten.

#apetito goes digital

Eine Frage, die uns besonders umtrieb: Wie können wir in der aktuellen Situation mit Interessenten in den persönlichen Austausch kommen? Trotz Abstand Nähe schaffen? Verpflegungssysteme zeigen oder Fragen beantworten? Im Sinne unserer Markenbotschaft „apetito. Einfach immer besser“ haben wir digitale Lösungen entwickelt. Im März 2021 startete unsere erste eigene virtuelle Messe „#apetito goes digital“.

Zwei Tage lang hatten Interessenten und Kunden aus Schulen und Kitas, der Betriebsverpflegung und dem Care-Bereich

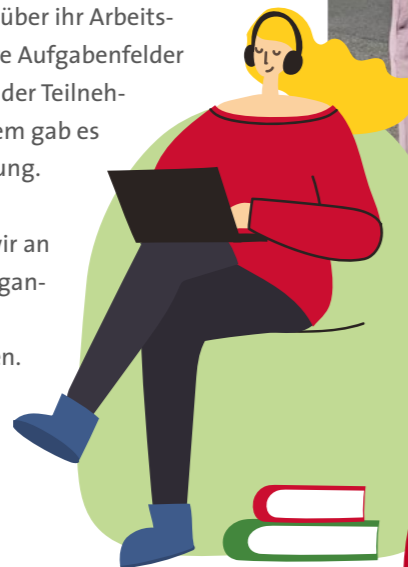
die Möglichkeit, sich mit dem apetito Außendienst auszutauschen – digital und doch sehr persönlich. Besucher erfuhren, welche Konzepte wir für ihre jeweilige Verpflegungssituation bieten, aber auch unser Nachhaltigkeits-Engagement wurde erörtert. Die Vorteile der digitalen Messe liegen auf der Hand: Informationsaustausch, ohne zu reisen, bequem vom eigenen Arbeitsplatz oder von zu Hause aus. Damit war apetito das erste Unternehmen in der Branche, das Interessenten, Partnern und Kunden eine solche Gesprächsplattform offerierte.



Digitale Ausbildungsmesse spricht viele Schülerinnen und Schüler an

Nach dem Erfolg unserer ersten virtuellen Messe im März ging es im Sommer vergangenen Jahres mit einer eigenen digitalen Ausbildungsmesse für die Region Rheine weiter. Dabei galt es, trotz Kontaktbeschränkungen mit jungen Menschen in den Austausch zu kommen. Eingeladen waren alle Schülerinnen und Schüler aus der Region, die sich für einen unserer zwölf Ausbildungsberufe oder ein duales Studium interessieren. Zusätzlich konnten sich Eltern über die verschiedenen Möglichkeiten informieren. Aus erster Hand berichteten die apetito Auszubildenden der unterschiedlichen Bereiche über ihr Arbeitsleben. Sie gaben Einblicke in ihre Aufgabenfelder und beantworteten live Fragen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Zudem gab es Tipps für eine perfekte Bewerbung.

Die Messe war ein Erfolg, wie wir an der Menge der daraufhin eingegangenen Bewerbungen für einen Ausbildungsplatz sehen konnten.



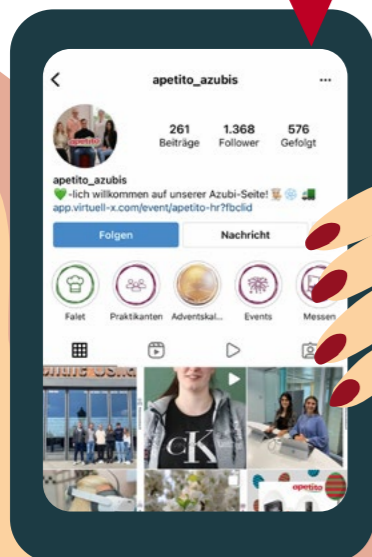
Lieblingsgericht unserer Kundin

Les Jardins de Schengen (Träger Päiperléck) Luxemburg
Mein Lieblingsgericht von apetito ist die Hähnchenbrust „Genfer Art“ mit Bulgur-Gemüsepfanne. Ich mag das zarte Fleisch mit der leckeren Soße und den Bulgur wegen des orientalischen Geschmacks.

Annick Steux
Residenzbewohnerin

Auszubildende schaffen Sichtbarkeit auf Instagram

Apropos Ausbildung: Unsere Auszubildenden sind bekanntermaßen sehr kreativ und innovationsfreudig. Das zeigt ihr eigener Instagram-Kanal. Mit viel Engagement und guten Einfällen haben sie ihn weiterentwickelt und freuen sich nun über stetig steigende Follower-Zahlen. Unter @apetito_azubis gewähren sie regelmäßig neue Einblicke in ihren Alltag und die Arbeitswelt bei apetito.



Online-Schulungen anstelle von Präsenzveranstaltungen

Unsere **digitale Expertise** konnten wir auch im Rahmen von Online-Schulungen unter Beweis stellen und weiter ausbauen.

Präsenzveranstaltungen bei unseren Kunden waren aufgrund der Kontaktbeschränkungen oftmals nicht möglich. Digitale Angebote waren deshalb gefragt, um im Austausch zu bleiben und die Kunden zu unterstützen. Online-Schulungsprogramme oder auch digitale Neukundenstarts wurden von apetito schnell und professionell entwickelt und in den Markt eingeführt, sodass wir den „Draht“ zum Kunden halten konnten.

Pandemiebedingt hat die Digitalisierung einen enormen Fortschritt zu verzeichnen. Mit den neuen Formaten können wir viele Personen erreichen. Ohne großen Aufwand können unsere Kunden die digitalen Angebote nutzen. Ein Standard, der sich auch künftig etablieren wird, wenn gleich der persönliche Kontakt für uns eine wesentliche Rolle spielt.



Lieblingsgericht unserer Kundin

Haus im Park, Wendlingen DRK-Seniorenzentren
Mein Lieblingsgericht von apetito sind Käsespätzle mit Tomatensoße. Ich esse das Gericht sehr gerne, weil der Geschmack von Käse sehr intensiv herauskommt und das Menü lecker überbacken ist.

Pinar Yildirim
Pflegedienstleitung

Digitale Altenpflegemesse mit vielen Highlights

Im Juli 2021 fand die Altenpflegemesse ebenfalls erstmals digital statt. Auch apetito war dabei. Rund 200 Aussteller sowie zahlreiche Start-ups präsentierten ihre Produkte und Trends. Neben virtuellen, informativen Ständen wurden den Besuchern Roundtable-Diskussionen, virtuelle Foren sowie ein dreitägiger Fachkongress mit

Vorträgen und Diskussionen geboten. Insgesamt verzeichnete die Messe rund 24.000 Besucher sowie 10.000 virtuell getauschte Visitenkarten.

Am apetito Stand konnten die Interessenten Informationsmaterial in Form von downloadbaren Broschüren und Videos rund um unsere Verpflegungs-

angebote und unser Unternehmen finden. Per Live-Chat oder im persönlichen Termin kamen die Besucher mit unseren Außendienstkollegen ins Gespräch. Ein Highlight waren die Live-Vorträge der apetito Fachexperten.



Drei neue Apps

Auch im Bereich **digitaler Apps** sind wir im vergangenen Jahr ein großes Stück weitergekommen – drei neue Smartphone-Anwendungen konnten wir auf den Weg bringen:

1

Um die Zusammenarbeit im Bereich kids & schools zwischen Eltern und Erzieherinnen und Erziehern zu vereinfachen, hat

apetito mit der **parent-App** des Software-Anbieters „parent“ einen neuen Weg eingeschlagen. „parent“ ist zugleich ein digitales Verwaltungssystem, wenn es um die Kinderbetreuung geht.

Die Software vereinfacht die Verwaltung der Kinderbetreuung und optimiert die Kommunikation mit den Eltern. Denn häufig arbeiten Kitas noch mit Stift und Papier, wenn es um die Erfassung von Anwesenheiten oder Essensbestellungen geht. Um diese Schritte zu vereinfachen und Kitas ein Stück weit zu digitalisieren, kommt die App ins Spiel.

Die **Landhausküche App** ist das neue digitale Angebot für unsere älteren Tischgäste und deren nahestehende Angehörige.

Die App setzt auf neue Wege in der digitalen Kunden- und Angehörigenkommunikation. Herzstück ist die täglich variierende Speisekarte mit Menüvorschlägen und Informationen zu Nährwerten und Zutaten.

Neben der einfachen Auswahl und Bestellung von Gerichten zeichnet sich die App durch eine übersichtliche Darstellung der wichtigsten Informationen zur Bestellung und Essenslieferung aus. Auf Wunsch werden sowohl die Kunden selbst als auch ihre häufig entfernten lebenden Angehörigen oder Betreuungspersonen über ein geteiltes Benutzerkonto täglich informiert. Das sorgt für Sicherheit und Gewissheit. Im Fokus steht dabei, wann das bestellte

Gericht geliefert wird, ob es erfolgreich übergeben wurde oder ob bei der Zustellung etwas Ungewöhnliches vorgefallen ist.

2

3



Brandneu ist überdies unsere **Klinik-App**, die seit Frühjahr 2022 in der Testphase ist. Unser Neukunde, das St. Franziskus-Hospital in Winterberg, prüft sie derzeit im Hinblick auf Funktionen und Technik.

Mit dieser Patienten-App von apetito soll die Abfrage der Speisenwünsche vereinfacht und damit der Inhouse-Bestellprozess optimiert werden. Die Gerichte können über das eigene Smartphone oder Tablet ausgewählt werden. Dabei ist jedes Gericht bebildert, beschrieben und mit allen Allergenen und Nährwerten gekennzeichnet.

Zudem können auch Fakten zum Patienten, wie Informationen zu Lebensmittelunverträglichkeiten und / oder verordnete Kostformen, hinterlegt werden. Die Idee ist, dass Patienten ihr Essen selbst aussuchen und zusammenstellen können. Das kommt der Klinik, dem Patienten und uns als Verpflegungsanbieter gleichermaßen zugute.



Webshop als Informationsplattform

In der Ansprache unserer niederländischen B2C-Kunden für die Verpflegung von Seniorinnen und Senioren zu Hause stellen wir einen Trend hinsichtlich der Nutzung von Online-Plattformen fest. Unsere Zielgruppe wird sich, trotz ihres Alters, vermehrt digital orientieren und auch digital in unserem Webshop bestellen. Hier hatten wir in 2021 ein Plus von 20%. Vor diesem Hintergrund werden wir unseren Webshop im Jahr 2022 erweitern als Anlaufstelle für weitere, auch allgemeine Informationen rund um die Ernährung.

Systemgeschäft international

Niederlande Leichter Rückgang

Die Entwicklung ist insgesamt wechselhaft gewesen – sowohl innerhalb der Verpflegung von Seniorinnen und Senioren zu Hause als auch im Systemgeschäft. Dies führte für apetito B.V. insgesamt zu einem leichten Umsatzrückgang gegenüber dem Jahr 2020. Trotzdem konnten wir bis zu 24% mehr Neukunden gegenüber dem Vorjahr

für die Verpflegung von Hochbetagten zu Hause realisieren.

Der B2B-Markt innerhalb der Gemeinschaftsverpflegung war durch viele Coronafälle in den Pflegeheimen negativ beeinflusst. Die Kindertagesstätten waren auch in den Niederlanden über mehrere Monate geschlossen. Das hat zu erheblichen Umsatzeinbußen geführt. Dadurch konnte sich der Umsatz in dem Bereich nur leicht gegenüber 2020 erholen.

Um unsere Wettbewerbskraft zu steigern, wollen wir schneller und flexibler werden. In diesem Umdenkprozess haben wir uns entschieden, künftig nicht mehr zentral in Rheine zu kommissionieren, sondern in den einzelnen Service Centers in den Niederlanden. Ein großes und herausforderndes Projekt, das uns nach Realisierung Mitte 2022, neben Flexibilität und besseren Lieferzeiten, auch Kostenvorteile bringen wird.



Heute an morgen denken

Was tun wir bei apetito in Sachen **Nachhaltigkeit**? Eine Menge – wie unsere Pläne und definierten Ziele zeigen.

apetito ist ein Familienunternehmen mit einer über 60-jährigen Tradition. Von Anfang an stand es für die Gründerfamilie außer Frage, dass nachhaltiges Handeln stets auch mit Verantwortung verbunden ist: für unsere Kundinnen und Kunden, für unsere Mitarbeitenden und für die Gesellschaft. Mit dem Erfolg von apetito ist auch die Verantwortung gewachsen. Und das heißt für uns, in Sachen Nachhaltigkeit Haltung zu zeigen und einen klaren Weg zu

beschreiben, der aufzeigt, wo wir stehen, was wir wollen und wie wir unsere Ziele erreichen.

2020 haben wir dazu sechs Konzern-Nachhaltigkeitsziele definiert. Sie bilden den Rahmen für die Umsetzung in den einzelnen Gesellschaften. Die Gesellschaften selbst legen ihre Ziele und Kennzahlen fest und entwickeln daraus ein individuelles Nachhaltigkeitsprogramm.



Immer nur an Umsatz denken?
Nicht bei uns! Nie war Nachhaltigkeit wichtiger als heute – für uns sowieso. Deshalb richten wir unser besonderes Augenmerk auf die Umwelt. Und sehen nicht nur nach vorne, sondern vor allem auch nach links und rechts.

Wachstum
Umsatz- und Gewinnziele von apetito orientieren sich an der langfristigen Existenzsicherung des Unternehmens basierend auf einem fairen und freien Wettbewerb.

Qualitäts- und Ernährungsverantwortung
Wir schaffen innovative Ernährung und Dienstleistungen, um Menschen in verschiedenen Lebenssituationen mit einem guten Essen zu versorgen.

Produktverantwortung – nachhaltigere Supply Chain
Gemeinsam mit unseren Partnern arbeiten wir daran, ökologische und soziale Prinzipien entlang der Wertschöpfungskette zu verankern.

Konzernziele

Klimaschutz – Umweltauswirkungen reduzieren
apetito leistet an allen Standorten inklusive der Logistik einen messbaren Beitrag zum weltweiten Klimaabkommen und der Verringerung der CO₂-Emissionen.



Verantwortungsvolle Produktion und Vertrieb
Bis zum Jahr 2030 sollen unsere Verpackungen recyclingfähig, wiederverwendbar oder nach EN/DIN 13432 kompostierbar sein.

Bester Arbeitgeber und Employer of Choice
Wir wollen zu den besten Arbeitgebern des Landes gehören und entwickeln Tools, um die Arbeitgeberattraktivität transparent und messbar zu machen.

Meilensteine

2020

Verabschiedung der **Konzernnachhaltigkeitsziele 2030** gemäß den Sustainable Development Goals. Im selben Jahr veröffentlicht apetito UK seinen **ersten Nachhaltigkeitsbericht**



2019

ZNU-Zertifizierung des Nachhaltigkeitsmanagements der apetito AG, Rheine

2017

100 % Grünstrom am Standort Rheine

2010

apetito AG ist dem **UN Global Compact** beigetreten. Im selben Jahr hat die apetito AG ihren **ersten Nachhaltigkeitsbericht** in Anlehnung an den internationalen GRI-Standard veröffentlicht



2008

Erster MSC-Fisch bei COSTA im Sortiment

1995

apetito AG erstellt den **ersten Umweltbericht**



1988

Der Firmengründer errichtet die gemeinnützige **Karl-Dusterberg-Stiftung e.V.**

1986

Unternehmensgründer in zweiter Generation Wolfgang Dusterberg ist **Gründungsmitglied des Förderkreises umweltbewusster Unternehmer „future e.V.“**

apetito definiert seit 2013 seine bedeutsamen Nachhaltigkeitsthemen durch eine Stakeholder- und Wesentlichkeitsanalyse. Die Konzernziele wurden aus diesen Prozessen abgeleitet. 2022 aktualisieren wir beide Analyseschritte erneut.

Für die apetito AG haben wir am Standort Rheine unser Nachhaltigkeitsmanagement seit 2019 gemäß „ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften“ zertifiziert und bescheinigen jährlich durch einen externen Dienstleister (TÜV Rheinland) die Funktionsfähigkeit. Unsere eigenen Nachhaltigkeitsverantwortlichen haben wir 2021 zum ZNU-Standard geschult.

Unser Verhaltenskodex unterstützt uns dabei, Mitarbeitenden aus verschiedenen Kulturen und mit unterschiedlichen Wertvorstellungen einen einheitlichen Arbeitsprozess vorzugeben. Unser Verhaltenskodex ist sozusagen unsere „Unternehmensverfassung“. Im Jahr 2022 wird er unter der Leitung der Compliance-Abteilung aktualisiert.



3 Fragen an

Thomas Reich, Nachhaltigkeitsmanager für die apetito AG und damit für das deutsche Systemgeschäft

1

Warum ist Nachhaltigkeit für Sie wichtig und wo handeln Sie persönlich bereits nachhaltig?

Reich: Wir müssen unseren Planeten für die Folgegenerationen bewahren. Jeder Einzelne kann seinen Beitrag leisten. Ich konsumiere nur noch sehr wenig und bewusst Fleisch, achte in meinem Büroalltag darauf, möglichst digitalisiert zu arbeiten und auf Drucken zu verzichten.

3

Wohin möchte sich apetito in Bezug auf Nachhaltigkeit weiterentwickeln?

Reich: Wir haben einige Ziele formuliert, die aus unserem Nachhaltigkeitsengagement herausstechen. Vier möchte ich exemplarisch nennen. Dem unternehmerischen Klimaschutz von apetito kommt eine besondere Bedeutung zu. Die Entwicklung eines ambitionierten Tierwohlkonzeptes ist das zweite Topthema für uns. Als Drittes werden wir an unserem Konzernziel 2030 beim Thema Verpackung arbeiten und zuletzt Schulungskonzepte entwickeln, die das Engagement von apetito beim Thema Nachhaltigkeit allen Mitarbeitenden näherbringen und einen internen Dialog anstoßen sollen.

2

Was war in 2021 Ihr Highlight bei apetito (die schönste Story o.Ä.) in Sachen Nachhaltigkeit?

Reich: Wir konnten mit der Einführung des Nutri-Scores als einer der ersten Anbieter in der Systemverpflegung in Deutschland einen wichtigen Impuls für eine gesundheitsfördernde Ernährung setzen und haben hier unsere ambitionierte Zielsetzung erreicht. Über 65 % unserer Menükomponenten entsprechen der Nutri-Score-Bewertung A und B.





Kundenzufriedenheit schafft man heute mit nachhaltigeren Lösungen

Energien sparsam einsetzen und **Ressourcen schonen** – das ist heute wichtiger denn je. Darum unterstützen wir von apetito unsere Kunden nicht nur bei einer schlanken Ökobilanz, sondern auch bei vielen anderen Herausforderungen.

Energieeffiziente Küchen- und Gerätetechnik

Sich verknapende Ressourcen und steigende Preise: Energie ist in jeder Form zu einem sehr kostbaren Gut geworden.

Was können wir von apetito dagegen tun? Auf den ersten Blick wenig, denn wir haben keinen Einfluss auf die enormen Energiekosten. Auf den zweiten Blick können wir einen Beitrag zur Effizienz und damit Ersparnis

leisten. Ganz konkret: Wir unterstützen unsere Kundinnen und Kunden mit moderner und energieeffizienter Küchen- und Gerätetechnik. Unseren Kundenberatern ist daran gelegen, unsere Kunden engmaschig zu betreuen und sie hinsichtlich der Energetik von Geräten auf den neuesten Stand der Technik zu bringen. So konnten 2021 zum Beispiel durch einen Generationswechsel der Kombidämpfer „Joker“ von der Firma Eloma im Kinder-, Schul- und Seniorbereich bis zu 40 % Wasser und 10 % Energie eingespart werden.

Grundsätzlich sollte man in Sachen Nachhaltigkeit seine Geräte möglichst lange nutzen und nicht so schnell entsorgen. Im Bereich der Küchentechnik hat sich allerdings in den letzten Jahren viel getan. Wir achten stets darauf, dass sich eine Balance ergibt



Durch **413** Geräteumrüstungen im Jahr 2021 konnten **20.650 kWh** Strom sowie große Mengen Wasser und Reinigungsmittel eingespart werden

zwischen Investition, Abschreibung und nachhaltigerer Wertschöpfung.

Durch 413 Umrüstungen im Jahr 2021 ist es unseren Kundinnen und Kunden gelungen, 20.650 kWh Strom einzusparen. Doch damit nicht genug: Die Umrüstungen sparen nicht nur Strom, sondern auch Wasser und Reinigungsmittel.

Innovative Verpackungen

Aber nicht nur den Energiekosten, sondern auch dem Thema „Verpackungen“ widmen wir uns bei der apetito AG schon viele Jahre. Unser erklärtes konzernweites Ziel: Bis zum Jahr 2030 werden unsere Verpackungen gemäß EN / DIN 13432 recycelbar, wiederverwendbar oder kompostierbar sein.

Unsere Verpackungen sind so konzipiert, dass sie die Prozessanforderungen und Kundenerwartungen unter Verwendung der geringstmöglichen Verpackungsmenge und der geeignetsten Materialien erfüllen. Ein Beispiel hierfür ist unser Multi Plus System in der Gemeinschaftsverpflegung, das ganz ohne Einzelverpackungen je Portion auskommt. Bis zum Jahresende 2022 wird unsere Mehrportionsschale zu 95 % aus Papier bestehen. Darüber hinaus nutzen wir Papiertüten beim Versand über unseren neuen comerando-Online-Shop (siehe Seite 26).

Unsere Verpackungsentwickler arbeiten eng mit Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette

zusammen, um optimale Gestaltungsmethoden, moderne Technologien und nachhaltige Materialien nutzen zu können. Derzeit sind wir auf dem Weg, weitere Verpackungslösungen zu finden, die hinsichtlich der genannten Aspekte überzeugen und zugleich eine bessere Ökobilanz als unsere bestehenden Verpackungen aufweisen.

Auch die Kolleginnen und Kollegen in Großbritannien arbeiten intensiv an der Verpackungs-Thematik und setzen jetzt verstärkt auf Recycling. apetito Ltd. kann garantieren, dass jede gesammelte Menüschale zu einer neuen Menüschale recycelt wird. In den ersten Monaten des Projekts „Boomerang“ konnten bereits über 100.000 Schalen bei unseren britischen Kunden eingesammelt werden. Das Projekt soll künftig weiter ausgebaut werden. Die neuen Menüschalen bestehen zu 100 % aus recycelbarem Material und aus bis zu 80 % recyceltem Kunststoff.

100 % der Verpackungen sind bis 2030 gemäß EN/DIN 13432 recycelbar, wiederverwendbar, kompostierbar
aktuell: 78 %



95 % unserer Kunden empfehlen uns weiter

Kundenzufriedenheit auf hohem Niveau

Nah an unseren Kunden zu sein – das war immer und wird immer eines unserer primären Ziele sein. Und dass uns das bei der apetito AG immer wieder gelingt, zeigen aktuelle Zahlen: Für 2021 war es Ziel der apetito AG, dass uns 95 % unserer Kunden weiterempfehlen. Dieses Ziel konnte erreicht werden – und darauf sind wir mehr als stolz.

Mit vielen unserer Kunden arbeiten wir schon seit Jahrzehnten zusammen. So konnten wir in diesem Jahr erstmalig ein ganz besonderes Jubiläum feiern: Seit über 50 Jahren ist das Deutsche Rote Kreuz Berlin Kunde bei apetito (siehe auch Seite 16).

Kundenjubiläen 2021

10 Jahre: 363
25 Jahre: 149
40 Jahre: 20
50 Jahre: 4
Gesamtjubiläen: 536

Jede eingesammelte Menüschale wird nach ihrer Benutzung von der apetito Ltd. recycelt

Transparente Lieferketten



Transparente Lieferketten und die **faire Behandlung der Menschen** sowie der **Einkauf guter und hochwertiger Produkte** sind heute wichtiger denn je. Das halten wir bei apetito streng im Blick.

Sorgfältige Auswahl von Lieferanten und Zutaten

Einkauf ist Vertrauenssache. Egal ob wir frisches Gemüse auf dem Wochenmarkt, Fisch beim Händler um die Ecke oder Hühnchen im Supermarkt erwerben: Die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher wollen heute sehr genau wissen, woher die Erzeugnisse stammen, die sie verzehren.

Zertifizierte Siegel und genaue Infos zu Anbau und Haltungsförm helfen ihnen dabei und geben inzwischen transparent Auskunft darüber, ob es sich bei den erworbenen Lebensmitteln um nachhaltig zertifizierte oder konventionelle Ware handelt.

Auch wir von apetito wollen nichts dem Zufall überlassen, genau wissen, woher die Zutaten unserer Menüs stammen, und diese Informationen auch klar kommunizieren. Denn unser Anspruch ist es, unser Essen mit gutem Geschmack und gutem Gewissen zu genießen. Das bedarf einer sorgfältigen

Auswahl von Lieferanten bzw. Zutaten. apetito richtet sich bei der Wahl von geeigneten Lieferpartnern, sowohl in Deutschland als auch im internationalen Geschäft, nach den Richtlinien der „International Food Safety“ (IFS). Darüber hinaus haben wir den hohen Qualitätsstandards von apetito zu folgen, die regelmäßig von unseren Einkäufern auf deren Einhaltung überprüft werden. Diese umfassen nicht nur Transparenz bei der Herkunft der Lebensmittel, sondern auch beim Qualitätsmanagement und den Umwelt- und Sozialstandards der Lieferanten gemäß UN Global Compact.

Zu einem unserer Grundprinzipien gehört es, dass wir Obst und Gemüse dann einkaufen, wenn es Saison hat – weil dann Geschmack und Aussehen am besten sind. Dank des Kälteschlafes können wir unsere Zutaten saisonal einkaufen, aber ganzjährig genießen.

Unsere Einkäuferinnen und Einkäufer kaufen besten Geschmack ein. Immer dort, wo einfach alles stimmt: die Sorte, der Boden, das Klima und vieles mehr. Natürlich



Lieblingsgericht unserer Kundin

Comenius-Grundschule, Dortmund
Die Reispfanne mit Hähnchengyros ist unser absolutes Lieblingsessen in der Einrichtung. Die Kombination aus dem zarten Hähnchenfleisch, dem weichen Reis und dem leckeren Gemüse ist einfach klasse. Dazu einen frischen Salat und etwas Tzatziki. Das macht unsere Kinder glücklich.

Ellen Giebeler
Koordinatorin Offener Ganztage



Wissen, wo es herkommt

89 % aus der EU
45 % davon aus Deutschland
11 % weltweit

Vertrauensvolle Partnerschaft

Mit 38 % unserer Lieferanten arbeiten wir schon seit über 15 Jahren zusammen. Die durchschnittliche Lieferantenbeziehung beträgt 9 Jahre

UN-Global-Compact-Quote von 93 %

geben wir kürzeren Transportwegen den Vorzug. Rund die Hälfte unserer Zutaten kommt aus deutschen Regionen, wie der Grünkohl aus dem Rheinland. Bei Kartoffeln und Bohnen setzen wir auf eine möglichst lokale Beschaffung unserer Rohwaren.

Einige Zutaten müssen auch wir im Ausland erwerben: So kommt zum Beispiel unser Ingwer aus China und unser Lachs aus Norwegen. Natürlich gelten unsere strengen Einkaufsstandards aber auch dort. Wir gehen grundsätzlich vertrauensvolle und langjährige Lieferpartnerschaften ein: Mit 38 % unserer Lieferanten arbeiten wir bereits seit mindestens 15 Jahren vertrauensvoll und partnerschaftlich zusammen.

Verantwortungsvoller Umgang mit Tieren

Wenn wir bei apetito Fleisch oder Meerestiere beziehen, sehen wir lieber einmal mehr hin, woher die Tiere stammen. Dabei unterstützen wir Bestrebungen und Organisationen, die sich für artgerechte und nachhaltige Aufzucht einsetzen. Bereits 2019 haben wir uns der „Europäischen Masthuhn-Initiative“ angeschlossen, deren Haltungskriterien deutlich über dem tierschutzrechtlich vorgeschriebenen Niveau liegen. Unter anderem geht es bei diesen Vorgaben um eine geringere Tierbesatzdichte in den Ställen, mehr Tageslicht und das Eindämmen von Überzüchtungen.

Und auch in Sachen Fischfang streben wir eine umweltverträgliche Beschaffung an, denn konzernweit orientieren wir uns beim Fischfang am Einkaufsratgeber des World Wildlife Funds „WWF“ und setzen konsequent auf MSC- und ASC-zertifizierten Fisch.

Unser Ziel: Bis zum Sortimentswechsel im Herbst 2023 sollen im deutschen Systemgeschäft 100% unserer Fisch- und Meeresfrüchteleprodukte MSC- / ASC-zertifiziert sein.

2022

stellt die apetito AG ein neues Tierwohlkonzept vor



Wissen, was drin ist



Zertifizierungen unseres Qualitäts- und Hygienemanagements sowie Produktzertifizierungen wie Fairtrade oder Bio – apetito ist es wichtig, sein Engagement auch belegen zu können und sich dabei stets weiterzuentwickeln. Darum kümmern sich Teams, die sich mit neuester Technik und Infrastruktur für eine größtmögliche **Produktsicherheit und Transparenz** bei der Verwendung von Zutaten einsetzen.

Wir stehen für hochwertige Ernährungslösungen

Wir von apetito wählen unsere Erzeuger- und Lieferpartner sorgfältig aus und achten im höchsten Maß auf die Einhaltung unserer hohen Qualitätsstandards und der gesetzlichen Vorschriften. Parallel dazu untersuchen wir alle Zutaten in unseren betriebs-eigenen Laborbereichen für Mikrobiologie, Nährwert- und Rückstandsanalytik.

Das klingt alles sehr wissenschaftlich – ist es auch. Und das ist Basis für unser tägliches Handeln. Denn nur wenn all diese Abteilungen ihr definitives „Ok“ geben, werden die Zutaten in unseren Küchen zum Kochen von Menüs und den Menükomponenten verwendet.

Dieser kontinuierliche Qualitätssicherungsablauf gibt nicht nur uns, sondern auch unseren Kunden die größtmögliche Produkt- und Ablaufsicherheit.

Darauf zahlt auch die aktuelle Investition in Emden ein. COSTA hat im Jahr 2021 ein neues Gebäude für die Qualitätssicherung eröffnet. Baukosten: gut 1 Mio. €. So können die Mitarbeitenden nun durch eine

Menüs und Menükomponenten, die eine Gesamtbewertung der guten bis sehr guten

Nutri-Score-

Bewertungen A und B erzielen:

Ist (2021): 66 %

Soll (2022): 70 %



vergrößerte Arbeitsfläche noch besser die ohnehin schon hohe Produktqualität sicherstellen. Denn gerade für Fisch und Meeresfrüchte gelten besondere Anforderungen – angefangen bei der klaren räumlichen Trennung der Arbeitsbereiche.

Unsere zertifizierten Produkte garantieren Qualität

In unseren Sortimenten möchten wir noch nachhaltiger werden – und das auch für unsere Kundinnen und Kunden sichtbar machen.

Im Herbst 2021 haben wir erstmalig Produkte mit dem Fairtrade-Rohstoff-siegel eingesetzt und dafür schon in wenigen Monaten rund neun Tonnen Reis aus fairem Anbau verwendet. Produkte mit dem Fairtrade-Siegel tragen zu verbesserten Lebens- und Arbeitsbedingungen der Reisbauern bei. Dafür sorgen unter anderem stabile Mindestpreise und zusätzliche Prämien für Gemeinschaftsprojekte. In 2022 wollen wir die Fairtrade-Anteile in unseren Sortimenten weiter erhöhen.

Neu ist zudem, dass wir – als einer der ersten Anbieter in der Gemeinschaftsverpflegung – unsere Menüs und Menükomponenten mit dem Nutri-Score kennzeichnen dürfen. Das System zur Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln kennen viele Verbraucherinnen und Verbraucher bereits und man findet es auf immer mehr Produkten. In anderen europäischen Ländern wie Frankreich und England wird es schon länger eingesetzt. Der Nutri-Score als Kennzeichnung unterstützt in der Umsetzung einer besseren Ernährung und bietet Orientierung auf einen Blick. Er macht unser Engagement für nachhaltige Ernährung weiter deutlich.

Für das Jahr 2021 hatten wir uns vorgenommen, dass 65 % unserer Menüs und Menükomponenten die Bewertungsstufen A oder B haben. Das haben wir durch bedachte Rezepturanpassungen unserer Gerichte mit 66 % geschafft.

Aber das reicht uns nicht: 2022 möchten wir uns weiter auf 70 % steigern – und auch COSTA will alle Artikel mit dem Nutri-Score kennzeichnen.



Produkte mit dem Fairtrade-Siegel

fördern bessere Arbeits- und Lebensbedingungen für Kleinbauern im globalen Süden. Fairtrade hat das Ziel, existenzsichernde Lebensgrundlagen und Perspektiven für eine nachhaltige Landwirtschaft zu schaffen.

Unser Sortiment 2021

1.589 Menüs und Menükomponenten
3.800 Rezepturen
829 vegetarische Artikel
188 Bio-Artikel
92 MSC- / ASC-Artikel



Höchste
Qualitätssicherung

Über 300.000

sensorische Kontrollen wurden
2021 in unserem Labor
durchgeführt

Im Jahr 2021 haben wir

45

interne + externe Audits bei der
apetito AG durchgeführt

apetito

Unser Beitrag für den Klimaschutz

Emissionsberechnung, Klimaschutzprojekte, Bienen und LEDs: **Umweltschutz** und **Ressourcenschutz** sind für uns bei apetito mehr Wert als nur ein Wort.



Unternehmerischer Klimaschutz an unseren Standorten

Klimaschutz ist eines der wichtigsten Themen unserer Zeit. Der apetito AG Konzern richtet sich am Pariser Klimaabkommen aus und bekennt sich dazu, die globale Erderwärmung auf 1,5 Grad zu begrenzen.

Wir engagieren uns täglich an allen Standorten sowie mit der dazugehörigen Logistik dafür, einen messbaren Beitrag zur Verringerung der CO₂-Emissionen zu leisten, und haben das gemäß den Sustainable Development Goals in unseren Konzernzielen definiert.

Die apetito AG und apetito Ltd. führen eine Emissionsberechnung nach Greenhouse Gas Protocol (GHG) für alle direkt und indirekt durch die Geschäftstätigkeit ausgelösten Emissionen durch. Auch COSTA wird hier seit 2021 einbezogen.

Bei der apetito AG haben wir durch die EMAS-Zertifizierung seit vielen Jahren ein Umweltprogramm, das jährlich Maßnahmen des Klima- und Ressourcenschutzes definiert: Im Jahr 2021 waren dies zum Beispiel die vollständige Installation von umweltfreundlichen LEDs.

In unseren dezentralen Außenlagern haben wir dort, wo es möglich war, ebenfalls auf Grünstrombezug umgestellt und beziehen zu 90 % Strom aus regenerativen Quellen. Weiterhin

haben wir auch 2021 den Austausch von Geräten wie Brenner und Dampfkessel in unseren Küchen forciert. Unser Ziel ist es, auf den neuesten Stand der Technik umzurüsten.

Wir reduzieren Geschäftsreisen auf das Allernötigste und setzen diese, wenn erforderlich, möglichst mit der Bahn und nicht mit dem Flugzeug oder dem (Firmen-)Pkw um. Und wenn es doch mal ein Auto sein muss: Wir rüsten unsere Pkw- und Lkw-Flotte immer weiter in Sachen E-Mobilität auf. Dazu wurden 2021 erste E-Dienstfahrzeuge sowie zwei E-Auslieferungsfahrzeuge an unserem dezentralen Standort in Hilden angeschafft.

Seit 2020 hat die apetito AG ihre Herstellung am Standort in Rheine klimaneutral gestellt. Dazu werden alle nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen der Küche durch das Kompensationsprojekt „Efficient Cookstoves“ kompensiert. Das Vorhaben erstreckt sich über die beiden südafrikanischen Länder Sambia und Malawi und hat das Ziel, rund 500.000 effiziente und erschwingliche Kochherde für die

lokale Bevölkerung bereitzustellen. Die effektiven Kochöfen sparen gegenüber konventioneller offener Befuerung nicht nur CO₂-Emissionen ein, sondern leisten gleichzeitig auch einen Beitrag zum Gesundheitsschutz der lokalen Bevölkerung. Das Engagement wurde 2021 fortgesetzt und soll weiter ausgebaut werden.

Auch bei apetito in Großbritannien haben die Klimaschutzprojekte an Fahrt aufgenommen. 2021 hat sich apetito Ltd. der Science-Based Target Initiative angeschlossen und ein wissenschaftsbasiertes Klimaziel

ausgerufen. Bis 2040 möchte man das Netto-Null-Emissionsniveau der eigenen Geschäftstätigkeit erreichen. Dabei helfen viele kleine Maßnahmen. So arbeiten die Kolleginnen und Kollegen der apetito Ltd. in Großbritannien mit Hochdruck an der Verringerung des Produktfußabdrucks durch recycelte Menüschilder, geschlossene Stoffkreisläufe oder auch mittels kürzerer Lieferketten. Zudem zahlt die Reduktion von Energie und Ressourceneinsatz am Standort in Trowbridge erfolgreich auf eine Verringerung der CO₂-Emissionen ein.

Biodiversität im Herzen

Auch ein Herz für „Natur pur“ hat apetito im letzten Jahr bewiesen: Am Standort Rheine wurde eine 3.000 Quadratmeter große Fläche an einem Parkplatz durch einen Blühstreifen aufgewertet – inklusive der Ansiedlung von zwei

Bienenvölkern. Und das gleiche Projekt wurde nun auch in Emden bei COSTA gestartet. Dort entsteht auf einer rund 500 Quadratmeter großen Brachfläche ebenfalls eine Blühwiese.



E-Mobil

2021 wurden erste elektrische Dienst- und Auslieferungsfahrzeuge angeschafft

Über 90 %
beträgt die Abfallverwertungsquote 2021



Seit 1998 ist die apetito AG durch das EMAS-Umweltmanagementsystem zertifiziert. COSTA lässt sich am Standort in Emden seit 2015 nach dem Energiemanagementsystem DIN ISO 50001 zertifizieren.

Unsere Mitarbeitenden 2021 (deutsche Gesellschaften)

92 Auszubildende
(ca. 4,7 % der Gesamtbelegschaft)
12 Ausbildungsberufe

59 % Anteil Männer
41 % Anteil Frauen

37 Nationalitäten (im deutschen Systemgeschäft)

Unser Erfolgsrezept

Mit viel **Engagement** und **Herzblut** arbeiten unsere Kolleginnen und Kollegen täglich bei apetito.



Als Top-Arbeitgeber möchten wir mit unserem Leitbild des „Partnerschaftlichen Erfolgsmanagements“ ein Arbeitsumfeld schaffen, in dem Eigeninitiative und Selbstverantwortung gefördert werden.

Miteinander – Engagement – Fairness – diese drei Säulen tragen unser Leitbild und sind elementare Bestandteile für die Zusammenarbeit in unserem Unternehmen.

Mitarbeitenden-Attraktivität ist ein zentraler Erfolgsfaktor

Dass wir in den vergangenen Jahren so erfolgreich waren – und bis heute sind –, haben wir vor allem unseren Mitarbeitenden zu verdanken. Sie sind es, die jeden Tag aufs Neue mit vielen Ideen, Engagement und Leidenschaft apetito zu immer neuen Spitzenleistungen bringen. Und sie tun das schon seit sehr vielen Jahren. Das sehen wir als eine besondere Auszeichnung für uns als Arbeitgeber.

Dass das so bleibt, ist eines unserer wichtigsten Ziele. Wir möchten ein Arbeitgeber sein und bleiben, zu dem die Mitarbeitenden gerne kommen und bei dem sie auch langfristig arbeiten.

Aus- und Weiterbildung schafft Perspektiven

Und genauso, wie wir alles daransetzen, dass die Menschen, die für uns arbeiten, dies gerne tun, so investieren wir auch in den Nachwuchs. Als Familienunternehmen liegt uns eine qualitativ hochwertige Ausbildung und die Weiterentwicklung junger Menschen besonders am Herzen. Wir sind ein Ausbildungsunternehmen, das junge Leute für sich gewinnt, motiviert und auf ihrem beruflichen Einstiegsweg erfolgreich begleitet.

apetito bietet inzwischen zwölf verschiedene Ausbildungsberufe an und garantiert den Auszubildenden bei guter Leistung die Übernahme nach erfolgreichem Abschluss. 2021 waren 92 Auszubildende bei der apetito AG und COSTA beschäftigt – und es

werden jedes Jahr mehr. Wir haben 2021 erneut das Siegel „Faire Ausbildung“ erhalten, was uns in unserer Arbeit bestätigt. Die Zertifizierung beruht auf einem wissenschaftlichen Audit sowie der Bewertung durch die eigenen Azubis.

Im Jahr 2021 wurden wir nach dem erfolgreichen Launch unserer Ausbildungsplattform zu Beginn der Corona-Pandemie sogar für einen IHK-Bildungspreis nominiert. Die Ausbildungsplattform enthält unter anderem einen digitalen Betriebsrundgang über eine virtuelle Schnitzeljagd und Musterbewerbungsunterlagen. Wir sind bereits sehr gespannt, ob wir im Sommer 2022 zu den Preisträgern zählen werden.

Faire Ausbildung & Fair Company

Neben dem Siegel „Faire Ausbildung“ wurde die apetito AG zudem von der Initiative „Fair Company“ ausgezeichnet.



Mitarbeiterengagement für Kollegen in Not



Im Jahr 2021 erlebten wir leider auch traurige Momente. Von der furchtbaren Hochwasserkatastrophe im Westen von Deutschland waren auch apetito Kolleginnen und Kollegen betroffen. Die Solidarität im Kollegenkreis wurde großgeschrieben und der Zusammenhalt beeindruckte uns alle. Mit viel Engagement und Eigeninitiative wurde unter der Belegschaft nicht nur Geld

gesammelt, sondern auch Urlaubstage an die Flut-Opfer übertragen. Damit hatten die Betroffenen die Möglichkeit, die Zeit fürs Aufräumen zu nutzen und die aufregenden Tage und Wochen etwas besser zu verarbeiten.

Als Arbeitgeber haben wir unseren Mitarbeitenden kurzerhand finanziell unter die Arme gegriffen. Es hat uns einmal mehr in unserem Engagement für den internen „apetito hilft“-Fonds bestärkt.

Diesen Fonds haben wir bereits vor sieben Jahren ins Leben gerufen. Er dient vorrangig dazu, Mitarbeitenden, die unverschuldet in eine finanzielle Notlage geraten sind, unbürokratisch zu helfen. Wird dieser Fonds nicht voll ausgeschöpft, unterstützen wir Vereine und Organisationen, in denen unsere Kolleginnen und Kollegen ehrenamtlich tätig sind.

Drei Fragen an

Ulrich Kunk, Mitarbeiter und seit über 30 Jahren Schichtleiter in der Küche

Sie sind seit über 30 Jahren bei apetito. Was lässt Sie immer noch gerne bei uns arbeiten?

Kunk: Es ist einfach der Spaß an den Aufgaben und die Tatsache, dass der Arbeitsalltag nie gleich ist. Ich muss immer wieder neue Entscheidungen treffen. Und das hat seinen Reiz.

Können Sie sich noch an Ihren ersten Arbeitstag erinnern?

Kunk: Noch ganz genau. Das war der 1. Oktober 1987. Ich musste mich beim Pförtner zur Spätschicht melden. Dort wurde ich dann durch einen Auszubildenden abgeholt, zur Kleiderkammer geführt und dann im Pausenraum der alten Küche abgegeben (*lacht*).

Wie hat sich apetito über die Jahre für Sie verändert?

Kunk: Also in Sachen Automatisierung hat sich

wahnsinnig viel verändert. Da bin ich nicht nur im Abfüllbereich, sondern auch in der Küche. Früher hat man mit einem Holzlöffel durch den Rotkohl gerührt und heute haben alle Kessel Gewerke, die das automatisch tun.

Wie hat sich Ihre Tätigkeit bei apetito verändert?

Kunk: Gestartet bin ich als Koch und letztendlich jetzt in der Position des Schichtleiters. Ich hatte immer die Chance, mich weiterzuentwickeln und neue Aufgaben zu übernehmen. So konnte ich mich vom Koch zum Schichtleiter, also zur Führungskraft verändern. Dafür bin ich apetito dankbar.

An einem Arbeitstag darf bei mir nie fehlen ...

Kunk: ... die Abwechslung. Der stupide Arbeitstag, den mag ich nicht. Es muss einfach was passieren, und das garantiert mir hier jeder Tag!





Wir helfen gerne

Unser Selbstverständnis und unser Engagement auf einen Blick

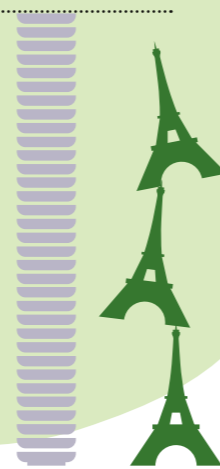
- Wir verstehen uns als Corporate Citizen und übernehmen Verantwortung über unser Kerngeschäft hinaus. Das bedeutet, wir setzen uns dort ein, wo wir wirtschaftlich tätig sind (lokal / regional) und wo Hilfe benötigt wird, auch national.
- Von uns unterstützte bzw. geförderte Projekte beziehen sich auf ein Engagement für Kinder und Jugendliche sowie Senioren. Wir setzen uns bei ihnen für bewusste und gesunde Ernährung sowie soziale und ökologische Projekte ein.
- Dabei nehmen wir starke und langfristige Partner mit ins Boot, die mit ihrer Erfahrung vor Ort wirkungsvolle Hilfe leisten können.
- Wo möglich, binden wir auch unsere Kunden, Partner und Mitarbeiter in unser Engagement mit ein, um das Gemeinschaftsgefühl und die Reichweite zu erhöhen.
- Über die Karl-Düsterberg-Stiftung kooperieren wir darüber hinaus mit wissenschaftlichen Institutionen zur Förderung der Ernährungsforschung.

Uns geht es gut. Daher möchten wir, dass es auch den Schwächeren in unserer **Gesellschaft** ein bisschen besser geht.

Als Familienunternehmen aus dem Münsterland sind wir mit unserer Region eng verwurzelt. Für uns ist es daher selbstverständlich, sich lokal zu engagieren und der Region etwas zurückzugeben. Diesen Grundsatz leben wir bei COSTA und apetito Ltd. übrigens genauso. Wir engagieren uns aber auch international.

1.093 Meter

apetito spendet **95.096** Portionen an die Tafeln der Caritas



Zielgerichtet unterstützen und helfen

Gutes zu tun, ist die eine Sache. Aber darüber zu reden, die ganz andere. Auch wir von apetito stehen immer wieder an diesem Punkt. Sollen wir darüber sprechen oder sehen wir manches als selbstverständlich an? Im Zusammenhang dieses Geschäftsberichtes ist es uns wichtig, einiges konkret zu benennen. Denn es liegt uns am Herzen, anderen zu helfen und eine Freude zu machen. Dies machen wir nicht einfach willkürlich, sondern folgen bei jeder Unterstützung einem klaren Konzept.

So spendet die apetito AG seit vielen Jahren alle nicht verkaufsfähigen Waren und Überschüsse an die sozialen „Tafeln“ in der Umgebung. Im letzten Jahr war es die stattliche Zahl von 95.096 Portionen. Wir möchten damit Menschen helfen, die einkommensmäßig am Rande der Gesellschaft stehen und sich kaum eine warme Mahlzeit leisten können.

COSTA unterstützt seit 2020 den Aufbau der Sozialstation Fundesur in Honduras (Bild Seite 54 oben) mit 35.000 €. Fundesur ist eine von der honduranischen Garnelenzüchtervereinigung im Jahr 2014 gegründete Wohltätigkeitsorganisation. Finanziert wird Fundesur durch freiwillige Exportabgaben und Spenden von Dritten. Der Schwerpunkt liegt auf der Verbesserung der Gesundheitsfürsorge, Bildung und Umweltprojekten. Nach dem Baustart im November 2020 konnte die Sozialstation im Juni 2021 eingeweiht werden.

Die apetito AG vergibt im Rahmen ihres Spenden- und Sponsoringkonzeptes zu Weihnachten 50.000 €. Tradition ist es, sowohl lokal als auch national zu spenden. Die lokale Spende in Rheine wird durch die Inhaberfamilie Düsterberg und die Belegschaft der apetito AG vergeben. Die nationale Spende ersetzt die ehemals vergebenen Kunden-Weihnachtsgeschenke. Empfänger waren 2021 die Caritas Suppenküche sowie der Deutsche Kinderschutzbund aus Rheine und der Verein Herzenswünsche e.V.



Hilfsbereitschaft von Anfang an

Die Auszubildenden der apetito AG unterstützten auch 2021 die Aktion „Paket mit Herz“ – organisiert von der lokalen Tageszeitung in Rheine. Bedürftige haben die Möglichkeit, bei der Zeitung Wunschzettel zu hinterlegen. Jeder kann mitmachen und Geschenke packen.

Um die Wünsche erfüllen zu können, haben die Auszubildenden zunächst Geld gesammelt. In einer mehrstündigen Aktion backten sie Plätzchen, verpackten sie liebevoll und verkauften sie an die apetito Belegschaft. Insgesamt konnte der apetito Nachwuchs 38 Weihnachtswünsche erfüllen. Diese waren vom Zoobesuch über Gesellschaftsspiele, Musik, Bekleidung, Lesestoff oder einfach nur bis zu etwas Süßem sehr vielfältig.

UK Staff Foundation

Stolze 10.000 Pfund sind bei einem Projekt der britischen Kollegen zusammengekommen: Die Staff Foundation ist eine Initiative, die die Herzensprojekte der Kolleginnen und Kollegen unterstützt. Die Mitarbeitenden sammeln dazu Geld, das apetito Ltd. zu gleichen Anteilen aufstockt. Projekte können nominiert werden. Sie variieren von Schul-Spendenaktionen bis zu Aktionen zur Sammlung von Sportbekleidung für bedürftige Kinder, Gemeinschaftsaktionen oder anderen Herzensprojekten.

80.940 €

Gesamtspendensumme 2021 für die apetito AG

50 Tage

Sonderurlaub für ehrenamtliches Engagement

3x 2.000 €

für Mitarbeiter-ehrenamtsprojekte

apetito AG

Konzernlagebericht 2021

Hinweis: Der vorliegende Lagebericht enthält die wesentlichen Auszüge aus dem Gesamtlagebericht, der von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft testiert wurde.

Grundlagen des apetito AG Konzerns

Geschäftsmodell des apetito AG Konzerns

Geschäftsbereiche und Produkte

Die Basis für die Geschäftstätigkeit des apetito AG Konzerns bilden die Gemeinschafts- und Individualverpflegung (Systemgeschäft) und das Retailgeschäft. Das Familienunternehmen apetito betreibt sein Geschäft international in verschiedenen Ländergesellschaften in Deutschland, Großbritannien, Irland, den Niederlanden, Kanada, Spanien, Österreich, Frankreich und den USA.

Gemeinschafts- und Individualverpflegung (Systemgeschäft)

In allen internationalen Gesellschaften erhalten Kindertagesstätten, Schulen, Unternehmen, Kliniken, Senioreneinrichtungen und Essen auf Rädern-Mahlzeitendienste von apetito spezifische Verpflegungslösungen in Form von Tiefkühlprodukten und -systemen. Auch Endkunden werden von apetito beliefert – direkt nach Hause, konventionell oder über Online-Shops bei apetito bestellt.

Retailgeschäft

Das Tochterunternehmen COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG

bietet im deutschen Lebensmittel-einzelhandel als führender Anbieter Meeresfrüchte, Fisch und Fischfilets sowie Fischgerichte an. In Frankreich agiert die COSTA France SAS mit Sitz in Paris als Vertriebsgesellschaft. In einem zurückgehenden Markt konnte COSTA in Deutschland und in Frankreich seinen Marktanteil weiter ausbauen (Quelle: IRI, LEH Total, Kategorie TK-Gerichte, FY 2021). In Frankreich agiert die COSTA France SAS mit Sitz in Paris als Vertriebsgesellschaft. Die apetito convenience AG & Co. KG entwickelt in Deutschland vor allem Angebote für die Eigenmarken des Handels. Zudem bietet sie Produkte für den Fachgroßhandel, die Systemgastronomie und für Heimdienste an. Die Gesellschaft wurde zum 2. August 2021 veräußert.

Standorte

Der Hauptsitz des apetito AG Konzerns liegt in Rheine, Deutschland. Weitere Standorte befinden sich in Emden und in Hilter (Deutschland, bis zum 2. August 2021) sowie in Denekamp (Niederlande), Trowbridge (Großbritannien), Toronto und Ottawa (Kanada), Barcelona (Spanien), Wien (Österreich), Paris (Frankreich) und Boston (USA).

Wirtschaftsbericht

Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft startet laut Internationalem Währungsfonds (IWF) schwächer als erwartet in das laufende

Jahr 2022. Die globale Wirtschaft wird demnach 2022 um geschätzte 4,4 % wachsen. Das sind 0,5 Prozentpunkte weniger als noch im Oktober angenommen. Dafür macht der IWF eine Reihe von Entwicklungen verantwortlich: die mit der Verbreitung der neuen Omikron-Variante des Coronavirus einhergehenden Mobilitätsbeschränkungen, die höhere Inflation aufgrund steigender Energiepreise und Versorgungsunterbrechungen sowie die langsamere Erholung des privaten Konsums. Für Deutschland etwa rechnet der IWF nur noch mit einem Wachstum von 3,8 %.

Der im Februar 2022 begonnene Krieg in der Ukraine hat Auswirkungen auf die gesamte Weltwirtschaft. Laut IWF sind die Energie- und Rohstoffpreise in die Höhe geschneit, was den Inflationsdruck aufgrund von Unterbrechungen der Lieferkette und der Erholung von der COVID-19-Pandemie verstärkt. Preisschocks werden sich weltweit auswirken, insbesondere auf arme Haushalte, für die Lebensmittel und Treibstoff einen höheren Anteil an den Ausgaben ausmachen. Sollte der Konflikt eskalieren, wäre der wirtschaftliche Schaden umso verheerender.

Im Oktober 2021 hatte der IWF für das Berichtsjahr ein Wachstum der Weltwirtschaft von 5,9 % prognostiziert. Für Deutschland korrigierte der IWF seine Prognose für das Jahr um 0,5 Prozentpunkte nach unten: Das Bruttoinlandsprodukt solle 2021 um 3,1 % wachsen. Die Prognose für die Eurozone hob der IWF für 2021 um 0,4 Prozentpunkte auf 5 % an –

teils getragen von einem stärkeren erwarteten Wachstum in Italien und Frankreich.

Die Organisation für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD) ging Ende 2021 von einer weltweiten Konjunkturerholung aus: So solle die globale Wirtschaft im Berichtsjahr um 5,6 % zulegen, 2022 dann um 4,5 % und 2023 um 3,2 %. Vorsichtiger Optimismus trotz enormer Unsicherheit und Risiken – von der Corona-Krise über Lieferengpässe bis hin zur Inflation. Die Inflationsentwicklung bleibt nach Einschätzung der OECD ein Risiko; in Deutschland lag die Inflationsrate zum Ende des Berichtsjahres mit 5,2 % auf dem höchsten Stand seit fast 30 Jahren. So stiegen die Preise im Einzelhandel im Jahr 2021 im Mittel um 3,2 % gegenüber dem Vorjahr an.

Die britische Wirtschaft war im Oktober 2021 nur noch 0,5 Prozentpunkte vom Vorkrisenniveau von Februar 2020 entfernt. Die Ökonomen von Oxford Economics erwarten, dass das britische Bruttoinlandsprodukt (BIP) 2021 um real 7,7 % wachsen wird und 2022 mit etwas nachlassender Dynamik um 5,2 % zulegen kann. Die Wachstumsprognose wird allerdings überwiegend von Abwärtsrisiken dominiert, zu denen die neue Omikron-Virusvariante gehört sowie die auf mittlerweile 4,3 % gekletterte Inflationsrate. Die Brexit-Folgen werden mit dem Schwinden des Corona-Schocks sichtbarer, Lieferkettenprobleme könnten sich deutlich verschärfen.

In Deutschland war das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) im Jahr 2021 nach den Berechnungen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) um 2,7 % höher als im Vorjahr. Die konjunkturelle Entwicklung war stark abhängig vom Corona-Infektionsgeschehen und den damit einhergehenden

Schutzmaßnahmen. Im Vergleich zum vorangegangenen Krisenjahr 2020, in dem die Produktion im Zuge der Corona-Pandemie teilweise massiv eingeschränkt worden war, hat sich die Wirtschaftsleistung im Jahr 2021 in fast allen Wirtschaftsbereichen erhöht. Die preisbereinigte Bruttowertschöpfung stieg im verarbeitenden Gewerbe deutlich um 4,4 % gegenüber dem Vorjahr. Auch die meisten Dienstleistungsbereiche verzeichneten gegenüber 2020 merkbare Zuwächse. Im zusammengefassten Wirtschaftsbereich Handel, Verkehr und Gastgewerbe fiel das Wirtschaftswachstum aufgrund der anhaltenden pandemiebedingten Einschränkungen mit einem Plus von 3,0 % etwas verhalten aus. Im Bereich Öffentliche Dienstleister, Erziehung, Gesundheit wurde der Rückgang der Wirtschaftsleistung aus dem Krisenjahr 2020 im Jahr 2021 nahezu kompensiert.

Branchenspezifische Rahmenbedingungen in Deutschland

Im Januar 2021 veröffentlichte die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (BVE) eine Schätzung der Jahresergebnisse 2021 der deutschen Ernährungsindustrie: Aufgrund der Herausforderungen durch die Corona-Pandemie verzögert sich die wirtschaftliche Erholung der deutschen Ernährungsindustrie weiter. Über alle Teilbranchen hinweg wurde im Jahr 2021 ein Umsatz von 182,4 Mrd. € erwirtschaftet. Das entspricht einem Minus von 1,6 % zum Vorjahr. Besonders schwächelte dabei die Konjunktur im Inland, dem wichtigsten Absatzmarkt der Branche. Nach einem stabilen Ergebnis in 2020 gingen die Umsätze 2021 hierzulande mit 119,2 Mrd. € um minus 3,9 % zurück. Dabei dämpften mäßige Verkaufspreiserhöhungen noch den Rückgang, die verkaufte Menge fiel insgesamt sogar um schätzungsweise 5,7 %. Das Auslandsgeschäft hingegen konnte die Verluste aus

dem Vorjahr wettmachen und wuchs um plus 2,9 %.

Für das Jahr 2021 erwartet das Deutsche Tiefkühlinstitut (dti) wieder eine Steigerung beim Absatz von Tiefkühlkost (TK). Der Pro-Kopf-Verbrauch von Tiefkühlprodukten in Deutschland wird bei etwa 46,1 kg liegen (Vorjahr: 44,8 kg). Grund für den Anstieg ist eine Stabilisierung des Einkaufs- und Konsumverhaltens im zweiten Corona-Jahr. Noch stärker wirkt sich die Normalisierung im Außer-Haus-Markt aus, der auch vielfach auf die Vorzüge der Tiefkühlung setzt.

Geschäftsverlauf

Die Corona-Pandemie wirkte sich im Berichtsjahr 2021 noch deutlich auf die Geschäftsaktivitäten des apetito AG Konzerns aus. Die Effekte in einzelnen Märkten waren im Jahresverlauf teils stark schwankend – positiv wie negativ. Insgesamt erreichte der apetito AG Konzern am Jahresende ein Umsatzplus, auch das operative Ergebnis lag leicht über Vorjahresniveau.



Plus

Der apetito AG Konzern erreichte am Jahresende einen Umsatzzuwachs

Konzernweit zeigten sich in den internationalen Gesellschaften vergleichbare Tendenzen: Die B2B-Märkte stabilisierten sich, die Umsatzentwicklung in den B2C-Märkten schwächte sich im Vergleich zum Vorjahr zwar ab, blieb aber positiv. Im Detail ergaben

sich folgende Effekte in den Konzerngesellschaften: Die apetito AG erreichte im deutschen Systemgeschäft wieder ein Umsatzplus. Die Care-Märkte verzeichneten Zuwachs, ebenso der Bereich Kitas und Schulen. Die Betriebsverpflegung dagegen notierte Corona-bedingt erneut Umsatzrückgänge.

Die britische Konzerngesellschaft apetito Ltd. verbesserte ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr abermals. Das Gleiche gilt für das noch junge amerikanische Geschäft. Der Umsatz der kanadischen Gesellschaft apetito HFS Ltd. ging leicht zurück. In den Niederlanden lagen die Erlöse der apetito B.V. leicht unter Vorjahresniveau. Das Joint Venture mit dem spanischen Cateringunternehmen ARCASA apetito konnte seine Umsatzerlöse erneut steigern.

Im Retailgeschäft erzielte die apetito convenience AG & Co. KG, die im Jahresverlauf veräußert wurde, im Berichtsjahr ein Umsatzplus, während die COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG einen leichten Umsatzrückgang verzeichnete.

Forschung und Entwicklung

Im zurückliegenden Geschäftsjahr hat der apetito AG Konzern insgesamt 2,2 Mio. € für Forschung und Entwicklung aufgewendet, um für die verschiedenen System- und Retailmärkte passende Produktkonzepte zu entwickeln und Serviceangebote dem aktuellen Bedarf anzupassen. So erweiterte COSTA sein Sortiment um trendgerechte, eiweißreiche Fischfertiggerichter. Im zweiten Jahr der Corona-Pandemie waren im Systemgeschäft vor allem Ideen gefragt, wie trotz umfassender Kontaktbeschränkungen die gezielte Kundenansprache möglich ist. Ein Umdenken war nötig in vielen Bereichen. So wurde im

Berichtsjahr die Kommunikation über die sozialen Medien verstärkt und neue digitale Kanäle wurden aufgebaut. Im deutschen Systemgeschäft wurden zielgruppengerechte Apps entwickelt. In Großbritannien und auch in Deutschland investierten die Konzerngesellschaften stark in die internen Datenanalysefähigkeiten, um Trends frühzeitig aufzunehmen und Angebote passgenau auf die individuellen Kundenbedürfnisse zuschneiden zu können. Im apetito AG Konzern wurden für den Ausbau der Digitalisierung im Berichtsjahr insgesamt rund 6,7 Mio. € aufgewendet. Der Umsatzanteil, der über digitale Tools erwirtschaftet wird, steigt insbesondere im B2B-Geschäft kontinuierlich an.

Das Bewusstsein für mehr Nachhaltigkeit hat sich im Berichtsjahr erneut verstärkt (siehe Seite 40–55). Mehr Nachhaltigkeit und eine verbesserte Auslieferqualität verspricht auch eine optimierte Tourenplanung, wie sie mit einer in Deutschland eingeführten Telematik gegeben ist.

Angehörige von Senioren erhalten dabei eine Bestätigung, dass das Menü beim Senior angeliefert wurde.

Business Development

Als Alternativen zum traditionellen Betriebsverpflegungsgeschäft in Deutschland hat die apetito AG verschiedene Angebotsformen entwickelt, die auf die Verpflegung für Mitarbeitende im Homeoffice setzen.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Geschäftsentwicklung apetito AG Konzern

Die wesentlichen finanziellen Leistungsindikatoren sind der Konzernumsatz und das operative Ergebnis, das als Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Sondereffekten definiert wird. Sondereffekte stellen unter anderem periodenfremde Erträge und Aufwendungen sowie sonstige Einmalaufwendungen ohne direkten Bezug zum operativen Geschäft dar.

| | 2021 | | 2020 | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | Mio. € | % | Mio. € | % |
| Umsatzerlöse | 760 | 100 | 792 | 100 |
| Bestandsveränderungen | -3 | 0 | 3 | 0 |
| Aktiviert Eigenleistungen | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Gesamtleistung | 758 | 100 | 796 | 100 |
| Materialaufwand | -297 | 39 | -323 | 41 |
| Rohrertrag | 461 | 61 | 473 | 59 |
| Personalaufwand | -200 | 26 | -202 | 25 |
| Abschreibungen | -36 | 5 | -36 | 5 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -173 | 23 | -178 | 22 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 12 | 2 | 7 | 1 |
| Operatives Ergebnis | 64 | 8 | 64 | 8 |
| Beteiligungsergebnis | -9 | 1 | 1 | 0 |
| Ertragssteuern | -15 | 2 | -15 | 2 |
| Konzernjahresüberschuss | 40 | 5 | 50 | 6 |

2 Bis einschließlich Juli 2021 inklusive der Umsätze von apetito convenience.

Ertragslage

Der apetito AG Konzern blickt grundsätzlich auf ein Jahr mit differenzierten Entwicklungen zurück. Folgende Darstellung der Gewinn- und Verlustrechnung nach betriebswirtschaftlichen Kriterien verdeutlicht die Entwicklung (siehe Tabelle 1).

Im August 2021 hat die apetito AG ihre Tochtergesellschaft apetito convenience AG & Co. KG an den Berliner Investor CMP verkauft. Der Verkauf erfolgte als Teil der Strategie des apetito AG Konzerns, sich stärker auf seine Kernkompetenzen zu konzentrieren: das internationale Systemgeschäft und die Endverbrauchermarkte COSTA.

Durch diese Änderung des Konsolidierungskreises werden im Folgenden in der Ertragslage die Ergebnisse der fortgeführten Geschäfte dargestellt und kommentiert (siehe Tabelle 2).

Umsatzentwicklung

Nach 632 Mio. € im vergangenen Geschäftsjahr stieg der Umsatz des apetito AG Konzerns in 2021 um rund

10% auf 699 Mio. € und liegt damit über unseren Erwartungen. Die jeweilige Umsatzentwicklung der operativ tätigen Gesellschaften verlief dabei im Vergleich zum Vorjahreszeitraum vor allem bedingt durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie sehr unterschiedlich. Während sich die B2C-Märkte positiv entwickelten, wurden die B2B-Märkte durch Lockdown-Maßnahmen negativ beeinflusst. Wechselkursbereinigt lag das Wachstum mit 7,0% über Vorjahr. Im zurückliegenden Geschäftsjahr wurden im apetito AG Konzern 65,8% des Umsatzes in Deutschland, 30,2% im EU-Ausland und 4,0% in Nordamerika erzielt.

Ergebnisentwicklung

Im Berichtsjahr wurde eine um 60 Mio. € gestiegene Gesamtleistung und ein um 36 Mio. € gesteigener Rohrertrag erzielt. Diese Entwicklung ist wesentlich auf die oben genannte Umsatzentwicklung zurückzuführen, da der Materialaufwand mit 36% der Gesamtleistung stabil war.

Der Personalaufwand erhöhte sich im Berichtsjahr von 179 Mio. € auf

191 Mio. €, was zu einer leichten prozentualen Steigerung von 27% auf 28% führte. In verschiedenen Konzerngesellschaften trug neben tarifbedingten Erhöhungen auch die Zahlung von Corona-Prämien bei.

Neben den bisher dargestellten Effekten sind insbesondere die Kosten für Frachten und Energie von Bedeutung. Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen ist vor allem auf solche mehrabsatzbedingten sonstigen Aufwendungen wie Transport, Lager- und Energiekosten zurückzuführen.

Das operative Ergebnis lag relativ und absolut über dem Vorjahr und entspricht damit unseren Erwartungen.

Die Ergebnisbeiträge aus dem britischen und deutschen Systemgeschäft und das Retailgeschäft COSTA Meeresspezialitäten GmbH & Co. KG sind seit Jahren deutlich positiv. Dagegen investiert der apetito AG Konzern in das nordamerikanische Geschäft.

Das Beteiligungsergebnis enthält die „at equity“-bilanzierte Beteiligung an der operativ tätigen ARCASA & apetito S.L., an der die apetito AG 50% der Anteile hält. Die Ergebnisbeiträge sind im Rahmen unserer Erwartungen, befinden sich allerdings noch auf niedrigem Niveau.

Weitere Gesellschaften, die „at equity“ in das Beteiligungsergebnis einfließen, sind die apetito Leasing GmbH sowie apetito kids & schools GmbH, an denen die apetito AG jeweils 50%, und die Eat clever UG (haftungsbeschränkt), an der die apetito AG 25% der Anteile hält.

Die Ergebnisse aus dem Abgang der apetito convenience AG & Co. KG sind ebenfalls im Beteiligungsergebnis dargestellt.

| | 2021 | | 2020 | |
|------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | Mio. € | % | Mio. € | % |
| Umsatzerlöse | 699 | 101 | 632 | 99 |
| Bestandsveränderungen | -5 | -1 | 3 | 1 |
| Aktiviert Eigenleistungen | 2 | 0 | 1 | 0 |
| Gesamtleistung | 696 | 100 | 636 | 100 |
| Materialaufwand | -254 | 36 | -230 | 36 |
| Rohrertrag | 442 | 64 | 406 | 64 |
| Personalaufwand | -191 | 28 | -179 | 27 |
| Abschreibungen | -35 | 5 | -33 | 5 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | -163 | 24 | -150 | 24 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 11 | 2 | 7 | 1 |
| Operatives Ergebnis | 64 | 9 | 51 | 9 |
| Beteiligungsergebnis | -9 | 1 | 1 | 0 |
| Ertragssteuern | -15 | 2 | -15 | 2 |
| Konzernjahresüberschuss | 40 | 6 | 37 | 7 |

3 Bis einschließlich Juli 2021 ohne die Umsätze von apetito convenience.

Der Ertragssteueraufwand liegt auf dem Vorjahresniveau.

Der Konzernjahresüberschuss erhöhte sich von 37 Mio. € auf 40 Mio. €. Insbesondere durch das geringere Beteiligungsergebnis.

Finanzlage

Die Finanzlage des Konzerns hat sich deutlich verbessert. Das Eigenkapital ist um 33 Mio. € auf nun 431 Mio. € (+8%) gestiegen. Dies führt gleichermaßen zu einer Erhöhung der Eigenkapitalquote von 73 % in 2020 auf 77 % in 2021.

Unser Ziel ist es, die für das Wachstum und Investitionen erforderlichen Mittel aus eigener Kraft zu erwirtschaften. Wie die folgenden Kennzahlen aus der Kapitalflussrechnung verdeutlichen, haben wir unsere Ziele erreicht (siehe Tabelle 3).

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit stieg im Vergleich zum Vorjahr wieder an. Dies folgte insbesondere aus der positiven Veränderung des Working Capital.

Die Auszahlungen für Investitionen lagen in 2021 bei 52 Mio. € und damit wieder auf „Normalniveau“ im Vergleich zum Vorjahr.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit betrifft im Wesentlichen die an Aktionäre ausgezahlte Dividende und die Tilgung der Leasingverbindlichkeiten aus IFRS 16.

Insgesamt lag der Zahlungsmittelbestand Ende 2021 mit 133 Mio. € um 42 Mio. € über dem Vorjahr.

Vermögenslage

Die Vermögensstruktur des Konzerns entwickelte sich im Vergleich zum Vorjahr wie in Tabelle 4 dargestellt.

3. Kapitalflussrechnung

| | 2021 | 2020 |
|---|------------|-----------|
| | Mio. € | Mio. € |
| Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit | 120 | 69 |
| Cashflow aus der Investitionstätigkeit | -52 | -38 |
| Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit | -26 | -21 |
| Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelbestandes | 42 | 10 |
| Finanzmittelbestand am Anfang des Geschäftsjahres | 90 | 81 |
| Finanzmittelbestand am Ende des Geschäftsjahres | 133 | 90 |

Die Bilanzsumme erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 16 Mio. € auf 564 Mio. €.



Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögensgegenstände betragen 44,9 Mio. €. Die Investitionssumme wurde im Wesentlichen aufgewandt für Ersatzinvestitionen. Das langfristig gebundene Vermögen erhöhte sich daher leicht um 6 Mio. €.

Das kurzfristig gebundene Vermögen blieb stabil bei 53 % der Bilanzsumme und ist im Berichtsjahr geprägt durch die Veränderungen der Vorräte von -18 Mio. € und den Anstieg der liquiden Mittel um 42 Mio. €.

Kapitalstruktur

Die Kapitalstruktur des Konzerns wird in der Tabelle 5 dargestellt.

Das langfristige Fremdkapital lag im Jahr 2021 mit 45 Mio. € rund 6 Mio. € unter dem Vorjahr, da Pensionsrückstellungen und Finanzschulden deutlich reduziert sind. Insbesondere der Rückgang der Pensionsrückstellungen steht im Zusammenhang mit dem Unternehmensverkauf von apetito convenience.

Das kurzfristige Fremdkapital liegt stabil auf dem Niveau des Vorjahres, wesentliche Position sind hier die Lieferantenverbindlichkeiten.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Im Berichtsjahr waren im Jahresdurchschnitt insgesamt 4.477 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Unternehmen des apetito AG Konzerns tätig (Vorjahr: 4.749). Davon arbeiteten 2.445 in Deutschland und 2.032 in den internationalen Gesellschaften. Der Rückgang ist begründet mit dem Verkauf der apetito convenience & Co. KG, in der Folge werden die dort beschäftigten Mitarbeitenden hier nicht mehr aufgeführt. Ohne diesen Effekt wäre die Anzahl der Beschäftigten leicht angestiegen.

In den deutschen Gesellschaften des apetito AG Konzerns sind anteilig rund 41 % Frauen und 59 % Männer

beschäftigt. Die Fluktuationsrate bei der apetito AG liegt mit 11,2 % über dem Vorjahr (8,8 %). Der Anteil an befristeten Arbeitsverträgen beträgt in der apetito AG rund 7 %.

Die traditionell lange durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in der apetito AG ist mit rund 13 Jahren weiter auf hohem Niveau. Das Durchschnittsalter liegt mit 44,1 Jahren leicht über dem Niveau der Vorjahre.

Im Fokus unserer Personalarbeit stand neben der Bewältigung der Pandemie und von deren Folgen der Ausbau unserer Recruiting- und Digitalisierungsaktivitäten. So konnten wir zur effektiveren Kandidatengewinnung eine Active-Sourcing-Strategie erfolgreich umsetzen und somit dem Fachkräftemangel insbesondere in Expertenfunktionen entgegenwirken.

Darüber hinaus wurden bei der apetito AG diverse Nachhaltigkeitsinitiativen umgesetzt – so erhielten wir erneut die Zertifizierungen „Fair Company“ und „Faire Ausbildung“. Die Personalarbeit wurde konzernweit stark durch die Corona-Pandemie beeinflusst, sodass das Krisenmanagement sowie die kontinuierliche Anpassung an veränderte Arbeitsbedingungen im Mittelpunkt standen.

4. Vermögensstruktur

| | 2021 | | 2020 | |
|--|------------|------------|------------|------------|
| | Mio. € | % | Mio. € | % |
| Langfristig gebundenes Vermögen | | | | |
| Goodwill | 4 | 1 | 4 | 1 |
| Immaterielle Vermögensgegenstände | 37 | 7 | 22 | 4 |
| Sachanlagen | 213 | 38 | 222 | 41 |
| Finanzanlagen | 6 | 1 | 6 | 1 |
| Latente Steuern | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Übrige langfristige Vermögenswerte | 5 | 1 | 4 | 1 |
| | 265 | 47 | 259 | 47 |
| Kurzfristig gebundenes Vermögen | | | | |
| Vorräte | 82 | 15 | 100 | 18 |
| Lieferforderungen | 61 | 11 | 70 | 13 |
| Übrige Forderungen und Abgrenzungen | 24 | 4 | 29 | 5 |
| Liquide Mittel | 132 | 23 | 90 | 17 |
| | 299 | 53 | 289 | 53 |
| Bilanzsumme | 564 | 100 | 548 | 100 |



Die Personalarbeit in den internationalen Gesellschaften fokussierte sich im Wesentlichen auf die Bewältigung der Pandemie und der Folgen daraus.

Die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Lockdown-Maßnahmen hatten im Berichtsjahr insbesondere für das Systemgeschäft der internationalen Konzerngesellschaften teils erhebliche Auswirkungen. Einige Bereiche waren nicht voll ausgelastet. Für diese Bereiche setzten die apetito AG und andere Business Units Kurzarbeit als sinnvolle Maßnahme ein. Kündigungen konnten dadurch vollständig vermieden werden.

Die vielfältigen Herausforderungen im zweiten Pandemie-Jahr 2021 zeigten in besonderer Weise die starke Unternehmenskultur bei apetito, die von einer ausgeprägten Solidarität und einer hohen Flexibilität der Mitarbeitenden gekennzeichnet war. Ob Hilfestellung bei Krankheitsausfällen, spontane Unterstützung bei besonderen Marketing-Maßnahmen, Neukundenstarts digital oder auch an einem Feiertag: In allen internationalen apetito Gesellschaften gab es zahlreiche Beispiele für die hohe Bereitschaft der Mitarbeitenden, in besonderen Situationen partnerschaftlich und agil zu handeln.

In den deutschen Gesellschaften des apetito AG Konzerns wurden im zurückliegenden Jahr 92 junge Menschen in zwölf verschiedenen Berufen ausgebildet. Das Ausbildungsangebot reichte von der Fachkraft für Lebensmitteltechnik über kaufmännische Berufe bis hin zum Fachinformatiker oder Berufskraftfahrer. Vorrangiges Ziel unserer Ausbildungsaktivitäten ist es, eigene Fachkräfte auszubilden und weiter zu beschäftigen.



92

junge Menschen wurden in 12 verschiedenen Berufen ausgebildet

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Die wesentlichen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zur internen Unternehmenssteuerung sind weiterhin die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit sowie Nachhaltigkeit.

Um eine größtmögliche Kundenzufriedenheit zu erzielen, besteht eine unserer wesentlichen Aufgaben als Verpflegungsspezialist darin, die passenden Produkte und Leistungen für unsere verschiedenen Kundengruppen bereitzustellen. Angesichts eines hohen Preisbewusstseins vor allem in den deutschen Märkten gehen wir hinsichtlich unseres Kostenmanagements sensibel vor.

Wir schätzen den intensiven Dialog mit unseren Kunden und nutzen dafür unterschiedlichste Kanäle. Im zweiten Pandemie-Jahr standen dabei erneut digitale Kanäle im Vordergrund. Gleichzeitig zeigte sich, dass die Kunden im internationalen Systemgeschäft dennoch Möglichkeiten des persönlichen Austausches suchten – immer unter klar geregelten

Corona-Hygienebedingungen. Digitale Seminar-Angebote wurden von den Kunden intensiv genutzt. Im deutschen Systemgeschäft führten wir im Berichtsjahr unter anderem über das Kundenportal „mein apetito“ erneut eine Kundenzufriedenheitsbefragung durch. Vor allem mit der Qualität, der Optik und dem Geschmack der Gerichte sind die Kunden sehr zufrieden. 95 % der Befragten würden apetito weiterempfehlen.



95%

würden laut einer Kundenbefragung apetito weiterempfehlen

Im Retailgeschäft steht schon länger die digitale Kommunikation mit Endverbrauchern im Vordergrund. COSTA nutzt in Deutschland dazu beispielsweise Kanäle wie Facebook, Instagram und YouTube und macht gute Erfahrungen. Bloggerkooperationen und Social Videos bieten weiteren Zugang zu den kulinarischen Welten der COSTA Meeresfrüchte und Fischspezialitäten. Die Kampagne „Genuss und Gesundheit“ wurde auf allen Kanälen fortgesetzt. In Frankreich agierte COSTA mit einer 360-Grad-Kommunikation, die von Influencern über POS-Aktionen bis hin zu TV-Kampagnen reichte. Die Kommunikationsaktivitäten in beiden Ländern erwiesen sich als nachweisbar erfolgreich: In einem zurückgehenden Markt konnte COSTA in Deutschland und in Frankreich seinen Marktanteil weiter ausbauen.

Nachhaltigkeit: Weiterentwicklung der Ziele in den Business Units

Als verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Familienunternehmen steht apetito für Verlässlichkeit und Kontinuität. Wir wachsen, sind profitabel und investieren in unsere Märkte und Standorte. Dabei richten wir unseren Blick verstärkt auf Mensch, Natur und Umwelt. apetito versteht langfristiges Nachhaltigkeitsengagement als Grundprinzip seines Handelns in allen Unternehmensbereichen. Die Verpflichtung zu ethischem und nachhaltigem Handeln ist integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Weitere Informationen zu unseren Zielen und Maßnahmen finden Sie auf den Seiten 40–55 den vollständigen Nachhaltigkeitsbericht orientiert am Standard der Global Reporting Initiative unter:

www.apetito.de/beste-qualität/nachhaltigkeit



2021 wurden die Standorte des apetito AG Konzerns von unabhängigen Stellen zertifiziert. In Rheine erfolgte die jährliche Überwachung des QM-Systems nach DIN EN ISO 9001. Das Lebensmittelsicherheitskonzept wurde in Rheine nach HACCP-Anforderungen zertifiziert. Die IFS-Zertifizierung für die Standorte Emden und Hilter erfolgte im Januar 2022. Darüber hinaus absolvierten wir MSC- und ASC-Zertifizierungen an den Standorten in Emden, Hilter und Rheine, ein Bio-Audit in Rheine, Emden und Hilter sowie eine RSPO-Zertifizierung in Emden, Hilter und Rheine mit Erfolg. Überprüft wurde hierbei der Einsatz von nachhaltig erzeugtem Palmöl nach den Grundsätzen des „Roundtable on Sustainable Palm Oil“.

Zertifizierungen nach „KAT-Ei“ und „QS-Fleisch“ an den Standorten Rheine und Hilter sowie nach dem BRC Global Standard for Food Safety und OHSAS 18001 im britischen Trowbridge komplettierten die Liste der internationalen Qualitätsprüfungen. Erneut belegten die positiven Prüfungsergebnisse das professionelle Qualitätsmanagement von apetito. Neu ist die Zertifizierung nach dem Fairtrade-Standard für das Sortiment in Rheine.

Am Standort Rheine lief ein Rezertifizierungsaudit ZNU (Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung an der Uni Witten/Herdecke) erfolgreich. Im Bereich Umweltmanagement erfolgte die Validierung nach EMAS III in Rheine sowie die jährliche Überwachung nach DIN EN ISO 14001 in Hilter, Emden und Trowbridge. Zudem wurde an den Standorten Hilter und Emden das Energiemanagementsystem gemäß DIN EN ISO 50001 auditiert.

Die Prüfer bescheinigten dem Unternehmen eine weitere Verbesserung der Qualitäts-, Umwelt- und Hygieneleistungen auf beispielhaftem gutem Niveau. Einzelne Verbesserungsvorschläge nahmen wir zum Anlass, noch anspruchsvollere Ziele zu definieren.

Bei den nichtfinanziellen Leistungsindikatoren haben wir unsere Ziele erreicht, indem wir das hohe Niveau der Vorjahre halten konnten.



Lieblingsgericht unseres Kunden

DRK LV Berliner Rotes Kreuz e. V.
Mein Lieblingsgericht von apetito ist die Rinderroulade „Hausfrauen Art“ in herzhafter Bratensoße mit Apfelrotkohl und Salzkartoffeln. Hier kann ich mich darauf verlassen, dass die Roulade immer zart und geschmackvoll ist.

Sven Baumgart
Teamleiter Menüservice

5. Kapitalstruktur

| | 2021 | | 2020 | |
|---------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| | Mio. € | % | Mio. € | % |
| Eigenkapital | | | | |
| Gezeichnetes Kapital | 8 | 1 | 8 | 1 |
| Ausgleichsposten Fremdwährung | -8 | -1 | -13 | -1 |
| Ausgleichsposten Pensionsrückstellung | -10 | -2 | -10 | -2 |
| Erwirtschaftetes Eigenkapital | 442 | 78 | 414 | 75 |
| | 432 | 77 | 399 | 73 |
| Langfristiges Fremdkapital | | | | |
| Rückstellungen für Pensionen | 20 | 4 | 29 | 5 |
| Finanzschulden | 17 | 1 | 16 | 3 |
| Latente Steuern | 7 | 1 | 5 | 1 |
| Sonstige langfristige Schulden | 1 | 0 | 1 | 0 |
| | 45 | 6 | 51 | 9 |
| Kurzfristiges Fremdkapital | | | | |
| Rückstellungen | 1 | 0 | 3 | 1 |
| Finanzschulden | 9 | 2 | 8 | 1 |
| Ertragssteuerverbindlichkeiten | 1 | 0 | 3 | 1 |
| Lieferantenverbindlichkeiten | 43 | 8 | 49 | 9 |
| Übrige kurzfristige Schulden | 32 | 7 | 34 | 6 |
| | 87 | 17 | 98 | 18 |
| Bilanzsumme | 564 | 100 | 548 | 100 |

Chancen- und Risikobericht

Die Chancen und Risiken werden in abnehmender Bedeutung angegeben.

Wesentliche Risiken

Für apetito als lebensmittelverarbeitender Konzern bestehen die größten Herausforderungen darin, die Qualität und Sicherheit der Produkte zu erhalten und weiter zu verbessern. Dies umfasst sowohl die Beschaffung als auch die Verarbeitung der Zutaten. Diesen Herausforderungen stellt sich der apetito AG Konzern mit einem umfassenden Qualitätsmanagementsystem, einem global agierenden Einkauf, einer starken Einbindung und Kontrolle der Lieferpartner sowie langfristigen Lieferpartnerschaften. Im Berichtsjahr 2021 wurde seitens des Risikomanagements eine konzernweite Inventuraufnahme aller Risiken inklusive deren Bewertung vorgenommen.

Die Corona-Pandemie stellte die internationalen Konzerngesellschaften auch im zweiten Pandemie-Jahr vor erhebliche Herausforderungen, denen wir mit unterschiedlichen Maßnahmen

begegneten. In Deutschland, Großbritannien und Kanada koordinierten Corona-Krisenteams weiterhin sämtliche Maßnahmen, Handlungsanweisungen und Kommunikation und waren die Ansprechpartner für alle Mitarbeitenden. Das Hauptaugenmerk aller Aktivitäten galt weiter dem Gesunderhalten der Beschäftigten und dem zuverlässigen Sicherstellen unserer Angebote und Serviceleistungen. Für relevante Bereiche existieren präventive Business-Continuity-Pläne, die bei Bedarf zeitnah greifen. Den engen Kontakt zu Behörden haben die Krisenteams aufrechterhalten. An allen internationalen Produktionsstandorten erfolgen umfassende Corona-Testungen, in Großbritannien setzte apetito UK diese im Rahmen einer Studie in Zusammenarbeit mit Regierungsbehörden um. Am Standort Rheine bot die apetito AG ihren Mitarbeitenden und den mit ihnen in einem Haushalt lebenden Angehörigen Impfungen an. Dies erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Betriebsarzt und stieß auf großes Interesse. Unser insgesamt auf maximale Vorsicht und Weitsicht ausgerichtetes Verhalten erwies sich als erfolgreich, sodass eine Verbreitung des Coronavirus in den Konzerngesellschaften bis heute auf sehr niedrigem Niveau gehalten werden konnte.

Zu den beschaffungsmarktbezogenen Risiken zählen für den apetito AG Konzern volatile Märkte mit teilweise schwankenden Rohwarenpreisen und -verfügbarkeiten. Hervorzuheben sind die Corona-bedingten Störungen in der Lieferkette sowie der Krieg in der Ukraine mit seinen Auswirkungen auf Energie- und Rohstoffpreise. Auch der Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest sowie die Auswirkungen der Dürre in Europa bleiben als Risiken bestehen. Das betrifft maßgeblich die Warengruppen Fleisch und Fisch, aber auch vermehrt Gemüse und Zutaten.

Zu den Markt- und Absatzrisiken führt der apetito AG Konzern regelmäßig ein Monitoring durch. Als flexibles und kundenorientiertes Unternehmen versetzen wir uns mithilfe von Marktforschung und einer ausgezeichneten Kundennähe in die Lage, zeitnah auf Marktanforderungen zu reagieren; durch eine breite Kundenbasis in diversifizierten Geschäftsfeldern ist die Gefahr von Abhängigkeiten eher gering. Den Preisdruck sowie gedeckelte Budgets bei öffentlichen und sozialen Einrichtungen bei gleichzeitig steigenden Preisen schätzen wir weiterhin als kritischen Faktor ein. Die Pandemie wird vor allem in unseren internationalen Systemmärkten zu dauerhaften Veränderungen führen, die teils nach neuen Lösungen verlangen.



Die bereits im Berichtsjahr deutlich sichtbare Verschiebung einiger Geschäftsmodelle hin zu einer dezentralen Abwicklung mit höheren Logistikanteilen (letzte Meile) wird sich auch in den kommenden Jahren fortsetzen. Dem begegnen wir im deutschen Systemgeschäft mit unserer mittelfristig ausgelegten Logistik-Strategie „Neue Wege“, mit der wir die Umstellung unseres Geschäftes über eine professionelle Logistikinfrastruktur sicherstellen wollen.

Die größte ausländische Tochtergesellschaft von apetito mit einer eigenen Produktionsstätte befindet sich in Großbritannien. Im Berichtsjahr sahen sich die britischen Kollegen erheblich mit der Bewältigung von aus dem Brexit resultierenden neuen Rechtsvorschriften konfrontiert. Das betraf insbesondere die wichtigen Lieferbeziehungen zu Irland. Auch wenn dieser Exportprozess mittlerweile weitgehend läuft, so gilt es, im laufenden Jahr weiter zu optimieren und Kosten zu minimieren. Um Wechselkursschwankungen so weit wie möglich zu dämpfen und die wirtschaftlichen Auswirkungen so gering wie möglich zu halten, besteht zwischen britischen und deutschen Kollegen seit Jahren ein regelmäßiger Austausch.

Zur finanziellen Steuerung des apetito AG Konzerns trägt der Bereich Treasury & Risk bei. Wesentliches Ziel der Steuerungsmaßnahmen ist die jederzeitige Sicherstellung einer ausreichenden Liquiditätsausstattung aller Konzernunternehmen über eine optimierte Liquiditätsplanung. In Bezug auf die Liquiditätslage bestanden 2021 keine Risiken. Allerdings wurden die Strafzinsen auf Geldanlagen durch die Banken aufgrund des anhaltenden niedrigen Zinsniveaus in der EU an die Anleger 1:1 weitergegeben.

Ausfallrisiken werden bei apetito als gering eingeschätzt. Durch ein straffes Debitorenmanagement und ein sehr straff organisiertes Mahnwesen konnten wir größere Zahlungsausfälle vermeiden. Insolvenzen blieben im großen Umfang bei Lieferanten und Kunden aus.

Den Wechselkursrisiken begegnen wir mit einer konservativen Absicherungsstrategie und einem aktiven Währungsmanagement, das zentral gesteuert wird und sich im abgelaufenen Geschäftsjahr vor dem Hintergrund deutlicher Währungsschwankungen bewährt hat. Zu den Maßnahmen zählen sowohl zusätzliche Grundgeschäfte,

um offene Währungspositionen zu vermindern bzw. zu schließen, als auch die üblichen Kurssicherungsinstrumente.

Trotz übersichtlicher Risiken arbeiten wir konsequent an der Weiterentwicklung unserer Controlling-Instrumente. Diese Instrumente haben sich besonders im zweiten Jahr der Corona-Pandemie sehr bewährt. Checks, Überwachungen und Limitvergaben führten dazu, dass es weiterhin keine wesentlichen Beeinträchtigungen für den apetito AG Konzern gab.

Im IT-Umfeld gewinnen Cyber-Risiken im Zusammenhang mit möglichen Hacker-Attacken zunehmend an Bedeutung. Es sind erhebliche Anstrengungen erforderlich, um diesen entgegenzuwirken.

Das Themenfeld Arbeitssicherheit haben wir im Berichtsjahr konsequent weiterentwickelt und forcieren den Arbeitsschutz insbesondere dadurch, dass wir unsere Mitarbeitenden für das sogenannte BBS (Behavior Based Safety), also die verhaltensbedingte Unfallprävention, sensibilisieren und qualifizieren.



Beim Thema Brandschutz arbeitet der apetito AG Konzern sehr eng mit einem Versicherungsmakler und den jeweiligen Brandversicherern zusammen, um auch weiterhin den Stand der Technik abzubilden. So wollen wir eine nachhaltige Absicherung des Unternehmens gewährleisten. Diesem Zweck dient auch die konzernweite Brandschutzrichtlinie. Eine mittel- und langfristig ausgelegte Investitionsplanung unterstützt das Brandschutzprogramm von apetito.

Die Beratungs- und Revisionsgesellschaft apetito assist & service GmbH unterstützte das Management der apetito Firmengruppe wie im Vorjahr bei der Beurteilung von unternehmensinternen Prozessen mit Fokus auf der effizienten Überprüfung und Weiterentwicklung unseres internen Kontrollsystems.

Die Corona-Pandemie birgt auch im laufenden Jahr Herausforderungen – sowohl für die internationalen Märkte der Gemeinschaftsverpflegung als

auch mit Blick auf die notwendigen neuen Zusammenarbeitsmodelle für die Mitarbeitenden in den Business Units. Die Corona-Pandemie hatte im Berichtsjahr nur sehr geringe Auswirkungen auf die Versorgungssicherheit unserer direkten Materialien. Die Situation verschärft sich allerdings deutlich durch den Krieg in der Ukraine mit seinen weltweiten Auswirkungen.

Wesentliche Chancen

In den Märkten der Individualverpflegung und im Retailgeschäft erwarten wir mit und nach Corona weiter positive Geschäftsentwicklungen, da sich das Bestreben nach sicherer und convenienter Ernährung, die die Angebote von apetito und COSTA bieten, vor allem im häuslichen Umfeld und bei Seniorinnen und Senioren weiter fortsetzen wird. Langfristiges Wachstumspotenzial sieht apetito weiterhin in dem Trend zur „alternden Gesellschaft“, was oft mit gesundheitlichen Einschränkungen der Senioren und einer steigenden Nachfrage nach spezifischen

Kostformen einhergeht. apetito verfügt über umfassendes Know-how zu solch spezifischen Ernährungsfragen und bietet so seinen Kunden einen echten Mehrwert – auch mit Blick auf eine hohe hygienische Sicherheit unserer Produkte und Angebotssysteme. Die Corona-Pandemie verstärkt diese Entwicklung noch. Der erfolgreiche Ausbau der Sortimente vor allem für die deutschen und britischen Care-Märkte zeigt das Potenzial, das diese Märkte sowohl im Hinblick auf die B2B-Märkte als auch auf die Direktbelieferung zu Hause lebender Senioren bieten. Wir erwarten, dass der Anteil an älteren Menschen in den kommenden Jahren weiter steigen wird. Demzufolge wird auch der Bedarf an Ernährungslösungen speziell für diese Zielgruppe weiter zunehmen.

In Deutschland bestehen Wachstumsperspektiven auch im Markt für Kindertagesstätten und Schulen. Mit neuen Sortimentsangeboten, zeitgemäßen Verpackungslösungen und auch mit unseren digitalen Vermarktungsangeboten sehen wir uns gut aufgestellt.

In Großbritannien und Kanada steht die Endkundenvermarktung für weiteres Wachstumspotenzial, da das Interesse daran in beiden Ländern weiter zunimmt. Unsere noch junge Gesellschaft in den USA ermöglicht uns weitere Wachstumsperspektiven im dortigen Kerngeschäft.

Gesamtbeurteilung der Risiko- und Chancensituation

Die Gesamtsituation der erläuterten Einzelrisiken stellt sich für den apetito AG Konzern durch das Risikomanagementsystem als transparent und steuerbar dar. Von den vorgenannten Risiken sind aktuell die Unwägbarkeiten der Corona-Pandemie sowie die Qualitätsrisiken und die Preissteigerungsrisiken im Bereich Beschaffung als am bedeutendsten einzustufen. Zudem gewinnen Cyber-Risiken im Zusammenhang mit möglichen Hacker-Attacken an Bedeutung. Zunehmend sind Anstrengungen erforderlich, diesen entgegenzuwirken.

Als relevanteste Chancen bewerten wir die demografischen Entwicklungen sowie die Möglichkeiten der Digitalisierung.

Prognosebericht

Trotz positiver Umsatzentwicklung lag die angestrebte positive Geschäftsentwicklung im Berichtsjahr unter den Erwartungen. Gründe dafür liegen erneut in den zwar für die Geschäftsfelder unterschiedlichen, in Summe jedoch gravierenden Auswirkungen der Corona-Pandemie.

Wir arbeiten an einem Update unserer Konzernstrategie, in der wir uns bis 2025 erneut ambitionierte Wachstums- und Ertragsziele setzen wollen. Die einzelnen Konzerngesellschaften haben dazu ihre jeweiligen Strategien Corona-bedingt angepasst. Um unsere Konzernstrategie umzusetzen, haben wir für die mittlere Zukunft weiterhin umfassende Investitionen geplant. Für das Geschäftsjahr 2022 streben wir eine positive Geschäftsentwicklung mit einem Wechselkursbereinigten Umsatzwachstum von etwa 7–8% an. Mit Blick auf das operative Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Sondereffekten wollen wir im Jahr 2022 – in Abhängigkeit von der Pandemieentwicklung – wieder anknüpfen an die Entwicklung der Vorjahre und dieses moderat steigern. Damit wollen wir unsere bestehende strategische Zielvorgabe – nachhaltig profitables Wachstum – weiter festigen. Allerdings sind Planungen aktuell noch immer unsicher und abhängig von den Rahmenbedingungen. Wir reagieren darauf mit einem konsequenten Monitoring der wesentlichen Parameter.

Das Coronavirus und insbesondere die erwartbare weitere Verbreitung von Virusvarianten birgt weiterhin Risiken insbesondere in unseren internationalen Gemeinschaftsverpflegungsmärkten. Die durch das

Coronavirus veränderten Arbeitswelten werden sich auch in Zukunft auf Verpflegungsbereiche auswirken und diese nachhaltig erneuern.

Unsere Lieferketten sehen wir durch die aktuellen Krisen stark betroffen. Die dadurch verursachten erheblichen Auswirkungen auf die Preisentwicklung für Energie und Rohstoffe sind aktuell noch nicht vollständig absehbar, wirken aber jetzt bereits nachhaltig.

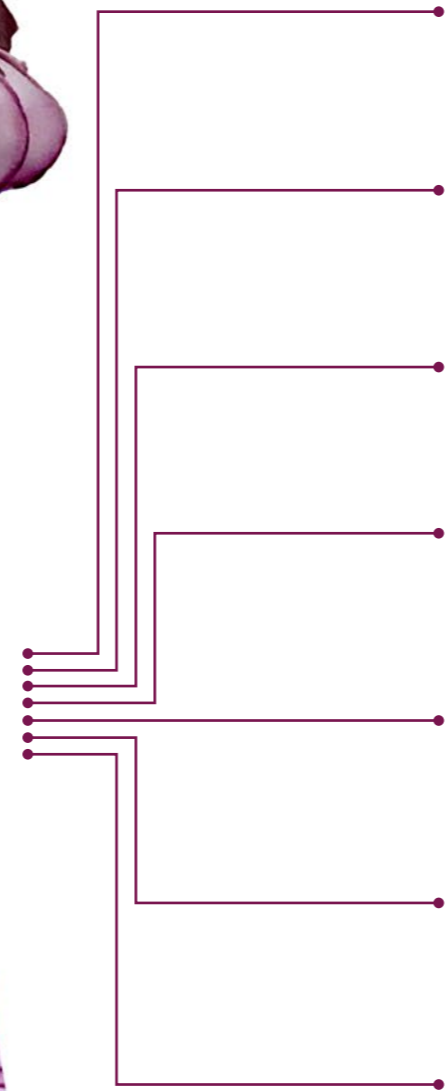
Ein hohes Vertrauen der Stakeholder in die Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit des Unternehmens ist Basis für eine langfristig erfolgreiche Zusammenarbeit. Themen rund um eine verantwortliche Unternehmensführung spielen dabei eine wesentliche Rolle. Unter anderem mit einem soliden Qualitätsmanagement, einem fundierten Nachhaltigkeitsengagement und einer breit aufgestellten Weiterentwicklung im Bereich Digitalisierung sehen wir uns dafür konzernweit gut aufgestellt.

Als verantwortungsbewusstes Familienunternehmen wird apetito seine Geschäftspolitik auch künftig langfristig ausrichten und zukunftsorientiert wachsen. Sowohl das Management als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen dazu bei, den gesellschaftlichen Auftrag von apetito zu realisieren – nämlich für Menschen in verschiedensten Lebenssituationen jeden Tag gutes Essen anzubieten. Dafür ist in allen Business Units des apetito AG Konzerns immer wieder ein „UMdenken“ erforderlich. Daran arbeiten wir gemeinsam im Team apetito.



Kompliziert und aufwendig?

Das ist nicht mehr angesagt. Im Catering-Bereich sind heute schlanke und vor allem schnelle (Gar-)Prozesse gefordert. Ein Wunsch, dem wir mit modernster Technik und der Umstrukturierung interner sowie effizienter Abläufe gerecht werden.



UMSTRUKTURIEREN

**Flexibel
durch
schwierige
Zeiten**



Mit **neuen Konzepten** und Ideen haben wir unseren Kundinnen und Kunden durch herausfordernde Zeiten geholfen.

In der Betriebsgastronomie, in der Verpflegung von Kliniken und Senioreneinrichtungen sowie der Schul- und Kitaverpflegung ist apetito catering als eines der führenden Cateringunternehmen in Deutschland zu Hause. Die Pandemie forcierte größere Veränderungen: Corona war ein Beschleuniger für neue flexiblere

Konzepte, angepasste Angebote und mehr Digitalisierung. Kontaktbeschränkungen in den Einrichtungen, vermehrtes Arbeiten aus dem Homeoffice und zeitweise Schließungen von Kitas und Schulen galt es mit der Ausrichtung des Caterings in Einklang zu bringen. Insgesamt scheut der Konzern nicht, die Corona-Krise auch als Chance zu begreifen und insgesamt auf Veränderungen im Markt zu reagieren. Unser Fokus liegt auf bedarfsgerechten Konzepten, die wir gemeinsam mit unseren Kunden entwickeln.



HomeLunch und

Lunch im Glas

Für Mitarbeitende, die statt im Betriebsrestaurant an ihrem Arbeitsplatz oder zu Hause im Homeoffice essen möchten, haben wir zwei Angebote entwickelt: HomeLunch und Lunch im Glas. Die HomeLunch-Tüte beinhaltet

alle Zutaten für ein Gericht für vier Personen zum Selberkochen. Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung hilft bei der Zubereitung. Mit Lunch im Glas gibt es das fertige Mittagessen für zu Hause – im Einmachglas. Gefüllt mit Porridge, Salat oder Suppe eine gute Alternative zur klassischen Stulle oder dem Gang zum Imbiss um die Ecke.



easy kitchen

Gefragt waren und sind vor allem einfache Prozesse – gerade in den Küchen von Senioreneinrichtungen und Kliniken. Personalknappheit, Quarantäne – nur zwei der Faktoren, die hierzu führten. Hier setzt unser Konzept „easy kitchen – Arbeiten leicht gemacht“ an. Durch digitale Bestellsysteme und Lösungen sowie neue Gerätschaften vor Ort bei unseren Kunden konnten wir den Personal- und Zeitaufwand erheblich reduzieren.

EASY kitchen



easy system

Mit unserem „easy system“ haben wir den gesamten Bestell- und Bezahlprozess auch innerhalb der Betriebsverpflegung digitalisiert. Von der Gastbestellung über die

Kassierung und Zahlungssysteme bis hin zur Feedbackmöglichkeit. So garantieren wir stabile, abgestimmte Prozesse, Transparenz und Nachvollziehbarkeit – und das kontaktlos und sicher.

EASY SYSTEM

genussraum

Das neue Bistro-Konzept ist unsere Antwort auf „New Work“, Home-office und veränderte Strukturen in der Betriebsgastronomie.

Mit „genussraum“ schafft apetito catering höchste Flexibilität und moderne Gastronomie als kostenoptimiertes Konzept – angepasst auf die Bedarfe und Räumlichkeiten bei den Kunden vor Ort – anstelle eines vollumfänglichen

Cateringangebots. Das Konzept umfasst ein Angebot von Frühstück, heißen und kalten Snacks über Lunch und Desserts bis hin zum Muffin oder Kuchen sowie Kaffee am Nachmittag – alles auch „to go“.

genussraum

Im Service sind wir Champion

apetito catering konnte auch 2021 auf ganzer Linie überzeugen.

Zum sechsten Mal in Folge ist apetito catering als Service-Champion ausgezeichnet worden. Wir sind damit auch im Jahr 2021 Gewinner der Branche „Contract-Caterer“ und belegen zudem einen Gold-Medaillengang im branchenübergreifenden Gesamt-ranking aller Unternehmen. Wir bei apetito catering lieben das, was wir tun. Wir freuen uns aber

umso mehr, wenn auch andere unseren Einsatz anerkennen.

Die Auszeichnung erfolgt durch die Kooperationspartner ServiceValue GmbH, durch die Goethe-Universität in Frankfurt am Main und DIE WELT. Sie haben mit den Service-Champions Deutschlands größtes Service-Ranking erstellt.



Mehr Handlungsspielraum



Mit der neuen Gesellschaft „**apetito catering education**“ stellen wir uns noch stärker auf die Bedürfnisse unserer jüngsten Zielgruppe ein.

In den vergangenen Jahren hat sich die Nachfrage nach professionellen und qualitativ wertigen Catering-Lösungen im Markt für Schulen und Kitas dynamisch entwickelt. Wir bei apetito catering haben uns mit den generellen Gegebenheiten und den individuellen Kundenwünschen intensiv auseinandergesetzt und sehen den Markt als einen der wesentlichen Catering-Zukunftsmärkte. Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir trotz der Corona-Situation ein Neuvertragsvolumen von 8 Mio. € abgeschlossen.

Wir wollen für unsere kleinen und großen Gäste an jedem Tag ein

8 Mio. €
Neuvertragsvolumen

attraktives und ausgewogenes Angebot servieren. Wir orientieren uns an den Wünschen unserer Kunden nach frisch zubereiteten Produkten, wo immer möglich aus regionalem Bezug in Bio-Qualität. Außerdem bieten uns die Vorgaben der

Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) Orientierung und eine Benchmark in Sachen gesunde Ernährung von Kindern und Jugendlichen.

Die Zwei-Marken-Strategie mit Menüpartner in Berlin und apetito catering education stärkt die Zielgruppendifferenzierung innerhalb des Marktsegments und sichert zugleich eine breite Marktabdeckung.

clever ESSEN

Zentral gekocht – vor Ort genießen

Mit einer **Kooperation mit dem Evangelischen Johanneswerk** konnten wir in 2021 neue Weichen im Bereich Senioren-Catering stellen.

apetito catering kooperiert bereits seit einigen Jahren mit dem Evangelischen Johanneswerk in Oerlinghausen. Inzwischen versorgt die Zentralküche der Johanneswerk Catering GmbH, unser Joint Venture, 30 von insgesamt 70 Altenhilfe-Einrichtungen in Ostwestfalen-Lippe. Gekocht wird zentral in einer ehemaligen Klinikküche in

Oerlinghausen. Diese wurde jetzt für 4,5 Mio. € um- und ausgebaut sowie an die Arbeitsabläufe angepasst.

Ende 2021 wurden in der Zentralküche täglich 2.500 Essen im Cook-and-Chill-Verfahren gekocht – künftig sollen es 5.000 Mahlzeiten werden. Vorteil der Zentralküche: Durch die Umstellung haben wir es auch geschafft, den Pflegekräften in den Häusern mehr Zeit für die Alltagsbegleitung zu ermöglichen.

Für den gesamten Bestell-, Koch- und Kommissionier-Prozess ist ein eigener Webshop mit dem Lebensmittel-Lieferanten entwickelt worden. Über diese Schnittstelle können die Einrichtungen einfach übers Internet die gewünschte Wochenbestellung aufgeben und Komponenten vorportionieren lassen.



Cook-and-Chill- Verfahren

Die gekochten Speisen werden innerhalb einer vorgeschriebenen Zeit auf 3 °C heruntergekühlt und für den Transport verpackt.



Quelle: Johanneswerk Catering GmbH

Auf dem Speiseplan stehen täglich zwei verschiedene Vollkostgerichte, ein vegetarisches sowie ein veganes Menü. Auch individuelle Angebote gibt es. Etwa wenn Bewohnerinnen und Bewohner eine ärztlich angeordnete Diät einhalten müssen.



Lieblingsgericht unseres Kunden

AWO-Einrichtung WuP Königsutter
Die Königsberger Klopse mit Kartoffeln sind das absolute Lieblingsgericht unserer Bewohner, Mitarbeitenden und von mir selbst. Das alte Rezept meiner Großmutter hat mir schon immer gut geschmeckt und passt zu jeder Jahreszeit.

Matthias Irmler
Betriebsleiter

Gewissenhaft handeln

Wir arbeiten jeden Tag daran, die Zukunft nachhaltig zu gestalten, Ressourcen zu schonen und den Fortbestand des Unternehmens langfristig zu sichern. Es liegt uns am Herzen, zusammen mit unseren Kunden nachhaltigere Konzepte in den Einrichtungen zu implementieren. Ein zentrales Beispiel ist zudem unser Umgang mit Abfall in Verbindung mit digitalen Lösungen.

Weitere Lebensmittelverluste reduzieren

Unser Ziel in Sachen Lebensmittelverschwendung: von Beginn an weniger Foodwaste durch genaue

Bedarfsprognosen und bessere Planung. Mit unserem Partner Delicious Data arbeiten wir mit Unterstützung von künstlicher Intelligenz daran, eine realistische Absatzprognose zu ermitteln. So können wir die Zutaten genauestens planen, berechnen und frühzeitig Lebensmittelverschwendung vermeiden. Durch die optimierte Planung konnten weitere 8 % Foodwaste eingespart werden. apetito catering produziert damit 60 % weniger Foodwaste als der Branchendurchschnitt. In 2022 wird die Software in weiteren 84 Betriebsrestaurants eingesetzt.

Essen ist ein Highlight des Tages

Andreas Oellerich, Geschäftsführer apetito catering Konzern, über Herausforderungen durch die Pandemie, neue Konzepte, neue Ideen und seine alte Liebe für Rouladen mit Klößen.



apetito catering
Konzern

Wie oft müssen Sie als Geschäftsführer von apetito catering Externen erklären, dass Catering nicht heißt: schicke Party, Champagner und Häppchen?

(lacht) Ständig. Vielen Menschen ist die Bandbreite von Catering nicht bewusst. Und wenn ihnen der Begriff etwas sagt, dann gehen sie davon aus, dass man Partys organisiert und Schnittchen reicht. Dass wir aber Vertrags-Caterer sind und dauerhaft definierte Leistungen für Unternehmen erbringen – das sagt den meisten nichts.

Und wie erklären Sie das dann in Kurzform?

Dass unser Catering ein sehr vielfältiges ist. In unserem Bereich Care, also beim Catering in Altenheimen, Pflegeeinrichtungen und Kliniken, beinhaltet unser Angebot zum Beispiel alles, was es in Sachen Verpflegung braucht. Für die Gäste dort haben wir eine ganz andere Funktion im Leben. In diesen Einrichtungen bereiten wir alle Mahlzeiten zu, die für die Bewohner in Pflegeheimen zum Beispiel eine äußerst wichtige Funktion haben. Das Essen ist

das Highlight des Tages, auf das sie sich freuen. Das ist für uns eine immense Verantwortung, der meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ich uns jeden Tag sehr bewusst sind.

Das klingt nach viel Verantwortung. Gibt es auch einen Bereich, bei dem das Essen weniger im Mittelpunkt steht?

Den gibt es. Bei der Arbeit mit und für Kinder. Wir nennen das intern immer unseren „Glücksmarkt“. Die Kinder in Kitas oder Schulen stürmen zum Mittagessen in den Speisesaal, haben superviel Spaß, essen mit großem Hunger und Appetit unsere Menüs – und sind zack zack auch wieder draußen. Das ist ein sehr schnelles und recht unkompliziertes Geschäft für uns.

Aber ist es nicht so, dass gerade im Bereich der Kita- oder Schulversorgung extrem viele Hürden genommen werden müssen und immer 100 Leute mitdiskutieren?

Auch das stimmt. Am Ende des Tages geht es auch hier – fast immer – um den Preis. Die Träger erwarten oft Bio-Kost, nach- und reichhaltig, köstlich und abwechslungsreich – zum Schnäppchenpreis. Das können und wollen wir aber nicht leisten. Eine qualitativ wertvolle und schmackhafte Mahlzeit hat ihren Preis, den wir bei apetito catering nicht unterschreiten können.

Also jeden Tag Nudeln mit Tomatensoße und Fischstäbchen?

(lacht) Nein, natürlich nicht. Der Mix macht's. Gemüse, Fisch, Fleisch. Aber eben auch mal eine typische Kindermahlzeit. Die Kleinen sollen es ja auch mögen und gern essen.

Die letzten Monate waren – getrieben durch die Corona-Pandemie – nach wie vor für alle sehr herausfordernd. Was hat sich in Ihrem Konzern verändert?

Wir haben sehr viel Energie in den Bereich IT gesteckt. Insbesondere Order-Prozesse verschlankt und digitalisiert. So haben wir zum Beispiel ein Programm entwickelt, bei dem Pflegekräfte in Seniorenheimen, im Zimmer der Bewohner, mit einem iPad unsere Menüs vorzeigen und direkt bestellen können. Die Bestellungen laufen dann bei uns in Echtzeit auf – eine echte Neuerung in dem Markt. Dadurch können wir ressourcenschonender produzieren, es wird weniger weggeworfen und die Pflegekraft kann – und das ist eine absolute Arbeitserleichterung – mit diesem iPad beim Bewohner dokumentieren, was er gegessen hat. Damit sind wir auch Dienstleister für die Medizin. Wir müssen

sehr genau dokumentieren und präzise arbeiten, um die Gesundheit der Menschen nicht zu gefährden.

Die letzten Jahre haben durch Corona viele Veränderungen mit sich gebracht. Deshalb lautet das Motto dieses Geschäftsberichtes „UMdenken“. Was hieß das für Ihren Bereich?

Von heute auf morgen waren alle Betriebsrestaurants geschlossen. Alle Menschen waren zu Hause. Alles brach uns weg. Das hat uns insgesamt vor unfassbare Herausforderungen gestellt. Wir mussten viele Kollegen – rund 3.000 von 7.000 – in Kurzarbeit schicken und uns neue Konzepte überlegen.

Neue Konzepte? Welche waren das?

Essen zum Mitnehmen. Zusammen im Betriebsrestaurant sitzen war ja nicht mehr möglich. Da mussten wir uns schnell etwas überlegen. „Lunch im Glas“ war eine der Ideen. Aber diese Ideen konnten den Wegbruch natürlich nicht kompensieren. Denn das Geschäft war ja von heute auf morgen in zwei Bereichen – Schulen & Kitas und Betriebsverpflegung – einfach nicht mehr vorhanden. Der Bereich Care war in dieser Zeit unsere große Stütze. Schließlich mussten die Menschen in Kliniken und Pflegeeinrichtungen weiterhin versorgt werden. Wenngleich auch daran ein paar Einschnitte zu sehen waren, weil die Bettenauslastung in Krankenhäusern bewusst reduziert wurde.

Gab es noch weitere Veränderungen, die durch die Pandemie beschleunigt wurden?

Ja, alles Digitale. Die Prozesse „Bestellen, Erfassen und Bezahlen“ – auch und gerade in den Betrieben. Fast überall können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Kunden in ihren Betriebsrestaurants nun digital vorbestellen und kontaktlos bezahlen. Mit Betriebsausweis, App, EC-Karte oder Handy.

Wird es das klassische Betriebsrestaurant nach Corona noch geben?

Ich glaube schon, nur in kleinerer Form. Das klassische Betriebsrestaurant, brechend voll, eng an eng, wird es wohl auch nach der Pandemie nicht mehr so geben. Weil einfach mehr Menschen zukünftig auch im Homeoffice sein werden und weniger vor Ort in der Firma. Da hat sich schon einiges verändert. Diesen neuen Bedürfnissen tragen wir mit unserem neuen Konzept „genussraum“ Rechnung.



Wir haben sehr viel Energie in den Bereich IT gesteckt. Insbesondere Order-Prozesse verschlankt und digitalisiert.

Andreas Oellerich
Geschäftsführer apetito catering Konzern

Was müssen wir uns darunter vorstellen?

Es wird zukünftig einen großen Markt für kleinere Lösungen geben, für vielleicht 100 Essen am Tag. Dafür haben wir „genussraum“ entwickelt. Das ist ein standardisiertes Gastronomie-Konzept auf hohem Niveau. Unsere Kunden können zwischen drei Größenklassen wählen. Von „S“, einer reinen Kaffee-Lösung mit Gebäck und Kuchen, bis „XL“, einer Lösung mit Frühstück, Brötchen und Sandwiches, Kaffee und Kuchen, aber auch Mittagessen. Da gibt es dann Bowls und Ramen und zusätzlich ein warmes Gericht. Und das Gute für die Kunden: Es kann auch branchenfremdes Personal in diesen Bereichen beschäftigt werden. Denn wir wissen um die Knappheit von hoch qualifiziertem gastronomischen Personal.

Wie ist 2021 für Ihren Bereich wirtschaftlich gelaufen?

Soweit zufriedenstellend. Auch wenn es schwierig war. Dafür bin ich sehr dankbar. Dafür möchte ich gerne auch mal Danke sagen an all unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und an unsere Kunden.

Sie kennen ja das Haus apetito sehr gut. Ihren Bereich und die apetito AG. Haben Sie Gerichte, bei denen Sie selbst nicht widerstehen können und gerne zugreifen?

In meinem Bereich, im Catering, gibt es in den Betriebsrestaurants immer wieder sogenannte „Themenwochen“. Wie im Sommer zum Beispiel die Spargel-Aktionen. Da esse ich sehr gerne mit. Wenn ich zur apetito AG rüberschaue, und wir setzen gerade im Bereich Care sehr gerne deren

tiefgekühlte Menüs ein, weil es sehr gute Produkte sind, sind die traditionellen Rouladen eines meiner absoluten Highlights. Da gibt es verschiedene Varianten – ich liebe die mit Speck und Senf gefüllten. Dazu Rotkohl und Klöße – ein Traum.

Können Sie abschließend noch etwas zur Strategie von apetito catering für das neue Geschäftsjahr sagen?

Nachhaltigkeit ist und bleibt unser ganz großes Thema. Wir wollen Lebensmittelreste und Verpackung vermeiden und Produktionsprozesse so verändern, dass wir und unsere Kunden noch ressourcenschonender arbeiten können. Und damit unsere Umwelt schonen. Ansonsten wollen wir weiterhin in unseren drei Marktsegmenten tätig sein. Auch in der Betriebsverpflegung. Trotz Corona. Wir wollen in allen Segmenten Gas geben. Wir sind der Marktführer im Bereich Senioren, wir sind der Marktführer im Bereich Kindertagesstätten und Schulen und wollen diesen Zweig auch noch weiter ausbauen. Für uns ist „Easy“ das wichtigste Stichwort. Das heißt, Arbeitsprozesse für alle Beteiligten zu verschlanken. Durch moderne Technik und andere Hilfsmittel. Wir wollen zukünftig immer als der Caterer wahrgenommen werden, der die Dinge einfach – also easy –, aber gut macht.

Vielen Dank für das Gespräch.

apetito catering

Konzernlagebericht 2021

Hinweis: Der vorliegende Lagebericht enthält die wesentlichen Auszüge aus dem Gesamtlagebericht und dem Anhang, die von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft testiert wurden.

Grundlagen des Konzerns

Die Basis der Geschäftstätigkeit des apetito catering Konzerns bilden Catering-Dienstleistungen in Seniorenheimen und Kliniken, Betriebsgastronomie sowie Kindertagesstätten und Schulen. apetito gehört zu den Top-3-Cateringunternehmen in Deutschland. Ergänzend erbringen wir infrastrukturelle Dienstleistungen, wie Unterhaltsreinigung, Hausmeisterdienste und Personaldienstleistungen, für unsere Catering-Kunden.



Wirtschaftsbericht

Geschäftsverlauf

Catering-Dienstleistungen

Im Geschäftsbereich Business & Industries wurde im Geschäftsjahr

2021 aufgrund der im Vorjahr normal verlaufenden Monate Januar und Februar – also vor Ausbruch der Pandemie – nochmals ein Umsatzrückgang von gut 8 Mio. € verzeichnet. In Summe sind die Umsätze des Geschäftsbereichs seit Ausbruch der Pandemie um 31 % zurückgegangen. In den letzten drei Quartalen 2021 stiegen die Erlöse im Vergleich zum Vorjahres-Vergleichszeitraum, der ebenfalls durch die Pandemie negativ beeinflusst war, aber wieder leicht an. Unsere innovativen Verpflegungskonzepte „HomeLunch“ und „Lunch im Glas“ sowie das „genussraum“-Konzept und die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer digitalen Bestell- und Bezahlmöglichkeiten per App haben einen weiteren Rückgang der Verkaufserlöse verhindert.

Im Geschäftsbereich Care (Seniorenheime und Kliniken) haben wir die Trendumkehr geschafft und konnten ein Umsatzplus von 1,5 % erzielen. Bei den Kliniken konnten wir unsere Stellung im Markt behaupten. Die Auswirkungen der Pandemie wurden weiter durch einen guten Zuwachs bei Senioreneinrichtungen abgefedert. In diesem Segment konnten wir unsere Marktführerschaft in Deutschland weiter ausbauen.

Der Umsatz im Geschäftsbereich Schulen und Kindertagesstätten litt weiter deutlich unter der Pandemie. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Umsatzerlöse aufgrund weniger ausgeprägter Schließungen aber wieder um knapp 5 Mio. € bzw. 10 % an. Im Vergleich zum Vorkrisenniveau haben wir in 2021

knapp 9 Mio. € oder 15 % an Umsatz eingebüßt. Trotzdem haben wir in diesem Geschäftsbereich zum ersten Mal die Marktführerschaft erreicht.

Infrastrukturelle Dienstleistungen

Die infrastrukturellen Dienstleistungen werden im Wesentlichen im Geschäftsbereich Care erbracht. Die Umsatzentwicklung war im Geschäftsjahr negativ vor dem Hintergrund der im Vorjahr stärker ausgeprägten pandemiebedingten zusätzlichen Erlöse. Die vor drei Jahren begonnene Ergänzung unseres Leistungsportfolios um haushaltsnahe Dienstleistungen wird in den nächsten Jahren erheblich dazu beitragen, unsere Marktführerschaft beim Catering im Segment Seniorenheime weiter auszubauen.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Ertragslage

Im Geschäftsjahr 2021 wurde ein Konzernumsatz von 189,2 Mio. € erzielt. Der nochmalige Rückgang um 2 % gegenüber Vorjahr war überwiegend auf den Ganzjahreseffekt der Corona-Pandemie zurückzuführen. Im Vorjahr waren die Monate Januar und Februar noch nicht von der Pandemie beeinflusst. Mit zufriedenstellender Neukundenakquise und weiterhin geringer Anzahl von Kündigungen konnten die Auswirkungen der Pandemie abgemildert werden.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde ein zufriedenstellender

Konzernjahresüberschuss über dem des Vorjahres erwirtschaftet. Das Ergebnis liegt aufgrund der Pandemie noch hinter den ursprünglich geplanten Zielen. Die Umsatzrendite vor Steuern und Zinsen lag aber im abgelaufenen Geschäftsjahr auf Konzernebene deutlich über dem Vorjahres-Vergleichswert und damit wieder auf dem Niveau des Vorkrisenjahres 2019.

Chancen- und Risikobericht

Wesentliche Risiken

Wir verfolgen unabhängig von der aktuellen Pandemie weiter unsere solide Wachstumsstrategie, die auf die Erzielung nachhaltiger und stabiler Erträge ausgerichtet ist.

Die entwickelten Tools unseres Risikomanagements unterstützen diesen Ansatz und werden laufend verfeinert bzw. den Erfordernissen angepasst. Auf betrieblicher Ebene werden die Standardisierungs- und Optimierungsprozesse weitergeführt.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgte für apetito catering turnusmäßig wieder eine Aktualisierung unseres Risikoportfolios.

Für den Konzern bestehen signifikante Risiken in der Qualität und Sicherheit unserer Speisen und Dienstleistungen. Qualitätsmängel in den von uns bewirtschafteten Betrieben könnten zu erheblichen Reputationsverlusten führen. Diese Risiken umfassen sowohl die Beschaffung als auch die Verarbeitung der eingesetzten Lebensmittel. Wir begegnen diesen Risiken mit einem umfassenden Qualitätsmanagementsystem und einem weitgehend standardisierten und zentralisierten Einkauf.

Die Auswirkungen des Ukraine-Kriegs auf unser Geschäft lassen sich zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht verlässlich abschätzen. Unser Geschäft könnte zum Beispiel durch aus den Wirtschaftssanktionen resultierenden konjunkturellen Risiken – insbesondere durch stark steigende Wareneinsatzkosten oder die Verknappung von Rohstoffen – beeinträchtigt werden.

Marktseitig besteht das Risiko, dass konjunkturelle Schwankungen bei Kunden unser Geschäft als Dienstleister mittelbar beeinträchtigen. Diesem Risiko begegnen wir zum einen durch unsere breite Aufstellung mit den Geschäftsbereichen Betriebsgastronomie, Care sowie Schulen und Kindertagesstätten, zum anderen durch die Ausweitung unseres Dienstleistungsportfolios der haushaltsnahen Dienstleistungen.

In der Betriebsgastronomie führt die nachlassende Bereitschaft, Betriebsrestaurants zu bezuschussen, zu einer zunehmenden Verlagerung wirtschaftlicher Risiken auf uns als Dienstleister. Diesem Risiko begegnen wir zum einen durch weitere Digitalisierung und Standardisierung unserer kaufmännischen Prozesse, zum anderen durch verschiedene Konzepte für bewusste und gesunde Ernährung. Die pandemiebedingten Homeoffice-Regelungen werden zumindest in Teilen langfristig bleiben, was zu sinkenden Gastzahlen in der Betriebsverpflegung führen wird.

Die Beschaffung und Bindung von Mitarbeitenden werden den Cateringmarkt mit steigender Relevanz bestimmen. Daher stehen interne Qualifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Investitionen in Aus- und Weiterbildung, Schulungs- und Qualifizierungskonzepte sowie der Aufbau eines Employer-Brandings im Fokus, um den Bedarf an Fach- und

Führungskräften langfristig zu sichern.

Die Beratungs- und Revisionsgesellschaft apetito assist & service GmbH unterstützte die Geschäftsführung von apetito catering bei der Beurteilung von unternehmensinternen Prozessen mit Fokus auf der effizienten Überprüfung und Weiterentwicklung unseres internen Kontrollsystems. Zudem prüft die interne Revision alle als kritisch definierten Geschäftsprozesse vor Ort in den Betrieben.

Weitere wesentliche Risiken in der zukünftigen Entwicklung sehen wir mit Ausnahme der Corona-Pandemie und von deren wirtschaftlichen Auswirkungen nicht.

Wesentliche Chancen

Der deutsche Cateringmarkt steht vor einem Wandel. Die Corona-Pandemie hat besonders die Betriebsverpflegung verändert. Der Markt erfordert neue Lösungen und Konzepte, die dem wachsenden Interesse an flexiblen Arbeitsplatzmodellen und Jobsharing gerecht werden. Wir sehen uns hier besonders gut aufgestellt und reagieren mit Homeoffice- und Bistrokonzerten sowie digitalen Ideen auf die Anforderungen im Markt.

Wachstumspotenzial sehen wir weiterhin für den Geschäftsbereich Seniorenverpflegung. So wird der Bau von neuen Senioreneinrichtungen deutlich forciert. Änderungen im Pflegegesetz sowie die Zuspitzung des Fachkräftemangels im Pflegebereich stellen viele Einrichtungen vor große Herausforderungen. In der Corona-Pandemie werden von uns als Dienstleister flexible und individuelle Lösungen gefordert, um die Pflegekräfte zu entlasten. Zudem gewinnt das Thema Care Consult an Bedeutung. Auch in Eigenregie-Einrichtungen werden Leitungspositionen

in der Hauswirtschaft zunehmend abgebaut oder mit weniger qualifiziertem Personal nachbesetzt. apetito catering unterstützt diese Kunden mit jahrelang praxiserprobter Fachexpertise in der effektiven Prozessgestaltung der Hauswirtschaft. Im Care-Markt verschärft die Impfpflicht für Mitarbeitende die Personalsituation.

Unabhängig von der Pandemie ist die Nachfrage nach einer professionellen und qualitativ hochwertigen Cateringlösung im Education-Markt (Schulen und Kindertagesstätten) steigend. Vor dem Hintergrund der Marktgegebenheiten und -anforderungen sowie der Entwicklungsfelder im Markt wurde der Bereich Education in 2021 in ein neues Tochterunternehmen ausgegliedert und agiert seitdem als eigenständige Organisation.

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Relevanz. Mit unserem Warenwirtschaftssystem und in Kooperation mit unserem Partnerunternehmen Delicious Data ist apetito catering in der Lage, sehr genaue Absatzprognosen zu berechnen und schon heute belastbare Daten hinsichtlich Foodwaste-, Wasser- sowie CO₂-Einsparungen zu generieren. Der Bereich Nachhaltigkeit wird weiter fokussiert und ausgebaut.

Prognosebericht

Die Geschäftsentwicklung lag im Berichtsjahr pandemiebedingt unter unseren Erwartungen. Unter den gegebenen Voraussetzungen sind wir mit der Umsatz- und insbesondere Ergebnissituation jedoch sehr zufrieden.

In unserer Strategie hatten wir uns ambitionierte Wachstums- und Ertragsziele gesetzt. Die einzelnen Geschäftsbereiche und Segmente haben dazu jeweils eigene Strategien und Maßnahmen entwickelt. Für das Geschäftsjahr 2022 streben wir eine positive Geschäftsentwicklung an mit einem Umsatzwachstum von 24 %. Dabei gehen wir von anziehenden Wareneinsatzkosten und – stärker als in den Vorjahren – steigenden Personalkosten aus. Das Jahresergebnis soll über dem Niveau des abgelaufenen Geschäftsjahres liegen.



Die Auswirkungen der Corona-Pandemie werden auch in 2022 noch in unserem Geschäftsbetrieb zu spüren sein. Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Pandemie auf den Konzern wurden in der Planung für 2022 berücksichtigt. Wir gehen Stand heute von einem deutlich positiven Konzernjahresergebnis 2022 aus.

Ein hohes Vertrauen der Stakeholder in die Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit des Unternehmens ist Basis für eine langfristig erfolgreiche Zusammenarbeit. Themen rund um eine verantwortliche Unternehmensführung spielen dabei eine wesentliche Rolle. Unter anderem mit einem soliden Qualitätsmanagement und einem fundierten Nachhaltigkeitsengagement sehen wir uns dafür gut aufgestellt.

Als verantwortungsbewusstes Familienunternehmen wird apetito catering seine Geschäftspolitik auch künftig langfristig ausrichten und zukunftsorientiert wachsen. Sowohl das Management als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen mit kreativen Ideen und viel Engagement zur Erreichung unserer Ziele bei.

STICHWORTVERZEICHNIS

A

apetito AG Konzern
Seite 8–67

apetito catering Konzern
Seite 68–78

apetito Firmengruppe
Seite 3–7

Aufsichtsrat
Seite 8–10, 12–13

B
Business & Industries
Seite 23–27, 69–70, 72

C
Care
Seite 15–17, 20–21, 37–39, 70, 72

COSTA
Seite 29–31

D

Digitalisierung
Seite 16, 26–27, 35–39

G

Geschäftsführung
apetito catering Konzern
Seite 73–75

I

Individualverpflegung
Seite 15–16, 38

K

Kids & Schools
Seite 15, 18–19, 38, 71

L

Lagebericht apetito AG Konzern
Seite 56–67

Lagebericht apetito catering Konzern
Seite 76–78

Leitmotiv UMDenken
Umschlag, Seite 8, 11–12, 14, 22, 28, 34, 40, 68

M

#mywork
Seite 26

N

Nachhaltigkeit
Seite 31–33, 41–55, 72

P

Produktverantwortung
Seite 31–33

S

Standorte
Seite 4–5, 20–21, 39

Systemgeschäft

Seite 15, 17, 18–19, 20–21, 23–27, 31–33

U

Umweltmanagement
Seite 50–51, 63

V

Vorstand apetito AG Konzern
Seite 8–11

Z

Zertifizierungen
Seite 18, 42, 47–52, 61, 63

IMPRESSUM

Herausgeber
apetito
Bonifatiusstraße 305
48432 Rheine

Tel.: 0 59 71 / 799-0
E-Mail: presse@apetito.de
www.apetito.de

facebook.com/apetitoag
xing.com/pages/apetitoag
de.linkedin.com/company/apetito
twitter.com/apetitoag

Konzept, Design, Satz und Redaktion
IR-ONE AG & Co.
Schauenburgerstraße 42–44
20095 Hamburg
www.ir-one.de

Bildnachweis
apetito Bildarchiv

Bilder Geschäftsführung
Nico Söldner (Seite 8, 12 und 73)

Bild-Collagen: Cover + Seiten 14, 22, 34, 40 und 68
©Adobe Stock/sasazawa; ©Adobe Stock/Kai Zimmermann; ©Adobe Stock/dule964; ©Adobe Stock/sveta_zarzamora; ©Adobe Stock/bojsha; ©Adobe Stock/happy_lark; ©Adobe Stock/gitusik; ©Adobe Stock/Africa Studio; ©Adobe Stock/LIGHTFIELD STUDIOS; ©Image Source/F1online

Weitere Stock-Motive
Seite 4: ©Adobe Stock/vaaseenaa; Seite 23: ©shutterstock/Viktoriiia Hnatiuk; Seite 37: ©Adobe Stock/Andrey Popov; Seite 46/47: ©Adobe Stock/yanadjan; Seite 49: ©Adobe Stock/Media Lens King

Hinweis
Aus Gründen der Lesbarkeit haben wir nicht an allen Stellen alle Geschlechter (m / w / d) verwendet. Wir möchten ausdrücklich darauf hinweisen, dass wir zu jeder Zeit alle Geschlechter ansprechen und Menschen jeden Geschlechts gemeint sind.



Art.-Nr. 61808-19-2022-He-0,75



apetito
Bonifatiusstraße 305
48432 Rheine
Tel.: 0 59 71 / 799-0
E-Mail: presse@apetito.de
www.apetito.de

facebook.com/apetitoag
xing.com/pages/apetitoag
linkedin.com/company/apetito
twitter.com/apetitoag

apetito