DIE FRESH CSR *Agenda*

NOVEMBER 2019

EINLEITUNG

Seit der Eröffnung unseres ersten US-Restaurants im Jahr 1965 sind wir zu einem globalen Unternehmen herangewachsen. Heute sind wir durch ein Netzwerk von Restaurants in ganz Europa vertreten, das Teil des größten Franchise-Unternehmens der Welt ist.

Trotz unserer Größe und Reichweite sind wir ein Unternehmen, das in den Gemeinden verwurzelt ist und das von lokalen Unternehmern geführt wird. Diese wiederum beschäftigen lokale Mitarbeiter und bieten nahrhafte Mahlzeiten und leckere Snacks zu erschwinglichen Preisen an. Gemeinschaft ist einer der wichtigsten Werte im Herzen unserer Marke, daher wissen wir, dass Fortschritt und Erfolg auch zunehmende Verantwortung mit sich bringen. Wir wollen ein verantwortungsbewusstes Unternehmen sein, das die Werte und Wünsche unserer Gäste respektiert und dazu beiträgt, ihr Leben besser zu machen.

Die europäischen Konsumenten informieren sich mehr denn je, ob sich ein Unternehmen verantwortungsbewusst verhält, bevor sie dort einkaufen oder es mit ihrer Treue belohnen. Sie wollen, dass Unternehmen so handeln, dass es gut für sie, besser für die Umwelt und wertvoll für die Gesellschaft ist. Deshalb sind wir der festen Überzeugung, dass es an der Zeit ist, unsere Corporate Social Responsibility (CSR)-Agenda aufzufrischen, klar zu machen, wofür wir stehen und aktiv über unsere Arbeit zu sprechen.

Die CSR-Agenda der Marke Subway® ist breit angelegt und umfasst eine Reihe von Themen, Herausforderungen und Chancen. Unser Ansatz dabei basiert auf drei Säulen:

- Gäste verantwortungsvoll bedienen
- Verantwortungsvoller Einkauf
- Unterstützung der Gemeinschaft

Unsere Aktivitäten rund um diese Säulen richten sich nach den Interessen und Erwartungen der Subway® Gäste. Sie unterstützen unsere Geschäftsstrategie und spiegeln die Bereiche wider, in denen wir als führende Marke für Schnellrestaurants in ganz Europa positive Maßnahmen ergreifen können.

In unserer neuen CSR-Agenda haben wir unsere Prioritäten festgelegt. Diese werden durch Richtlinien und Programme untermauert, die unseren Fortschritt steuern sollen. Dieser wird durch die Arbeit unserer Mitarbeiter, Franchisenehmer und Sandwich Artists, in enger Partnerschaft mit Gästen und Lieferanten ermöglicht.

Justin Goes
Regional Director Europe
Subway International BV

Marc van der Lee
Regional PR & CSR Director Europe
Subway International BV

DIE SUBWAY® FRESH CSR AGENDA

Gäste verantwortungsvoll bedienen

UNTERSTÜTZUNG DIVERSER ERNÄHRUNGS-WEISEN

KONSTANTE STEIGERUNG DER LEBENSMITTEL-QUALITÄT

VERANTWORTUNG IM MARKETING

MINIMIERUNG VON VERPACKUNGEN

REDUKTION VON EINWEG-PLASTIK

REDUKTION VON LEBENSMITTEL-ABFÄLLEN

REDUKTION VON CO2 EMISSIONEN

Verantwortungsvoller Einkauf

KONSTANTE STEIGERUNG VON LIEFERANTEN-STANDARDS

SICHERSTELLUNG DER LEBENSMITTEL-QUALITÄT

ERHALTUNG NACHHALTIGER FISCHBESTÄNDE

SCHUTZ UNSERER WÄLDER

VERANTWOR-TUNGSVOLLER UMGANG MIT PESTIZIDEN

SICHERUNG DES TIER-SCHUTZES

Unterstützung der Gemeinschaft

UNTERSTÜTZUNG VON WOHLSTAND

FÖRDERUNG VON GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

UNTERSTÜTZUNG VON GEMEINNÜTZIGEN AKTIONEN

SCHUTZ DER ARBEITNEHMER

1. GÄSTE VERANTWORTUNGSVOLL BEDIENEN

Wir wissen, dass unsere Gäste wollen, dass Subway® Produkte und Prozesse so gestaltet, dass es gut für sie, besser für die Umwelt und wertvoll für die Gesellschaft ist.

UNTERSTÜTZUNG DIVERSER ERNÄHRUNGSWEISEN

Ein breites Angebot an Zutaten und Produkten, abgestimmt auf die Bedürfnisse und Wünsche unserer Gäste, ist essentiell für die Marke Subway®. Neben der Optimierung des Nährwertprofils bestehender Produkte durch verstärkten Einsatz von Vollkorngetreide, Gemüse und mageren Proteinen, arbeiten wir auch stetig an unserem Angebot an besonders nahrhaften Produkten. Dies ist die Fortsetzung einer Reise, die wir mit unserer Gründung begonnen haben.

Unser Ziel ist es, eine Vielzahl von leckeren Subs, Wraps und Salaten anzubieten, die eine verantwortungsbewusste Menge an Kalorien haben. Alle unsere Restaurants bieten eine Auswahl an besonders fettarmen Subs an. Zudem hat jeder Gast bei Subway® die Möglichkeit, das eigene Sandwich angepasst an die eigenen Bedürfnisse zusammenzustellen – etwa mit einer Extraportion Salat und einem sparsamen Umgang mit Soßen.

Wir sind uns bewusst, wie wichtig es ist, Kindern eine ausgewogene Mahlzeit anzubieten, die eine Vielzahl von Lebensmittelgruppen umfasst. Aus diesem Grund wurden unsere Subway® Kindermahlzeiten so entwickelt, dass sie den Ernährungsrichtlinien der meisten europäischen Länder entsprechen.

Die Marke Subway® setzt sich dafür ein, Gäste voll und ganz über die Präsenz der 14 regulierten Allergene in unseren Produkten aufzuklären und zu informieren. Wir arbeiten zudem eng mit unseren Lieferanten zusammen, um ihre Erzeugungsprozesse bewerten zu können. So können wir sicherstellen, dass alle Gesetze zu Allergenen zu jeder Zeit eingehalten werden und unseren Gästen die richtigen Informationen zur Verfügung stehen.

KONSTANTE STEIGERUNG DER LEBENSMITTELQUALITÄT

Auf Basis der Richtlinien der Weltgesundheitsorganisation (WHO), verstehen wir die potenziell positiven gesundheitlichen Auswirkungen davon, den Natriumkonsum zu senken. Dahingehend sind wir bestrebt, das richtige Gleichgewicht zwischen Natrium und Geschmack in unseren europaweit angebotenen Produkten zu finden.

Unsere europäischen Getränkepartner haben sich selbstständig dafür eingesetzt, Zucker und Kalorien in den von uns angebotenen Getränken zu reduzieren. Darüber hinaus bieten wir unseren Gästen die Möglichkeit, Getränke ohne Zuckerzusatz auszuwählen.

In Anbetracht der negativen gesundheitlichen Auswirkungen von künstlichen Transfetten und in Übereinstimmung mit den WHO-Richtlinien haben wir teilweise hydrierte Öle aus allen Subway® Produkten auf unserer Speisekarte entfernt. Zudem arbeiten wir daran, jegliche künstliche Farbstoffe aus Subway® Produkten zu entfernen. Als einer der ersten Schritte dahingehend wurde die Verwendung von Southampton 6 Farben, die mit Hyperaktivität verbunden sind, in unseren europaweit verkauften Produkten, verboten.

VERANTWORTUNG IM MARKETING

Wir sind bestrebt, unsere Marke und Produkte so zu vermarkten, dass Transparenz und Information für jeden gewährleistet sind. Auf diesem Weg können alle Gäste fundierte Entscheidungen treffen, die zu ihren Wünschen und ihrem Lebensstil passen.

Zudem legen wir einen besonderen Wert auf verantwortungsvolle Kommunikation unserer Produkte und Mahlzeiten gegenüber Kindern und deren Erziehungsberechtigten. Wir wissen, wie wichtig es ist, Kindern eine ausgewogene Mahlzeit anzubieten, die eine Vielzahl von Lebensmittelgruppen, darunter Getreide, Gemüse, Obst und mageres Fleisch umfasst.

Wir halten uns bei der Vermarktung stets an die national geltenden Vorschriften. Unsere Werbung rund um Mahlzeiten für Kinder unter 12 Jahren konzentriert sich zudem auf Angebote, die den Konsum von nahrhaften Lebensmitteln und Getränken fördern.

MINIMIERUNG VON VERPACKUNGEN

Subway® verwendet Verpackungen, um Produkte so zu schützen, dass sie die Gäste in bestmöglichem Zustand erreichen. Durch den Schutz und die Verlängerung der Lebensdauer von Produkten spielen unsere Verpackungen auch eine wichtige Rolle bei der Reduktion von Lebensmittelabfällen.

Ein Großteil der in unseren europäischen Restaurants verwendeten Verpackungen enthält zudem recycelte Materialien und ist wieder recycelbar. So werden beispielsweise unsere Servietten aus 100% recyceltem Material und unsere Salatschüsseln zu 95% aus Material auf Basis recycelter Getränkeflaschen hergestellt.

Die unabhängige Einkaufsgesellschaft für Europa (IPCE) hat umfangreiche Anstrengungen unternommen, um die in unserer Lieferkette vertriebenen Umverpackungen zu optimieren und so den Verbrauch zu reduzieren. Durch die Umstellung unseres Thunfischs von Dosen auf Beutel können beispielsweise jedes Jahr 374 Tonnen Karton-Umverpackungen in unserer europäischen Lieferkette eingespart werden. Durch die Erhöhung der Anzahl der Brotstangen pro Karton konnten im Schnitt zusätzlich 55 Tonnen Karton und zwei Tonnen Kunststoff pro Jahr eingespart werden.

REDUKTION VON EINWEGPLASTIK

Die Besorgnis über Kunststoffabfälle und ihre Auswirkungen auf die Umwelt nimmt in ganz Europa rasant zu. Verbraucher, Lobbygruppen, europäische Regierungen und die EU üben zudem Druck aus, um Unternehmen in Partnerschaft mit ihren Kunden zu stärkeren Anstrengungen zu bemühen.

So verstärkt die Marke Subway® das Programm zur Optimierung von Verpackungen auf effiziente Weise, um Produkte zu schützen und gleichzeitig Abfälle zu minimieren. Dies geschieht durch eine Reduktionsstrategie in allen Unternehmensbereichen und Restaurants.

Ein Bereich, in den unsere Marke investiert hat, ist die Kreation neuer papierbasierter Verpackungen. Dies ist Teil unserer Bemühungen rund um das Thema Zustellung und soll den Gästen ermöglichen, die Abfallmenge, die sie in ihrem täglichen Leben produzieren, zu reduzieren. Dadurch und durch den verbesserten Umwelteinfluss des Unternehmens soll eine Kreislaufwirtschaft gefördert werden.

UNSERE MASSNAHMEN DAFÜR:

- Das Platzieren von Informationen an den Getränkeautomaten, um die Gäste darauf aufmerksam zu machen, nicht selbstverständlich zu Strohhalm und Deckel zu greifen. Dies soll den Verbrauch von Einweg-Plastik eindämmen, während Subway® Anstrengungen unternimmt, um nach einer langfristigen, umweltfreundlichen Lösung zu forschen.
- Franchisenehmer schulen ihre Sandwich Artists, wiederverwendbare Körbe für Mahlzeiten in den Restaurants und Tragetaschen nur auf Nachfrage anzubieten.
- Die Einführung neuer recycelbarer Verpackungen aus Pappe für Produkte, die geliefert werden.
- Die Entfernung aller Plastikstrohhalme seit 2018 in den Niederlanden, die Einführung von Papierstrohhalmen, in Frankreich ab September 2019 und das Ziel, diese so schnell wie möglich auf allen europäischen Märkten einzuführen.
- Die Suche nach einem Lieferanten für papierbasierte Salatschüsseln und Cateringplatten sowie nachhaltige Besteckoptionen und Soßenbehälter.

Durch die schrittweise Einstellung von Einwegverpackungen möchte Subway® Kunststoffabfälle reduzieren und die Kosten für Franchisenehmer zu managen. So soll vermieden werden, dass zusätzliche Kosten auf den Gast übertragen werden müssen.

REDUKTION VON LEBENSMITTELABFÄLLEN

Alle unsere Produkte werden frisch und nach den individuellen Wünschen unserer Gäste zubereitet. So wird vermieden, dass unerwünschte Zutaten verschwendet werden. Die Zutaten werden vorbereitet und betriebsintern produziert, um eine angemessene Haltbarkeit zu ermöglichen und damit den Abfall zu verringern. Der Subway® Ansatz ist einzigartig, deshalb glauben wir, dass er uns als führendes Unternehmen bei der Minimierung von Lebensmittelabfällen, hervorhebt.

Durch unser Engagement, Abfälle zu reduzieren und durch Investitionen in System-Schulungen, die uns die Reduktion ermöglichen, machen unsere Lebensmittelabfälle in der Regel weniger als 1% des gesamten Abfalls in Subway® Restaurants aus.

REDUKTION VON CO_2 EMISSIONEN

Gemeinsam mit der unabhängigen Einkaufsgesellschaft für Europa (IPCE) wollen wir den CO_2-Fußabdruck in ganz Europa reduzieren, indem wir interne Abläufe verbessern und unsere 2.600 Franchisenehmer dazu ermutigen, energieeffizienter zu arbeiten.

Jedes Subway® Restaurant wird von unabhängigen Franchisenehmern betrieben. Diese werden dazu ermutigt, den Energieverbrauch in Restaurants durch die von uns zur Verfügung gestellte Betriebsanleitung optimal zu managen. So können sie durch den effizienten Einsatz von Energie zur gleichen Zeit die Betriebskosten senken, die Rentabilität steigern und den CO_2-Ausstoß, der durch die Betreuung von Gästen entsteht, minimieren.

Die neue zentralorganisierte Subway® Ausstattung, wie Öfen, Kühlschränke und Beleuchtungsanlagen, ist auf Basis von modernen Energieeffizienz-Standards entwickelt worden.

In einigen unserer zentral verwalteten Aktivitäten, wie zum Beispiel der Lebensmittelverteilung, hat die IPCE Schritte zur Reduzierung der CO_2-Emissionen identifiziert und umgesetzt, einschließlich:

- Der Rekonfiguration unserer Depots in Kontinentaleuropa, um die Anzahl von Fahrten zu reduzieren. So können über 9 Tonnen CO_2-Emissionen pro Jahr gespart werden.
- Die Umstellung unserer Fahrzeuge von Diesel auf Biokraftstoff aus Altspeiseöl. Damit sparen wir mehr als 420 Tonnen CO_2 pro Jahr.
- Durch die Verlegung des Logistikzentrums für Zentraleuropa in Belgien konnte die Strecke der Güter, die über den Hafen von Antwerpen angeliefert werden, um mehr als 166.000 Kilometer pro Jahr reduziert werden, was zu starken Einsparungen von Treibstoff und einer starken Reduktion von CO_2 Emissionen führt.
- Durch die Verlagerung unserer Cookie-Produktion von den USA nach Europa, haben wir eine Kilometerersparnis von 1.570.460 km pro Jahr erreicht.

2. VERANTWORTUNGS-VOLLER EINKAUF

Wir sind jeden Tag bemüht, unseren Einkauf so verantwortungsvoll wie möglich zu gestalten. Daher arbeiten wir nur mit Lieferanten und Produzenten, die unsere hohen Standards teilen.

KONSTANTE STEIGERUNG VON LIEFERANTEN-STANDARDS

In Zusammenarbeit mit unserer im Besitz der Franchisenehmer befindlichen Independent Purchasing Company Europe (IPCE) werden nur Lieferanten eingesetzt, die unsere Philosophie teilen.

Wir verfügen über strenge Auditverfahren, um sicherzustellen, dass unsere Lieferanten Qualitäts- und Sicherheitsanforderungen erfüllen. Unser Code of Conduct enthält zudem klare Vorgaben betreffend Beschäftigungspolitik, Arbeitspraktiken, Vergütung, Anti-Diskriminierung, Umweltschutz, sowie Gesundheit und Sicherheit.

SICHERSTELLUNG DER LEBENSMITTELQUALITÄT

Unser Ziel ist es, unseren Gästen Produkte anzubieten, die stets den höchsten Ansprüchen gerecht werden, vom Anbau über die Ernte bis hin zum Verzehr in einem Sandwich, Wrap, Snack oder Salat.

Unsere Standards stellen sicher, dass unsere Gäste auf die Sicherheit und Qualität der Subway® Produkte vertrauen können.Der Prozess, um dies umzusetzen beginnt mit der Festlegung detaillierter Produktspezifikationen und geht über die Inspektion von Proben aus unserem Vertriebsnetz bis hin zur Kontrolle in den Restaurants.

Unser Prozess stellt auch sicher, dass Lieferanten, landwirtschaftlich und erntetechnisch hohe Standards vertreten. Alle zugelassenen Einrichtungen, die Lebensmittel an Subway® liefern, werden von der IPCE geprüft und unterliegen strengen Kontrollen durch Dritte bezüglich Vorschriften für Lebensmittelsicherheit.

Da die Lebensmittelqualität für Subway® einen so hohen Stellenwert hat, erforschen wir mit unseren Lieferanten neue Technologien, um künstliche Konservierungsstoffe in unseren Produkten zu reduzieren oder zu ersetzen. Unser Ziel ist es, guten Geschmack mit Qualität und Nachhaltigkeit zu vereinen.

SICHERUNG DES TIERSCHUTZES

Die verantwortungsbewusste Beschaffung von Zutaten ist wesentlich für die Zubereitung großartiger Produkte für unsere Gäste. Deshalb bringen unsere Tierschutzregeln klar unseren Willen zum Ausdruck, die Erwartungen der Interessengruppen in Bezug auf sichere, qualitativ hochwertige und nachhaltige Produkte aus der Tierhaltung zu erfüllen.

Wir arbeiten mit Compassion in World Farming (CIWF), einem anerkannten globalen Marktführer im Tierschutz zusammen. Dies dient der Bewertung von bestehenden Systemen und der Entwicklung neuer Haltungsformen, um langfristige Verbesserungen des Tierschutzes in der europäischen Lieferkette voranzutreiben.

Wir verlangen von allen unseren Fleisch-Lieferanten, dass sie die nationalen und regionalen Vorschriften der Tierschutzstandards einhalten und zum Großteil von unabhängigen Zertifizierungsstellen geprüft und verifiziert werden.

Alle in unseren europäischen Restaurants verkauften Fleischprodukte stammen von Tieren, die vor der Schlachtung betäubt wurden. Fleischlieferanten und ihre Schlachthöfe sind dazu verpflichtet, die Tierschutzvorschriften einzuhalten.

Die wachsende Popularität von Subway® in einer zunehmend multikulturellen Bevölkerung in ganz Europa bedeutet, dass wir die Werte vieler Religionsgemeinschaften mit dem übergeordneten Ziel des Unternehmens, die Gesundheits- und Wohlfahrtsstandards von Tieren zu verbessern, in Einklang bringen müssen. So verlangen wir beispielsweise von den Lieferanten von Halal-Produkten, dass sie die Tiere vor der Schlachtung betäuben und ihr Betrieb von den Behörden zertifiziert ist.

In Europa beziehen wir 100% Freilandeier und wurden dafür von Compassion in World Farming (CIWF) mehrfach mit dem "Good Egg Award" ausgezeichnet.

Subway® findet, dass Tiergesundheit und Tierschutz eng miteinander verbunden sind. Deshalb stellen unserer Lieferanten immer entsprechende tierärztliche Versorgung zur Verfügung. Sie verwenden Tierarzneimittel jedoch nur dann, wenn es für die Gesundheit und das Wohlergehen der Tiere unbedingt erforderlich ist.

Wir erkennen an, dass Antibiotika kritisch sind, um die Tiere gesund zu halten, und dass sie verantwortungsbewusst eingesetzt werden müssen, um ihre Wirkung zu erhalten. Unsere Regel besagt, dass Antibiotika nur zur Behandlung und Kontrolle von Krankheiten genutzt werden darf und nicht zur Wachstumsförderung von Nutztieren.

VERANTWORTUNGSVOLLER UMGANG MIT PESTIZIDEN

Die Vielfalt der frischen Zutaten bei Subway® ist der Schlüssel zur Einzigartigkeit unseres Angebots. Der Einsatz von Pestiziden in der Landwirtschaft hilft, Insekten und Unkräuter zu bekämpfen und Pflanzen so zu schützen. Dies verbessert die Erträge, verhindert zusätzliche Abholzung und schafft eine zuverlässige landwirtschaftliche Lieferkette.

Der Einsatz von Pestiziden ist ein wichtiger Aspekt einer nachhaltigen Landwirtschaft. Wir sind uns jedoch bewusst, dass ihre Verwendung zu Gesundheits- und Umweltproblemen geführt hat, weshalb wir uns für einen verantwortungsvollen Einsatz von Pestiziden einsetzen.

Alle unsere Lieferanten erfüllen zumindest die GLOBALG.A.P.-Minimalstandards. Diese erfordern einen verantwortungsbewussten Umgang mit Pestiziden, die Minimierung ihres Einsatzes und die Verwendung natürlicher Alternativen; die Minimierung der Umweltauswirkungen; die Verbesserung der biologischen Vielfalt sowie den Schutz und die Gesundheit der Arbeitnehmer.

Unsere Lieferanten werden zusätzlich von der jeweiligen nationalen Regierung überprüft, um sicherzustellen, dass Pestizidrückstände deutlich unter den in der EU-Gesetzgebung festgelegten Höchstwerten liegen.

ERHALTUNG NACHHALTIGER FISCHBESTÄNDE

Subway® weiß über die Notwendigkeit der Erhaltung nachhaltiger Fischbestände Bescheid und unterstützt weltweit die Anwendung verantwortungsvoller Fangmethoden. Wir verkaufen nur die Thunfischsorte „echter Bonito", die von der International Union for Conservation of Nature (IUCN) als Fischart mit geringer Besorgnis eingestuft ist. Zudem beziehen wir diese ausschließlich von Fischereien mit ungefährdeten Fischbeständen.

Wir arbeiten ausschließlich mit Lieferanten zusammen, welche Thunfisch aus unabhängig zertifizierten Fischereien beziehen, die sich dazu verpflichtet haben, auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse nachhaltig zu wirtschaften. Subway® ist Mitglied der International Pole & Line Foundation und unterstützt den nachhaltigen Thunfischfang.

SCHUTZ UNSERER WÄLDER

Subway® verpflichtet sich dazu, zertifiziert nachhaltiges Palmöl in der Produktion zu verwenden. So kann die Entwaldung verhindert und gleichzeitig die Gemeinden, die auf die Produktion nachhaltiger Palmöle angewiesen sind unterstützt werden.

Wir haben eine strikte und nachhaltige Palmölpolitik, die rechtliche, ökologische und soziale Rahmenbedingungen klar definiert. Durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten, von denen viele RSPO-Mitglieder sind, wird seit 2015 für Subway® Produkte zu 100% Palmöl mit Nachhaltigkeitszertifikat eingesetzt.

Die Auswirkungen von Subway® Produkten auf die Wälder ergeben sich hauptsächlich durch die Beschaffung von landwirtschaftlichen Materialien (Palmöl, Soja- und Rindfleisch-Wertschöpfungsketten), papierbasierten Produkten für Einwegverpackungen und Holz, welches wir für unsere Restaurants verwenden. In enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten setzen wir uns dafür ein, die Nachhaltigkeit der Wälder zu fördern und sicherzustellen, dass die Einhaltung aller relevanten Gesetze in der gesamten Lieferkette gewährleistet ist. Wir betrachten den Forestry Stewardship Council (FSC) und die Sustainable Forestry Initiative (SFI) als die umfassendsten und anerkanntesten Zertifizierungssysteme für Waldprodukte weltweit.

3. UNTERSTÜTZUNG DER GEMEINSCHAFT

Subway® Restaurants bilden das größte globale Franchise-Netzwerk. Fast 60% unserer Restaurants in ganz Europa befinden sich in Gemeinden und Städten. Das bedeutet, dass unsere Franchisenehmer gut positioniert sind, um sich in ihren lokalen Gemeinden zu engagieren und lokale Gruppen zu unterstützen, die bei örtlichen Wohltätigkeitsinitiativen führend sind.

UNTERSTÜTZUNG VON WOHLSTAND

Das erste Subway® Restaurant Europas wurde 1994 in Dublin eröffnet.

Im Jahr 2019 ist unser Franchise-Netzwerk auf rund 5.500 Restaurants in 36 Ländern in Europa angewachsen. Jedes lokale Unternehmen bedient Gäste und beschäftigt Mitarbeiter aus den örtlichen Gemeinden.

Durch diese lokalen Subway® Restaurants unterstützt unser Unternehmen Lieferanten in ganz Europa, zahlt Löhne an Mitarbeiter, fördert die Geschäftstätigkeit in benachbarten kommunalen Unternehmen und generiert Steuereinnahmen für Städte und Gemeinden.

FÖRDERUNG VON GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

Unsere Mitarbeiter in den Restaurants, die Sandwich Artists, sind ein wichtiger Bestandteil des Unternehmens und tragen täglich zum Erfolg bei. Deshalb ist uns ein respektvoller Umgang und ein gutes Miteinander auch so wichtig. Wir arbeiten zudem eng mit unseren Franchisenehmern zusammen, um die persönliche Gesundheit und Sicherheit durch unseren Verhaltenskodex und die Betriebsanleitung zu unterstützen.

Wir verpflichten uns zur Einhaltung der Menschenrechte der Arbeitnehmer entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Dies soll durch eine Reihe an Maßnahmen zum Ausdruck gebracht werden. Dazu zählt unser strenger Code of Conduct für Lieferanten, unser Statement über moderne Sklaverei und Menschenhandel im Vereinigten Königreich und eine Reihe anderer relevanter Maßnahmen rund um Besitzrechte, Abholzung und nachhaltige Landwirtschaft.

UNTERSTÜTZUNG VON GEMEINNÜTZIGEN AKTIONEN

Wir sind ein gemeindebasiertes Unternehmen, das von lokalen Unternehmern geführt wird. Viele unserer Subway® Franchisenehmer engagieren sich in ihren Gemeinden, unterstützen lokale Organisationen und Wohltätigkeitsinitiativen. Wir ermutigen sie dabei, sich für wohltätige Zwecke einzusetzen, die ihnen, ihren Mitarbeitern oder Gästen ein Anliegen sind. Auf diese Weise wird die unternehmerische Verantwortung in die Tat umgesetzt und die positive lokale Rolle gestärkt.

Auf nationaler Ebene verfügt die Marke Subway® über eine Vielzahl von Partnerschaften und Sponsorings, die wichtige Anliegen unterstützen. Unsere Richtlinie gibt Führungsteams in jedem Markt die Möglichkeit, wohltätige Zwecke zu unterstützen, von denen sie glauben, dass sie die Gemeinden, in denen Subway® tätig ist, ansprechen werden, einen nachhaltigen Wert schaffen und positiv auf die Marke reflektieren. So kooperiert Subway® in Deutschland etwa seit Jahren rund um den World Sandwich Day mit der Tafel.

UMWELT

Gäste nachhaltig & verantwortungsvoll bedienen

EINKAUF

Verantwortungsvoller Einkauf

GESELLSCHAFT

Unterstützung der Gemeinschaft