



# BÆRE DYGTIGHEDS RAPPORT

2023-2024





*"Ingen kan  
gøre alt,  
men alle  
kan gøre  
noget"*

FORORD

## VORES UPERFEKTE REJSE

Den udvikling og vækst, vi i de rige lande nyder godt af i dag, har fortsat en høj pris. Væksten har ført til store CO2-udledninger, og klimaforandringer er en realitet, som hele verden skal forholde sig til, hvis vi ikke skal ødelægge fremtiden for vores børn og kommende generationer.

*"Climate change is real and human activities are the main cause" (IPCC, 2. November 2014).*

Det estimeres, at fødevarerbranchen står for cirka en fjerdedel af verdens CO2-udledning. Samtidig er vi også en branche, hvor det at skabe bæredygtige forandringer ikke behøver at være så svært – tværtimod har vi, med gode råvarer og godt håndværk, alle muligheder for at gøre bæredygtighed til et lystfyldt og positivt tilvalg. Som vi plejer at sige: "Ingen kan gøre alt, men alle kan gøre noget."

LOCA Gruppen blev etableret i 2017 for at bidrage med det, vi altid har været bedst til, nemlig at skabe:

## SMAG & GLÆDE.

Med vores LOCA Manifesto fik vi i 2021 endelig nedfældet det tankesæt, der ligger bag vores motivation for at stævne ud på det, vi kalder vores uperfekte rejse.

Med udgangspunkt i manifestet kan vi nu præsentere vores tredje bæredygtighedsrapport, som med tal og fakta viser, hvor langt vi er kommet på vores rejse, samtidig med at den sætter nye mål for, hvor vi skal hen herfra.

## MENNESKER ER VORES VIGTIGSTE FOKUS

Vi arbejder efter mantraet "kan man måle det, kan man styre det". Rapporten her indeholder derfor mange spændende tal og fakta om vores bæredygtighed, set i et klima- og miljømæssigt perspektiv. Eksemplerne inkluderer forbrug af lokale råvarer, CO2-udledning, økologigrad, dyrevelfærd og meget mere. Vi ser frem til at udvikle og optimere disse parametre i vores køkkener og drift i årene fremover.

Vores ledestjerne på vejen mod bæredygtig gastronomi er dog i sidste ende ikke tørre tal, men kærligheden til mad – og til mennesker. For os handler bæredygtighed ikke kun om vores råvareforbrug. Social bæredygtighed – og dermed hvordan vores ansatte trives – udgør den største del af LOCA Manifesto. Vi mener, at menneskers trivsel er den vigtigste faktor for at skabe en lys og bæredygtig fremtid sammen.

I samarbejde med brancheorganisationen HORESTA og vores kollegaer i branchen arbejder vi derfor på at definere, hvilke parametre inden for social bæredygtighed vi kan og skal måle på i fremtiden. Målet er at gøre vores branche attraktiv i enhver sammenligning og skabe en branchenorm, som vi kan måle os selv op imod.

Hvis vi som samlet branche skal tiltrække og fastholde de rette mennesker, kræver det, at vi sammen afskaffer forældede traditioner og kulturer, der skræmmer folk væk fra vores fag.

## NYSKABENDE 'PEOPLE & CULTURE'-AFDELING

Vi fortsætter den kurs, vi lagde ud med i 2022. Og i 2024 vil vores fokus fortsat være på menneskerne i vores egen organisation. Gennem etableringen af en nyskabende People & Culture-afdeling ønsker vi at videreudvikle vores eksisterende LOCA Family-koncept. Det skal sikre fokus på den enkelte medarbejders trivsel og udvikling i et stærkt LOCA-fællesskab med fælles mål.

Et andet fokusområde for LOCA i 2024 og fremadrettet er at intensivere vores engagement i branchen som helhed og søge partnerskaber inden for og uden for branchen. Vi ønsker partnerskaber, hvor vi sammen kan forbedre branchens grundvilkår og sikre bedre løn, uddannelse og arbejdsvilkår for medarbejderne.

Sammen vil vi gøre vores til, at branchen som helhed – og særligt jobbet som kok, tjener eller leder – bliver attraktivt for alle med et hjerte, der banker for mad og service.

Vi ved, at vejen mod bæredygtighed er brolagt med konstante dilemmaer og kompromiser. Derfor ved vi også, at vores rejse og vores tilgang aldrig bliver perfekt. Den uperfekte rejse slutter aldrig, men med denne rapport tager vi endnu et væsentligt skridt på vejen.

Med venlig hilsen

  
Merete Holst

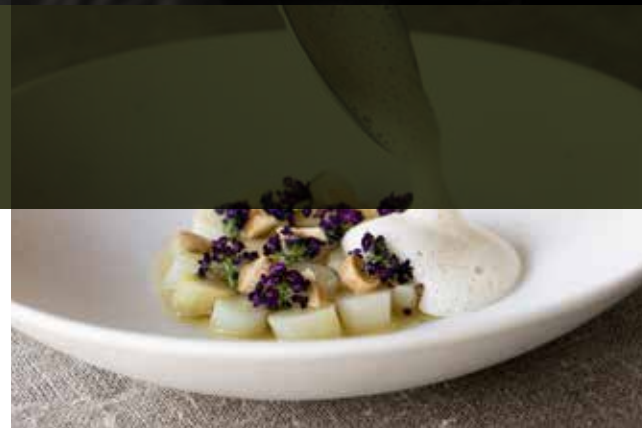
  
Dorte Østergaard



# INDHOLD

## Indledning 6

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 0. Smag & Madglæde       | 6  |
| 1. Maden                 | 8  |
| 2. Menneskerne           | 26 |
| 3. Organisationen        | 34 |
| 4. Branchen              | 38 |
| 5. Verdensmål & Verden   | 42 |
| CO2-måling & de 3 Scopes | 44 |
| Bilag                    | 46 |





# INDLEDNING

Vi plejer at sige, at et måltid kun er bæredygtigt, hvis det bliver spist. Men vi mener også, at en restaurant kun kan være bæredygtig, hvis den også er økonomisk bæredygtig – og ikke mindst socialt bæredygtig. Derfor arbejder vi i LOCA Gruppen med en tredelt definition af bæredygtighed, som omfatter både en miljømæssig, en økonomisk og en social dimension.

Covid-19 og pandemien blev efterfulgt af krigen i Ukraine og en høj inflation, som igennem de sidste år har skabt store udfordringer for den økonomiske bæredygtighed. Med betydelige investeringer i etablering og reetablering af økonomisk bæredygtige restauranter og aktiviteter har LOCA Gruppen dog fra 2023 været tilbage i ordinær drift, og 2024 forventes i sin helhed afsluttet med overskudsgivende drift.

Pga. pandemien var 2023 det første år siden 2019, hvor alle vores køkkener har været i drift i et helt kalenderår, hvilket har givet os et langt større datagrundlag for måling af vores miljømæssige bæredygtighed. Vi har foretaget et markant større varekøb målt i kilo i 2023 – faktisk har vi indkøbt næsten dobbelt så mange føde- og drikkevarer som i 2022. Med et større varekøb følger også en større risiko for afvigelser, men vi har bevist, at vi har kunnet overholde de fleste af vores parametre

for miljømæssig bæredygtighed, og vi har endda forbedret os inden for områder som CO<sub>2</sub>-aftryk pr. kg råvare, et øget forbrug af plantebaserede fødevarer og ikke mindst økologi, hvor alle vores enheder i dag har et økologisk sølvmærke, som bevidner om en økologigrad mellem 60-90%.

Vi vil mere end blot hævde, at vi er bæredygtige – vi vil også bevise det. Derfor har vi udviklet måleværktøjer, blandt andet til vores råvareindkøb, som gør os i stand til nøje at følge vores CO<sub>2</sub>-udledninger på tværs af vores restauranter. Disse værktøjer er essentielle, da de viser os, hvor vi kan sætte ind for at blive endnu bedre.

På den sociale bæredygtighed er vi en del af en branche, som stadig har meget at lære. En af branchens største udfordringer er at tiltrække og fastholde medarbejdere. Derfor vil vi i 2024 og årene der kommer fortsat have fuldt fokus på den sociale dimension af bæredygtighed.

Vi ønsker at rydde op i branchens forældede strukturer, kulturer og mønstre. Vi vil gå forrest med vores egen virksomhed, og sammen med branchen skabe en ny fremtid og en ny fortælling om det at arbejde i verdens bedste branche – vores branche.

Vi glæder os til at fortsætte vores "uperfekte rejse", og alle er inviteret med!

# SMAG & MADGLÆDE

Vores ledestjerne på rejsen mod mere bæredygtig gastronomi vil altid være kærligheden til mad. Det er vores overbevisning og vision, at vi med velsmag og madglæde kan drive positive forandringer for den enkelte gæst eller virksomhed, men også på tværs af verdensmål og landegrænser.

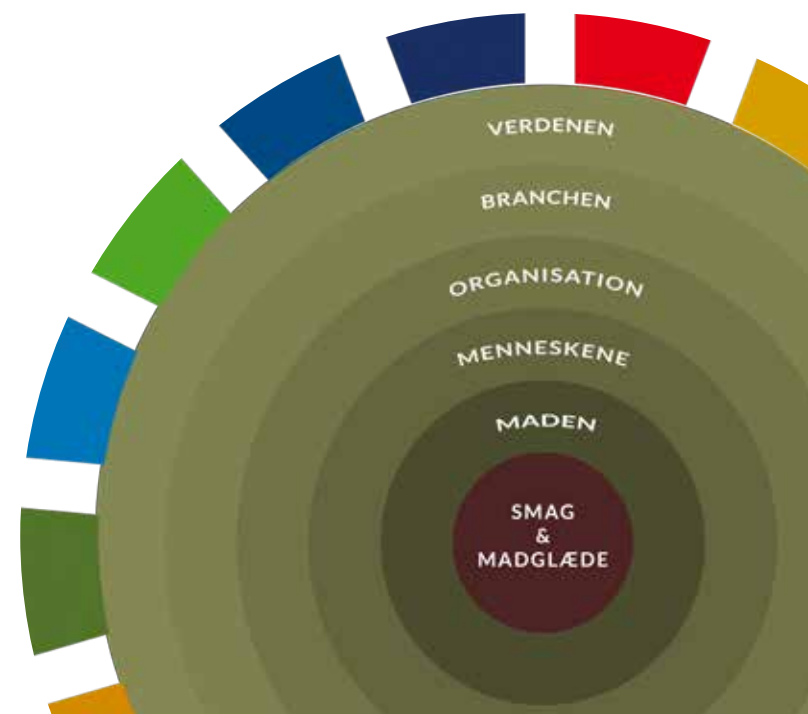
**SMAG & MADGLÆDE** er derfor også kernen i alt, hvad vi laver. Et måltid er kun bæredygtigt, hvis det bliver spist, og vi ønsker, at det bæredygtige valg skal være lystfyldt og positivt. Det må aldrig føles som et påtvunget fravalg. Dette kræver, at maden smager fantastisk. Smagen er derfor også vores pejlemærke i forhold til, om vi eksempelvis vælger en dansk eller en ikke-dansk råvare – eller en økologisk eller ikke-økologisk råvare. Smagen vinder over både lokale råvarer og økologi, hvis de ikke har den rette kvalitet. For hvis smagen ikke sidder lige i skabet, så går det ud over vores til hver en tid vigtigste måling:

## GÆSTE- OG KUNDETILFREDSHED

LOCA Gruppens målsætning er altid at være best in class – uanset hvilket kulinarisk niveau, der er tale om. Vores succes er derfor identisk med vores gæsters og kunders tilfredshed, og vi gennemgår derfor nøje hver eneste tilbagemelding, vi modtager, og vi iværksætter løbende gæsteanalyser for vores restauranter og brugerundersøgelser for kunderne i vores kantiner.

Vi sætter barren højt – målet for alle vores koncepter, restauranter og kantiner er, at over 80% af dem, der besøger os, skal være tilfredse eller meget tilfredse i en sådan grad, at de vil anbefale os til andre. Dette mål blev for gruppen som helhed indfriet i 2023, og vores nye mål for 2024 er at fortsætte og gøre det endnu bedre.

Vores mål er også, at vores etos og vores restauranter er anerkendte af landets madanmeldere og branchefolk. Ikke mindst er det vores målsætning, at LOCA Gruppen skal stå som et fyrtårn i branchen. Et fyrtårn, der ikke bare kaster lys over branchens problemstillinger – men også aktivt forsøger at løse dem.



*"Bæredygtig udvikling  
er en udvikling, som  
opfylder de nuværende  
generationers behov,  
uden at bringe  
fremtidige generationers  
muligheder for at  
opfylde deres  
behov i fare."*

Gro Harlem Brundtland, FN og  
Brundtland-kommissionen, 1987





## MADEN



*“Vi vil skabe meningsfulde og velsmagende måltider gennem kompromisløs kvalitet og bevidste til- og fravalg.*

*Vi vælger madspild fra og vælger lokale råvarer, økologi, dyrevelfærd samt bæredygtige fisk og skaldyr til.*

*Vi vælger mindre kød, mere grønt og samarbejder med ansvarlige leverandører, der lever op til FN's verdensmål og de værdier, vi stræber efter.”*

*Alt dette kan dog være lige meget, hvis ikke maden smager fantastisk. Til- og fravalg går derfor altid hånd i hånd med innovation, nysgerrighed og et solidt håndværk, for det bæredygtige måltid må og skal få englene til at synge.*

LOCAS MANIFESTO







Til registrering og optimering af vores bæredygtige indkøb af fødevarer og drikkevarer har vi opbygget et regneværktøj, som aflæser købsadfærden i hver enkelt af vores restauranter og kantiner.

Vi gør opmærksom på, at denne rapport er udarbejdet for LOCA Gruppen som helhed, og at de angivne målinger derfor er et gennemsnit af gruppens samlede indkøb til alle forretninger.

I dette afsnit om MADEN finder du et udpluk af vores målinger, resultater og indsatsområder inden for:

- Animalsk versus ikke-animalsk
- CO2-aftryk
- Økologi
- Lokale råvarer
- Dyrevelfærd
- Bæredygtig fangst og skaldyr
- Madspild

# ANIMALSK – IKKE-ANIMALSK

Vi registrerer, hvor mange kilo og liter af vores varekøb, der stammer fra animalske kilder og ikke-animalske kilder. Det er her vigtigt at understrege, at den animalske andel ikke er kød alene, men inkluderer vores forbrug af alle animalske produkter som fisk, æg, fløde, smør og andre mejeriprodukter.

Hvor meget hver af disse underkategorier udgør af vores totale animalske forbrug kan ses på side 13.

Vi finder fordelingen, både med og uden drikkevarer, tilfredsstillende i forhold til vores målsætninger for dette. Dette område vil dog blive ved at være i særligt fokus.

Plantebaseret i forhold til animalsk – samtlige føde- og drikkevarer:

2021: 73,4%

2022: 72,9%

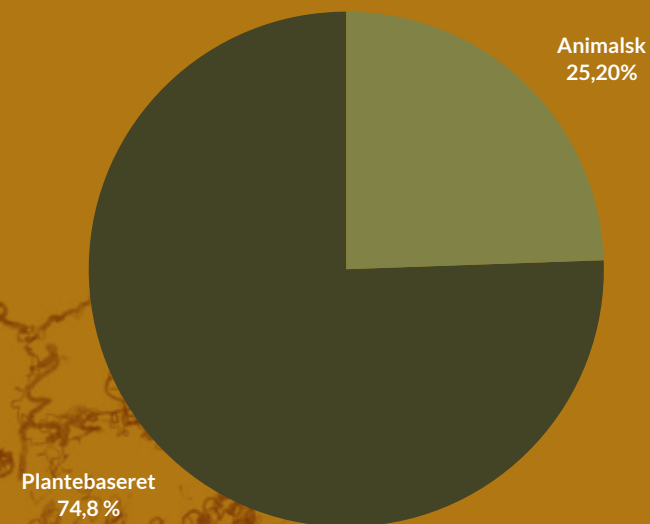
2023: 74,8%

Plantebaseret i forhold til animalsk – kun fødevarer:

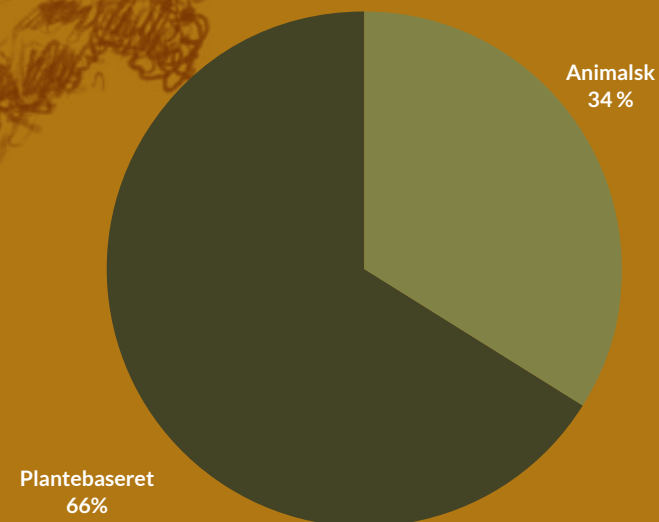
2022: 64,9%

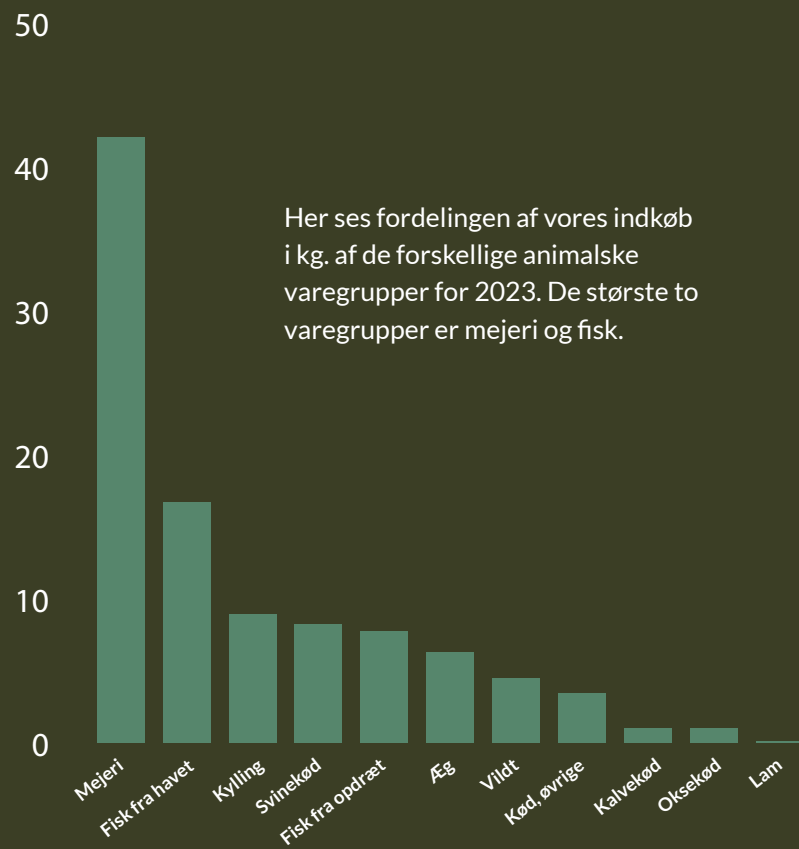
2023: 66,0%

## Plantebaseret Inkl. drikkevarer 2023



## Plantebaseret Ekskl. drikkevarer 2023





Ikke-animalsk baseret smørrebrød fra Kilden i Haven.  
*Svampetoast – Surdejsbrød med cremede svampe.*



# CO2 AFTRYK

Vi har udarbejdet en baseline for LOCA Gruppens komplette CO2-aftryk (se bilag 1).

Vi opgør og registrerer alle råvarer i antal indkøbte kilo, som derefter inddeles i syv hovedkategorier.

Herefter måler vi CO2-udledningen i hver af de syv hovedkategorier og sammenligner mængden af indkøbte råvarer i kilo med udledningen af CO2 for samme mængde.

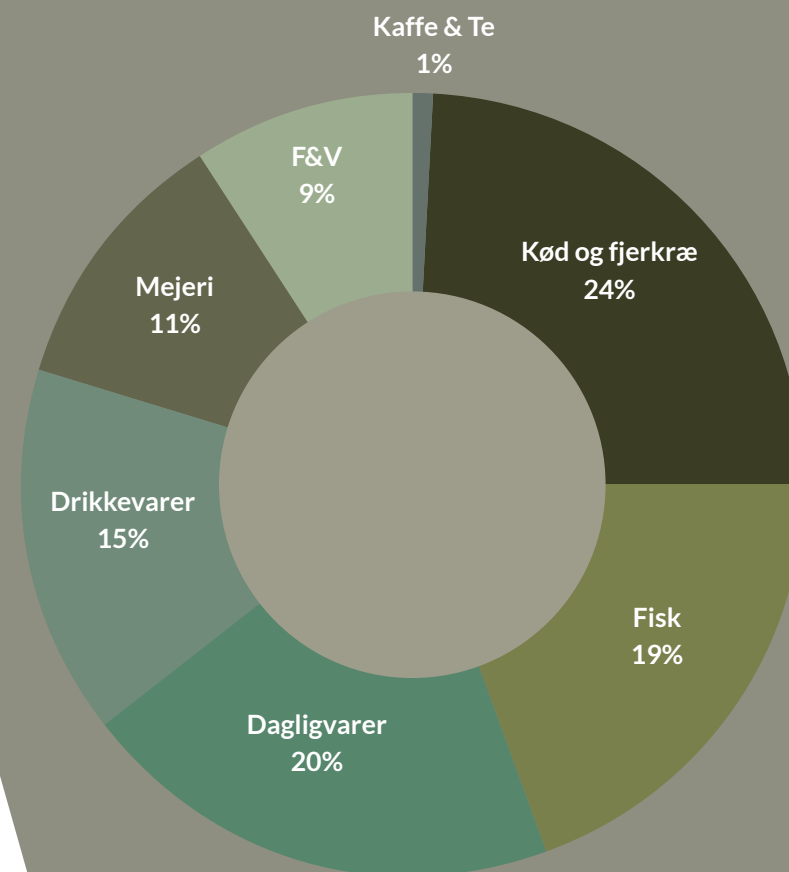
I graf nr. 2 til højre bliver det tydeligt, at selvom frugt og grønt udgør en stor del af vores samlede indkøb i antal kilo, bidrager de kun med en mindre del af vores CO2-udledning. Det modsatte gør sig derimod gældende for kød og fjerkræ.

I graf nr. 3 har vi opdelt kød og fjerkræ i yderligere ni underkategorier, hvilket tydeliggør, at især okse- og kalvekød har et stort CO2-aftryk i forhold til en relativt lille indkøbt mængde.

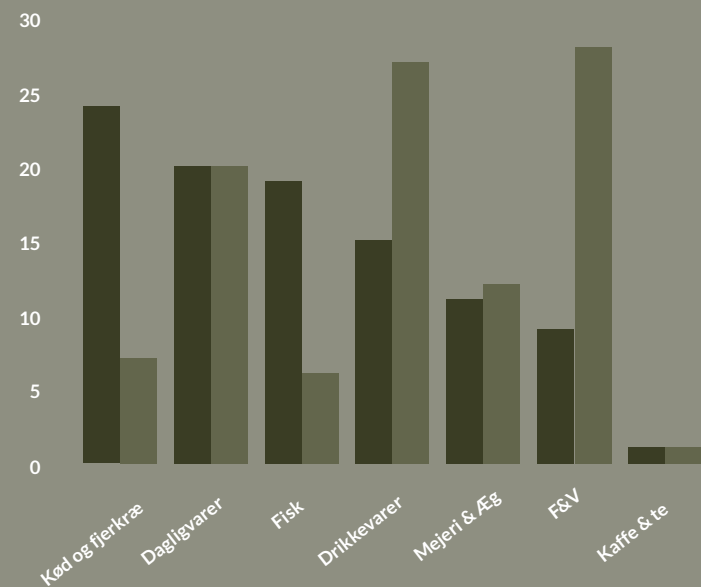
Når vi ser på samtlige køkkener i LOCA Gruppen, har vi i 2023 haft et gennemsnitligt aftryk på 2,29 kg CO2 pr. kilo indkøbt råvare. Tallet er beregnet på baggrund af Concitos 'Store Klimadatabase' og omfatter udelukkende føde- og drikkevarer, da disse udgør den største del af vores CO2-aftryk.

Alle tal er baseret på kg CO2-ækvivalenter i forhold til vores indkøbte mængde i vægt.

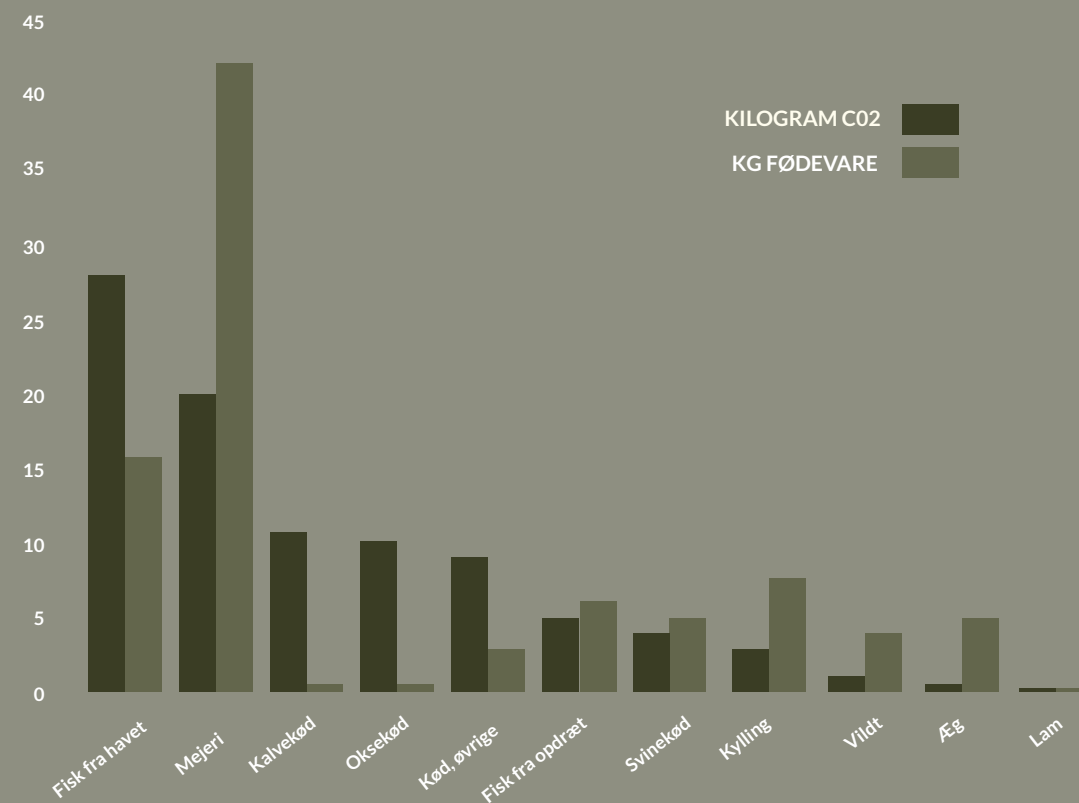
TOTAL ANDEL AF INDKØBTE RÅVARER OPGJORT I ANTAL KG.  
CO2-UDLEDNING PR. VAREGRUPPE.



HER VISES AFTRYKKET MÅLT PR. VAREGRUPPE, HVOR VI  
DESUDEN VISER HVOR MANGE KG, DER ER KØBT IND.



CO2-AFTRYK PR. ANIMALSK VAREGRUPPE I FORHOLD TIL  
INDKØBT MÆNGDE I KILO.



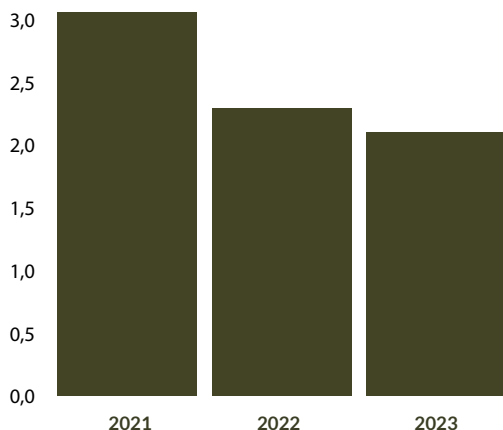
ALMANAKS KLASSISKE TATARMAD  
MED 100% OKSEINDERLÅR  
3,09 KG. CO2 ÆKV.

ALMANAKS NYE TATARMAD MED 60%  
RØDBEDE OG 40% OKSEINDERLÅR  
1,30 KG. CO2 ÆKV.  
BESPARELSE PÅ 57 %

Når vi ser på samtlige køkkener i LOCA Gruppen, så har vi i 2023 haft et aftryk på føde- og drikkevarer udtrykt i kg. indkøbt råvare på 2,10 kg, hvilket er et fald fra de tidligere år.

Her vises udviklingen af vores aftryk i fødevarer og drikkevarer siden 2021:

KG CO2 ÆKVIVALENT PER INDKØBT RÅVARE



Vi har formået at minimere vores aftryk væsentligt siden 2021 og forventer ikke, at vi kan minimere det yderligere i 2024. Dog fortsætter vi vores fokus på området og dykker dybere ned i detaljer, hvor der er optimeringsmuligheder.

# VI LÆGGER ALLE VORES ÆG I EN KURV

98,8 % økologiske  
æg i hele LOCA  
Gruppen

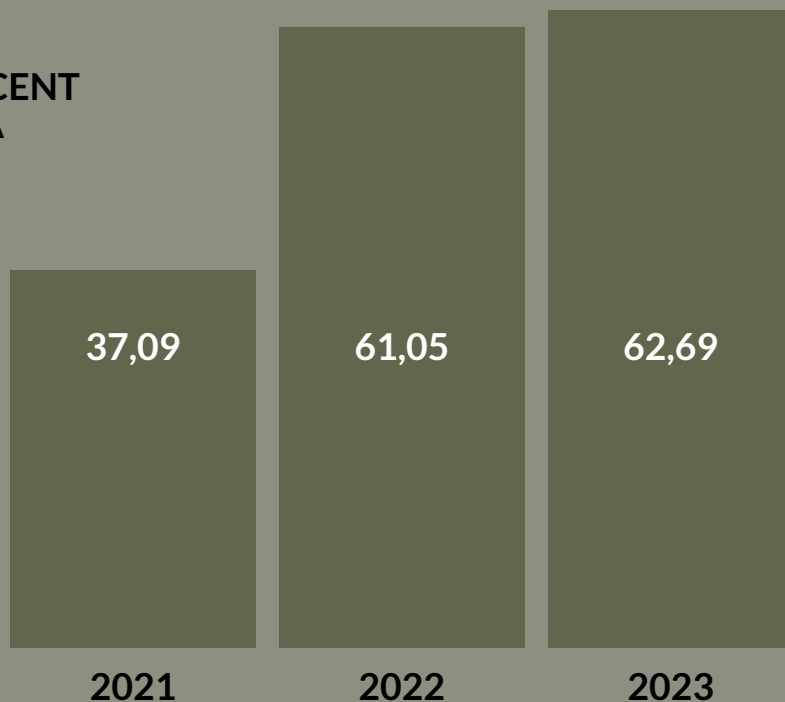




## ØKOLOGI

Vores mål for 2023 var, på trods af inflation og stigende råvarepriser, at bevare den opnåede økologiandel i vores eksisterende køkkener, samt opnå et økologisk sølvmærke i vores nytilkomne restauranter i København.

Vores overordnede mål er at nå en økologiandel på 65%. I 2023 endte vi med en økologiandel på 62,69%, hvilket er tæt på målet. Der mangler dog stadig lidt, og vi har sat os som mål at nå 65% i 2024.

ØKOLOGIPROCENT  
SAMLET I LOCA

Kilde 1: Danmarks Statistik for 2021 – kode 56000 Restauranter – antal 12.957

Kilde 2: Danmarkskort maj 2023 fra [www.oekologisk-spisemaerke.dk](http://www.oekologisk-spisemaerke.dk) – 90 restauranter i DK // 39 i København

Af Danmarks ca. 13.000 spisesteder har kun 90 restauranter et Økologisk Spisemærke, og kun 22 restauranter i København har opnået et spisemærke i sølv.



# LOKALE RÅVARER

Vi definerer fortsat lokale råvarer som produkter, der produceres i Danmark med primært danske råvarer. Vi møder dog en række dilemmaer i forbindelse med begrebet 'lokale råvarer' – for hvordan defineres 'lokalt'? Hvor langt fra køkkenet skal råvarerne eller produkterne være dyrket eller fremstillet, og hvor kommer foderstofferne til den animalske produktion fra? Kan man eksempelvis kalde en dansk gris lokal, hvis den er fedet op på sojaskrå importeret fra Sydamerika?

Derudover kan der være udfordringer med kødudskæringer. I bedste fald kommer de fra dyr i danske besætninger, som er født, opdrættet og slagtet i Danmark. Men det sker også, at dyr er født i ét land, opdrættet og slagtet i et andet og afslutningsvis forarbejdet i Danmark – er kødet så dansk?

Dette er dilemmaer, vi forholder os til, og som vi løbende undersøger forbedringsmuligheder indenfor.

En af de største udfordringer, vi møder i vores ønske og målsætning om at købe lokale råvarer, er, at der i perioder af året ikke findes danske råvarer tilgængelige. Hvad er så det bedste valg i den situation?

Desuden har vi et ønske om at fejre årstidernes og sæsonernes forskelligheder, så vi accepterer f.eks. at bruge tyske eller franske asparges i foråret, når de danske ikke er kommet endnu.

Vi har således ikke et mål om, at alle de fødevarer, vi bruger, skal være 100 % lokale eller danske.





#### **TOTAL DANSKE RÅVARER I ALLE VAREGRUPPER I KILO**

2021 - 47.1%  
2022 - 56.6%  
2023 - 54.9%

Vi er tilfredse med dette niveau. Vær opmærksom på, at en del af vores drikkevarer, særligt vine, ikke kommer fra Danmark. Uden vores indkøb af vine vil det totale tal for indkøbte danske råvarer i 2022 være 61,5%.



#### **DANSK FRUGT OG GRØNT I KILO**

2021 - 54.2%  
2022 - 46.4%  
2023 - 47.3%

Der er dele af året, hvor det er svært at få grøntsager fra Danmark, men vi er ikke tilfredse med resultatet. Det er desværre ikke lykkedes os at højne andelen af frugt og grønt fra danske producenter, hvorfor dette fortsat er et indsatsområde.



#### **KØD OG FJERKRÆ FRA DANMARK I KILO**

2021 - 57.9%  
2022 - 85.4%  
2023 - 63.52%

Faldet fra 2022 til 2023 skyldes blandt andet, at vi ved en del af data ikke har fået oplyst, hvor dyrene kommer fra. Vi har også brugt en del vildt, som ikke altid kommer fra Danmark. Med andre ord er der en større usikkerhed i data fra 2023. Dog ser det ud til, at vi køber mere fra Europa end i 2022. Vi ønsker at komme tilbage til niveauet fra 2022. Dette er et fokusområde for 2024 og 2025.



#### **MEJERI (INKL. OSTE) I KILO**

2021 - 96.6%  
2022 - 95.2%  
2023 - 95.4%

Vi har fortsat en meget høj andel af danske mejeriprodukter. Det er vi meget tilfredse med. Inden for kategorien oste accepterer vi også andre, gode europæiske produkter, men vi har fortsat høje ambitioner for mejeri som gruppe, hvor det meste skal være dansk.



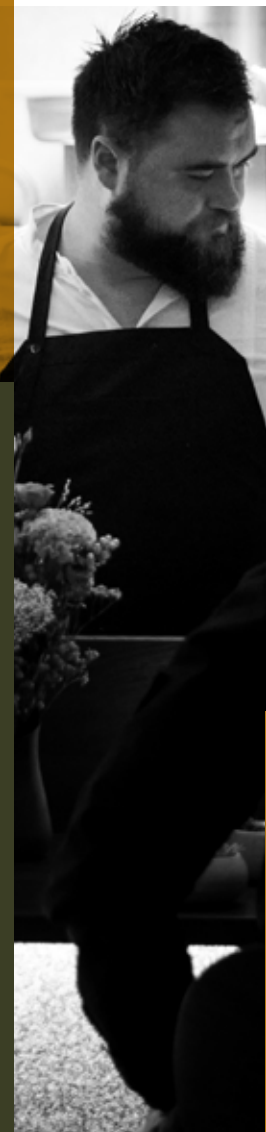
# DYREVELFÆRD

Vi laver indsatsområder og måler på vores indkøbsadfærd i områderne: **Fiskeri, svinekød, kylling, kalv/oksekød og mejeri.**

Vores målsætning er, at minimum halvdelen af vores indkøb af kød skal stamme fra bestande og besætninger, der kan beskrives som "velfærd". Vi definerer for nuværende "velfærd" som økologisk, friland og/eller mærket med Fødevarestyrelsens dyrevelfærdshjerter.

I 2023 har vi opnået vores målsætning om velfærdsbaserede indkøb, og andelen er steget i forhold til 2022. I 2022 udgjorde andelen 63%, mens den i 2023 er steget til 78 %. Det meste af vores indkøb stammer fra økologiske besætninger – i alt 71%, hvor især mejeri fylder meget.

Dyrevelfærd og definitionen af dette er et fokusområde for os i 2024, og vi fortsætter med at måle og optimere vores adfærd på disse områder.



## SVINEKØD

Vi foretrækker at bruge velfærdsgris fra vores leverandør, og hvis vi ikke kan få det, skal vi helst bruge friland eller økologi som alternativ. Velfærdsgrisen har 3 hjerter ifølge dyrevelfærdsmærket fra Fødevarestyrelsen.

I 2023 udgjorde økologisk gris den største andel af vores indkøb, nemlig 60,8 %. Selvom andelen af økologisk og velfærdsgris er faldet en anelse i forhold til 2022, ligger den stadig over vores generelle mål for indkøb af svinekød fra velfærdsbesætninger.

|             |              |
|-------------|--------------|
| <b>2021</b> | <b>49.4%</b> |
| <b>2022</b> | <b>71.9%</b> |
| <b>2023</b> | <b>65.9%</b> |

## KYLLING

Vi foretrækker at bruge kyllinger fra danske, fritgående besætninger med minimumbetegnelsen "velfærd", angivet med Fødevarestyrelsens hjerte. I 2023 var fokus, at mindst halvdelen af kyllingerne skulle være velfærdskyllinger.

Udviklingen har været meget positiv, og særligt andelen af økologisk kylling er steget meget i 2023. I alt blev andelen for økologi 60,4%, og i alt købte vi 71,3% velfærdskyllinger med minimum 1 hjerte.

|      |       |
|------|-------|
| 2021 | 54.4% |
| 2022 | 62.5% |
| 2023 | 71.3% |



## ÆG

Vores æg skal komme fra økologiske besætninger. At det ikke ligger på 100% skyldes nogle få erstatnings-leverancer, når vi ikke har kunnet få økologiske æg.

Andel køb af økologiske æg:

|      |       |
|------|-------|
| 2021 | 98.4% |
| 2022 | 98.5% |
| 2023 | 98.8% |

## KALVE- OG OKSEKØD

2023 har vi brugt samme mængde kalve- og oksekød som i 2022, men dette skal ses i lyset af, at vi har købt langt flere råvarer i 2023, da vi har åbnet nye restauranter. Andelen af kalve- og oksekød er faldet fra 0,8 % til 0,4 % af det totale varekøb. Vores mål er ikke at stoppe med at tilbyde kalve- og oksekød, da vi ønsker at fortsætte med at inkludere disse på vores menuer. Dog er andelen af vores køb af velfærd og økologi faldet betydeligt, og en opretning af dette fald vil derfor være et indsatsområde for 2024 og 2025.

Med oksekødets store CO2-udledning forbliver det et mål at reducere vores forbrug yderligere, men vi ønsker ikke at forbyde hverken okse eller kalv. Vi foretrækker kalv og oksekød fra velfærdsbesætninger, hvor dyrene lever frit på mark og i skovarealer om sommeren, mens de om vinteren går i stalde med god plads og masser af halm. Vi foretrækker, at dyrene lever sammen som flok gennem opvæksten og har kort transport til slagteriet.

Vores indkøb af økologisk eller velfærdsokse og kalv i andel af total

|      |       |
|------|-------|
| 2021 | 44.8% |
| 2022 | 40.6% |
| 2023 | 12.8% |

## MEJERI

Vores mål er et minimum på 70% danske mejeriprodukter, og der er pt. ikke en højere målsætning for dette, da vi ønsker at tilbyde et sortiment af spændende oste fra hele Europa, som ikke alle er økologisk certificerede. Målet er fint opnået i 2023.

Andel køb af økologisk mejeri:

|      |       |
|------|-------|
| 2021 | 86.2% |
| 2022 | 83.0% |
| 2023 | 86.4% |

## FISKERI

Vi mener, at dyrevelfærd og bæredygtighed inden for fiskeri primært handler om fangstmetoder, fangstområder og bestande. Det vil være de 3 primære områder, som vi måler på, når vi køber fisk. Vi bruger WWF's fiskeguide som et pejlemærke, men vi bruger i mindst lige så høj grad vores samarbejdspartnere på området. Sammen går vi mere i dybden med vores specifikke adfærd, og hvordan vi kan bevæge os i en mere bæredygtig retning. Under afsnittet 'Bæredygtig Fisk & Skaldyr' har vi beskrevet vores adfærd angående områder og fangstmetoder.







# BÆREDYGTIG FISK OG SKALDYR

## FISK SOM EN VIGTIG RÅVARE

Fisk udgør en stor og betydningsfuld andel af vores råvarer. Når det gælder bæredygtighed og dyrevelfærd inden for fiskeri, er de vigtigste parametre for os fangstmetoder, fangstområder og bestande. Vi bruger WWF's fiskeguide som pejlemærke, men benytter i mindst lige så høj grad vores samarbejdspartnere på området til at gå i dybden med vores egen specifikke adfærd og mål om at bevæge os i en mere bæredygtig retning.

## FANGSTMETODER

Vi måler på fangstmetoder for at skabe bevidsthed om, hvad disse betyder for fiskene og de områder, de fanges i. Dette er dog et vanskeligt emne med mange forskellige aspekter, og vi har blandt andet ladet os rådgive af vores fiskeleverandør. Et eksempel på områdets kompleksitet er den gamle danske snurrevodsmetode. I udgangspunktet betragtes den som en relativt bæredygtig fangstmetode, da den, i modsætning til bundtrawl, ikke ødelægger havbunden. På den anden side kan det indvendes, at snurrevodsmetoden ikke er bæredygtig, fordi den bruger relativt meget brændstof i forhold til andre fangstmetoder.

Vores mål er at købe fisk, som er fanget efter principper, der kan betragtes som "bedre", og vi vælger og fravælger fisk ud fra disse kriterier. I dette konkrete tilfælde har vi dog valgt at kalde snurrevodsmetoden en "lidt bedre" fangstmetode, da vi i vores tilgang til bæredygtighed på fiskeriområdet har valgt at fokusere mest på skånsom fangst, sunde fiskebestande og evt. overfiskning.

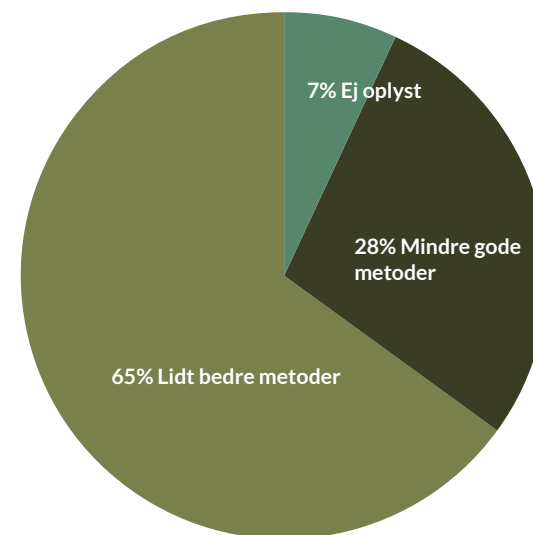
## DATA PÅ FANGSTMETODER

Vi betragter trawl, flyshooter og bundskrab som "mindre gode" fangstmetoder. De "lidt bedre" fangstmetoder omfatter snurrevod, garn, bundgarn, tejner, opdræt, håndpluk, not og line.

## MÅLING AF OPRINDELSE OG FANGSTMETODER

I forbindelse med fiskeri måler vi på to områder: oprindelse i forhold til fangstområder og hvordan fisken er blevet fanget. Vi har valgt at gøre det på denne måde for at skabe så meget transparens som muligt. Desuden er disse tal med til at uddanne os i, hvad det vil sige at vælge skånsomme og mindre skånsomme fangstmetoder, samt hvad de forskellige fangstmetoder egentlig betyder.

## Fangstmetoder 2023



## Udvikling fra 2021 til 2023:

### Lidt bedre metoder:

|      |                                      |
|------|--------------------------------------|
| 2021 | 76.5%                                |
| 2022 | 61.5% (derudover 12,55% ikke oplyst) |
| 2023 | 65.4%                                |

## MÅL FOR OPRINDELSE OG FANGSTOMRÅDER

Vores mål er, at al fisk som minimum skal komme fra fangstområde "FAO 27", og halvdelen skal komme fra nære områder til Danmark, som er underområderne 27.4b og 27.3a og b. Det sidste viser sig dog at være mere og mere problematisk. Vi kan se, at vi er tæt på at nå begge vores mål, men vi har svært ved at øge vores indkøb af fisk fra områderne tæt ved Danmark. Dette formodes at være en konsekvens af de udfordringer, dansk fiskeri oplever i disse år.

## NATURSKÅNSOM-MÆRKET

I 2023 blev alle køkkener registreret med NaturSkånsom-mærket, hvilket betyder, at vi kan markedsføre mærket i vores restauranter og kantiner, når vi bruger fisk fanget efter disse principper. Vi har købt fisk med NaturSkånsom-mærket i 2023, men mængderne har været små, og det har vist sig at være meget svært at få fisk, der er fanget efter mærkets principper.

### Indsatsområde for 2024 - 2025:

Vores mål er at komme op på 75% 'lidt bedre metoder'. Udfordringerne er tilgængeligheden af fisk fanget med de fangstmetoder, som kan antages at være 'lidt bedre'.

#### Andel af indkøbt fisk fra FAO 27

2021: 87%

2022: 95%

2023: 96%

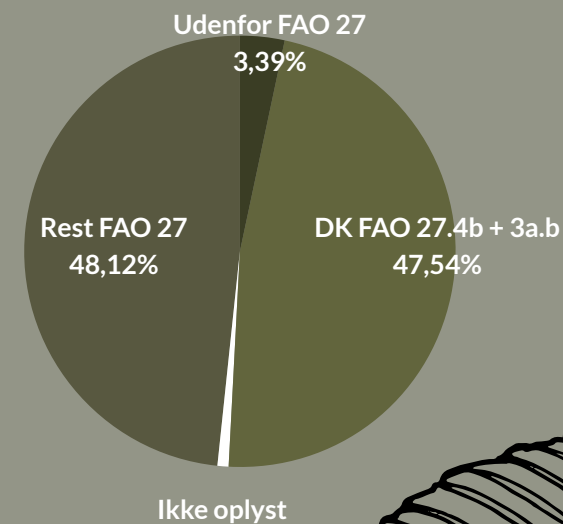
#### Andel af indkøbt fisk fra FAO 27 underområder 3.a, b og 4.b

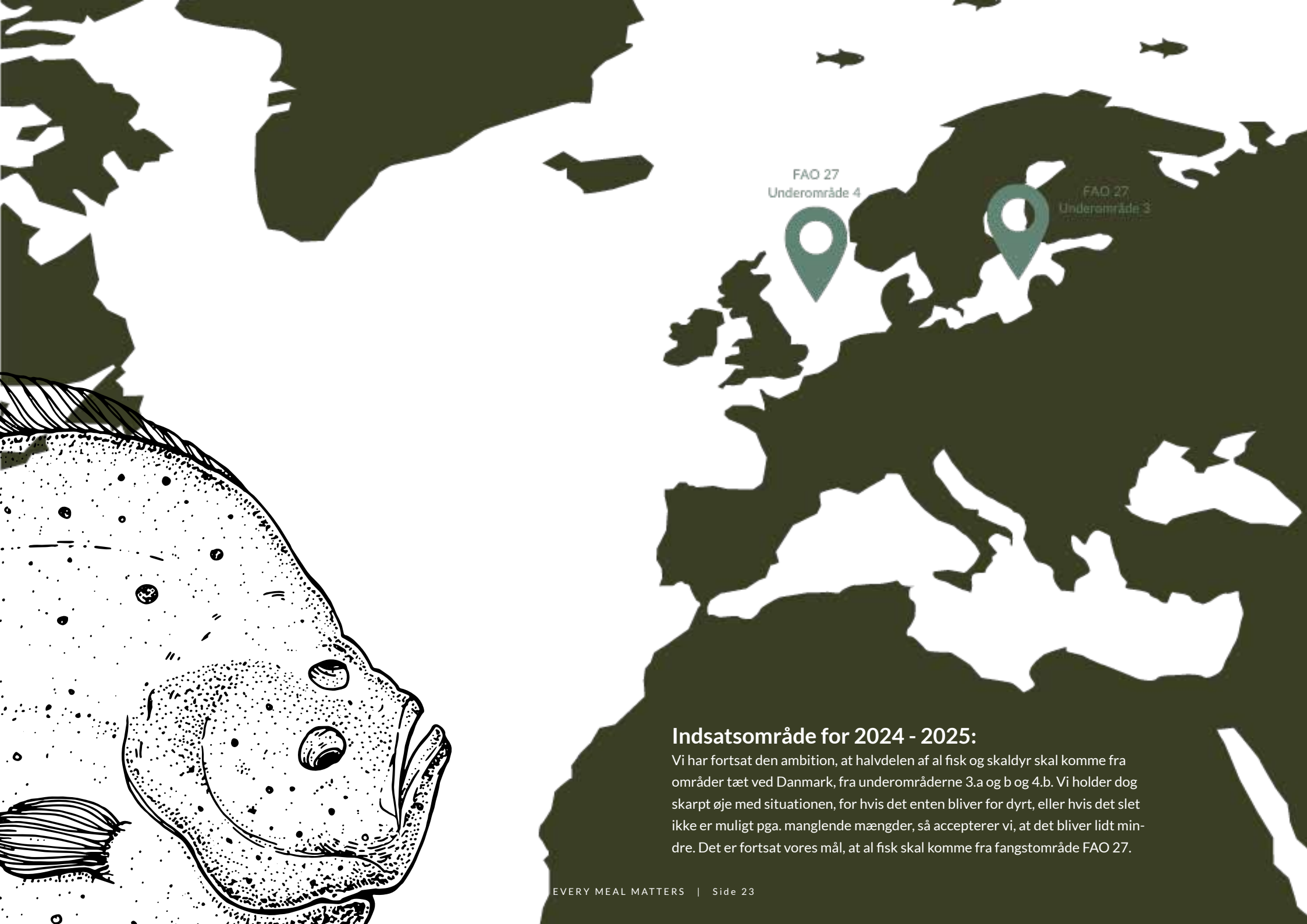
2021: 33%

2022: 47%

2023: 47%

## FISKERIOMRÅDER 2023





### Indsatsområde for 2024 - 2025:

Vi har fortsat den ambition, at halvdelen af al fisk og skaldyr skal komme fra områder tæt ved Danmark, fra underområderne 3.a og b og 4.b. Vi holder dog skarpt øje med situationen, for hvis det enten bliver for dyrt, eller hvis det slet ikke er muligt pga. manglende mængder, så accepterer vi, at det bliver lidt mindre. Det er fortsat vores mål, at al fisk skal komme fra fangstområde FAO 27.



# MADSPILD

I enhver husholdning er madspild ensbetydende med dårlig køkkenøkonomi, og i vores professionelle køkkener monitoreres madspildet derfor nøje gennem vores økonomiske nøgletal. Dette sker ved månedlige budgetopfølgninger på køkkenprocenten, som er vareindkøbets andel af omsætningen.

For nuværende registrerer vi alene vores madaffald i kilo gennem vores renovationsselskab, men for at få et mere præcist billede af situationen ønsker vi at vide, hvordan mængden af madaffald fordeler sig i forhold til decideret spild og konkret affald.

Data fra renovationsselskabet skelner ikke mellem affald, der kunne have været spist, og affald, der simpelthen er rester eller emballage. Derudover kan brugen af fødevarerester til at lave fonder medføre en øget vægt på affaldet, da der vil være vand i, som vejer en del. Det er også en udfordring at vurdere, hvor meget af det affald, vi smider ud, der reelt kunne have været anvendt.



*"Øllerbrød" dessert fra Restaurant Studio  
Daggammelt overskudsbrød med valle og malt*

Derudover har vi oplevet problemer med at få præcise data, da flere af vores køkkener deler affaldsområder med andre. Dette betyder, at andre aktører kan have benyttet vores containere, hvilket kan føre til, at vores tal for madaffald er kunstigt høje.

For at forbedre datagrundlaget er vi i 2023 begyndt at måle madspild og affald direkte i vores køkkener, og vi ser frem til at implementere et mere præcist system i 2024. Dette vil give os mulighed for at fremvise målinger af både madspild i produktionen og affaldsdata fra renovationsselskabet, hvilket vil give et klarere billede af vores samlede affalds- og madspildsprofil.

### Andel af organisk affald i forhold til indkøbt vægt af fødevarer:

|             |              |
|-------------|--------------|
| <b>2021</b> | <b>6.6%</b>  |
| <b>2022</b> | <b>15.6%</b> |
| <b>2023</b> | <b>16.1%</b> |



”

Vi vil gøre op med forældede traditioner og kulturer, manglende diversitet og ulighed i hele fødekæden. Det er mennesker, der skaber uforglemmelige oplevelser, og fællesskab og sammenhold er afgørende, hvis man vil skabe forandringer. I LOCA-familien drives vi af stærke værdier som glæde, nysgerrighed, ordentlighed og en stærk vilje efter at skabe vigtige kulturændringer indenfor: Bæredygtig gastronomi, lighed mellem kønnene og diversitet.”

LOCAS MANIFESTO 2. MENNESKENE

LOVE

is

LOVE





# MENNESKERNE

*"Det er mennesker og godt håndværk, der skaber uforglemmelige oplevelser, og fællesskab og sammenhold er afgørende, hvis man vil skabe forandringer."*

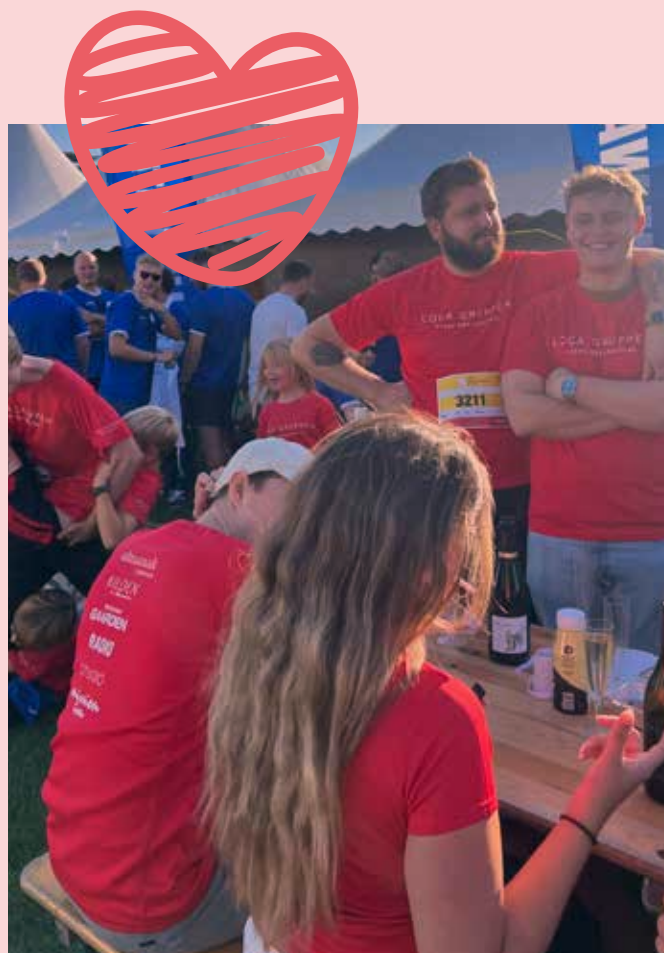
Kernen i LOCA Gruppen er mennesker. Mennesker, der drives af glæde, nysgerrighed, ordentlighed og vilje til at skabe nødvendige kulturændringer inden for bæredygtig gastronomi, ligestilling mellem kønnene og diversitet i vores branche. Kun med et fællesskab af gode og tilfredse mennesker ombord når vi i mål med at forandre branchen.

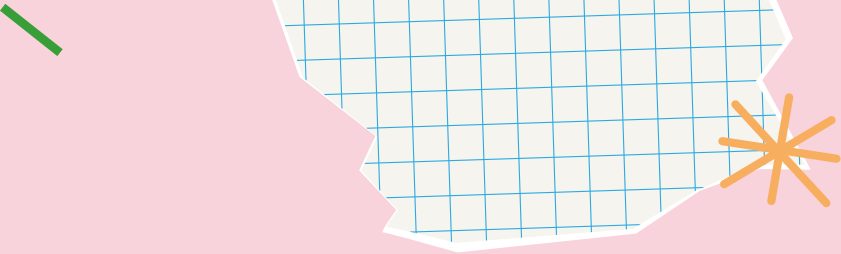
Dårlige arbejdsforhold, en hård omgangstone og manglende diversitet har i mange år præget restaurationsbranchen.

Det er bare nogle af grundene til, at mange vælger at forlade branchen tidligt. Det skal vi lave om på. Det er paradoksalt, at det forholder sig sådan i en branche, der netop handler om at skabe glæde og velvære for andre – for man kan kun glæde andre fuldt ud, hvis man selv trives og har det godt.

I vores branche – og som led i vores vision i LOCA – er vi fuldkommen afhængige af gode, glade og generøse mennesker.

Derfor udgør mennesker også kernen i vores LOCA Manifesto. Mennesker er den vigtigste faktor for, at vi sammen kan skabe en lys og bæredygtig fremtid – både for vores egne forretninger og for branchen som helhed.





Hos os skal ingen føle sig presset eller nedgjort, når de går på arbejde. Derfor arbejder vi hele tiden på at skabe et miljø og en kultur, hvor der er plads til alle. En arbejdsplads, hvor alle føler sig velkomne og værdsatte.

Vores ansattes arbejdsglæde og trivsel er derfor én af de bærende søjler i LOCA Gruppen. Siden vores første bæredygtighedsrapport i 2021-2022 er der kommet mange flere ansatte til.

I 2022 havde LOCA Gruppen et samlet antal ansatte svarende til 20 årsværk fordelt på fire forretninger. Ved denne rapports udarbejdelse i 2024 er dette tal vokset til ca. 50 årsværk fordelt på ca. 100 ansatte i otte forretninger.

Med udviklingen i antal ansatte har LOCA Gruppen fra 2023 haft stor opmærksomhed på at oprette en "People & Culture"-afdeling med visionen om at blive branchens bedste og mest innovative af sin slags.

### ET DATADREJET LØFT AF BRANCHEN

I samarbejde med brancheorganisationen HORESTA og en styregruppe af deres medlemmer har vi sat os for at definere, hvordan fremtidens People & Culture-afdeling skal se ud for vores branche. Dermed vil vi ikke bare gøre LOCA Gruppen, men hele restaurationsbranchen til en attraktiv arbejdsplads.

Vi fortsætter vores samarbejde med kolleger i branchen og vil derfor også udvikle og definere, hvilke parametre inden for social bæredygtighed vi kan, skal og vil måle på i fremtiden – også selvom der ikke er lovkrav, der påbyder det.



Målet er, at restaurationsbranchen – og valget af uddannelse og karriere her – skal være attraktivt i enhver sammenligning, ikke mindst i forhold til andre erhvervsuddannelser. Derfor skal vi fastsætte fælles parametre, som vi alle måler på, så vi får en branchenorm, vi kan sammenligne os selv med.

Gennem målinger kan vi identificere svagheder og forbedringsmuligheder, så vi sammen kan gøre branchen til et bedre sted for alle. Se mere under BRANCHEN på side 38.









I LOCA Gruppen er det vores vision og mål at kunne tilbyde branchens mest attraktive arbejdspladser, bygget på et fundament af:

- Glæde & Udvikling
- Rummelighed & Ordentlighed
- Samhørighed & Personlighed

Fokusområder de kommende år:

- Trivsel & Work/life-balance
- Uddannelse & Personlig udvikling
- Diversitet & Inklusion
- Ligestilling – også for mænd og mulighed for barsel

LOCA Gruppens "People & Culture"-afdeling har til formål at skabe en stærk, værdibaseret kultur med fokus på den enkelte medarbejders trivsel og udvikling i et stærkt fællesskab, hvor kursen er sat mod klart definerede fælles mål.

Afdelingen er en videreudvikling af det, der tidligere hed LOCA Family. Afdelingens største opgaver i 2023-2024 har været tiltrækning og fastholdelse af medarbejdere, mens fokusområderne har været klar kommunikation, god trivsel og personlig udvikling.



## LOCA FAMILY

### KULTUR

- Politikker & Spilleregler -  
- Fælles mål -

KLAR  
KOMMUNIKATION

VÆRDIBASERET  
REKRUTTERING

SUCCEFULD  
ON-BOARDING

LOCA  
KARRIERE

LOCA  
KOMPETENCE

LOCA  
FÆLLESSKAB

LOCA  
FORDELE



## TRIVSEL

Trivselsundersøgelser i LOCA Gruppen: Et målrettet arbejde mod et bedre arbejdsmiljø

I 2023 gennemførte vi endnu en intern trivselsundersøgelse for hele LOCA Gruppen. Målet var at få en grundig analyse af både det fysiske og psykiske arbejdsmiljø. Vi inkluderede de lovpligtige APV-spørgsmål i undersøgelsen.

Spørgerammen var den samme som i den forrige trivselsundersøgelse, og undersøgelsen var naturligvis anonym for at sikre ærlige og åbne svar (se bilag for metode og spørgeramme).

Fremadrettet vil vi fortsætte med at gennemføre mindst én årlig trivselsundersøgelse – både på afdelingsniveau og for LOCA Gruppen som helhed. Vi ønsker også at inkludere en særskilt undersøgelse for vores deltidsansatte medarbejdere for at sikre, at vi får et fuldt billede af trivslen blandt alle vores medarbejdere uanset ansættelsesforhold.

Vores trivselsundersøgelse er designet til at måle på flere parametre. Blandt de definerede mål for 2023 var følgende:

- Over 80% af alle LOCA-medarbejdere skal 'trives', 'trives meget' eller 'trives rigtig meget' i deres job og på deres arbejdsplads.
- Under 10% af alle LOCA-medarbejdere må føle sig kritiske over for deres egen trivsel i jobbet.
- Over 70% af alle LOCA-medarbejdere skal opleve, at deres arbejde giver mening, og at det bidrager med værdi på rejsen mod bæredygtig gastronomi.

Sidste år nåede vi disse mål, men fortsætter arbejdet med indsats for at forbedre resultaterne yderligere i både 2024 og 2025.

I LOCA Gruppen har vi absolut nul-tolerance over for mobning og anden krænkende adfærd. Vi reagerer derfor øjeblikkeligt, hvis sådanne hændelser forekommer. Et klart defineret mål for 2025 er at færdiggøre implementeringen af en effektiv whistleblower-ordning.

I 2024 har vi desuden gennemført vores første trivselsundersøgelse i samarbejde med HORESTA for at benchmarke vores resultater mod branchen.

## BETTER HOSPITALITY WORKPLACE: BRANCHEBENCHMARKING

Som et led i at blive klogere på medarbejdertilfredsheden i vores virksomhed – og for at måle, hvor vi ligger i forhold til vores kolleger – har vi benyttet os af analyseværktøjet 'Better Hospitality Workplace', der er udviklet af brancheforeningen HORESTA. Værktøjet benytter en spørgeramme fokuseret på emnerne social kapital og ledelseskvalitet.

Social kapital og ledelseskvalitet er de to faktorer, der har størst betydning for trivsel og arbejdsmiljø. Tilsammen giver de et indblik i, hvordan arbejdsmiljøet er i en virksomhed.

- Social kapital karakteriseres ved et arbejdsmiljø baseret på tillid og retfærdighed.
- Ledelseskvalitet påvirker positivt både trivsel, produktivitet og arbejdsresultater.

Selvom social kapital og ledelseskvalitet giver et overordnet billede, kræver målrettede forbedringer en inddragelse af flere faktorer. Disse aspekter er omfattet af LOCA Gruppens egen trivselsanalyse.

På både social kapital og ledelseskvalitet performer LOCA Gruppen bedre end branchegennemsnittet. Desuden viser analysen, at vores medarbejdere i højere grad end gennemsnittet ser klare udviklingsmuligheder i deres job.

En udfordring er dog at reducere oplevelsen af arbejds-/privatlivskonflikter. Derfor vil work/life balance være et fokusområde i 2024 og 2025.

## LOCA KOMPETENCE

LOCA KOMPETENCE er en del af LOCA's People and Culture-afdeling og har til formål løbende at udvikle, optimere og dele viden og kompetencer på tværs af alle afdelinger i LOCA. Dette sker gennem interne og eksterne workshops, masterclasses, kurser, temature og inspirationsrejser.

Dette inkluderer blandt andet følgende kompetencegivende arrangementer i 2023-2024:

- Introkurser – interne kurser for alle nyansatte
- Deltagelse i relevante kursus- og uddannelsesforløb
- Bæredygtighedskurser hos MAD Academy
- Field trips – dagsture med relevant indhold for kokke og tjenere
- Årlig tematur i Danmark med overnatning for ledere og souschefer
- Inspirationstur til udlandet for ledergruppen og nøglemedarbejdere.

Udvikling – både personlig og karrieremæssig – er en hjørnesten i væksten hos LOCA og i branchen generelt. Vores mål er at gøre jobs i branchen til et attraktivt valg, også sammenlignet med andre erhvervsuddannelser, og at skabe livslange karrieremuligheder – gerne i LOCA.

Hos LOCA tilbyder vi udvikling og uddannelsesmuligheder til medarbejdere på alle niveauer. Dette spænder fra undervisning i dansk sprog og kultur for udenlandske medarbejdere til muligheden for at tilføje nogle af Danmarks mest anerkendte

lederruddannelser til deres CV. På sigt tilbyder vi også partnerskaber i dele af eller hele LOCA.

I 2024 har vi udarbejdet et skræddersyet treårigt uddannelsesforløb som kompetenceløft for alle nuværende og kommende ledere i LOCA. Forløbet, der løber fra 2024 til 2026, omfatter 25 medarbejdere, herunder restaurantchefer, køkkenchefer og udvalgte souschefer samt ledelsestalenter på tværs af alle afdelinger.

### Uddannelsesforløbet i 2024:

- **Modul 1: Organisering og psykologisk tryghed**  
Fokus på at være rollemodel med forståelse for både sig selv og andre, og dermed skabe plads til åben og ærlig kommunikation.
- **Modul 2: Forretningsforståelse**  
Udvidet indsigt i LOCA's økonomiske nøgletal, ledelsesrapportering og udviklingen af en forbedringskultur med fokus på omkostninger og kvalitet.

Uddannelsesforløbet i 2025 vil fokusere på:

- Salg, service og værtskab
- Udvikling af servicesalg og værtskabskompetencer.

I 2026 afsluttes forløbet med individuelle kursusmoduler tilpasset deltagernes personlige behov og interesser. Forløbet er udarbejdet i samarbejde med Asnæs og Vangstrup. Hvert modul afsluttes med eksamen, og deltagere tildeles meritgivende point. Ved opnåelse af 50 point opnås direkte adgang til HD 2. del, som er anerkendt som en akademisk erhvervsuddannelse på højt niveau i Danmark.

Fra 2024 har LOCA Gruppen også tilknyttet en fast ledelsesscoach for at styrke både ledere og øvrige medarbejders mentale trivsel samt deres personlige og faglige udvikling.

## LOCA FÆLLESSKAB OG FORDELE

LOCA Fællesskab & Fordele har til formål at gøre LOCA til mere end bare en arbejdsplads ved at arrangere aktiviteter og sociale sammenkomster, der samler kollegaer på tværs af alder og interesser.

Der blev i 2023 & 2024 blandt andet afholdt sommerfest, juleafslutning, DHL-stafet og andre arrangementer, hvor også familie og venner kunne deltage. Disse arrangementer fortsætter og udvikles yderligere i 2025.

Disse arrangementer fortsætter og udbygges i 2025. LOCA's medarbejdere tilbydes desuden en attraktiv personalerabat, der gør det muligt at for medarbejderne at invitere venner og familie ud på gruppens restauranter med 50% rabat.

Som en del af vores sociale ansvar har LOCA Gruppen valgt at sponsorere et barn i verdens fattigste lande for hvert årsværk, vi beskæftiger i Danmark. Fastansatte i LOCA tilbydes at være personlig kontakt og støtte til det barn, hvis forbedrede vilkår LOCA sponsorerer.



## DIVERSITET – INKLUSION OG LIGESTILLING

I LOCA hylder vi diversitet, og inklusion og ligestilling er mere end blot en selvfølge – det er en kerneværdi i virksomheden.

Vores branche står over for store udfordringer med mangel på faglærte og ufaglærte hænder. Alt for mange fravælger branchen, og mange forlader den, inden de fylder 40 år. Samtidig vælger for få unge en uddannelse som kok eller tjener, og af den allerede alt for lille pulje er kun ca. en fjerdedel kvinder.

Et fortsat fokusområde for LOCA i 2024 og 2025 vil derfor være at intensivere vores engagement i branchen som helhed og søge taletid og indflydelse, hvorigennem vi kan forbedre grundvilkårene for branchens aktører. Vi ønsker at fremme mangfoldighed og gøre kokke-, tjener- og lederjobs attraktive for alle køn og aldersgrupper.

Vi arbejder aktivt med at være rollemodeller og har i 2024 igangsat målinger af diversitet på tværs af køn og etnicitet.



## ORGANISATIONEN



*”Vi vil skabe rammerne for en økonomisk bæredygtig forretning, der kan overleve ved egen kraft på et kompetitivt marked og blive ved med at gøre en positiv forskel generationer frem. Vejen hertil er brolagt med ordentlighed og bygger på professionelt drevne forretninger samt inddragelse af en kulturbærende ejerkreds blandt ledende medarbejdere.*

*Medejere, som gennem deres ledelse, engagement og begejstring, er med til at sikre klar kommunikation, klare mål og gode arbejdsforhold. Hertil vil vi til enhver tid søge en ansvarlig produktion med et minimalt forbrug af energi, kemi og plastik – og maksimalt forbrug af vedvarende energikilder.”*

LOCA Manifesto RING 3





## *“En bæredygtig forretning starter hos os selv”*

Covid-19 medførte store økonomiske tab for LOCA's restauranter i perioden 2020-2022. Efter to år med restriktioner og tilpasset drift blev 2023 det første hele regnskabsår siden 2019, som var uden direkte indflydelse fra pandemien.

LOCA Gruppens moderselskab, LOCA Management, bidrog under pandemien med både ledelsesmæssige og finansielle ressourcer for at sikre, at alle LOCA's underliggende selskaber kunne navigere helskindet gennem udfordringerne.

I 2023 og 2024 blev der foretaget betydelige investeringer i at etablere og reetablere økonomisk bæredygtige restauranter og aktiviteter, herunder opstarten af Kilden i Haven i Tivoli i 2023 og Dolores i Carlsberg Byen i april 2024.

I 2024 er LOCA Gruppen vendt tilbage til ordinær drift, og året forventes afsluttet med overskudsgivende resultater.

### **Indsatsområder for 2024-2025**

- Stabilisering og konsolidering af eksisterende aktiviteter.
- Etablering af nye forretninger og forretningsområder.
- Fokus på udvikling af LOCA Gruppens overordnede ledelse og governance med en ny struktur, der matcher en virksomhed i vækst og konstant udvikling.







### LINNED OG BEKLÆDNING

Vi samarbejder med det svanemærkede vaskeri Textilia (fhv. De Forenede Dampvaskerier) og anvender deres 'Upcy'-linje til medarbejderbeklædning. Beklædningen fremstilles af tekstiler, der tidligere har været anvendt til andre formål af Textilias kunder. Mere information om 'Upcy' fås [HER](#).

### KEMISKE PRODUKTER

Vi stræber efter udelukkende at anvende svanemærkede produkter til rengøring og lignende opgaver. De fleste af vores anvendte produkter er svanemærkede, men vi støder på udfordringer med produkter som rensetabletter til ovne og kemikalier til krævende rengøringsopgaver. Her findes enten ingen svanemærkede alternativer, eller de eksisterende alternativer kræver større mængder for at opnå det ønskede resultat, hvilket ikke er hensigtsmæssigt.

I 2023 iværksatte vi et projekt for at afdække, hvad der skal til for at erstatte så mange produkter som muligt med svanemærkede alternativer.

### PLAST

Vi forsøger løbende at minimere vores plastforbrug, som vi primært anvender til opbevaring af madvarer, primært i form af plastfolie og plastbøtter, som forlænger madens holdbarhed.

Vi har endnu ikke fundet alternativer, der matcher plastens evne til at beskytte maden med samme kvalitet og prisniveau. Dette er dog et område i konstant udvikling, og vi holder løbende øje med nye muligheder.

## BRANCHEN



*”Vi vil søge partnerskaber i branchen og sammen bidrage til at skabe en sund og bæredygtig branchekultur. Dårlig ledelse skaber dårlige arbejdsklimaer og ustabile medarbejdere. Gennem fair løn og anstændige arbejdsforhold skal det være muligt at opretholde en work/life-balance og gøre det attraktivt at blive i branchen gennem flere af livets faser.”*

LOCA Manifesto RING 4



Økonomisk bæredygtighed er en stor udfordring i restaurationsbranchen. I Danmark er der samlet set for mange restauranter i forhold til antallet af gæster, hvilket presser markedspriserne ned på et niveau, der for mange restauratører er for lavt til at sikre økonomisk bæredygtig drift.

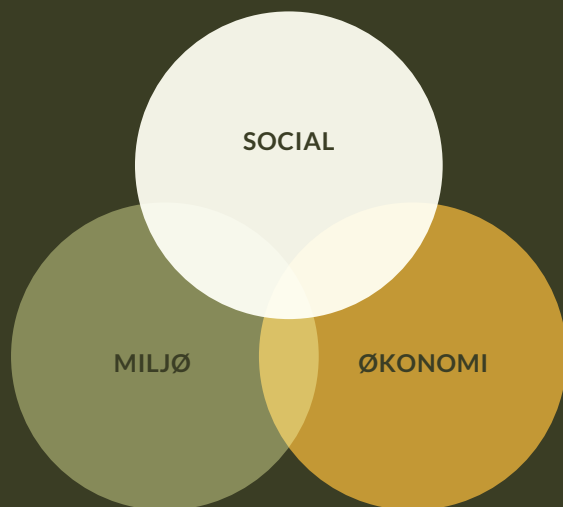
Mange restauratører og kantineoperatører ønsker at hæve barren for bæredygtighed både miljømæssigt og socialt. Men med de lave profitmargin er det ofte en udfordrende og risikabel ambition. Mange aktører har ganske enkelt ikke økonomisk råderum til at investere i eksempelvis mere bæredygtige råvarer eller bedre løn- og arbejdsvilkår for deres medarbejdere. Det økonomiske råderum er ganske enkelt ikke til stede.

Lønninger udgør allerede en væsentlig andel af udgifterne for restauratører – ofte den største enkeltpost. Hvis lønomkostningerne stiger uden tilsvarende prisstigninger, forsvinder profitmarginen.

Konsekvensen er for lave lønninger, for mange arbejdstimer og dårlige arbejdsforhold. Branchen oplever en alvorlig mangel på både faglærte og ufaglærte medarbejdere. Alt for mange forlader branchen før de fylder 40 år, og der er for få, som vælger at uddanne sig som kok eller tjener – af dem er kun ca. en fjerdedel kvinder.







## UDDANNELSE, VIDENSDELING OG BEDRE ARBEJDSFORHOLD

Et centralt fokusområde for LOCA var i 2023-2024, og vil i de kommende år være at styrke vores engagement i restaurationsbranchen som helhed og søge taletid samt politisk indflydelse. Gennem dette ønsker vi at forbedre grundvilkårene for branchens aktører.

Et af vores hjerteprojekter er at forny de eksisterende faguddannelser og skabe bedre muligheder for efteruddannelse. Vi mener, at dette kan bidrage til øget effektivitet og profitabilitet i branchen som helhed.

Det skal på alle måder være attraktivt at søge ind i branchen – og derefter skal det være fysisk og praktisk muligt, at man kan blive der igennem flere af livets faser – og dermed både forælder og som senior efter de 60 år.

Vi vil i tråd med vores udvalgte verdensmål opsøge "Partnerskaber for handling" med danske og internationale kollegaer og aktører i restaurationsbranchen, der deler vores værdisæt og mål.

Sammen vil vi gøre vores til, at branchen i almindelighed, og jobbet som kok, tjener eller leder i særdeleshed, bliver attraktiv for alle der har et hjerte der banker for mad og service – både nu og i fremtiden.

I samarbejde med Horesta og en styregruppe af deres medlemmer har vi i 2024 sat os for at definere parametre inden for social bæredygtighed, som vi kan, skal og vil måle på fremadrettet – også selvom der ikke er nogen lov, der påbyder det.

Målet er, at kantine- og restaurationsbranchen skal fremstå som en professionel og attraktiv sektor, baseret på konkrete tal og fakta, der tåler sammenligning med andre håndværksfag.

Derfor skal vi i LOCA Gruppen internt kunne måle vores egen performance ud fra parametre, der afspejler vores værdier og vores vision om at være branchens bedste arbejdsplads. Samtidig er det afgørende, at vi i samarbejde med vores branchekollegaer fastlægger fælles målepunkter, som hele branchen kan evaluere sig selv op imod.

Med etableringen af sådanne fælles standarder vil vi ikke blot kunne benchmarke os selv internt i branchen, men også sammenligne vores sektor med andre erhverv i Danmark.

De identificerede målepunkter i 2023 -2024 omfatter blandt andet:

- Medarbejdertilfredshed
- Efteruddannelse
- Mobning, krænkende handlinger og seksuel chikane
- Medarbejderomsætningshastighed
- Sygefravær
- Arbejdsulykker
- Kønsdiversitet generelt
- Kønsdiversitet i bestyrelser
- Kønsdiversitet i direktioner
- Kønsdiversitet i øvrige ledelseslag

For at sikre en korrekt og præcis måling af disse parametre er det nødvendigt, at vi i LOCA implementerer et HRM-system, der kan integreres med vores eksisterende vagtplanlægningssystem. Dette vil give os mulighed for effektivt at indsamle og bearbejde den nødvendige data.

Vi er påbegyndt implementeringen af disse systemer samt ledernes træning i datahåndtering i 2023 -2024.



## INTERNATIONAL VIDENSDELING

Som led i vores ambition om at styrke branchen på tværs af landegrænser har vi udvidet vores internationale netværk og samarbejde. Dette inkluderer vidensdeling med Basque Culinary Center og den regionale baskiske regering i San Sebastián, Spanien. Disse partnerskaber understøtter vores mål om at skabe en stærkere og mere sammenhængende branche, der kan lære og udvikle sig på tværs af geografiske og kulturelle grænser.





## MADEN – BÆREDYGTIG GASTRONOMI SOM BÆREDYGTIG FORRETNING

For de fleste restauranter er råvarer, næst efter løn, den største udgift.

At prioritere bæredygtige råvarer kan være økonomisk vanskeligt, da merudgiften sjældent kan overføres til gæsten uden tab af konkurrenceevne.

LOCA Gruppen arbejder aktivt på at fremhæve værdien af bæredygtige valg som økologi, dyrevelfærd, lokale råvarer og bæredygtige fisk og skaldyr. Derfor søger vi politisk opbakning til:

Som en del af denne indsats søger vi politisk opbakning til etableringen af et nyt bæredygtighedsmærke. Dette mærke skal tydeligt kommunikere baggrunden for en eventuel merpris på bæredygtige produkter, så gæsterne forstår værdien af deres valg. Derudover arbejder vi for en differentieret momssats, der kan gøre bæredygtige fødevarer økonomisk attraktive og konkurrencedygtige i forhold til mindre bæredygtige alternativer.





# VERDENSMÅL & VERDEN



*“Vi vil skabe vækst, ikke blot i vores del af verden, men også i 3. verdenslande. Størstedelen af de menneskeskabte problemer på verdensplan som fx klima og ulighed kan spores tilbage til os i den privilegerede del af verden. Vi tager vores del af ansvaret for at bidrage positivt til den større helhed gennem vores leverandør- og råvarevalg samt målrettede tiltag, der har til formål at udligne uligheder for udsatte grupper.”*

LOCA Manifesto RING 5

## SPONSOR FOR MINDRE ULIGHED OG ØGET LIGESTILLING I VERDENS FATTIGSTE LANDE

I 2021 indledte vi et samarbejde med PlanBørnefonden for at støtte deres indsats for mindre ulighed og øget ligestilling i nogle af verdens mest udsatte områder. LOCA Gruppen har besluttet at sponsorere et pigebarn i et af verdens fattigste lande for hvert årsværk, vi beskæftiger i Danmark.

I 2023 resulterede dette i, at LOCA Gruppen sponsorerede mere end 40 piger verden over. Gennem vores medarbejdere får sponsoraterne et personligt præg, som det kan ses [LDENNE VIDEO](#).

Ved udgangen af 2023 forventer vi at udvide vores engagement til at omfatte yderligere 10 børn, så vi samlet støtter 50 børn i 2024.

## MEDUNDERSKRIVER AF 'PLANET COPENHAGEN'

I 2022 deltog LOCA Gruppen i en række workshops arrangeret af Wonderful Copenhagen, hvor hovedstadens førende aktører inden for hoteller, restauranter, transport, oplevelsesindustrien og andre sektorer samarbejdede om at sætte ambitiøse mål for bæredygtighed.

Resultatet blev et fælles manifest, hvor alle deltagere med deres underskrift forpligter sig til aktivt at arbejde for fem fælles mål – herunder at gøre København til verdens mest bæredygtige turistdestination. Et manifest og samarbejde, der både skal gavne hovedstaden og inspirere resten af verden.

Læs mere om Planet Copenhagen-manifestet [HER](#).

## MEDLEMSKAB AF GLOBAL COMPACT

LOCA Gruppen blev i 2022 medlem af FN's Global Compact Network Denmark. Netværket er verdens største frivillige initiativ for ansvarlige virksomheder og et netværk, som sætter en fælles ramme for kommunikation, fremskridt og engagement inden for ansvarlig virksomhedsledelse. Med vores tilslutning har vi dermed også forpligtet os til, at vi vil arbejde målrettet med Global Compacts 10 principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø, antikorrupktion og verdensmål.

Én gang årligt laver vi en COP-rapport, som beskriver indsatsområder for fremtiden og hvad vi tidligere har opnået.



# CO2-MÅLING OG DE 3 SCOPES

## KONKLUSIONER OG INDSATSOMRÅDER

Minimering af vores ressourceforbrug og CO2-aftryk er en høj prioritet for LOCA Gruppen. I 2021 beregnede vi en baseline for vores adfærd og har siden årligt udarbejdet planer for de områder, hvor vi kan opnå størst effekt i reduktionen af vores CO2-aftryk. Vi ønsker ikke at udligne vores aftryk ved at købe os til CO2-neutralitet gennem certifikater o. lign. I stedet anerkender vi vores rolle som ressourceforbrugere og fokuserer på at reducere forbruget, hvor det giver mest mening. På sigt overvejer vi dog at investere i jord som en metode til at modvirke vores CO2-aftryk.

Til beregning af vores aftryk anvender vi principperne bag GHG-protokollen med fokus på de tre scopes. Vi benytter kilder fra Den Store Klimadatabase, HOFOR og Energistyrelsens offentliggørelser af CO2-aftryk, samt parametre fra Erhvervsstyrelsens Klimakompas. For at sikre sammenlignelighed anvender vi samme metodik som i 2021 og 2022, men med en justering i 2023, hvor dele af renovationsberegningen nu er skilt ud fra scopes og indgår separat i beregningen.

I 2023 er vores CO2-aftryk faldet, selvom vores aktiviteter næsten er fordoblet i forhold til 2022. Det skyldes, at vi ikke opførte et nyt køkken i 2023. I 2022 udgjorde byggeriet af vores nye restaurant, Studio, ca. 40% af vores samlede aftryk. Dette omfattede indretning, brug af håndværkere og andre byggeforbundne ydelser, selvom vi genbrugte både møbler og køkkeninventar. Dette tydeliggør, hvor stor en belastning et byggeri udgør i en CO2-beregning.

I 2024 har vi opført restaurant Dolores, og vi forventer derfor en markant stigning i vores CO2-aftryk i næste års regnskab. Også her har vi dog genbrugt en betydelig mængde køkkeninventar og møbler fra vores tidligere restauranter på The Standard i Havnegade.

## VORES CO2-AFTRYK

2022: 1145 tons

2023: 1005 tons

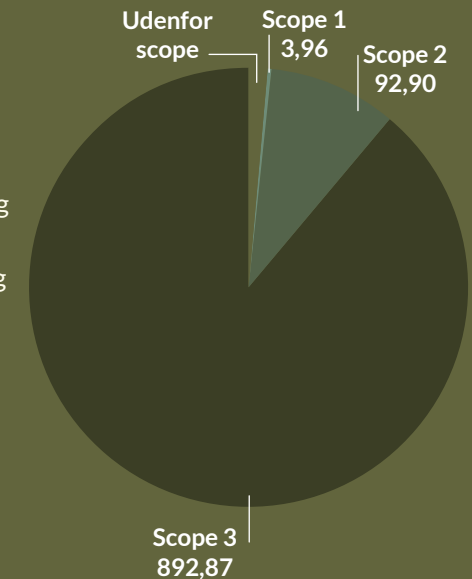
Fokusområder i CO2-beregning

Vores beregninger for 2023 fokuserer på tre scopes:

- Scope 1: Direkte udledninger, f.eks. fra firmabiler.
- Scope 2: Indirekte udledninger, f.eks. ved køb af energi.
- Scope 3: Øvrige indirekte udledninger, herunder varekøb, køb af ydelser, transport og affaldshåndtering.

Derudover inkluderer vi områder uden for scopes, som ikke er kategoriseret i de tre ovenstående. Dette omfatter blandt andet dele af affaldshåndtering, der behandles separat i vores beregninger.

## TOTAL CO2 AFTRYK I TONS CO2 KG. ÆKVIVALENTER





### KATEGORISERING AF SCOPE 3

Da scope 3 er det største område, fokuserer vi primært på dette. Vores aktivitetsniveau er stort set fordoblet i 2023, og derfor er vores aftryk på nogle områder blevet større end i 2022, særligt på fødevarer og drikkevarer.

### TOTAL CO2-AFTRYK I TON CO2-ÆKVIVALENTER:



### INDSATSOMRÅDER FOR 2023-2024

Vores indsatsområder vil fortsat være fokuseret på indkøb af drikkevarer og fødevarer. Vi har i 2023 formået at reducere vores CO2-aftryk pr. kg indkøbte føde- og drikkevarer, hvilket har været et centralt indsatsområde for både 2023 og 2024. Det vil vi fortsat prioritere. Analysen viser også et relativt stort CO2-aftryk fra nonfood-indkøb. Dette område, der omfatter alt fra mindre køkkenmaskiner til forbrugsstoffer, vil blive undersøgt nærmere i 2023 og 2024 for at identificere forbedringsmuligheder.

Et særligt fokusområde siden 2022 har været at minimere og samle vores varekøb af kemiske produkter og rengøringsmidler. Dette arbejde er blevet implementeret i 2024, og vi forventer, at det vil have en positiv effekt, når vi beregner CO2-aftrykket for samme år.



# BILAG 1: CO2-BEREGNINGER FOR 2021

## PERIODEN FOR DATAINDSAMLING

Dataindsamlingen er baseret på fakturaer dateret fra 01.01.2023 til 31.12.2023. Enkelte fakturaer, der vedrører byggeriet af Studio, er dog ekskluderet, da disse tidligere er medtaget i regnskabet for 2022, hvor byggeriet fysisk fandt sted.

## METODE TIL CO2-BEREGNING – 3 SCOPES

Vi beregner vores udledning baseret på GHG-protokollen, opdelt i tre scopes. Fakturadata fra økonomisystemet for perioden 01.01.2023 til 31.12.2023 er brugt til at analysere de varer, services og ydelser, vi har købt.

- Scope 1: Direkte udledninger, f.eks. fra firmabiler.
- Scope 2: Indirekte udledninger, f.eks. energiindkøb.
- Scope 3: Øvrige indirekte udledninger, f.eks. varekøb, transport og affaldshåndtering.
- Uden for scope: Områder, der ikke er kategoriseret i de tre scopes, f.eks. dele af affaldshåndtering, som behandles separat.

For steder, hvor vi ikke havde fyldestgørende data (især på Scope 2), har vi ekstrapoleret ud fra eksisterende data fra lokationer med tilgængelige målinger. Dette sikrer, at vi tager højde for forbruget, selvom data kan være lidt upræcise. Vi har ikke inkluderet gæsternes transportformer ifm. besøg på vores restauranter, da vi mangler tilstrækkeligt datagrundlag for dette.

## METODE TIL CO2-BEREGNING AF RETTER

CO2-aftrykket for retter beregnes ud fra råvarer i Concitos 'Den Store Klimadatabase'. For råvarer, der ikke findes i databasen, anvender vi en sammenlignelig vare eller gennemsnittet for varegruppen. Energiforbrug til tilberedning (kogning, bagning, tørring m.m.) indgår dog ikke i denne beregning.

Kilder anvendt til beregninger

- HOFOR
- Energistyrelsen
- Den Store Klimadatabase fra Concito
- Klimakompasset fra Erhvervsstyrelsen
- Leverandører
- Greenhouse Gas Protocol

## BILAG 2

### TRIVSELSUNDERSØGELSE

LOCA Gruppens trivselsundersøgelse bygger på 44 spørgsmål/udsagn med svarmuligheder fra "meget enig" til "meget uenig". Undersøgelsen er inddelt i følgende kategorier:

- Demografi: Køn, alder, afdelingsleder, ansættelsesvarighed mv
- Trivsel: Forhold til kolleger, arbejdspress, faglig stolthed og samarbejde
- Personaleforhold: Madordning, sociale arrangementer og pauser
- Chikane: Mobning og krænkende adfærd
- Ledelse: Kommunikation, virksomhedens værdier, støtte og retfærdighed
- Arbejds miljø: Fysiske rammer og udfordringer
- Medarbejderudvikling: Forventningsafklaring, læringsmuligheder og resultatskabelse
- Bæredygtighed: Medarbejdernes opfattelse af værdi og mening i arbejdet med bæredygtig gastronomi.

Resultaterne blev gennemgået på personalemøder i de enkelte afdelinger.

## BILAG 3

### BETTER HOSPITALITY WORKPLACE

I undersøgelsen Better Hospitality Workplace blev medarbejderne bedt om at vurdere seks overordnede temaer, som påvirker arbejdsglæden. Disse er:

- Jobfaktorer
- Relationelle faktorer
- Person-arbejde faktorer
- Helbred og velbefindende
- Arbejds miljøindsats
- Krænkende adfærd



# LOCA GRUPPEN

EVERY MEAL MATTERS

LOCA KANTINER

KILDEN  
*i haven*

**RADIO**

almanak  
i operaen

STUDIO

RESTAURANT  
**GAARDEN**

Dogres