

BÆREDYGTIGHEDSRAPPORT

2025-2026



VORES FÆLLES FREMTID

LOCA

EVERY MEAL MATTERS



INDHOLD

Forord	4
Introduktion 2026-2030 strategi	6
Smag og madglæde	12
Maden	16
Menneskene	62
Organisationen	90
Branchen	102
Verden og verdensmål	118



FORORD

Det er en særlig følelse at arbejde sammen med en virksomhed, et hold af dedikerede ildsjæle, der hver dag insisterer på at sætte barren højere, end den var dagen før. Et hold, der insisterer på, at vi kan gøre det hele bedre sammen, og som tror på, at verden faktisk kan blive et bedre sted, skridt for skridt, hvis vi alle sammen knokler for det.

At gøre verden bedre er ikke tomme ord hos LOCA, det er konkret handling. Fra måden hvorpå løgskallerne genbruges på i køkkenet, til hvordan man ansætter fronthouse-kolleger med fuldt fokus på diversitet og inklusion i en branche, der ellers godt kan have ry for at være lidt hård ved medarbejderne.

For hos LOCA er der plads. Til talent, til mennesker, til fællesskabet med gæsten, der træder ind ad døren til alt fra et dejligt glas vin, til middagen i anledning af den store mærkedag eller firmafest. Og frem for alt, så er der plads og åbenhed overfor resten af verden. Åbenhed overfor at vi skal skabe en verden vi kan være stolte af at give videre til vores børn. En verden som er bedre.

Det er en intellektuel og praktisk øvelse af rang at sætte sådan et skib i søen, for når alt kommer til alt, så er det kun kvaliteten af den seneste servering, der rigtig tæller. For det er den, gæsten ser og betaler for, og det er den, der reelt skaber grundlaget for den bæredygtige forretning, som LOCA er. Derfor er denne bæredygtighedsrapport et afgørende værktøj, ikke bare til at sætte standarden, men også til hele tiden at evaluere og vurdere, hvor langt LOCA er kommet, og hvad de næste skridt på vejen er. For når du om lidt læser i rapporten, vil du se, at nogle udfordringer er løst, mens andre løsninger endnu kun er i støbeskeen. Det er i sig selv modigt at stå ved sine udfordringer, også dem man reelt ikke altid har en plan for.

De 17 LOCA-mål, der danner grundlaget for hele LOCA-ånden og den bevægelse, LOCA er blevet, er vilde. De er modige og kan indimellem virke letsindige, for i en branche hvor det i forvejen kan være

svært at tjene penge, er det i sig selv ambitiøst at sætte sig for, at verden skal og kan blive bedre.

Og netop dét gør LOCA til mere end et godt måltid. LOCA bliver til en bevægelse, vi alle har et meget klart valg om at blive en del af. En bevægelse, der hæver barren for, hvad god forretningsdrift er og samtidig sender et klart signal om, at fremtiden er lys, smuk og bæredygtig, hvis vi alle sammen bidrager til det – et velsmagende måltid ad gangen.

Anne-Sophie Lahme
Kontaktdirektør, Lahme Kommunikation



INTRODUKTION TIL BÆREDYGTIGHEDS- RAPPORTEN OG

VORES 2026-2030-STRATEGI

Vi tror på, 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 og socialt bæredygtig. Derfor arbejder vi i LOCA med en tredelt definition af bæredygtighed, som omfatter både en **miljømæssig**, en **økonomisk** og en **social** dimension.

Vi vil mere end blot hævde, at vi er bæredygtige – vi vil også bevise det. "Kan vi måle det, kan vi styre det," plejer vi at sige. Derfor har vi udviklet måleværktøjer, blandt andet til vores råvareindkøb, som gør os i stand til nøje at følge vores CO₂-udledninger på tværs af vores forretninger. Disse værktøjer er essentielle, da de viser os, hvor vi kan sætte ind for at blive endnu bedre på den **miljømæssige bæredygtighed**.

I den **økonomiske** dimension arbejder vi for at skabe en bæredygtig forretning, der kan klare sig selv på et konkurrencepræget marked og gøre en positiv forskel generationer frem. Vejen hertil er brolagt med ordentlighed og bygger på professionelt drevne forretninger og inddragelse af en kulturbærende ejerkreds blandt ledende medarbejdere.

På den **sociale bæredygtighed** er vi en del af en branche, som de seneste år har gennemgået en stor positiv udvikling og professionalisering, men vi er fortsat langt fra det fulde potentiale. Som næsten alle håndværksfag er en af branchens største udfordringer at tiltrække nye kollegaer og skabe tilknytning, så de bliver i længere tid. Derfor har vi fuldt fokus på den sociale dimension af bæredygtighed. Vi ønsker at gentænke branchens strukturer, kulturer og mønstre.

Vi vil gå forrest i 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.

På vegne af LOCA og hele holdet bag,

Dorte, Merete og Christian



DORTE JUHL ØSTERGAARD
Founder, CCO & Head of Sustainability



MERETE HOLST
Founder, CEO & Head of Gastronomy



CHRISTIAN HOFFMANN
Partner & køkkenchef, Restaurant
KILDEN i haven



FRA 17 VERDENSMÅL TIL 17 LOCA-MÅL

VORES 2026-2030-STRATEGI

LOCA og LOCA Manifesto udspringer af FN's 17 Verdensmål, som blev vedtaget i 2015. Ti år senere har vi omsat Verdensmålene til 17 konkrete LOCA-mål, der udgør fundamentet for vores arbejde herunder vores bæredygtighedsstrategi frem mod 2030.

Målene beskriver, hvor vi ønsker at gøre en forskel, hvorfor det er vigtigt, og hvordan vi helt konkret vil bidrage til en bedre fremtid for os mennesker, vores samfund og planeten. De fungerer som vores fælles

kompas for udviklingen af både vores restauranter, kantiner og virksomhed som helhed.

Når man træder ind i en LOCA-restaurant, mødes man af vores enkle ambition:

VI ER:

ØKOLOGI	60-90%
LOKALE RÅVARER	60-90%
DYREVELFÆRD	60-90%

VI ER PÅ VEJ MOD:

MADSPILD	0%
CO2 UDLEDNING	0%

VORES STØRSTE MÅL ER ALTID:

SMAG, MAD & LIVSGLÆDE	100%
-----------------------	------

Disse ambitioner afspejler de områder, hvor vi mener, at vi kan gøre den største forskel. Vi ønsker at bidrage til et mere bæredygtigt dansk fødevarer-system gennem øget brug af lokale råvarer, højere økologi og bedre dyrevelfærd. Derfor blev vi i 2025 medlem af Økologisk Landsforening for aktivt at støtte arbejdet med blandt andet biodiversitet, rent grundvand, sundere jord og menneskers sundhed.

Samtidig arbejder vi målrettet på at reducere vores klimaaftryk. I 2026 forventer vi at tilslutte os Science Based Targets initiative (SBTi) og dermed forpligte os til en videnskabeligt baseret reduktion af vores CO₂-udledning med ambitionen om at bidrage til målet om netto-nul udledning senest i 2050.

For os handler bæredygtighed dog ikke kun om klima og ressourcer. Mad handler også om mennesker. Derfor arbejder vi med smag, mad og livsglæde som en central del af vores mission – både i øjeblikket omkring bordet og på den lange bane gennem fokus på sundhed, trivsel, tarmens betydning for velvære og principperne

bag longevity. Vi ønsker at dokumentere, hvordan gode måltider kan bidrage positivt til både krop og sjæl.

Vi ønsker samtidig at være med til at udvikle en mere mangfoldig, inkluderende og attraktiv restaurations- og kantinebranche. Derfor arbejder vi aktivt for lige muligheder uanset køn, alder og baggrund, og støtter initiativer, der fremmer diversitet og ligestilling i branchen. Det hænger tæt sammen med vores ambition om at være med til at skabe en ny fortælling om en branche, hvor mennesker kan trives, udvikle sig og skabe lange, bæredygtige arbejdsliv.

Vores 17 LOCA-mål er dynamiske og evalueres hvert år i forbindelse med udarbejdelsen af vores bæredygtighedsrapport, som du sidder med i hånden, og som vi håber, du vil have fornøjelsen af at læse.

Rapporten er inddelt i kapitler med udgangspunkt i denne cirkel, så du hele tiden kan se, hvor de enkelte mål hører hjemme, og hvilke områder de omfatter. Vi begynder naturligvis med kernen – dér, hvor det hele starter for os: smag og madglæde.

For at give vores **17 LOCA-mål** et visuelt udtryk også har vi ladet dem fortolke gennem kunsten. I rapporten finder du derfor **17 unikke illustrationer skabt af kunstner Lars Nørgård**, som tilsammen danner et visuelt manifest for fremtidens bæredygtige gastronomi og de forandringer, vi ønsker at bidrage til.

Lars Nørgård er en af dansk samtidskunsts mest anerkendte kunstnere. Hans værker er repræsenteret på flere af Danmarks førende kunstmuseer, herunder **Statens Museum for Kunst, ARoS, Arken** og **Heart – Herning Kunstmuseum**. Han har desuden skabt markante værker til det offentlige rum, blandt andet til Operaen, Aarhus Universitetshospital og DTU.



1. MADEN

VERDENSMÅL:



3. ORGANISATIONEN

VERDENSMÅL:



5. VERDEN OG VERDENSMÅL

VERDENSMÅL:



2. MENNESKENE

VERDENSMÅL:



4. BRANCHEN

VERDENSMÅL:





LOCA-mål nr. 1.

SMAG OG MADGLÆDE

Hos LOCA er vi optimister, ikke klima-fanatister. Vi er livsnydere, råvareentusiaster og håbefulde håndværkere. Vi glæder os over alt det gode, verden har at byde på, og kærligheden til mad og mennesker vil altid være vores ledestjerne på vejen mod mere bæredygtig gastronomi. Et måltid er nemlig kun bæredygtigt, hvis det bliver spist, og vi vil, at hver en bid skal smage fantastisk.

Smag, madglæde og glade gæster er derfor også kernen i alt, hvad vi laver – og gæsteoplevelsen er altid vores trumfkort. Smagen vinder dermed over både økologi, CO₂-måling og lokale råvarer, 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: Nemlig glade gæster. Vi måler og spørger altid vores gæster om deres oplevelse hos os – og vi sætter barren højt.



GÆSTE- OG KUNDETILFREDSHED

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

Vi sætter barren højt, og 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. Dét lykkedes vi igen med i 2025 – og det er naturligvis et mål, vi vil fortsætte med at stræbe efter i fremtiden. Herfra skal dette mål opretholdes og gerne forhøjes, men ikke nødvendigvis til 100 %. Vi går ikke efter at behage alle – vi går efter at begejstre dem, der tør.

ET FYRTÅRN I BRANCHEN

Vi sætter ikke kun barren højt, når det gælder vores gæsters tilfredshed. Vi stræber nemlig også efter, at vores restauranter bliver anerkendt af landets madanmeldere og branchefolk og markerer sig tydeligt på den gastronomiske scene.

I 2025 tog vi et vigtigt skridt i den retning. Ikke mindst med åbningen af Paula, hvor samtlige af landets anmeldere lagde vejen forbi. Men også ved at vi opnåede en **Bib Gourmand i Michelin** og fik alle fem restauranter med i **Falstaff** – resultater, der understreger vores faglige niveau og ambitioner.

Vores mål er, at LOCA skal stå som et fyrtårn i branchen. Et fyrtårn, der ikke blot kaster lys over branchens udfordringer, men som også går forrest og aktivt arbejder på at løse dem.

falstaff		Paula	
Falstaff	Food	46/50	90
Restaurant & Bistro Guide	Service	18/20	
Nordics 2026	Wine	18/20	
	Style	8/10	



MADEN

Vi vil skabe meningsfulde, velsmagende måltider gennem kompromisløs kvalitet og bevidste til- og fravalg. Vi vælger madspild fra og tilvælger lokale råvarer, økologi, dyrevelfærd og bæredygtig fisk og skaldyr. Vi vælger mindre kød, mere grønt og ansvarlige leverandører, der lever op til FN's Verdensmål og de værdier, vi sigter efter.

Men alt dette er ligegyldigt, hvis ikke maden smager hamrende godt. 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.

INDKØB MED INDSIGT

Til registrering og optimering af vores bæredygtige indkøb af føde- og drikkevarer har vi bygget et regneværktøj, som ved hjælp af samtlige fakturaer aflæser købsadfærden i hver enkelt af vores restauranter og kantiner. I 2025 skiftede vi til systemet InFood – et AI-drevet værktøj, som trækker data direkte fra vores regnskabssystem.

Denne rapport er udarbejdet for LOCA som helhed, hvilket betyder, at de angivne målinger afspejler det samlede indkøb på tværs af alle forretninger. I dette afsnit om MADEN finder du vores målinger, resultater og indsatsområder inden for:

- Plantebaseret VS animalsk
- CO₂-aftryk
- Økologi
- Lokale råvarer
- Dyrevelfærd
- Bæredygtig fangst af fisk og skaldyr
- Madspild

I 2025 har vi besluttet at justere vores mål på alle områder, hvilket betyder, at vi i 2026 implementerer nye rapporter og værktøjer for at kunne nå vores mål i 2030.



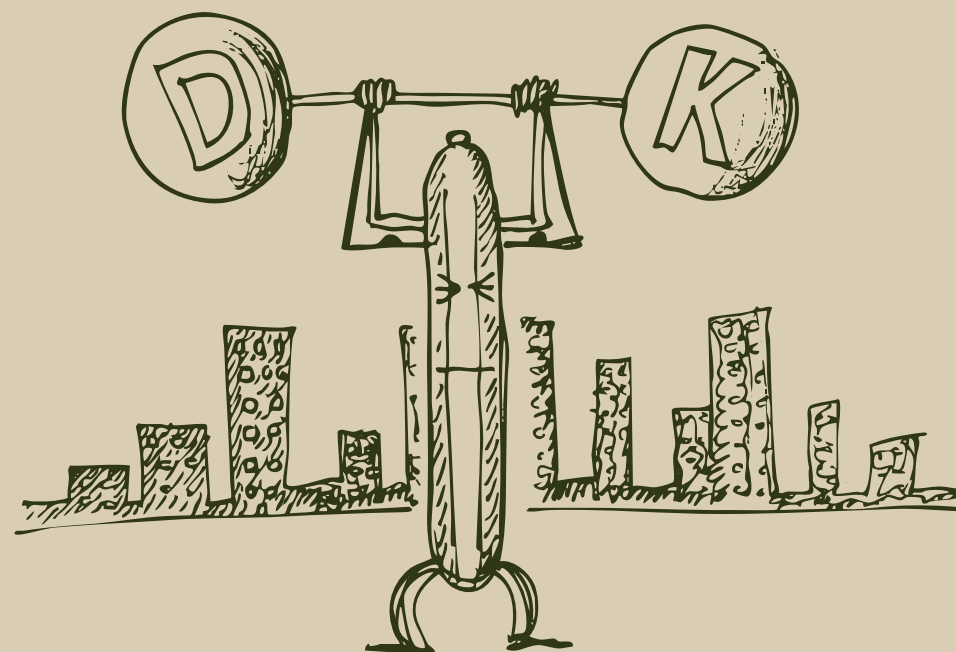


LOCA-mål nr. 2

LOKALE RÅVARER – 60-90 %

Danmark er et landbrugsland med fantastiske råvarer – og i LOCA bruger vi dem med stolthed. For os giver det mening at bruge danske råvarer i Danmark, og det giver mening at bruge dem dugfriske i sæson. Det er godt for både gastronomien og dansk landbrug. Hvis vi ikke vælger at købe dansk nu – med den merpris det har at producere i Danmark – findes der om få år ikke et landbrugserhverv inden for landets grænser.

Vores mål er, at 60-90 % af vores råvarer skal være lokale – hverken mere eller mindre. Vi vil nemlig også gøre plads til at hylde verdens bedste specialiteter, når de kan noget, Danmark ikke kan.



VORES DEFINITION AF LOKALE RÅVARER

Vi definerer lokale råvarer som produkter, der produceres i Danmark med primært danske råvarer. Vores tal er baseret på vores indkøb med undtagelse af vin, kaffe og the.

I forbindelse med begrebet 'lokale råvarer' møder vi en række dilemmaer – 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 f.eks. 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, er, at der i perioder af året ikke findes danske råvarer tilgængelige. 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.

2025 I TAL

Inden 2030 skal andelen af lokale varer fylde mellem 60 – 90 % af vores råvareindkøb. I 2025 ligger den andel på **58,15 %** (ekskl. vin, kaffe og te), så vi er bestemt godt på vej.

For frugt og grønt lå andelen af danske varer på 43,85 %. Det er højere end gennemsnittet i Danmark, men stadig et stykke fra vores mål om 60-90 % i 2030. Ifølge en undersøgelse fra Madkulturen i 2025 var kun 9 % af salget af frugter i Danmark fra danske frugtavlere og 26 % grønsager blev produceret i Danmark.

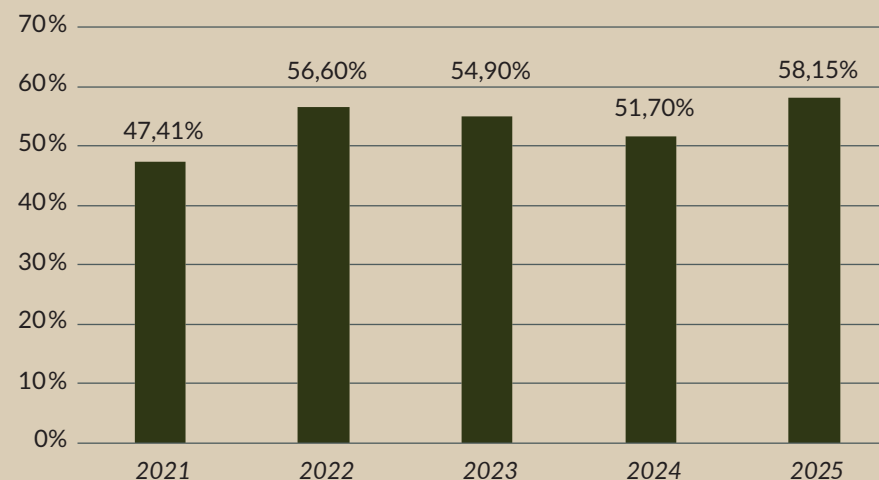
Vi oplever derfor, at det ikke altid er muligt at få danske råvarer – heller

ikke når de er i sæson. Tilgængelighed og sæsonudsving spiller altså en stor rolle i vores indkøb.

Derfor er lokale råvarer et område, vi fortsat har stort fokus på, og hvor vi arbejder på at øge andelen, når det er muligt.

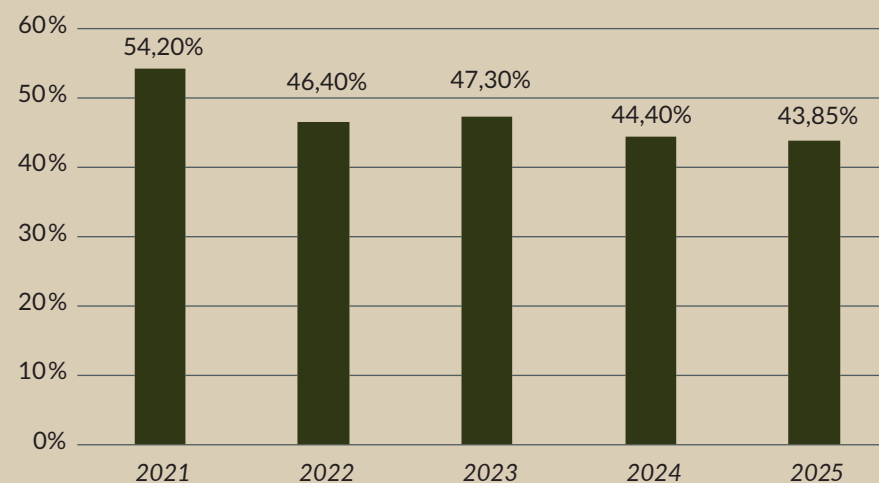
Figur 10

Udviklingen af andelen af indkøb fra Danmark



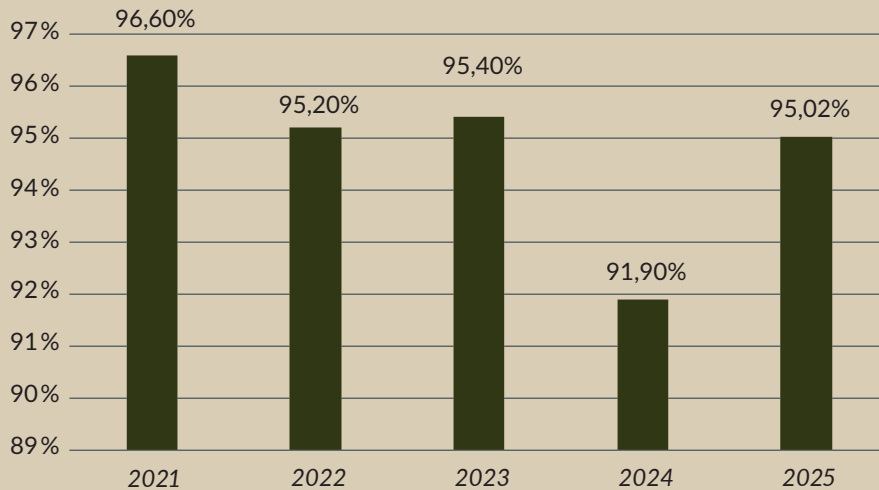
Figur 11

Udvikling af indkøb af frugt og grønt fra Danmark



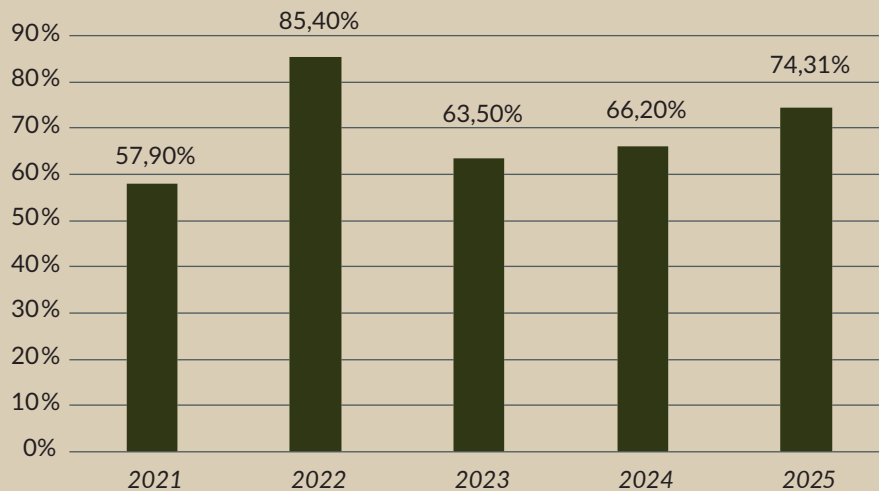
Figur 12

Udvikling af indkøb af mejeri og æg fra Danmark



Figur 13

Udvikling af indkøb af kød og fjerkræ indkøb fra Danmark



“Hos Godis Grønt arbejder vi for at skabe et mere lokalt og sæsonbaseret fødevarer system, hvor grøntsager høstes tæt på køkkenerne og med størst mulig respekt for jord, sæson og smag. For os handler bæredygtighed ikke kun om økologi, men også om korte transportveje, gennemsigtighed og nære relationer mellem producent og køkken. Derfor giver samarbejdet med Restaurant Paula rigtig god mening for os, fordi vi deler en fælles forståelse for kvalitet, råvarer og ansvarlig madproduktion. Vi oplever, at der er plads til dialog om sæsoner og tilgængelighed. Det er vigtigt for os at være store nok til at levere stabilt, men samtidig små nok til at bevare nærheden til både jorden, produktet og dem, der skal spise maden.”

– Fredrik Sahlin, Godis Grønt,
leverandør til **Restaurant Paula**



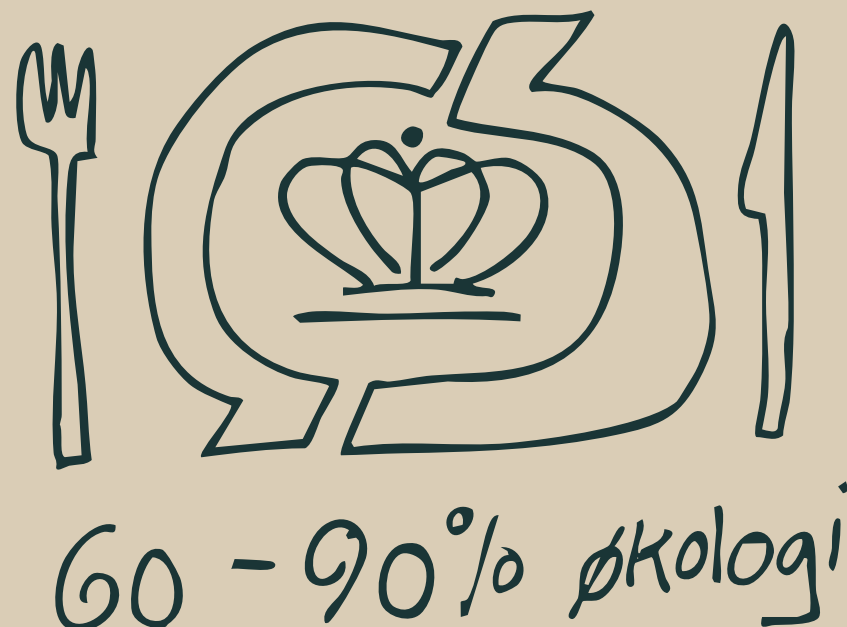
LOCA-mål nr. 3

ØKOLOGI – 60-90 %

Vi ønsker at servere dejlig mad med så få kunstige tilsætningsstoffer som muligt – og uden sprøjtegift, naturligvis. Derfor vælger vi økologi. Det beskytter vores gæster, naturen og vores fælles grundvand og giver plads til mere biodiversitet. I LOCA arbejder vi målrettet med økologi og har i 2025 opnået Det Økologiske Spisemærke i sølv på alle vores spisesteder. Sølvmærket betyder, at 60-90 % af vores råvarer er økologiske.

Vores økologi-mål for 2025 var at sikre, at alle køkkener beholdt eller fik Det Økologiske Spisemærke i sølv – og at vores samlede økologianandel lå på mindst 65 %. Det mål nåede vi, og vores samlede økologiandel endte på 70,07 % – altså over målet på 65 %.

Samtidig er det værd at bemærke, at kun en lille del af spisesteder i Danmark arbejder med økologi på samme niveau – her skiller LOCA sig tydeligt ud.



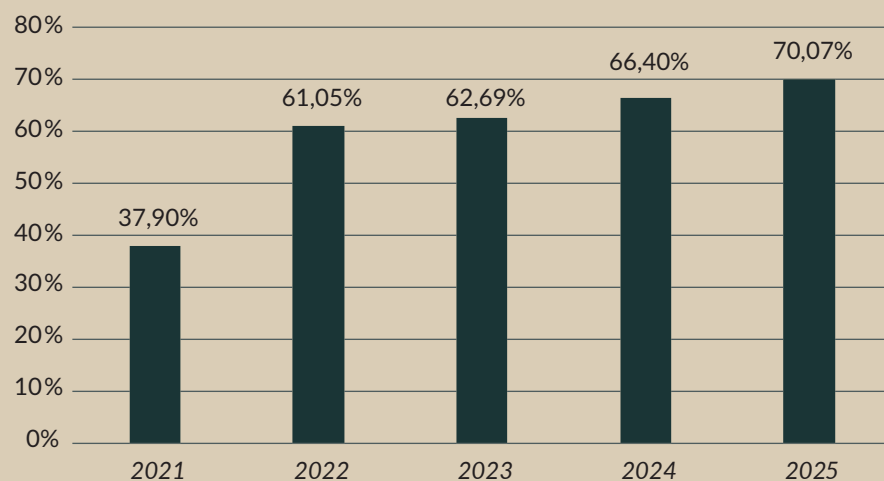
Af Danmarks 17.681 spisesteder (*) har kun 282 restauranter, catering eller cafeer (*1) et økologisk Spisemærke, det vil sige, at kun 1,6 % prioriterer økologi. Kun 38 restauranter har et økologisk Spisemærke i sølv i København (*1)

* Kilde: Horesta – tal fra 2023

*1 Kilde: Fødevarestyrelsen – tal fra start 2026

Figur 8

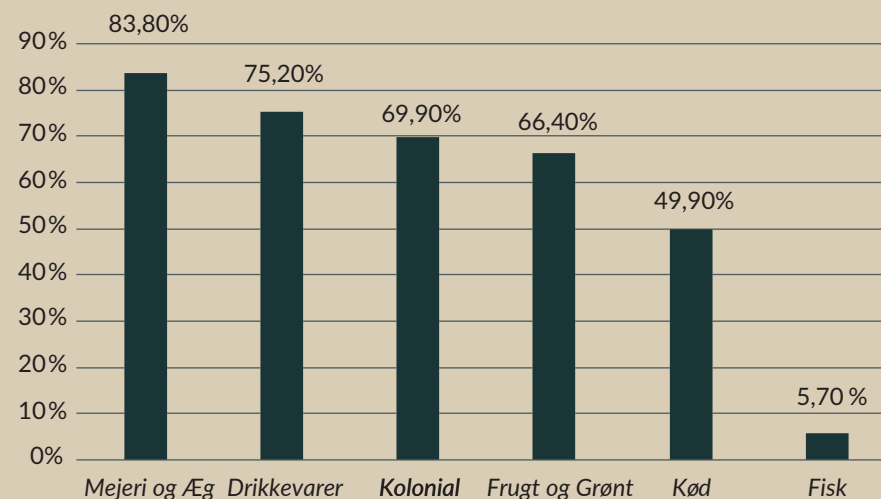
Udvikling af økologisk indkøb i vægt



I 2025 tog vi endnu et ekstra spring opad og bruger nu næsten 85 % flere økologiske fødevarer end i 2021, hvor vi begyndte at måle vores økologiske indkøb i vægt.

Figur 9

Fordeling af økologiandel



Økologien er lavere på fisk, fordi vi primært bruger vildtfanget fisk, som ikke kan certificeres økologisk.

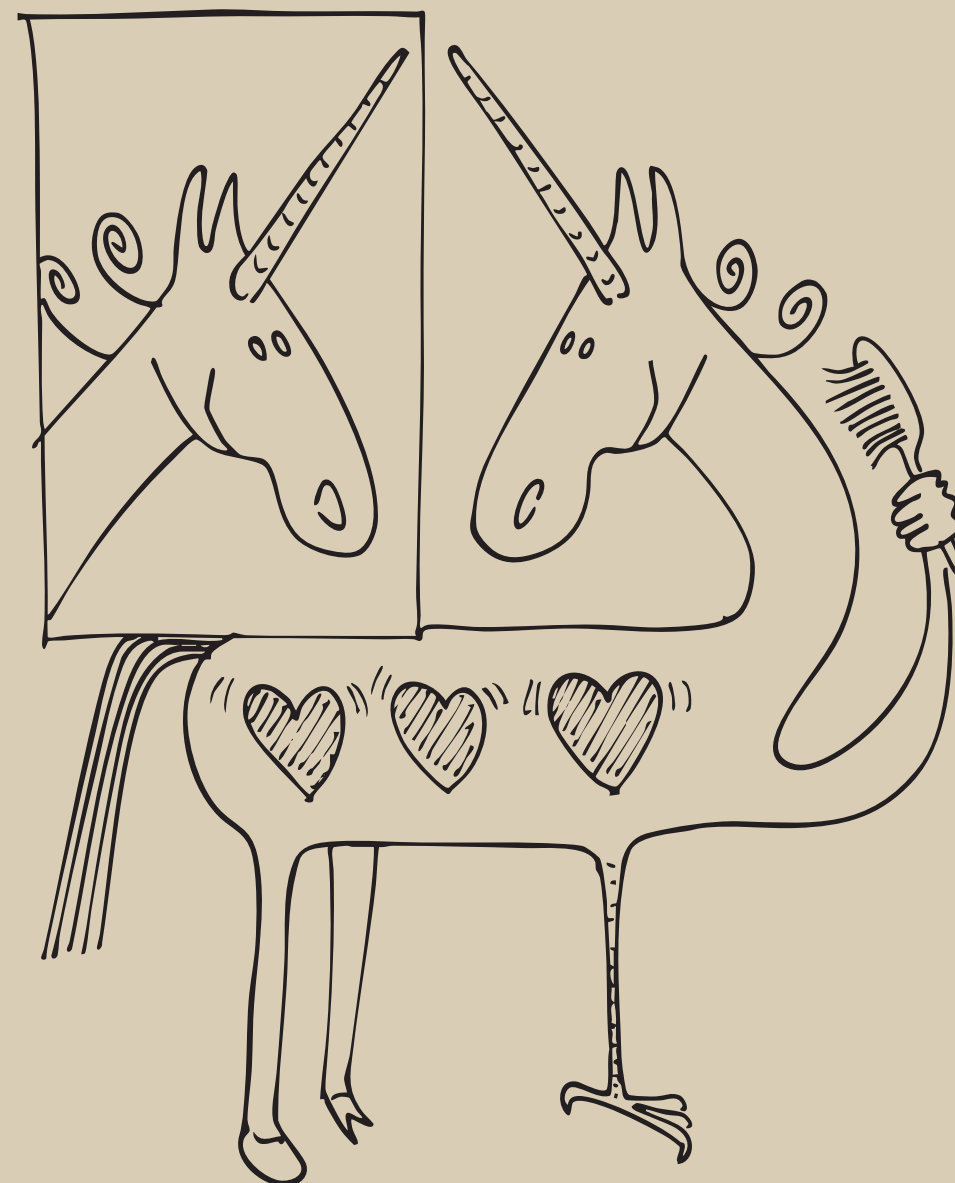


LOCA-mål nr. 4

DYREVELFÆRD – 60-90 %

I LOCA vælger vi mere grønt, og kød, æg og mejeriprodukter i de rette mængder – men vi stiller høje krav til dyrenes velfærd. Der findes i Danmark officielle og uofficielle mærker for dyrevelfærd, som vi har valgt at kombinere. Vi definerer derfor dyrevelfærd som værende dyr, der har levet vildt, gået på friland, som er mærket økologisk eller med Fødevarestyrelsens 3 dyrevelfærdshjerter. Vi måler på vores indkøbsadfærd i områderne: svinekød, kylling, kalvekød, oksekød, vildt, mejeri og æg.

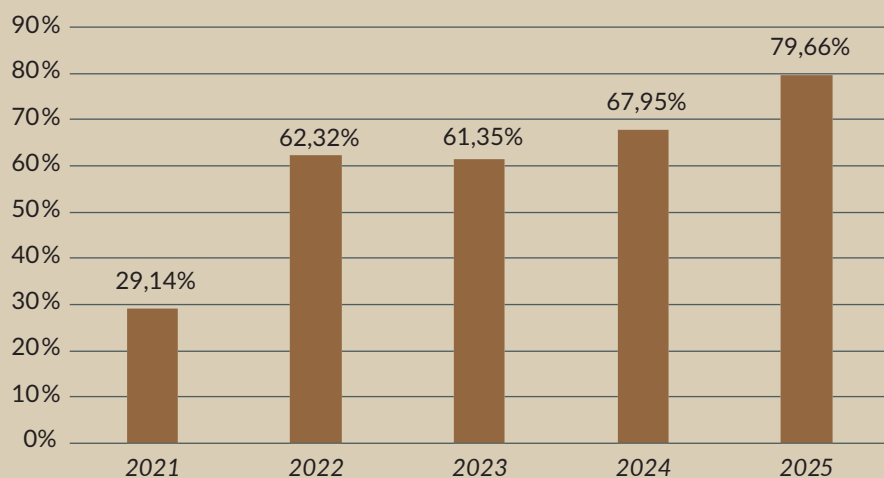
I 2025 nåede vi vores målsætning om, at 60-90 % af vores indkøb af animalske råvarer opfylder dette kriterie.



2025 I TAL

I 2025 var målet, at mindst 60 % skulle komme fra dyr med bedre velfærd – dvs. økologisk, friland eller med 3 dyrevelfærdshjerter. Det mål nåede vi, og andelen er steget siden sidste år. Resultatet er højt og meget tilfredsstillende, blandt andet fordi vi har købt mere vildt i 2025. Frem mod 2030 er målet, at 60-90 % af vores indkøb fortsat lever op til vores velfærdsdefinition

Figur 14
Udvikling af dyrevelfærd

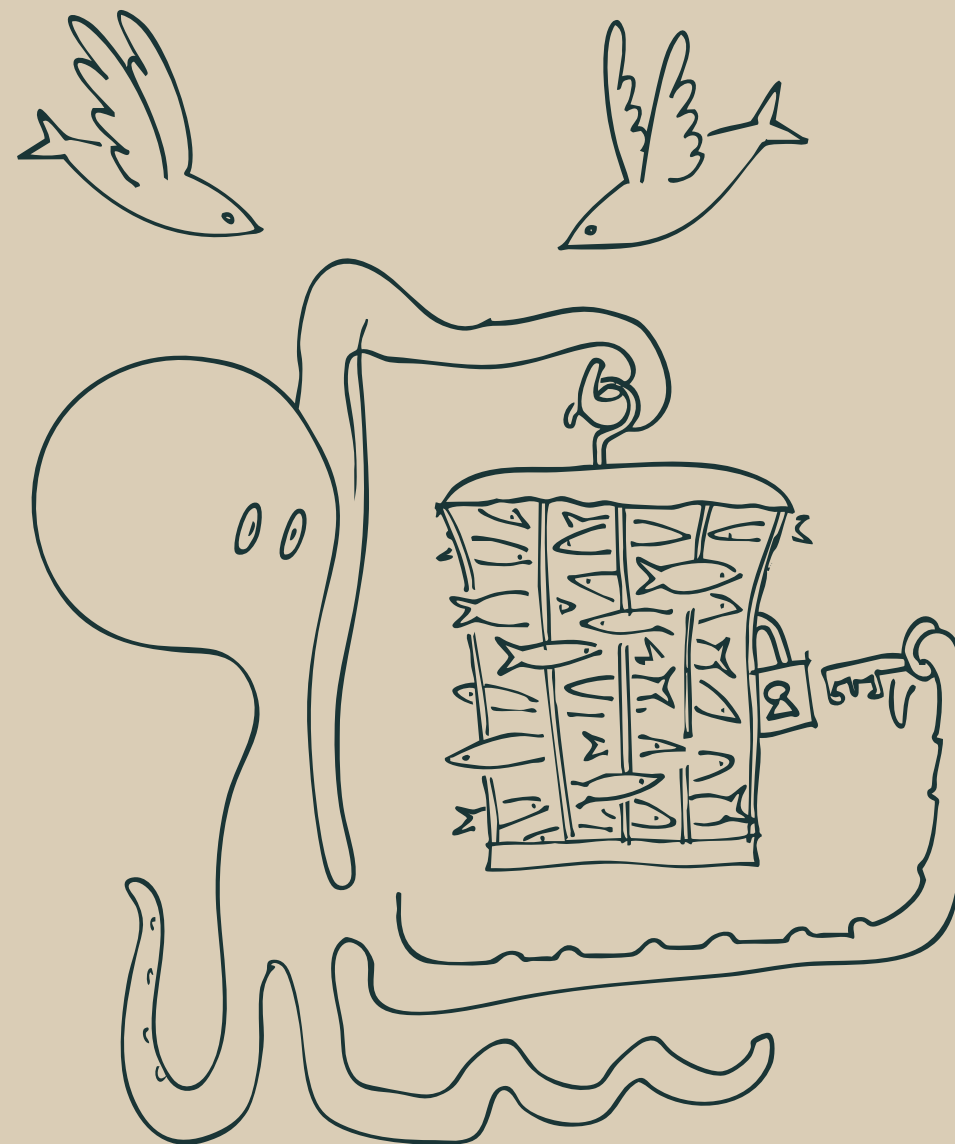




LOCA-mål nr. 5

BÆREDYGTIGT FISKERI

Havet rummer fantastiske råvarer, men livet under overfladen er under pres fra overfiskeri og klimaforandringer. I LOCA fokuserer vi på fangstmetoder, bestande og på de fangstområder fiskene fanges i. Derfor vælger vi fisk og skaldyr ud fra mere bæredygtige fangstmetoder som tejner, håndpluk og opdræt. I 2025 levede 60-90 % af de fisk og skaldyr, vi serverede, op til vores krav.



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

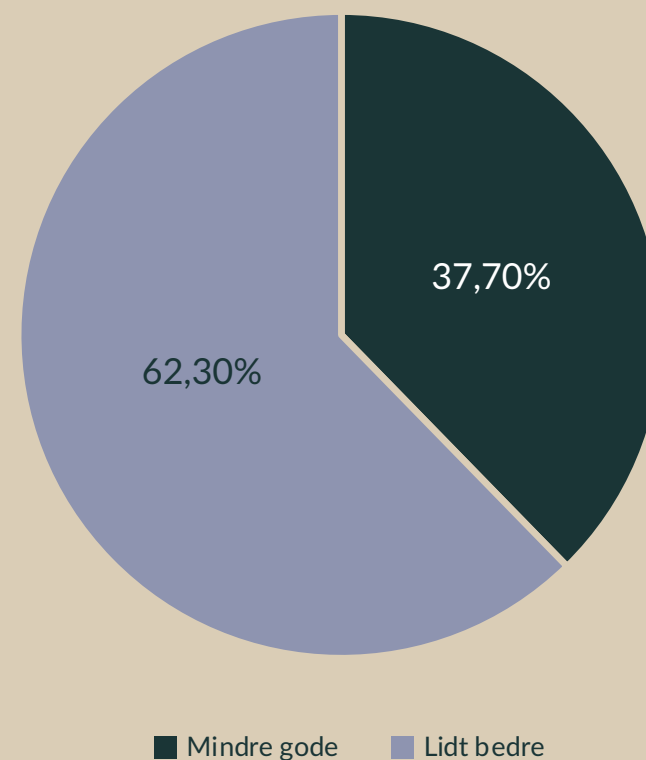
Vi måler på fangstmetoder for at skabe bevidsthed om, hvad disse betyder for fiskene og de områder, de fanges i. Dette er dog et vanskeligt emne med mange forskellige aspekter, og vi har blandt andet ladet os rådgive af vores fiskeleverandør. Et eksempel på områdets kompleksitet er den gamle danske fangstmetode snurrevodsmetoden. 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.

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

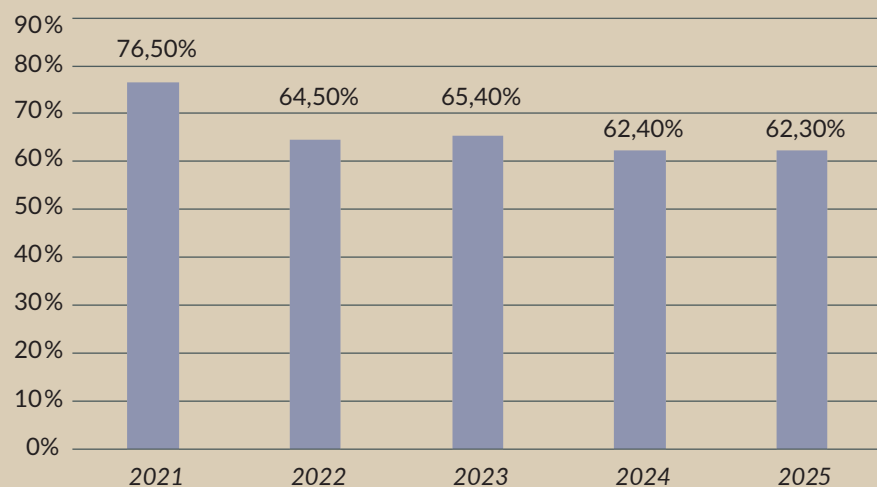
MÅLING AF OPRINDELSE OG FANGSTMETODER

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.

Figur 15
Fordeling af fangstmetoder 2025



Figur 16
Udvikling siden 2021

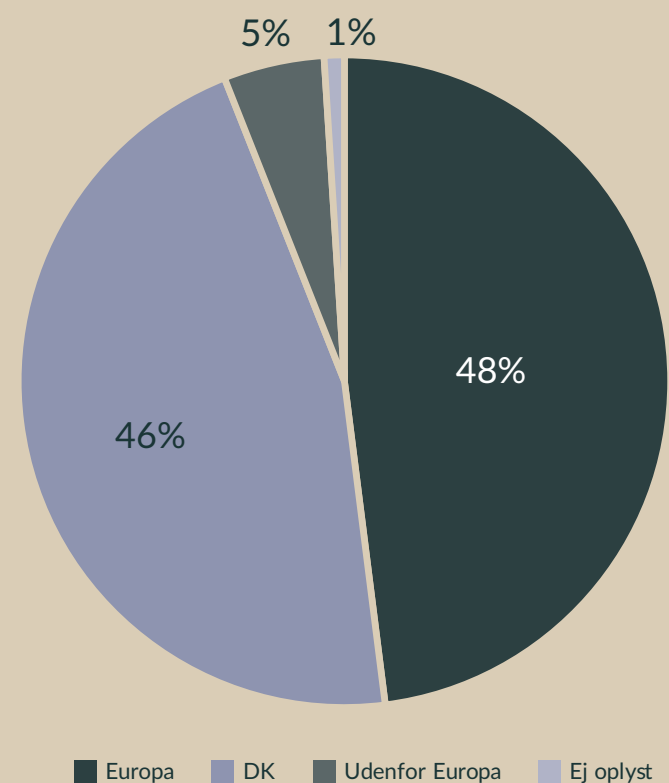


Vores målsætning er, at andelen af de "lidt bedre fiskemetoder" ligger mellem 60 – 90 %, og det har vi opnået. Dog ligger vi i den lave ende her, så det er et indsatsområde for de kommende år.

MÅL FOR OPRINDELSE OG FANGSTOMRÅDER

Vores mål var i 2025, at al fisk som minimum skal komme fra fangstområde "FAO 27", som er en del af europæiske farvande, inkl. de danske. Halvdelen skal komme fra nære områder til Danmark. Også dette år viser det sig at være mere og mere problematisk. Vi kan se, at vi er tæt på 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.

Figur 17
Fordeling af fangstområder 2025





LOCA-mål nr. 6

MADSPILD – 0 %

Spild er spild. Mad er kun bæredygtigt, hvis det bliver spist, og derfor skal vi måle og veje alle vores råvarer. Fra de kilo, som bliver sat ind i køleboksen ved levering, til de gram af madrester, der går med tallerkenen ud. Det rette indkøb, den rette logistik og kokkenes evner til at bruge hele råvaren er altafgørende i kampen mod madspild, og det er – og vil altid være – en intern konkurrence i hele LOCA, om ikke vi kan gøre det lidt bedre i morgen.

En af måderne er effektiv kompostering, men der skal mere til, og vi bliver ved med at afsøge nye muligheder, til vi er i mål.



VORES MÅLINGER AF MADSPILD

I enhver husholdning er madspild ensbetydende med dårlig køkken-økonomi, 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. Når vi ser på madaffald, så sonderer vi imellem to fraktioner:

- **Mad, der kunne være blevet spist – og som vi kunne have undgået**
- **Mad, der ikke kan spises – altså, det reelle madaffald, som vi ikke kan undgå.**

Vi registrerer vores madaffald på to områder:

1. Data fra vores renovationsselskab
2. Data direkte fra målinger i køkkenet

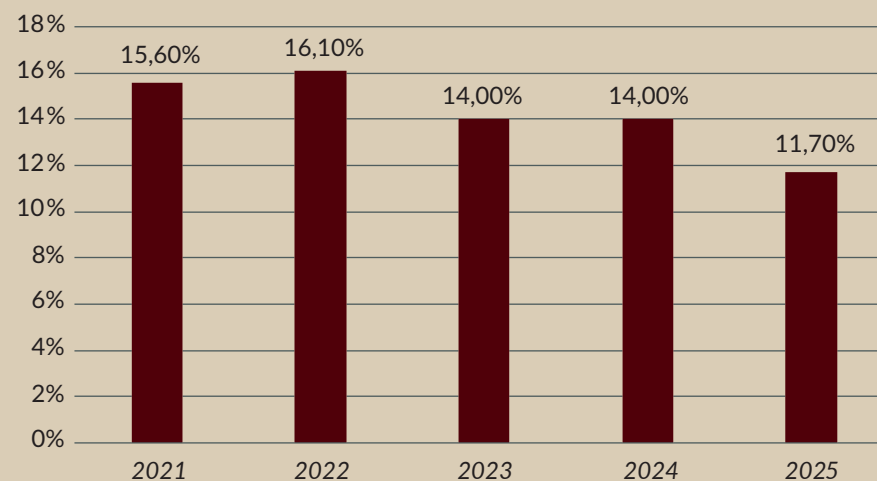
Begge områder giver udfordringer mht. præcision af data. For det første laver vi en del fond på fødevarerester, som medfører en større vægt i affaldet, fordi der er vand i, og vi har ikke fundet en metode endnu til at tage vandets vægt ud af beregningen. Det vil sige, at der i begge områder vil være et "kunstigt" højt indhold af vand. For det andet skelner data fra renovationsselskabet ikke mellem affald, der kunne have været spist, og affald, der simpelthen bare er rester. Her bliver alt blandet sammen, og vi får mindre præcis data. Derudover deler flere af vores køkkener affaldsområder med andre. Det betyder, at andre aktører kan have benyttet vores containere, hvilket kan føre til, at vores tal for madaffald er kunstigt høje.

Udvikling i køkkenet, hvor vi kun måler affald sendt til renovation

I 2025 har vi forbedret os væsentligt hvad angår madspild. Vi har nemlig produceret 16 % mindre madaffald end 2024.

Figur 18

Madaffald i forhold til indkøbt kg.



Udvikling i køkkenet, hvor vi måler madspild direkte

	2025
Totalt madaffald i forhold til indkøbt kg.:	9,54 %
Madspild pr. person pr. dag	
(affald, der kunne have været spist):	33,11 gr. (2024 år 36 gr.)
Madaffald pr. person pr. dag	
(affald, der ikke kunne have været spist):	72,36 gr. (2024 89gr.)



“Da jeg åbnede Kilden i haven og ville tilbyde kaviar, var det vigtigt for mig at tænke hele værdikæden ind. Jeg var træt af at høre, at selve fisken ofte kun blev brugt til biobrændsel, så jeg aftalte med Lyksvad (en dansk opdrætter af stør til kaviar), at de skulle sende et par fisk, så jeg kunne eksperimentere. Efter nogle forsøg fandt jeg frem til, at hvis vi modnede fisken i fem dage, saltede den, koldrøgede den og lod den hvile en dag efterpå, så får den en fantastisk smag – lidt i retning af en blanding mellem røget makrel og røget ål. Og lige præcis denne stør bliver jo dermed et fantastisk eksempel på, hvordan vi kan undgå unødigt madspild.”

– Christian Hoffmann, partner i LOCA og køkkenchef på **Restaurant KILDEN i haven**



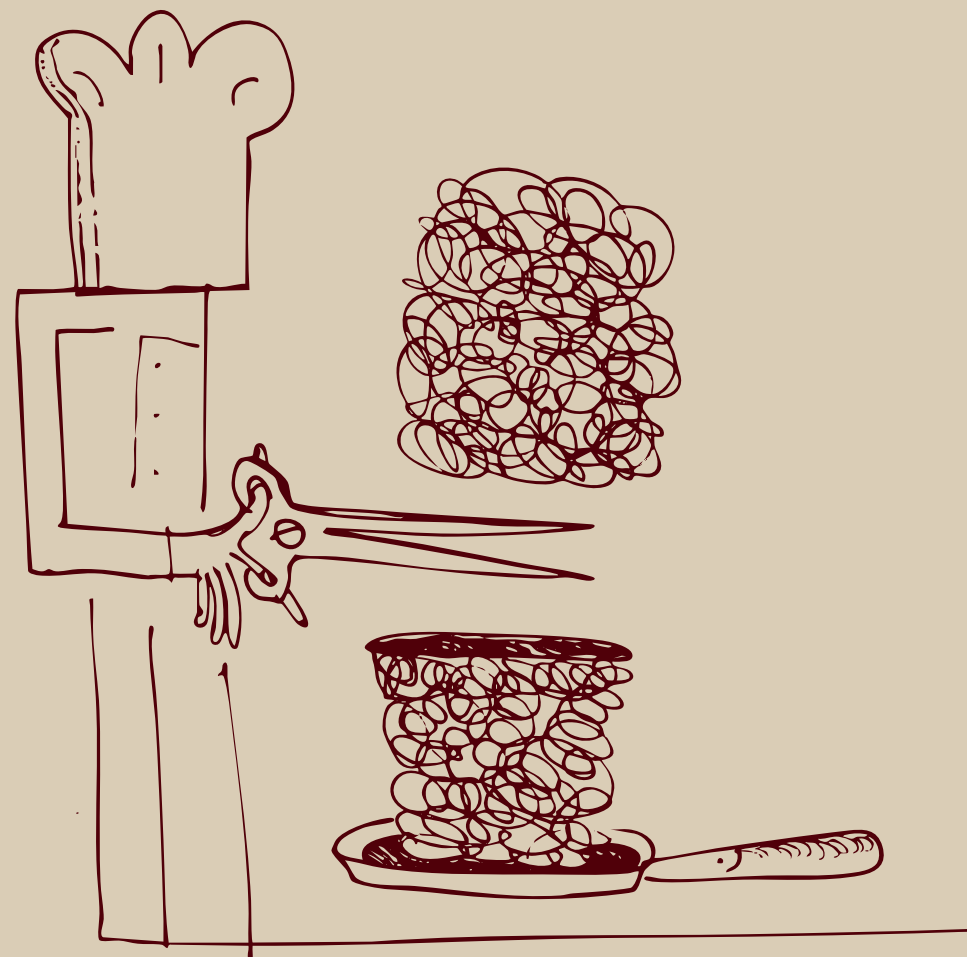


LOCA-mål nr. 7

CO₂-AFTRYK – 0 %

Fødevarer står for 20 % af Danmarks drivhusgasser ifølge Concito*, men potentialet for reduktion er stort. I LOCA registrerer vi alle indkøb. Vi har allerede et lavt klimaaftryk, men har forpligtet os til CO₂-neutralitet senest i 2050. Derfor arbejder vi dagligt for at mindske vores udledning og bidrage til den grønne omstilling.

*<https://concito.dk/udgivelser/danmarks-globale-forbrugsudledninger>



34 % MINDRE CO₂ SIDEN 2021

Hvert kvartal måler vi vores CO₂-aftryk fra indkøbte føde- og drikkevarer, og vi beregner vores tal på basis af Den Store Klimadatabase fra Concito. Vores baseline og startpunkt for vores målinger er 2021, og vi har løbende forbedret os – i alt med -34 %.

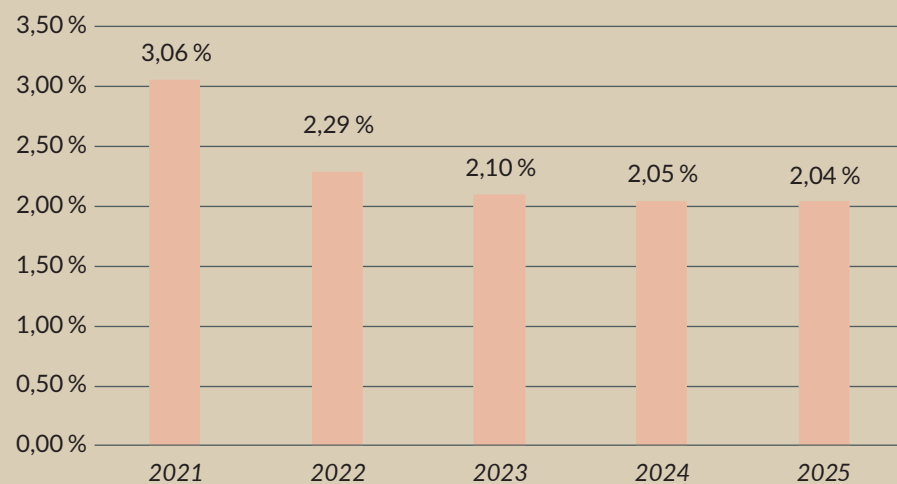
Vi har som mål at minimere vores aftryk på fødevarer med 40 % inden 2030 og på sigt til et niveau, hvor vi i 2050 går i nul mht. vores indkøbte føde- og drikkevarer.

Vi er godt tilfredse med resultatet og godt på vej. Dog har vi ikke reduceret yderligere fra 2024 til 2025 men ligger på samme – lave – niveau. Derfor vil det blive et fokusområde for 2026: Hvordan kan vi få bragt CO₂-aftryk pr. kg. endnu længere ned?

I figur 6 og 7 viser vi, hvor fordelingen af Co2-aftrykket kommer fra i 2025 – fordelt over de forskellige varegrupper.

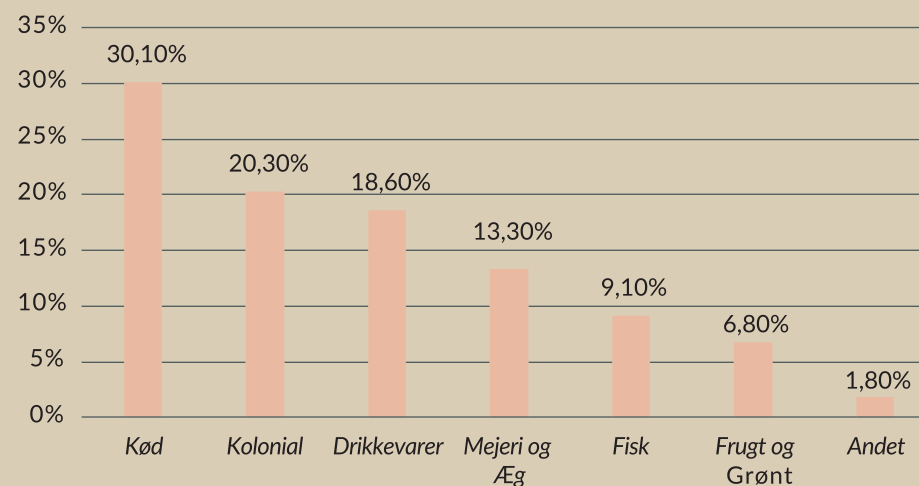
Figur 5

Udvikling af kg CO₂e pr. kg indkøb siden 2021



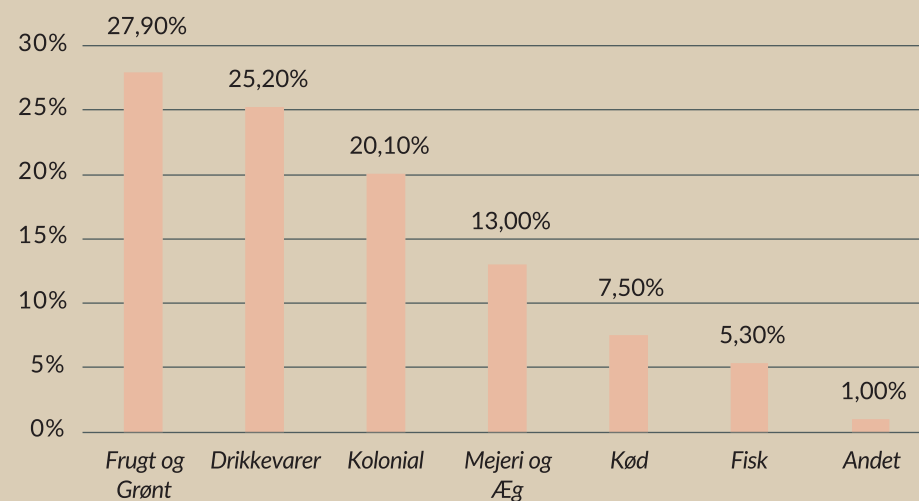
Figur 6

Fordeling af CO₂-aftryk over varegrupper



Figur 7

Fordeling af indkøbt kg. over varegrupper



CO₂-MÅLING OG DE 3 SCOPES

For at beregne vores samlede klimaaftryk anvender vi principperne fra GHG-protokollen, som opdeler udledninger i tre scopes:

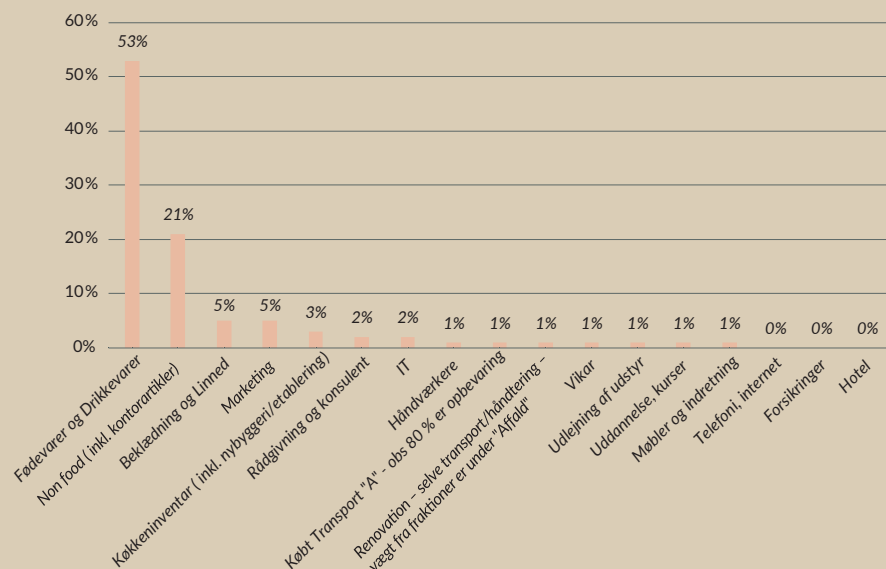
- **Scope 1:** Direkte udledninger fra egne aktiviteter (fx firmabiler)
- **Scope 2:** Indirekte udledninger fra indkøbt energi (el, varme og vand)
- **Scope 3:** Øvrige indirekte udledninger fra værdikæden, herunder varekøb, transport og services

Scope 3 udgør langt den største del af vores aftryk, og det er derfor her, vi har vores primære fokus.

Figur 8

Kategorisering af scope 3.

Da scope 3 er det største område, fokuserer vi primært på dette. Her vises fordelingen i procent pr. hovedkategori.



Vi anvender data fra bl.a. Den Store Klimadatabase fra Concito, In-Food, HOFOR, Energistyrelsen, Klimakompasset fra Erhvervsstyrelsen samt leverandørdata – særligt fra Dansk Cater. Samtidig anvender vi samme metodik år for år for at sikre sammenlignelighed.

UDVIKLING I SAMLET CO₂-AFTRYK

Vores samlede CO₂-aftryk har udviklet sig således:

- **2022:** 1.145 tons CO₂e
- **2023:** 1.005 tons CO₂e
- **2024:** 1.099 tons CO₂e
- **2025:** 794 tons CO₂e

Fra 2024 til 2025 har vi reduceret vores samlede CO₂-aftryk med 28 %. Udviklingen skyldes bl.a.:

- At vi i 2024 etablerede en ny restaurant, hvilket øgede aftrykket midlertidigt (ca. 20 % af totalen), mens der ikke var tilsvarende etableringer i 2025
- Optimering af affaldshåndtering, som har reduceret aftrykket med ca. 4 %
- Yderligere reduktion i aftrykket fra føde- og drikkevarer på ca. 2 %

Samtidig har vi reduceret vores CO₂-aftryk pr. omsat krone med 29 % fra 2024 til 2025.

VORES TILGANG TIL REDUKTION

Vi har ikke et ønske om at opnå CO₂-neutralitet gennem køb af kompensationscertifikater. I stedet arbejder vi målrettet med at reducere vores faktiske ressourceforbrug dér, hvor effekten er størst.

Som en del af vores langsigtede strategi undersøger vi dog mulighederne for at investere i jord, som på sigt kan bidrage til at balancere vores samlede aftryk.

INDSATSOMRÅDER 2026-2027

Fremadrettet vil vores vigtigste indsatsområder være:

- Reduktion af CO₂-aftryk fra fødevarer og drikkevarer
- Øget genanvendelse og optimering af affaldsfraktioner
- Gennemgang og optimering af energiforbrug og energikilder
- Analyse af muligheder for opkøb og drift af jord

For at styrke datakvaliteten har vi i 2025 implementeret systemet InFood, som automatiserer og forbedrer vores CO₂-beregninger – særligt på vores største indkøbsområde: fødevarer og drikkevarer.

METODE OG DATAGRUNDLAG

Vores CO₂-beregninger for 2025 er baseret på data fra perioden 1. januar 2025 til 31. december 2025.

Vi beregner vores aftryk ved at samle data fra fakturaer og forbrug og koble disse med emissionsfaktorer fra anerkendte databaser. I tilfælde, hvor data ikke er fuldt tilgængelige – fx ved fælles forsyning i venues – estimerer vi forbruget baseret på sammenlignelige lokationer.

Der er fortsat områder, vi ikke kan måle præcist, herunder gæsters transport til og fra vores lokationer. Dette indgår derfor ikke i vores nuværende opgørelser.

Ved beregning af CO₂-aftryk på råvarer og drikkevarer anvender vi råvaredata fra Concitos klimadatabase. Hvor specifikke data mangler, anvender vi gennemsnit for tilsvarende råvarer. Energiforbrug ved tilberedning indgår ikke i disse beregninger.



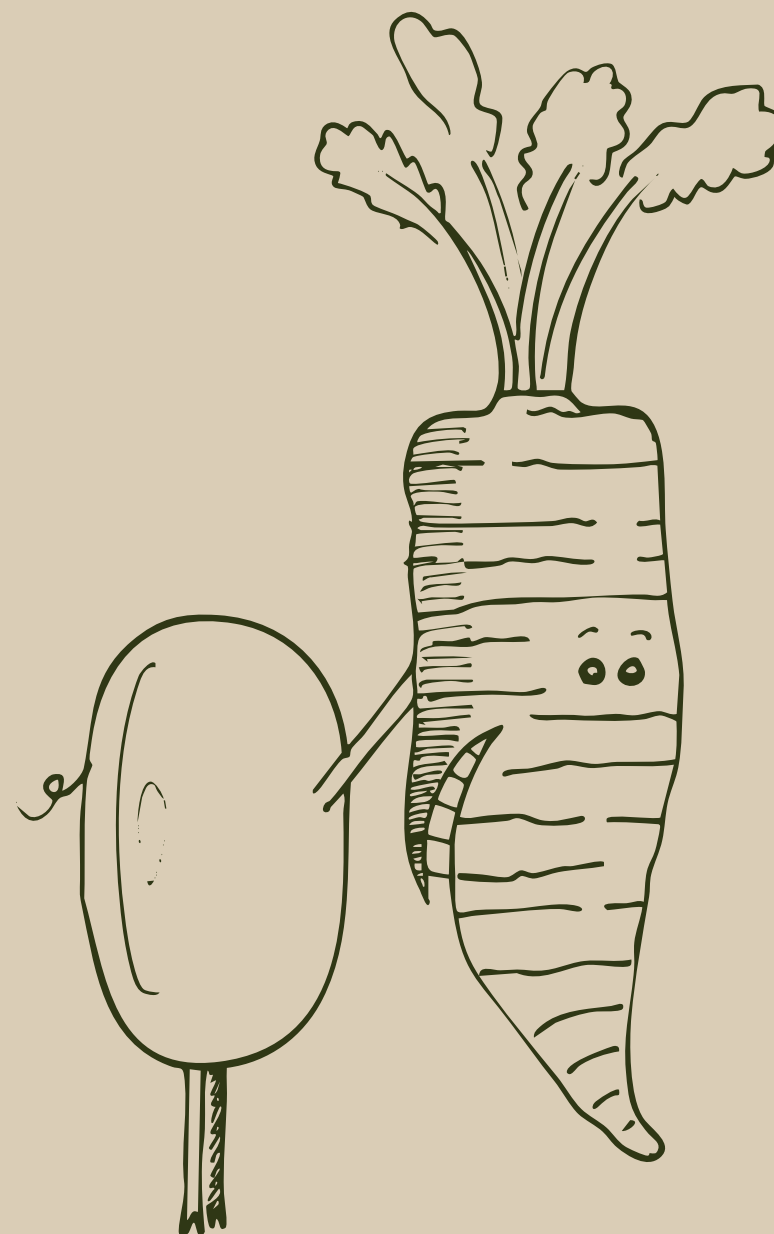


LOCA-mål nr. 8

ANIMALSK VS. PLANTER – 60-90 %

I LOCA elsker vi frugt og grønt for deres smage, farver og uendelige muligheder. Smag og glæde er dog ikke det eneste, kokkene giver os, når de forvandler frugt og grønt til de lækreste retter. Som bifangst nedsætter de plantebaserede råvarer nemlig også måltidets CO₂ udledning, mens de højner vores individuelle sundhed. Vi har i LOCA allerede opnået et mål om, at planterbaserede råvarer udgør minimum 60-90 % af tallerkenen, mens resten består af fisk, kød, æg og mejeriprodukter.

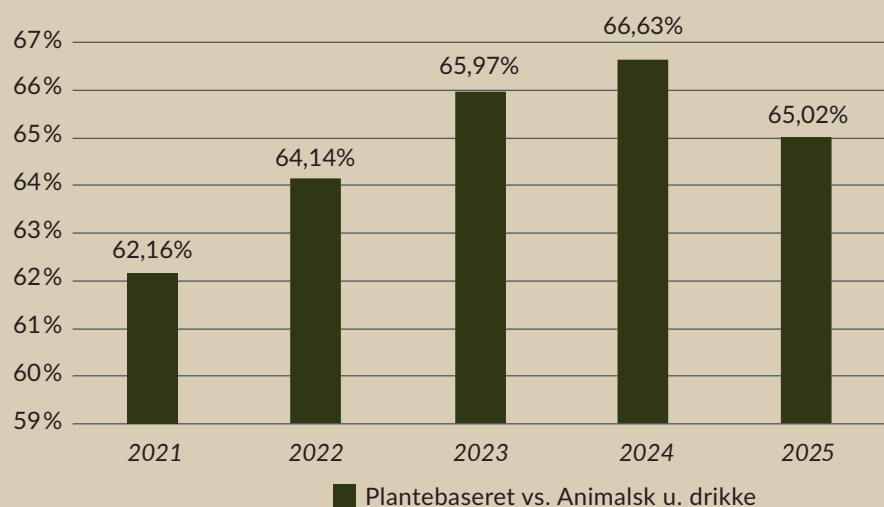
I vores regnskab registrerer vi, hvor mange kilo og liter af vores varekøb, der stammer fra henholdsvis plantebaserede og animalske kilder. Det er vigtigt at understrege, at den animalske andel ikke kun dækker over kød, men også omfatter produkter som fisk, æg, mælk, fløde, smør og andre mejeriprodukter. Siden vi begyndte at måle på området, har vi årligt reduceret vores animalske indkøb.



I 2025 udgjorde plantebaserede produkter 65,02 % af det samlede varekøb til alle køkkener. Vi finder denne fordeling tilfredsstillende i forhold til vores målsætninger. Vi vil fortsat have fokus på området, og vores mål for 2026 er, at andelen skal være minimum 65 %. Vores mål er at fastholde det høje niveau af andel af planter, som skal ligge mellem 60% og 90%.

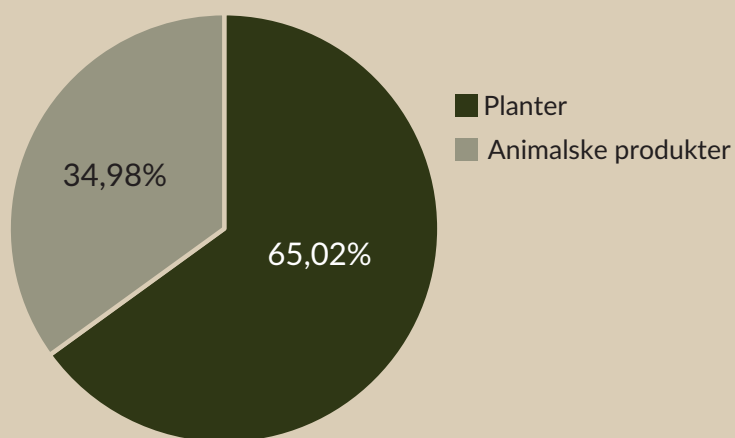
Figur 1

Udvikling af indkøbt plantebaseret i forhold til animalske fødevarer i vægt



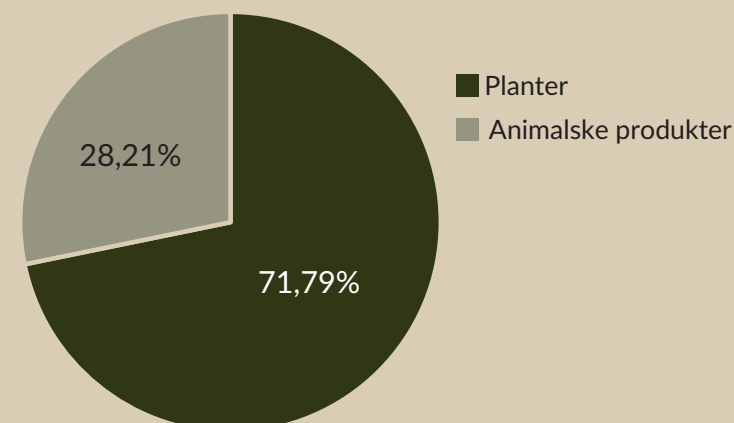
Figur 2

Plantebaseret VS animalsk – for hele LOCA



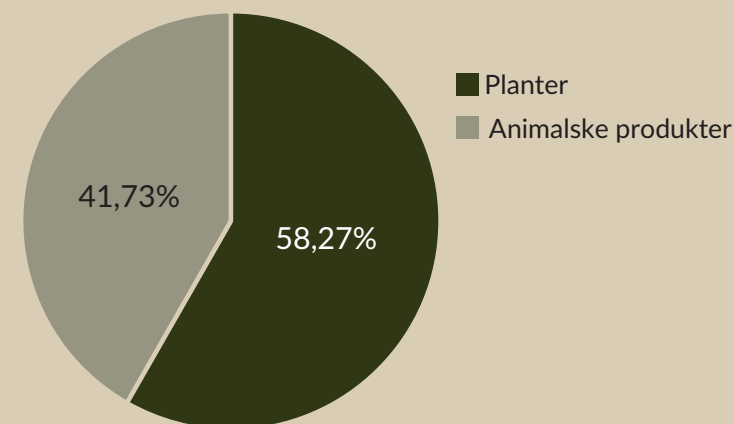
Figur 3

Plantebaseret VS animalsk – for LOCA Kantiner



Figur 4

Plantebaseret VS animalsk – for alle LOCA's restauranter



“Funga Farm is a local organic mushroom farm that has grown over the past six years to provide Copenhagen- and now much of Denmark- with the highest-quality specialty mushrooms, never compromising on our commitment to sustainability and transparency.”

When we first introduced ourselves to LOCA, after sneaking into the kitchens at the Opera House with a sample box, we were immediately welcomed into the back offices to discuss a potential partnership. Since then, it has been clear that LOCA takes its commitment to supporting local organic farms and producers like us seriously.

This dedication to quality and sustainability runs all the way from the chefs to the executive team, and it means the world to small specialty producers like us.”

– Kyle, **Funga Farm**



Smag fx Funga Farms svampe på Dolores i Carlsbergbyen, hvor de serverer Korean fried mushrooms from Funga Farm with gochujang and sesame.

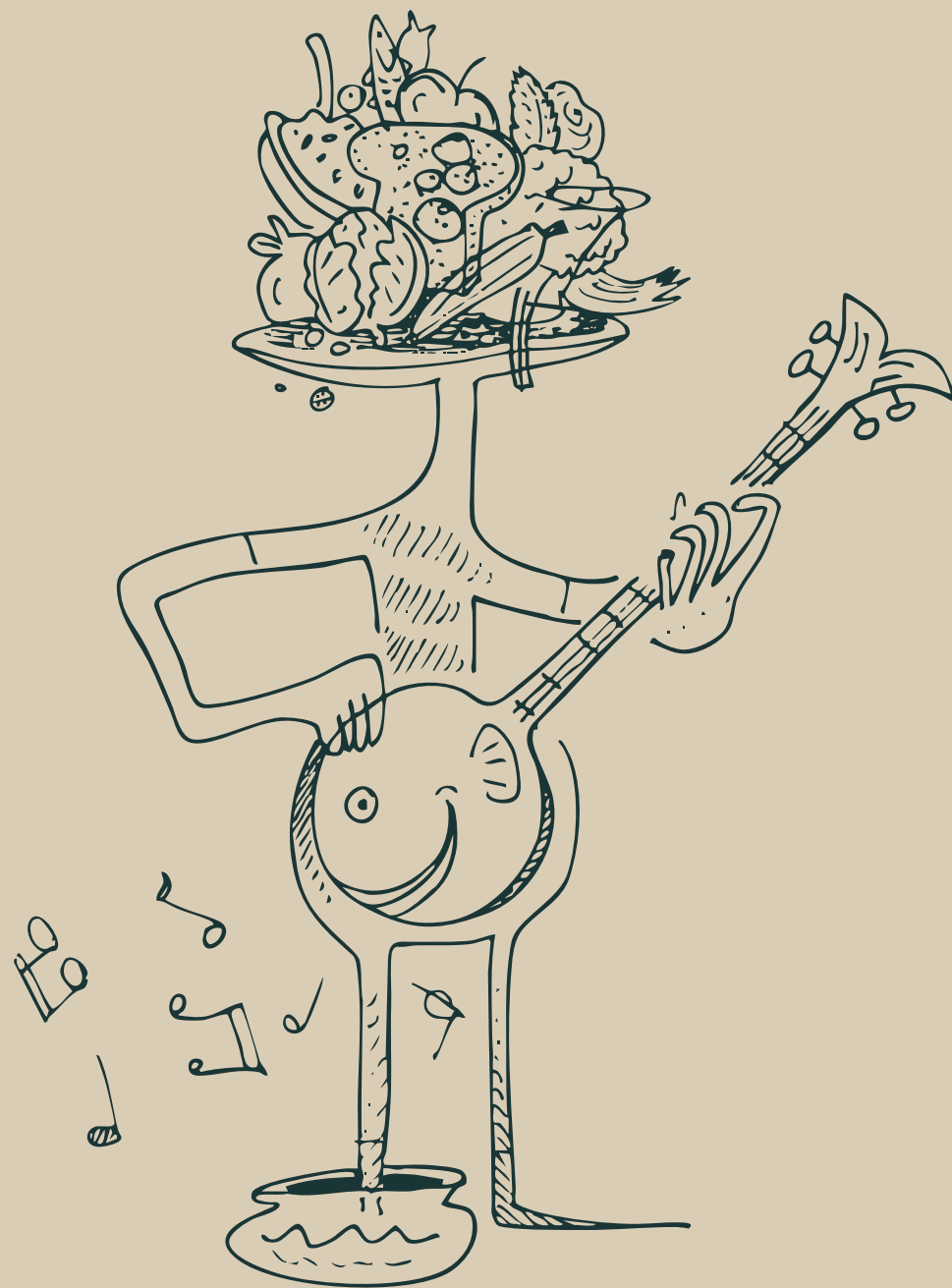




LOCA-mål nr. 9

MAVENS INTELLIGENS

Vi går efter den gode mavefølelse – bogstaveligt talt. Vores tarmer hænger nemlig sammen med vores følelser, og hvad, vi fylder i vores, krop har ikke kun betydning for vores fysiske velbefindende, men også vores mentale. Derfor går vi hos LOCA (som det mest naturlige) op i, at det, vi serverer, er baseret på det bedste håndværk, lavet fra bunden – og selvfølgelig uden ultraforarbejdede ingredienser, som kan få maven og livskvaliteten til at vakle. Dét er vores – gode – mavefølelse.



MERE END BARE (VIRKELIG) GOD MAD

Selvom vi altid har lavet mad fra bunden og undgået ultraforarbejdede produkter i vores køkkener, er både den generelle forskning og vores viden om, hvordan vi bedst understøtter en sund tarmflora, stadig under udvikling.

Derfor vil vi også fremadrettet arbejde med at opsøge og udvikle flere partnerskaber og netværk, der hjælper os med at optimere vores brug og sammensætning af:

- Mættet VS umættet fedt
- Hurtige kulhydrater (sukker) VS komplekse kulhydrater (fibre)
- Højt proteinindhold på de plantebaserede fødevarer
- Fedtsyrer, aminosyrer, omega 3,
- Superfoods
- Kalorier
- Færre tilsætningsstoffer

MEN VI VIL GÅ ENDNU LÆNGERE ...

Vores langsigtede mål er at gå endnu længere: I samarbejde med læger og hospitaler ønsker vi at udvikle sundhedstests, der kan dokumentere, at man ved at spise vores mad regelmæssigt – som for eksempel i vores kantiner – bliver sundere – og måske endda også lykkeligere.

Derfor søger vi de kommende år målrettet efter partnerskaber blandt læger og fagfolk til at nå dette mål inden 2030.

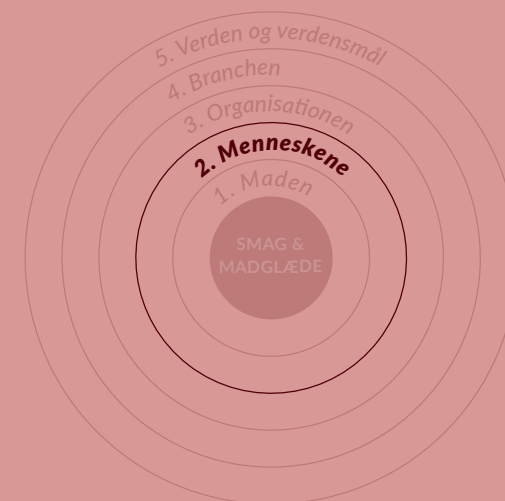


MENNESKENE

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, diversitet og lighed mellem kønnene.

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

I vores branche, og til opfyldelse af vores vision i LOCA, er vi fuldkommen afhængige af gode, glade og generøse mennesker. Mennesker er det vigtigste parameter for, at vi sammen kan skabe en lys og bæredygtig fremtid – både for vores egne forretninger her i LOCA og i branchen som helhed. Vi arbejder hele tiden på at skabe et miljø og en kultur, hvor der altid er – og skal være – plads til alle. En arbejdsplads, hvor alle føler sig velkomne og værdsatte. Vores ansattes arbejdsglæde og trivsel er derfor også én af de bærende søjler i LOCA – og siden vores første bæredygtighedsrapport til 2021-2022 er der kommet mange flere ansatte til. Vi ønsker, at ikke bare LOCA, men hele branchen bliver en attraktiv arbejdsplads. Målet er, at restaurationsbranchen – og valget om uddannelse og karriere heri – skal være attraktivt i enhver sammenligning, og ikke mindst i sammenligningen med andre erhvervsuddannelser.



ET DATADREVET LØFT AF BRANCHEN

Vi ønsker samarbejde med vores kollegaer i branchen, og vi vil derfor også fortsat udvikle og definere, hvilke parametre inden for Social Bæredygtighed vi kan, skal og vil måle på i fremtiden for at gøre lige netop vores branche til verdens bedste branche.

Derfor skal vi fastsætte nogle fælles parametre, som vi alle måler på, så vi derved får en branchenorm, vi kan måle os selv op imod. Gennem målinger kan vi identificere svagheder og forbedringsmuligheder, så vi sammen kan gøre vores branche til et bedre sted for alle.





LOCA-mål nr. 10

GLADE MEDARBEJDERE

I LOCA er det medarbejderne, der skaber smagen, stemningen og de gode madoplevelser. Vi skal derfor, selvsagt, passe godt på dem – både i hverdagen men også længere end det. Vi prioriterer medarbejdertrivsel meget højt og arbejder for, at alle har både lyst og mulighed for at blive i branchen – også når de stifter familie, og når de er fyldt 50. Det er fællesskab og sammenhold, som skaber forandringer, og vi vil sammen sætte nye mål for gastronomiens bæredygtige arbejdsplads – både nu og i fremtiden. For sammen er vi LOCA.

Kun med et fællesskab af gode, tilfredse og glade medarbejdere når vi i mål. Glæden skal mærkes i hverdagen og løftes med nye mål og metoder, når vi hvert år ser tilbage på året, der gik, og frem mod året, der kommer.



TRIVSEL I UDVIKLING: EN NY TILGANG TIL MEDARBEJDERTRIVSEL

Traditionelle trivselsundersøgelser har tidligere været vores primære måleværktøj, og vi har altid opnået vores overordnede mål om, at **80 % af alle LOCA'er skal "trives rigtig meget eller trives meget" i deres job**. Efter flere års erfaring med trivselsundersøgelser – både vores egne og dem, vi har gennemført i samarbejde med brancheorganisationen HORESTA – valgte vi i 2025 at tage næste skridt i arbejdet med medarbejdertrivsel.

Med mange relativt korte ansættelser grundet sæson, projekter og andet, ønsker vi nemlig at udvikle et styringsværktøj til hverdagen. Et værktøj, der ikke kun afrapporterer vores medarbejderes trivsel hvert halve år, men som aktivt kan og vil bruges af alle medarbejdere til at tage temperaturen i hverdagen – og hele tiden være på forkant i stedet for bagkant med vores medarbejderes trivsel.

For første gang, siden vi udarbejdede vores første bæredygtighedsrapport, indeholder denne rapport derfor ikke resultater for en afholdt trivselsanalyse i 2025 – men i stedet et mål for implementering af bedre og mere nærværende analyse- og trivselsværktøjer og metoder fra 2026 og frem.

COACHING OG WORKSHOPS

For at øge trivslen blandt vores medarbejdere valgte vi desuden i 2025 at tilknytte en fast coach til LOCA, som igennem workshops på tværs af både enheder og faggrupper har stået i spidsen for, at vores medarbejdere sammen kan omsætte LOCAs WHY og værdier til praktiske leve- og spilleregler i hverdagen. Disse workshops fortsætter ind i 2026, og vi fortsætter ligeledes samarbejdet med samme coach til brug for både ledere og andre, som ønsker selvudvikling eller øget trivsel igennem professionel coaching og/eller terapi.

INDIKATORER FOR MEDARBEJDERTRIVSEL

Som supplement til vores trivselsanalyser, -målinger og nye værktøjer ser vi desuden på følgende parametre som indikatorer for vores medarbejderes trivsel:

- **Sygefravær** – hvor vi måler os op imod servicebranchen, det generelle danske arbejdsmarked og os selv. År for år.
- **Anciennitet** (turnover) – hvor vi søger at måle os op imod branchen.
- **Gennemsnitsalder**
- **Personlig udvikling:** Afholdelse og færdiggørelse af kurser og uddannelser, interne avanceringer og rekrutteringer
- **Sammenhold, samhørighed og fællesskab**

SYGEFRAVÆR

Det samlede sygefravær i LOCA i 2025 lå på 3,19 % fordelt over alle stillinger og ansættelsesforhold (elever, drift, administration). Vi har undersøgt mulighederne for at sammenligne vores tal med relevante og opdaterede branchestandarder, men har ikke kunnet identificere tilstrækkeligt sammenlignelige data for restaurations- og kantinebranchen. Derfor vil vi i stedet følge udviklingen i vores egne nøgletal år for år med fokus på løbende forbedringer.

Til sammenligning er det gennemsnitlige sygefravær i servicebranchen, som restaurations- og hotelbranchen hører under, på ca. **8,5 sygedage om året** pr. medarbejder, hvilket svarer til en sygefraværsprocent på cirka **4,1 %** af arbejdstiden. Branchen ligger meget tæt på det generelle gennemsnit for det danske arbejdsmarked, hvor lønmodtagere i den private sektor i snit har ca. 7,9 sygedage.

ANCIENNITET

Når vi ser på ancienniteten, tegner der sig et udmærket billede for vores nuværende medarbejdere. I gennemsnit har vores kollegaer været ansat i 436,99 dage, svarende til godt 1,2 år. Virksomhedens alder taget i betragtning er vi ganske godt tilfredse med dette. LOCA er vækstet med over 100 ansatte på få år, og anciennitet vil derfor naturligt være lavere samtidig med det faktum, at timelønnede ofte er studerende og dermed ansat i kortere perioder.

Der er naturligt forskel mellem de enkelte faggrupper. Kokke og køkken-personale havde en gennemsnitlig anciennitet på 567,48 dage, svarende til cirka 1,6 år, mens tjenere og frontpersonale i gennemsnit havde været ansat i 304,50 dage, svarende til cirka 0,8 år. Begge faggrupper er kendetegnet ved høj mobilitet og en branche, hvor mange skifter arbejdsplads eller helt forlader faget relativt tidligt i deres arbejdsliv.

Der findes i dag ikke offentligt tilgængelige og direkte sammenlignelige benchmarkdata for anciennitet på tværs af restaurations- og kantinebranchen. Derfor har vi valgt at anvende vores egne historiske data som benchmark og måle vores succes på evnen til at øge ancienniteten over tid.

Vores mål for 2026-2027 er at øge den samlede gennemsnitlige anciennitet med 20 %. Samtidig har vi en særlig ambition om at løfte ancienniteten blandt vores kokke og tjenere til mindst to år i gennemsnit. Vi ser en højere anciennitet som en vigtig indikator på, at vi lykkes med at skabe en attraktiv arbejdsplads, hvor mennesker trives, udvikler sig og har lyst til at blive.

Anciennitet uden definering/filtrering – nuværende ansatte

FUNKTION	ANTAL MEDARBEJDERE I HVER KATEGORI	GENNEMSNIET AF ANTAL DAGE TIL D. 31.12.2025
Back of House – Fuldtid	27	567,48
Front of House – Fuldtid	12	304,50
LOCA Office	7	1.765,00
Timelønnet	76	289,24
I alt	122	436,99

GENNEMSNIET

Vi er i en branche, som de fleste forlader, inden de fylder 40, og i LOCA skal vi hjælpe til med uddannelse, udvikling og arbejdsforhold, som giver alle både lyst til og mulighed for at blive i branchen – og gerne i LOCA – også når de stifter familie, og når de er fyldt 50.

Vi har derfor en klar målsætning om at hæve gennemsnitsalderen i branchen, og vi følger derfor også udviklingen i gennemsnitsalder og anciennitet tæt. Vores egen gennemsnitsalder i LOCA var i 2025 28,88 år på tværs af alle faggrupper og ansættelsesforhold. Det lyder lavt, og det skyldes det faktum, at vores dygtige timelønnede kollegaer ofte er unge studerende, og dermed naturligt trækker gennemsnittet ned.

Selvom vi ikke har adgang til valide og sammenlignelige branchetal, ved vi, at restaurationsbranchen traditionelt er præget af høj medarbejderomsætning og mange korte karriereforløb. Tjenere har den laveste gennemsnitsalder, som estimeres til at ligge på mellem 25-28 år, da faget i høj grad er præget af unge mennesker i sabbatår, studerende og deltidsansatte, der ser tjenerfaget som et midlertidigt job eller et supplement til studier. Mens kokke typisk har en lidt højere gennemsnitsalder, som estimeres til at ligge mellem 30-34 år. Det hænger blandt andet sammen med den længere uddannelsesvej, hvor det er mindre almindeligt at møde helt unge og ufaglærte medarbejdere i professionelle køkkener. Samtidig kan et højt fysisk arbejdspress og de skæve arbejdstider for mange være svært at forene med et familieliv eller et langt arbejdsliv. Og det er netop denne udvikling, vi ønsker at være med til at ændre i LOCA, hvor vi følger udviklingen i både gennemsnitsalder og anciennitet tæt som indikatorer for, om vi lykkes med at skabe et mere langsigtet og bæredygtigt arbejdsliv i branchen.

Vi har en ambition om at ændre opfattelsen af, hvad et arbejdsliv i restaurations- og kantinebranchen kan være, og dermed vise at det er muligt at skabe et langt og bæredygtigt arbejdsliv – også når livet ændrer sig. Derfor arbejder vi aktivt for at skabe rammer, der gør det muligt at kombinere arbejdsliv og familieliv. Det handler blandt andet om arbejdstider, fleksibilitet og forståelse for de behov, der følger med, når man stifter familie. Vi ønsker nemlig, at vores kollegaer skal opleve, at de kan udvikle deres karriere i LOCA uden at skulle vælge mellem arbejdsglæde og familieliv.

Gennemsnitlig alder – nuværende ansatte

FUNKTION	ANTAL PERSONER I KATEGORIEN	GENNEMSIT AF ALDER
Back of House – Fuldtid	27,00	32,74
Front of House – Fuldtid	12,00	30,08
LOCA Office	7,00	44,71
Timelønnet	76,00	25,90
I alt	122,00	28,88

PERSONLIG UDVIKLING

I LOCA har vi som mål, at 80 % af de administrative medarbejdere har en baggrund fra driften – enten fra køkkenet eller gulvet. Derfor har vi hele tiden et stærkt fokus på intern udvikling og uddannelse af vores medarbejdere. Vores ambition er nemlig, at både den øverste ledelse og det fremtidige ejerskab af LOCA i videst muligt omfang rekrutteres og udvikles internt blandt vores ledende medarbejdere.

Alle vores medarbejdere har ved ansættelsen allerede et meget højt fagligt niveau fra professionsuddannelser og erhvervserfaring, og mens vi har et løbende mål om altid at forbedre og udvikle fagligheden igennem kurser, workshops og vidensdeling, har vi målrettet sat ressourcer ind for at udvikle mere administrative kompetencer.

I gennem de sidste to år, 2024 og 2025, har vi således afholdt 4 kurser for ca. 50 kursister i samarbejde med Asnæs og Vangstrup. Disse 4 kurser har tilsammen givet 25 point ud af 50 points merit til at gå direkte ind på HD 2 andel.

Fra 2026 vil der blive udarbejdet individuelle forløb for medarbejdere, der ønsker at opsamle yderligere merit hos Asnæs og Vangstrup til at søge ind på HD – eller alternativt en anden uddannelse.

SAMMENHOLD, SAMHØRIGHED OG FÆLLESSKAB

I LOCA tror vi på, at vi SAMMEN kan gøre en forskel. Vi er drevet af et stærkt værdisæt, et stærkt WHY – og et stærkt sammenhold. Både i de enkelte teams og på tværs af alle vores restauranter, kantiner og forretningsområder. Vi opfordrer hver restaurant, kantine og afdeling til at planlægge samvær og sociale arrangementer for deres eget team, og som en del af LOCA at besøge deres kollegaer i andre restauranter og spise til særligt fordelagtig pris med venner og familie.

Vi afholder arrangementer og events, hvor alle os i LOCA samles, som fx til vores årlige sommerfest. Derudover er venner og familie også velkomne, når vi i LOCA Family søger fællesskabet igennem aktiviteter og events som DHL og juleafslutning, der arrangeres på tværs af hele LOCA.



“Vores to souschefer, Nicklas og Jacob, og jeg har arbejdet sammen herude i to år nu. I starten var det nærmest kun os tre, så vi har været en fast del af teamet lige siden. Jeg tror, at en af grundene til, at vi har haft det samme personale herude i så lang tid, er, at vi supplerer hinanden virkelig godt. I de to år, jeg har været her, har jeg måske højst haft tre sygemeldinger, og det tager jeg som et tegn på, at folk er glade for og trives i at være her.”

– Chris Lindegaard, køkkenchef på
Amélie i Operaen

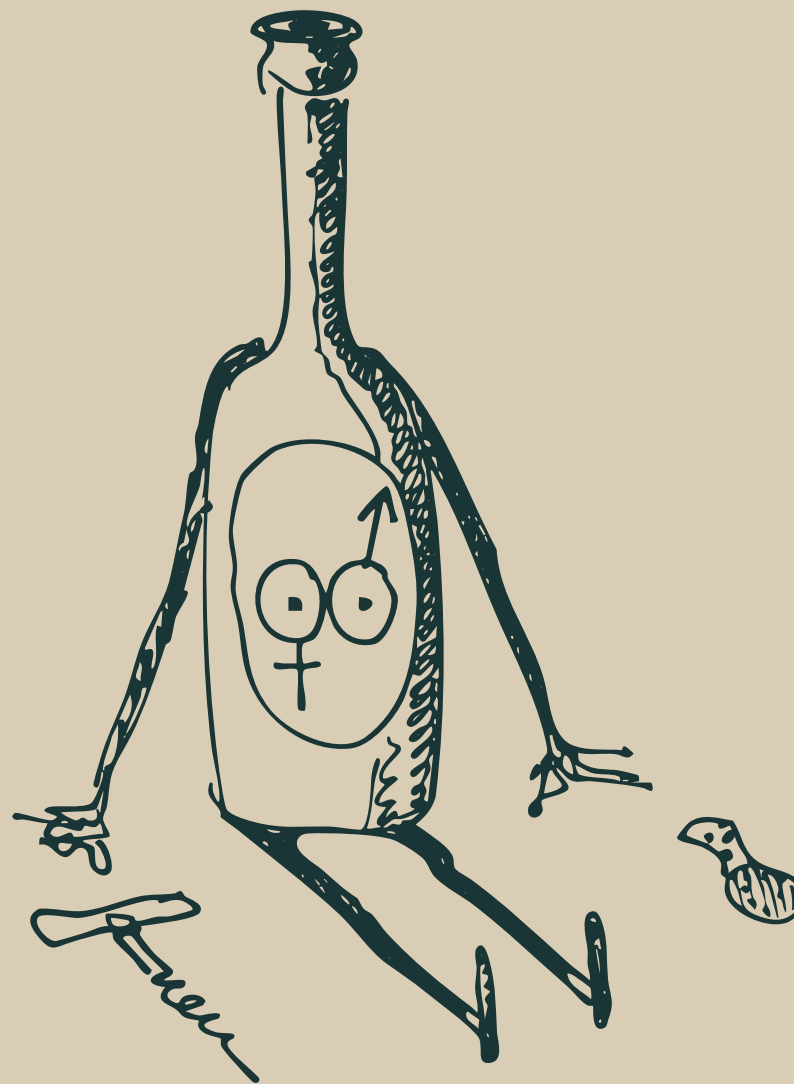




LOCA-mål nr. 11

LIGESTILLING MELLEM KØNNENE

I LOCA, der som bekendt er grundlagt, ejet og ledet af kvinder, har vi alle ønsker og incitamenter til at fremme ligestillingen mellem køn og kønsidentiteter i vores egne forretninger specifikt – og i verdenen omkring os generelt. Mangel på kvindelige kokke og tjenere gør det dog svært at praktisere ligestilling med ligeligt antal af hvert køn i vores egen organisation. Vores indsats for ligestilling i LOCA er derfor – fremadrettet og på brancheniveau – at sikre arbejdsforhold til kokke, tjenere, opvaskere etc., som gør det interessant for både mænd og kvinder at søge en karriere i vores branche.



LIGESTILLING HOS LOCA I 2025

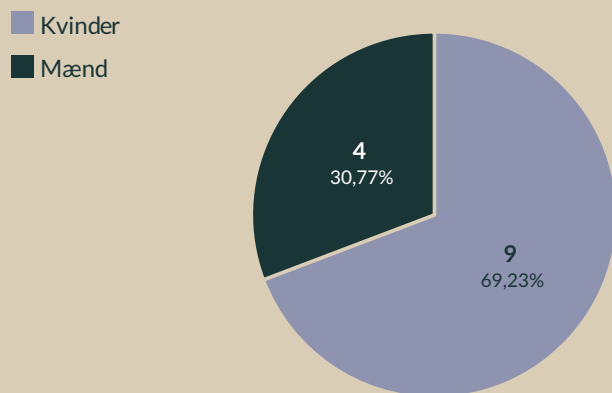
I LOCA arbejder vi for ligestilling på tværs af køn, roller og kompetencer. Restaurationsbranchen er stadig mandsdomineret, og derfor ønsker vi at fremme flere kvinder i vores organisation. Vi ansætter ud fra kvalifikationer – ikke kønskvoter – og selvom vi ikke er i mål endnu, er vi stolte af, at kvinder er godt repræsenteret i alle køkkenets ledelseslag og næsten alle ledelsesniveauer i LOCA.

Tallene for 2025 viser en overvægt af mænd i LOCA, men også at kvinder er repræsenteret i de fleste faggrupper. Vi vil gerne undersøge, hvorfor der ikke er flere kvindelige restaurantchefer – dog er der kun få restaurantchefer ansat i hele LOCA. Samlet set oplever vi en pæn og relativt ligelig fordeling mellem kvinder og mænd, og vi ser os selv som repræsenteret af begge køn.

I 2026 og frem vil vi arbejde mod en kønsfordeling, hvor:

- Kvinder udgør 40-60 %
- Mænd udgør 40-60 %

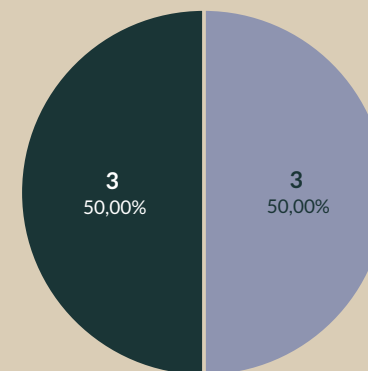
Figur 1
Management



78

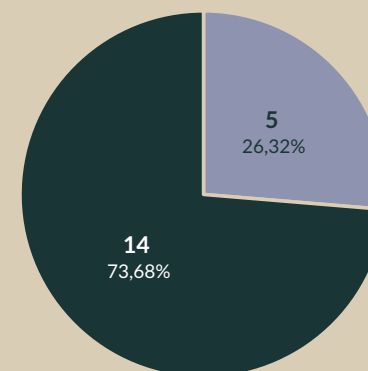
Figur 2
Ledergruppe

Kvinder
Mænd



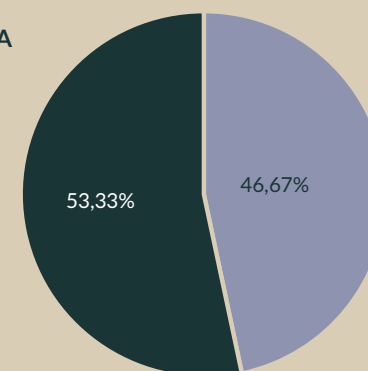
Figur 3
Driftsledergruppen:

Kvinder
Mænd



Figur 4
Overordnet i hele LOCA

Kvinder
Mænd



79

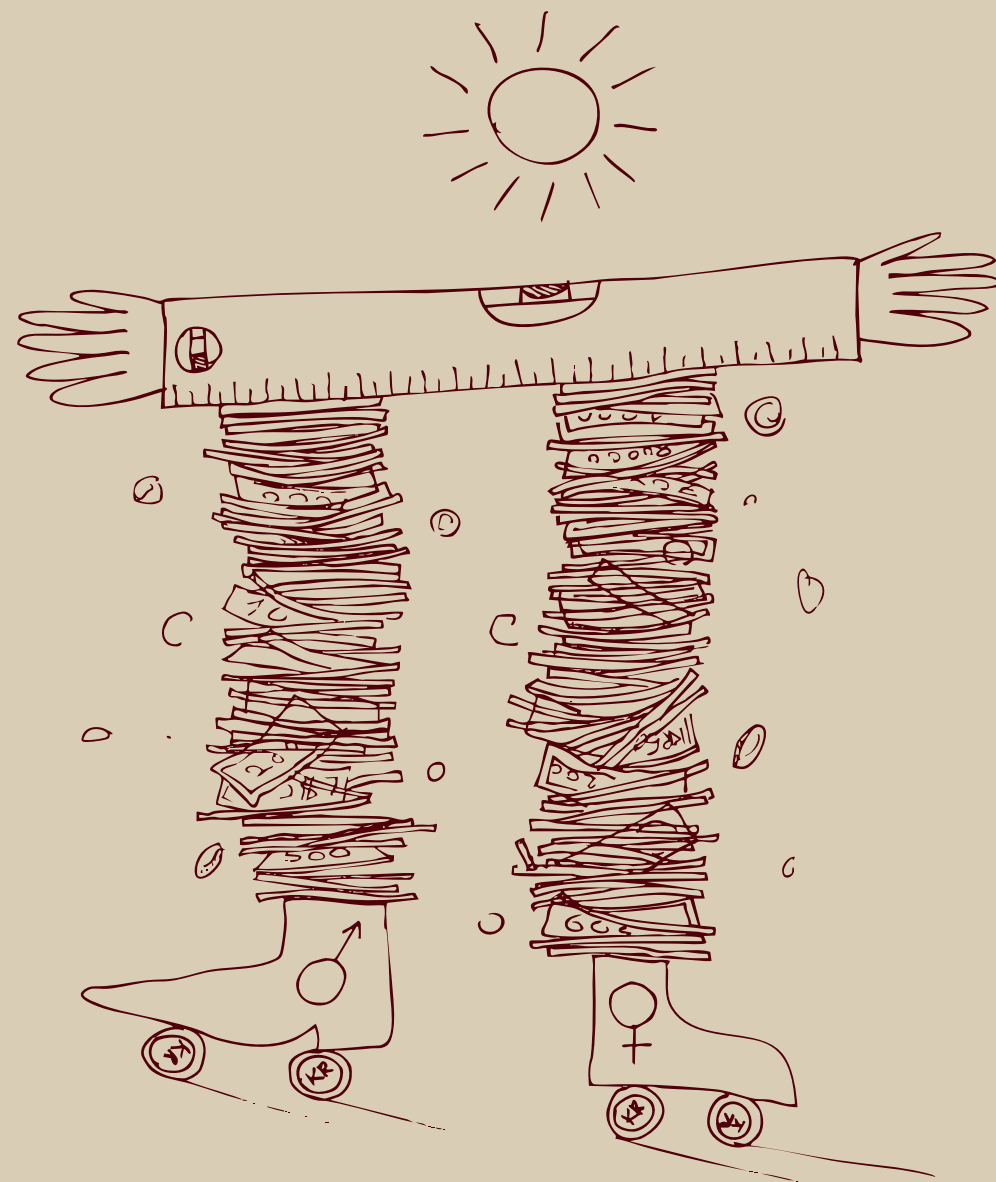


LOCA-mål nr. 12

LIGE KØN – LIGE LØN

Gode tanker og intentioner om ligestilling er ikke nok. Der skal handling bag, og det betyder som minimum, at kvinder og mænd får lige løn for lige arbejde – og heller ikke her er vi i mål i Danmark. Faktisk får mænd i Danmark gennemsnitlig 12,3 % højere løn end kvinder. Det er kun en anelse bedre end det europæiske gennemsnitlige "Gender Pay Gap" på 12,7 %.

I 2025 har Danmarks Statistik for første gang udregnet dette tal for en andel af LOCA som værende 4 %. Til sammenligning er der i vores branche som helhed en kønsbestemt lønforskel på 6,7 % – begge tal er til mændenes fordel. Vi skal nu have analyseret årsagen til, hvorfor vi også i LOCA har en kønsbestemt lønforskel, da vores målsætning naturligvis er, at vi betaler lige løn for lige arbejde uanset køn, nationalitet eller andre forskelligheder blandt dem, der måtte udføre det.



LØNFORSKELLE I 2025

Vores egne tal for alle i LOCA for 2025 viser et samlet løngab på 10,09 % i kvinders favør på tværs af alle ansatte i LOCA. Dette resultat skal dog ses i lyset af medarbejdersammensætningen. Tallene er baseret på præsterede timer (sommerfugle* er ikke medregnet). En væsentlig forklaring er, at der er mange kvinder ansat i administrative funktioner, som generelt er højere lønnede end operationelle stillinger. Løngabet afspejler således primært forskelle i stillingskategorier og kønsfordeling på tværs af funktioner snarere end forskelle i aflønning inden for sammenlignelige stillinger.

**Sommerfugle er ansatte, som kun kommer ind få gange årligt i forbindelse med store selskaber med behov for rigtig mange hænder på gulvet.*

KØKKENCHEFER – kvinder og mænd ansat i LOCA 2025

For køkkenchefer ses en mindre lønforskel på 1,62 % i kvinders favør, hvilket vurderes at være uden væsentlig betydning og på et overordnet set fair niveau.

KOKKE – kvinder og mænd ansat i LOCA 2025

For kokke ses en mindre lønforskel på 2,59 % i kvinders favør, hvilket vurderes som acceptabelt, også set i lyset af, at der er færre kvinder i denne gruppe.

FLOOR MANAGERS – kvinder og mænd ansat i LOCA 2025

Selvom kvinder udgør størstedelen af Floor Managers i LOCA, ligger deres gennemsnitlige timeløn 14,44 % under mændenes.

TJENERE – kvinder og mænd ansat i LOCA 2025

For tjenere ses en lønforskel på 0,35 % til mænds favør, hvilket vurderes som ubetydeligt og uden nævneværdig forskel.

RUNNERE – kvinder og mænd ansat i LOCA

For runnere ses et løngab på 5,43 % i mænds favør, hvilket kan hænge sammen med, at en større andel af de ansatte kvinder er nye og mindre erfarne i rollen.

MANAGEMENT / ADM – kvinder og mænd ansat i LOCA 2025

For management/office ses et løngab på 4,68 % i kvinders favør, hvilket primært kan forklares ved tilstedeværelsen af to kvindelige direktører.

STILLING	% FORSKEL
KØKKENCHEFER	1,62 % <i>I KVINDERS FAVØR</i>
KOKKE	2,59 % <i>I KVINDERS FAVØR</i>
FLOOR MANAGERS	14,44 % <i>I MÆND'S FAVØR</i>
TJENERE	0,35 % <i>I MÆND'S FAVØR</i>
RUNNERE	5,43 % <i>I MÆND'S FAVØR</i>
MANAGEMENT /ADM	4,68 % <i>I KVINDERS FAVØR</i>

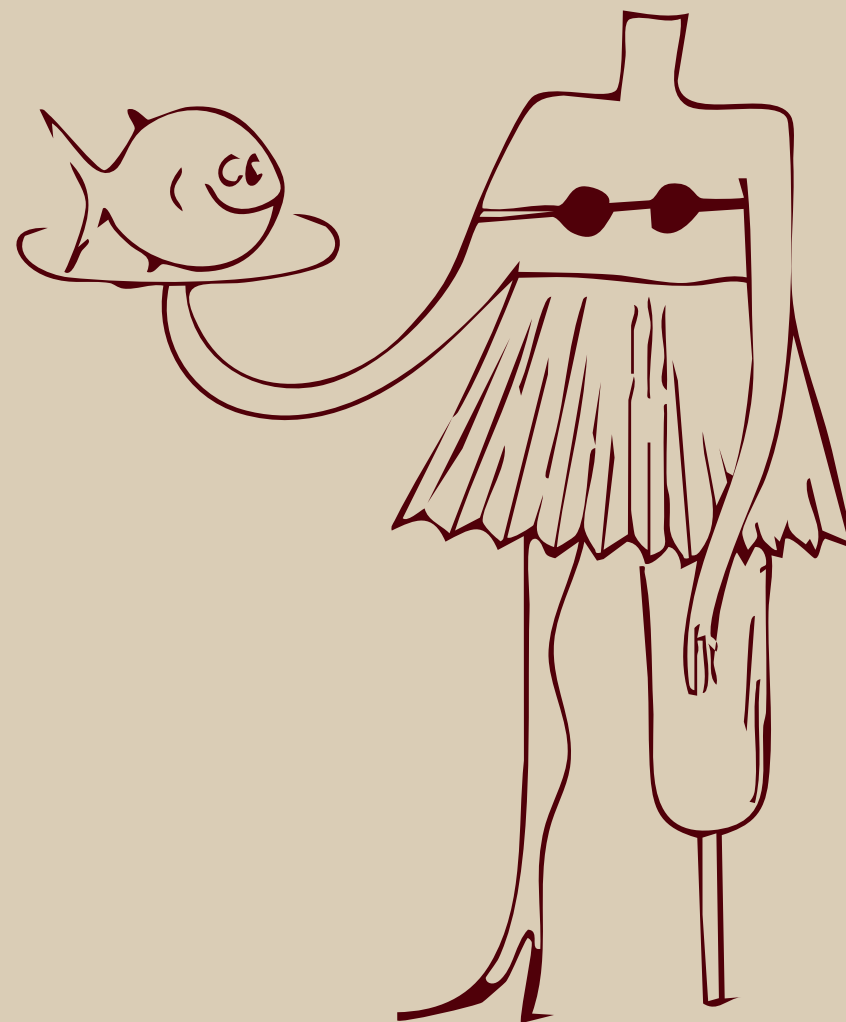


LOCA-mål nr. 13

DIVERSITET & INKLUSION

Vi tror på, at forskellighed gør os bedre. Ikke bare som arbejdsplads – men som mennesker og som værter. For vi tror på, at alle mennesker er unikke med hvert deres unikke bidrag til verden. Diversitet og inklusion er derfor også mere end blot en selvfølge – det er en kerneværdi i LOCA. Vi tror på, at vi ved rekruttering af mennesker med vidt forskellige baggrunde, personligheder og valg af livsstil øger vores totale kompetencemasse, og når vi aktivt arbejder på at forstå hinandens forskelligheder og ikke mindst styrker, fremmer vi både arbejdsglæden og effektiviteten i vores organisation.

**For os er diversitet et vilkår. Inklusion er et valg.
Og det er et valg, vi tager – hver dag.**



DIVERSITY IS A FACT – INCLUSION IS A CHOICE

Vi og vores branche både kan og skal omfavne alle uanset køn, farve, seksualitet, nationalitet, religion og neurodivergens – og vi skal inkludere dem, som på grund af sygdom eller andet står på kanten af arbejdsmarkedet. Vores største mål er, at ALLE, som arbejder i LOCA, føler sig fuldt inkluderet som en del af LOCA. Med nye trivselsmålinger og -værktøjer vil vi sikre dette med løbende "temperatur-spørgsmål" om, hvorvidt man som ansat i LOCA føler sig inkluderet, og hvorvidt man oplever, at ens kollegaer blive inkluderet. Derudover opstiller vi mål for, hvor mange ansatte fra kanten af arbejdsmarkedet, som vi med alternative ansættelsesforhold kan inkorporere i vores daglige drift – til fordel for alle.





“Jeg kom oprindeligt til Amélie gennem et aktiveringsforløb. Efter forløbet fik jeg tilkendt førtidspension, men jeg har valgt at blive her og kommer stadig 2-3 gange om ugen et par timer ad gangen. Det betyder rigtig meget for mig at være en del af fællesskabet. Samtidig er mine to døtre også blevet en del af holdet som afløsere, hvilket gør det hele endnu mere særligt for mig.”

– Helene, køkkenhjælper på
Amélie i Operaen.



ORGANISATIONEN

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



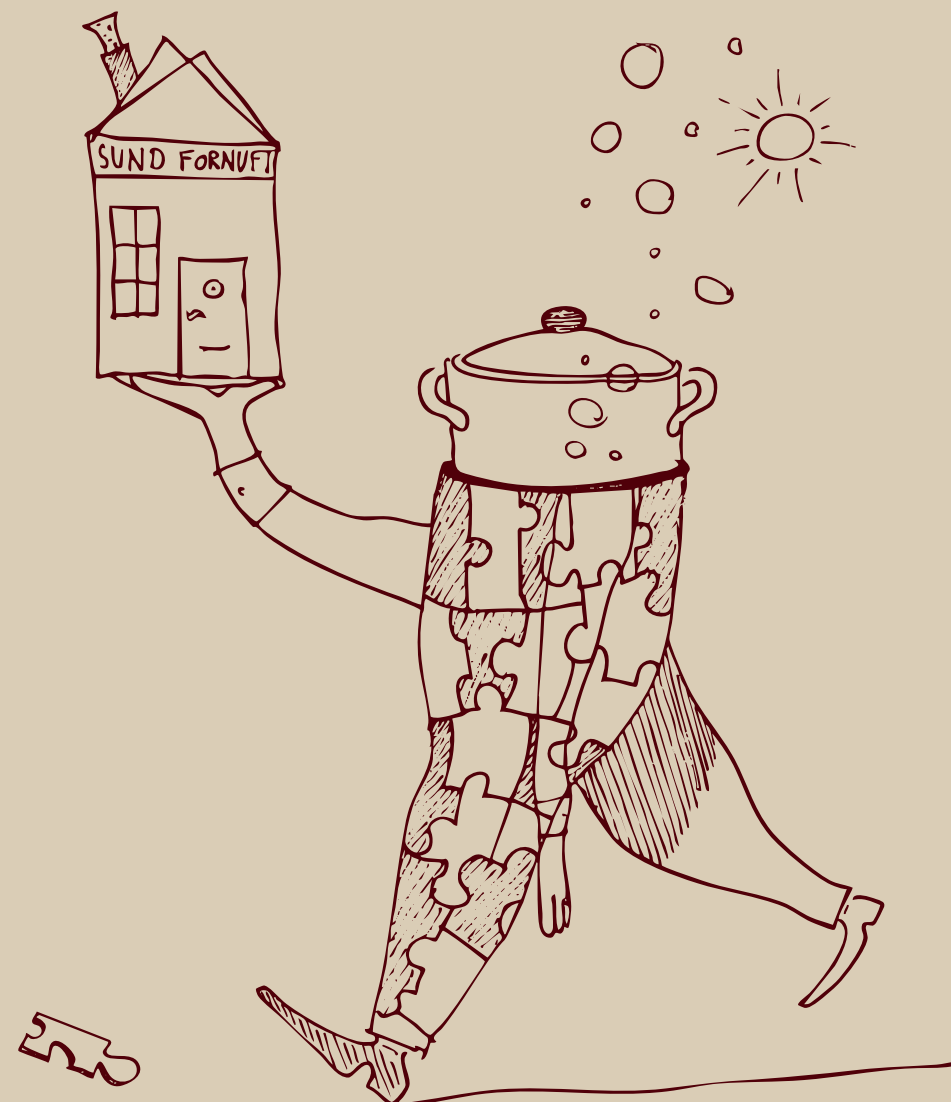


LOCA-mål nr. 14

HER KOMMER LOCA

LOCA er sat til verden for at gøre en forskel, nu og i fremtiden – og en bæredygtig forretning starter hos os selv. Vi skal sikre rammerne for en profitabel og økonomisk bæredygtig virksomhed hele vejen rundt. En virksomhed, som kan overleve ved egen kraft på et konkurrencepræget marked og blive ved med at gøre en positiv forskel generationer frem.

Vi tror på ordentlighed som fundament, på professionelt drevne forretninger og på, at de bedste beslutninger træffes tæt på driften. Derfor består vores administration og ledelse også af kollegaer fra driften, der kender virkeligheden. Vi ser det som afgørende, at vores ledelse og administration også har aktuelle erfaringer fra den operationelle del af restaurations- og kantinebranchen, så beslutninger træffes med forståelse for både gæsteoplevelsen, vores kollegaers hverdag og den praktiske virkelighed i driften.



Og så er LOCA ikke til salg. Vi bygger videre gennem partnere og medejere, som har hånden på bolden, og som gennem ledelse, engagement og begejstring brænder for at føre LOCAs vision videre – mange generationer frem.

LOCA begyndte i restaurationsbranchen som et turnaround-projekt i 2019. Allerede året efter blev vi ramt af Covid-19, og Danmark lukkede helt og delvist ned frem til 2022. Samtidig havde vi kun begrænset adgang til hjælpepakker på grund af tidligere års negative drift. Trods modgangen lykkedes det i 2023 at tilbagebetale al ekstern gæld fra Covid-19, og i 2024 nåede vi en vigtig milepæl med positiv drift på tværs af hele LOCA.

I dag er vi selvfinansierende, og i 2025 modtog vi med stolthed Børsens Gazellepris.



Vores mål er dog ikke nødvendigvis kun at blive større, men altid at blive bedre og stærkere. Derfor er vores strategi frem mod 2030 at konsolidere og opbygge et sundt og solidt fundament, der gør os i stand til at investere langsigtet og ansvarligt.

Vores resultater i de kommende år skal samtidig ses i lyset af de betydelige investeringer, vi foretager i LOCAs fremtid. Det gælder blandt andet udviklingen af Restaurant Paula i 2025 samt investeringer i organisation, digitalisering, kompetenceudvikling og bæredygtighedsinitiativer. Disse investeringer påvirker den kortsigtede indtjening, men er foretaget med et langsigtet perspektiv om at styrke vores kvalitet, konkurrenceevne og bæredygtige udvikling.

GOVERNANCE OG ANSVARLIG LEDELSE

LOCA er en ejerledet virksomhed med en ledelsesstruktur bestående af ejere, ledergruppe og udvidet ledergruppe. Ejere og ledergruppen har det overordnede ansvar for strategi, kvalitet, drift og bæredygtighed på tværs af alle restaurant- og kantineaktiviteter.

Ansvarlig virksomhedsdrift er ikke et særskilt spor hos os, men en integreret del af den måde, vi leder LOCA på. Strategiske beslutninger vurderes løbende ud fra både økonomiske, sociale og miljømæssige

konsekvenser, og vi arbejder systematisk med mål, KPI'er og opfølgning på tværs af organisationen.

Fra 2026 fokuseres der yderligere på organisatorisk og strukturel udvikling, der kan matche og supportere fremtidens vækst. Dette betyder blandt andet en ny sammensætning af en bestyrelse eller advisory board, der løbende følger op på virksomhedens udvikling, risici og strategiske prioriteringer. Samtidig arbejder vi med tydelige beslutningsgange, rapporteringsstrukturer og ansvarsplacering for at sikre, at vækst, kvalitet og bæredygtighed udvikler sig hånd i hånd.

Vi ser god virksomhedsledelse som en forudsætning for langsigtet værdiskabelse og arbejder derfor målrettet med at styrke ledelsesgrundlaget i virksomheden. I 2026 videreudvikler vi vores governance-struktur med tydeligere ansvarsområder, beslutningskompetencer og godkendelsesprocedurer mellem den nye sammensætning af bestyrelse eller advisory board og ledelse.

Samtidig arbejder vi med at integrere bæredygtighed i alle væsentlige strategiske beslutninger og følger løbende op på virksomhedens økonomiske, sociale og miljømæssige målsætninger. Transparens, ansvarlighed og høj forretningsetik skal være synlige i både beslutninger og handlinger.

Som led i professionaliseringen og målsætning om at skabe bæredygtig vækst opdaterer vi naturligvis også vores medarbejderhåndbog og udarbejder samtidig vores første lederhåndbog, der skal skabe fælles ledelsesprincipper og tydelige forventninger til ledelse i LOCA. Derudover arbejder vi løbende med at styrke vores interne processer, politikker og styringsværktøjer, så organisationen kan udvikle sig i takt med virksomhedens vækst.

KULTUR, KOMMUNIKATION OG FÆLLES RETNING

En virksomhed bliver kun stærkere end summen af sine processer, hvis den har en tydelig kultur og fælles retning.

I 2025 formulerede vi derfor vores WHY – fortællingen om, hvorfor LOCA eksisterer, og hvilken forskel vi ønsker at gøre.

”Vi vil inspirere mennesker til at nyde sig til en bedre verden.”

I 2026 færdiggør vi vores leveregler og spilleregler, som er udviklet af vores kollegaer gennem en tværgående kulturgruppe. Gruppen får samtidig en central rolle i implementeringen, så visionen forankres i hele organisationen.

For at understøtte dette arbejde har vi i samarbejde med Lahme Kommunikation udviklet en ambitiøs kommunikationsstrategi, der implementeres fra 2025-2026. Strategien skal sikre en skarp kernefortælling om LOCA og skabe sammenhængskraft mellem vores forskellige forretninger, aktiviteter og brands.

KOLLEGAER, TRIVSEL OG KOMPETENCEUDVIKLING

Som en people business er vores kollegaer den vigtigste forudsætning for vores succes. Derfor arbejder vi målrettet med at skabe en arbejdsplads, hvor mennesker trives, udvikler sig og har lyst til at blive.

Vi arbejder med et sikkert og sundt arbejdsmiljø præget af respekt, samarbejde og dialog. Gennem personalemøder, individuelle samtaler og arbejdsmiljøorganisationen sikrer vi løbende dialog om trivsel, arbejdsvilkår og udvikling.

I 2026 videreudvikler vi vores onboarding-programmer, så nye kollegaer får en stærk introduktion til både kultur, værdier og arbejdsmetoder. Samtidig investerer vi løbende i uddannelse og kompetenceudvikling inden for faglighed, service, ledelse, fødevarer sikkerhed og bæredygtighed.

For at styrke arbejdet med trivsel og medarbejderengagement undersøger vi samtidig nye værktøjer til løbende trivselsmålinger, som giver mulighed for hurtigere opfølgning og mere målrettede indsatser tæt på vores kollegaers hverdag.

Resultater for sygefravær, anciennitet og øvrige nøgletal fremgår af **side 69**.



COMPLIANCE, KVALITET OG FØDEVARESikkerhed

Kvalitet og fødevarer sikkerhed er fundamentale forudsætninger for vores virksomhed.

Vi arbejder med egenkontrolprogrammer, faste kvalitetsprocedurer og løbende uddannelse af kollegaer inden for hygiejne og fødevarer sikkerhed.

Derudover følger vi systematisk op på myndighedskontrol, audits og interne kvalitetsmålinger for løbende at forbedre vores processer.

Derudover arbejder vi naturligvis samtidig målrettet med at sikre overholdelse af gældende lovgivning inden for fødevarer sikkerhed, arbejdsmiljø, databeskyttelse og øvrige relevante områder.

ANSVARLIGE LEVERANDØRER OG FORRETNINGSETIK

Ansvarlig drift stopper ikke ved vores egne døre. Derfor arbejder vi aktivt med leverandører, som deler vores ambitioner om kvalitet, ansvarlighed og bæredygtighed.

Vi prioriterer sporbarhed, dokumentation og dialog i vores indkøb og arbejder løbende med at evaluere leverandørsamarbejder ud fra både kvalitetsmæssige, miljømæssige og sociale kriterier. Hvor det er muligt, prioriterer vi altid lokale og ansvarlige leverandører.

Samtidig bygger vores virksomhedskultur på ærlighed, respekt og ansvarlighed. Vi accepterer ikke korruption, interessekonflikter eller uetisk adfærd og arbejder for en kultur med åben dialog og fair behandling af kollegaer, kunder og samarbejdspartnere. Derfor har vi også en Code of Conduct med klare politikker om dette.

Vores valg om leverandører, lokale indkøb og øvrige indkøbsrelaterede nøgletal fremgår af **side 20**.



GÆSTE- OG KUNDETILFREDSHED

Vi arbejder systematisk med at forstå og forbedre oplevelsen for både vores restaurantgæster og kantinegæster.

I restauranterne indsamler vi løbende feedback via digitale platforme og direkte dialog med gæsterne. Al feedback behandles og besvares med henblik på læring og forbedring.

I kantinerne gennemfører vi årlige tilfredshedsundersøgelser blandt de daglige brugere, og arbejder samtidig på at implementere kortere, løbende temperaturmålinger gennem året. Resultaterne bruges aktivt til at udvikle koncepter, service og madoplevelser.

Som en del af vores ambition om at skabe det gode lange liv arbejder vi samtidig på at kunne koble gæstetilfredshed og oplevet trivsel med dokumenterede sundhedseffekter. I samarbejde med specialister og sundhedsfaglige eksperter ønsker vi på sigt at identificere relevante måleparametre, der kan dokumentere den forskel, daglige måltider kan gøre for menneskers sundhed og livskvalitet.

DRIFTSMATERIALER OG ANSVARLIGE FORBRUGSVALG

Bæredygtighed handler ikke kun om råvarer og energi. Det handler også om de mange materialer og produkter, vi anvender i den daglige drift.

Inden for linned og beklædning samarbejder vi med det svanemærkede vaskeri Textilia og anvender deres UPCY-serie til medarbejderbeklædning. Beklædningen fremstilles af tekstiler, der tidligere har haft andre anvendelser hos Textilias kunder og får nyt liv gennem genanvendelse. Derudover har vi i stigende grad erstattet papir med håndstykker fremstillet af genbrugstekstiler til rengøring og aftørring.

På rengøringsområdet er det vores målsætning udelukkende at anvende svanemærkede produkter. Langt størstedelen af vores rengøringsmidler lever allerede op til dette krav. På enkelte områder, herunder visse ovenrens- og specialprodukter, findes der endnu ikke tilfredsstillende

alternativer, som leverer den nødvendige effekt. Vi følger derfor udviklingen tæt og søger løbende bedre løsninger.

Vi arbejder samtidig på at minimere vores forbrug af plast. Plast anvendes primært til opbevaring af fødevarer, hvor det bidrager til fødevareressikkerhed og reducerer madspild ved at forlænge holdbarheden. På nuværende tidspunkt har vi ikke identificeret alternativer, som samlet set kan matche plastens funktionalitet, holdbarhed og økonomi. Området udvikler sig dog hurtigt, og vi følger løbende nye muligheder og materialer.

RISIKOSTYRING, DATA OG LØBENDE FORBEDRINGER

Vi arbejder systematisk med identifikation og håndtering af væsentlige risici på tværs af virksomheden. Gennem data, KPI-opfølgning og løbende evaluering af processer styrker vi beslutningsgrundlaget og forbedrer vores drift.

I 2026 videreudvikler vi samtidig vores IT- og AI-strategi med fokus på bedre dataanvendelse, mere effektive arbejdsgange og stærkere beslutningsstøtte.

Vi arbejder med KPI'er inden for blandt andet medarbejderforhold, fødevareressikkerhed, gæste- og kundetilfredshed, leverandørsamarbejder og miljømæssige indsatser. Resultaterne følges løbende og rapporteres i de relevante afsnit af denne rapport.

Resultater for CO₂-aftryk, madspild og øvrige miljømæssige indsatser fremgår af **side 40** og **46-50**.

STRATEGI 2030

I 2026 færdiggør vi vores samlede strategi frem mod 2030 med konkrete mål for hver enkel forretning og for LOCA som helhed.

Strategien omfatter både kommercielle mål og vores Manifesto-strategi for ansvarlig virksomhedsdrift. Blandt ambitionerne er tilslutning til Science Based Targets initiative (SBTi), og en omsætning på 100 mio. kr. i 2028.

For os handler bæredygtig vækst mest af alt om at skabe en organisation, der kan udvikle sig i takt med vores vækst uden at miste vores kultur, kvalitet eller formål. Vi måler derfor ikke vores succes alene på årets resultat. Vi måler den også på vores evne til at skabe en virksomhed, der er økonomisk robust, socialt ansvarlig og miljømæssigt bæredygtig. En virksomhed, som kan skabe værdi for både vores gæster, kunder, kollegaer og samfund mange år endnu, og som dermed kan videreføre visionen mange generationer frem.



BRANCHEN

Som en del af den danske restaurationsbranche har vi som organisation også et ansvar. Et ansvar for at være med til at skabe en sund og bæredygtig branchekultur. Det ansvar tager vi hos LOCA på os. Vi søger derfor partnerskaber i branchen, hvor vi sammen kan være med til at arbejde for god 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 igennem flere af livets faser.

Det vil vi arbejde for – sammen med vores gode kolleger i resten af branchen.

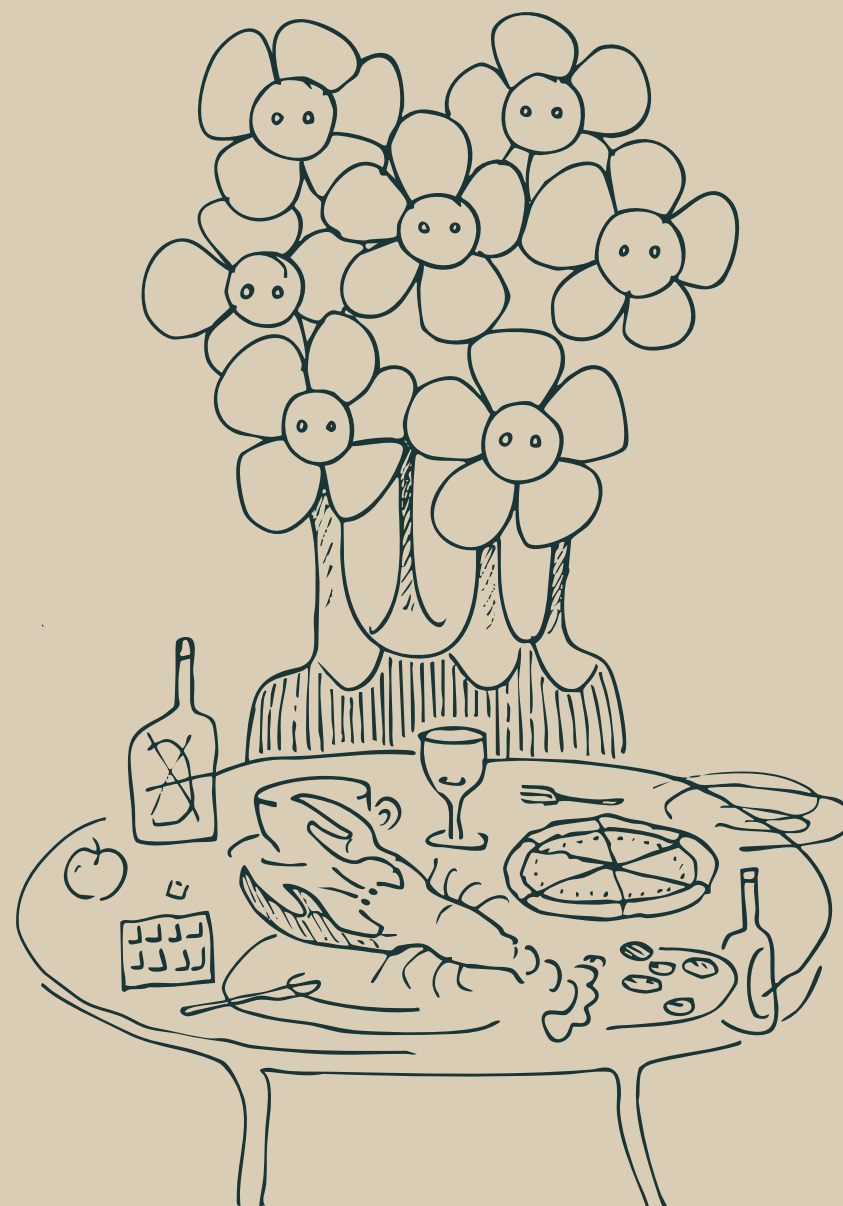




LOCA-mål nr. 15

LONGEVITY

Hos LOCA drømmer vi om at være mere en livsstil end et spisested – og mere en bevægelse end en virksomhed. Vores ultimative mål er derfor også, at folk forbinder LOCA med det gode, lange liv – og derfor foretrækker os, når de skal have en ny kantine, gå ud med vennerne, hente deres mad med hjem eller forkæle sig selv på den bedste restaurant for to – eller et stort selskab.



DET GODE – LANGE – LIV

Longevity handler for os om, at om at skabe måltider, der forlænger livet. Ikke kun i antal år, men i kvaliteten af de år, vi får – for både krop og sjæl. Det er mad, der nærer kroppen uden at tynde, og som dyrker samværet mellem mennesker med glæden ved mad og at spise sammen. Longevity er kort sagt LOCAs vision for både den enkelte og for verden som helhed.

Vi arbejder aktivt med at måle glæde og lykke i de små øjeblikke – de glimt, der opstår omkring måltidet – som en del af vores arbejde med gæstetilfredshed i restauranterne. Samtidig har vi en ambition om at kunne kombinere vores målinger af gæste-, bruger- og kundetilfredshed i kantine med dokumenterede helbredseffekter for dem, der ønsker det.

Kantinegæsterne ser vi hver dag, og her har vi en reel mulighed for at gøre en forskel for deres almene sundhed over tid. Det er en mulighed og et ansvar, vi tager alvorligt, og det er vores mål at kunne dokumentere denne effekt. Derfor vil vi i tæt samarbejde med specialister, forskere og læger definere, hvilke parametre der skal måles på, så vi kan skabe et solidt, evidensbaseret grundlag for sammenhængen mellem mad, trivsel og sundhed.

Vi er kun lige begyndt på vores lange rejse for det gode lange liv, men vi sigter højt.



“Ligesom klodens sundhed er vigtig for os, er den enkeltes sundhed det også. Vores primære mål er at sørge for, at vores gæster får et sundt og velsmagende måltid hver dag.

Vi arbejder efter de 7 kostråd, som Fødevarestyrelsen anbefaler, og forsøger at skabe så spændende, velsmagende og inspirerende retter, at vores gæster af sig selv tager det sunde valg. Al erfaring viser, at hvis maden smager dejligt, så bliver den spist. Derfor gør vi meget ud af både at lave måltider, som smager fantastisk og giver energi til hele arbejdsdagen.”

– Pii Vesterlund Larsen, Head Chef **Loca Kantiner**

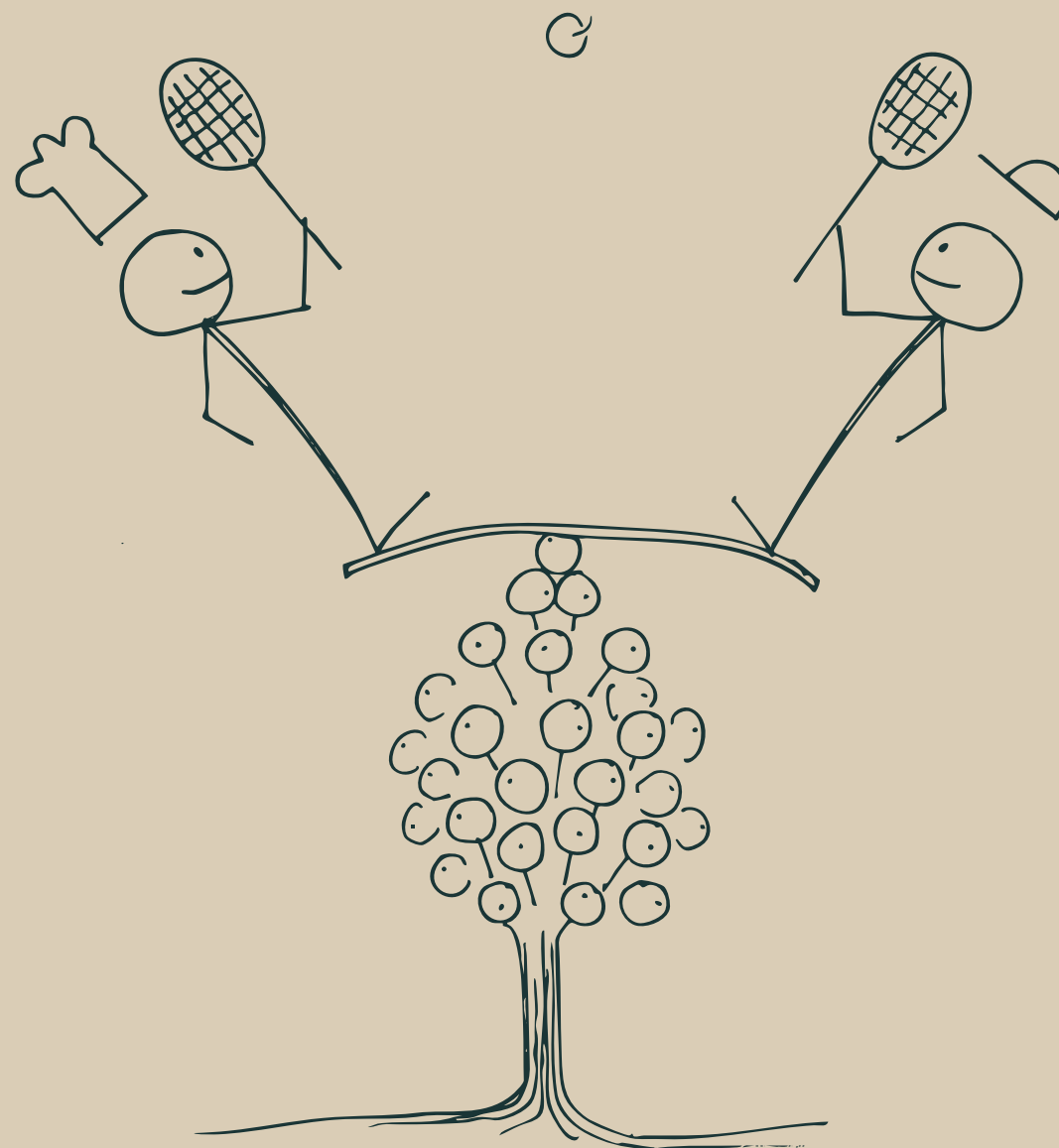




LOCA-mål nr. 16

SAMSPIL

Hvis vi i fremtiden stadig vil kunne nyde fantastiske madoplevelser, når vi er ude, skal vi som branche sikre, at vores fag er attraktivt, så vi kan tiltrække og fastholde de rette mennesker – både nu og i fremtiden. Det kræver, vi ændrer fortællingen om forældede traditioner og kulturer, der skræmmer folk væk fra vores fag. Men det kræver også, at vi sammen sikrer mere attraktive vilkår og konkurrencedygtige løn-, uddannelses- og arbejdsforhold til branchens medarbejdere. Derfor søger samspil med resten af branchen.



ØKONOMISK BÆREDYGTIGHED – EN AF BRANCHENS STORE UDFORDRINGER

Økonomisk bæredygtighed er en central udfordring i restaurationsbranchen. I Danmark er der samlet set flere restauranter, end der er gæster til, hvilket presser priserne ned på et niveau, der for mange gør det svært at drive en rentabel forretning.

Selvom mange restauratører og kantineoperatører ønsker at prioritere både miljømæssig og social bæredygtighed, er det ofte vanskeligt i en branche med meget lave profitmarginier. Der er simpelthen ikke økonomisk råderum til at investere i bedre råvarer, højere lønninger eller forbedrede arbejdsvilkår. Løn er allerede en af de største omkostninger, og uden mulighed for at hæve priserne vil stigende lønudgifter hurtigt udhule indtjeningen.

Konsekvensen er, specielt for restauranter og knap så meget kantinebranchen, en branche præget af for lave lønninger og udfordrende arbejdsforhold. Samtidig mangler branchen arbejdskraft, mange forlader faget tidligt, og for få – særligt kvinder – vælger en karriere som kok eller tjener.

SÅDAN GØR VI HOS LOCA

Uanset branche skaber dårlig ledelse dårlige arbejdsklimaer og ustabile medarbejdere, og vi har i LOCA valgt at fokusere på uddannelse generelt og uddannelse af ledere specifik. Trivsel er et gensidigt ansvar, og gennem fair løn og fleksible arbejdsforhold skal det være muligt at opretholde en work-life balance og gøre det attraktivt at blive i branchen igennem flere af livets faser. Hos LOCA søger vi partnerskaber i branchen, så vi sammen kan være med til at skabe en sund, konkurrencedygtig og bæredygtig branchekultur.

Vi er derfor også stolte af vores allerede eksisterende samarbejde med ikke mindst vores leverandører, men også partnerskaber og netværk hos blandt andet Landbrug og Fødevarer, Food Organisation of Denmark, Asnæs og Vangstrup, Planet Copenhagen, Basque Culinary Center, MAD, Parabera mf.

Siden 2023 har et centralt fokusområde i LOCA været at styrke vores engagement i restaurationsbranchen og opnå større taletid samt politisk indflydelse. Og det vil vi fortsætte med i de kommende år. Målet er klart: at forbedre de grundlæggende vilkår for branchens aktører.

MENNESKERNE – EN BRANCHE VÆRD AT BLIVE I

Branchen skal være attraktiv at søge ind i – og bæredygtig at blive i. Det skal være muligt at have et langt arbejdsliv i restaurationsbranchen, uanset livsfase, hvad enten man er småbørnsforældre eller senior. I tråd med vores udvalgte verdensmål vil vi aktivt fortsætte med at opsøge partnerskaber – både nationalt og internationalt – med aktører, der deler vores værdier og ambitioner. Sammen vil vi arbejde for at gøre restaurationsbranchen, og særligt roller som kok, tjener og leder, til attraktive karriereveje for alle med passion for mad og service – både nu og i fremtiden.

Som led i vores ambition om at styrke branchen på tværs af landegrænser ønsker vi at udvide vores internationale netværk og samarbejde, som eksempelvis vidensdeling med Basque Culinary Center. 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 SKAL VÆRE EN BÆREDYGTIG FORRETNING

Råvarer udgør – næst efter løn – den største omkostning i de fleste restauranter. Samtidig oplever mange, at det er vanskeligt at vide-reføre merprisen på bedre og mere bæredygtige råvarer til gæsten uden at miste konkurrenceevne.

Derfor arbejder vi i LOCA målrettet for at gøre bæredygtige valg til en økonomisk bæredygtig forretning. Gennem stærke partnerskaber sætter vi fokus på værdien af økologi, dyrevelfærd, lokale råvarer samt ansvarligt fanget fisk og skaldyr. Målet er at skabe bedre vilkår og øget indtjening for de restauratører, der prioriterer både miljø og deres medarbejdere.

Som konkrete eksempel er vi medlem af Økologisk Landsforening, og medudvikler og underskriver af Planet Copenhagen – Wonderful Copenhagen's manifest, der skal sikre København som verdens mest bæredygtige destination.

Næste skridt er at styrke de strukturelle rammer. Vi arbejder derfor for politisk opbakning til et nyt bæredygtighedsmærke, der tydeligt forklarer gæsterne værdien bag en eventuel merpris. Samtidig er vi meget glade for, at den i juni 2026 tiltrådte regering varsler lavere moms på mad generelt og frugt og grønt specifikt. Vi har længe arbejdet for vi en differentieret momssats, der gør bæredygtige fødevarer mere konkurrencedygtige og tilgængelige.





“I Økologisk Landsforening er vi stærkt begejstrede over, at LOCA-gruppen har meldt sig ind hos os. Med LOCA ombord kan vi langt stærkere kommunikere vores vision om sunde, sjove og mere bæredygtige madoplevelser.

Økologi er mere end respekt for naturen og ansvar for drikkevand, dyrevelfærd og biodiversitet. Det er også masser af skønne og velsmagende oplevelser sammen med andre, hvor højt humør og godt fællesskab er lige så meget i højsædet som kærligheden til de gode råvarer og store smagsoplevelser. Vi glæder os helt fantastisk til et endnu tættere samarbejde med LOCA. Lad den gode smag og store restaurantoplevelse blive rambukken ind til større og bredere forståelse af økologiens lyksaligheder.”

– Rasmus Prehn, administrerende direktør
Økologisk Landsforening



VERDEN OG VERDENSMÅL

Vi er en del af en større sammenhæng. Derfor handler vækst for os ikke kun om vores egen fremgang, men om at bidrage til en udvikling, der løfter flere. Vi anerkender, at mange af verdens udfordringer – fra klimakrisen til voksende ulighed – hænger sammen med de privilegier og ressourcer, vi har adgang til. Med det følger et ansvar. Et ansvar, vi tager på os gennem bevidste valg i vores leverandør- og råvarevalg samt målrettede tiltag, der har til formål at udligne uligheder for udsatte grupper.





LOCA-mål nr. 17

VORES FÆLLES FREMTID

I LOCA arbejder vi for at skabe vækst – ikke bare i vores del af verden, men også i 3. verdenslande.

Mange af de udfordringer, verden står overfor i dag – som fx klimaændringer og ulighed har rod i vores del af verden. Det forpligter. Derfor tager vi ansvar gennem vores valg af leverandører, råvarer og gennem målrettede initiativer, der skaber bedre muligheder for udsatte grupper.

Vi søger hele tiden danske og internationale partnerskaber, som kan bidrage til økonomisk vækst, mindre ulighed og mere ligestilling mellem kønnene i verdens fattigste lande.



EN SKÆV VERDEN, DER KRÆVER HANDLING

Globalt er FN's verdensmål nummer 1 at bekæmpe fattigdom. Samtidig understøtter fremskridt på dette område en række andre mål: bekæmpelse af sult, sikre rent drikkevand og højne den generelle uddannelse og sundhed. Alle mål, som bliver hjulpet godt på vej, i takt med at mål nr. 1 nås. Selvom disse udfordringer kan synes langt væk fra os i Danmark, er løsningen tættere på. Fattigdom bekæmpes med anstændige jobs og økonomisk vækst dér, hvor indkomsten i dag er lavest. Det er den i verdens fattigste lande, og det er også her, at kvinderne rammes hårdest på grund af manglende ligestilling og adgang til ressourcer og uddannelse, høj børnedødelighed, hungersnød og klimakatastrofer.

Den ulighed er vi fra verdens rigeste land nødt til at rette op på, for den udvikling og vækst, vi i vores del af verden nyder godt af i dag, har haft en høj pris. Den har ført til store CO₂-udledninger, der har fået klodens temperatur til at stige med større hastighed end nogensinde før.

Og paradoksalt nok rammer konsekvenserne verdens fattigste og mest sårbare nationer først og hårdest.

SÅDAN HANDLER VI

Verdens rigeste 10 % står for op mod 40 % af verdens samlede indkomst. Og mens få har meget, har rigtig mange alt for lidt – og kvinder er blandt de hårdest ramte.

Det skal vi gøre noget ved. Derfor arbejder vi i LOCA løbende på at etablere danske og internationale partnerskaber, der bidrager til økonomisk vækst, mindre ulighed og mere ligestilling mellem kønnene i verdens fattigste lande.

Vi er blandt andet medlem af Global Compact, som forpligter os til at arbejde målrettet med deres 10 principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø, antikorrruption og FN's verdensmål.

I 2026 vælger vi i LOCA desuden at tiltræde SBTI (Science Based Targets Initiative), hvorved vi forpligter os til at nå i mål med en Net-Zero standard på tværs af scope 1, 3 og 4 i 2050.

I 2021 indledte vi et samarbejde med PlanBørnefonden for at støtte deres arbejde for mindre ulighed og øget ligestilling i nogle af verdens mest udsatte områder.

I dag støtter vi PlanBørnefonden gennem to indsatser. Den største del af vores bidrag ca. 80 % går til sponsorbørn – primært piger – som gennem uddannelse og bedre livsvilkår får mulighed for at skabe en fremtid med større selvstændighed og bedre muligheder for at forsørge sig selv. I 2025 støttede vi således 40 børn i verdens fattigste områder.

Derudover støtter vi Pigefonden, som arbejder for at styrke piger og kvinders rettigheder og muligheder verden over. Gennem denne indsats, som fylder ca. 20 % af vores samlede bidrag, bidrager vi til at skabe bedre vilkår for nogle af de mest udsatte piger og kvinder og til at fremme ligestilling og lige muligheder.

Samarbejdet med PlanBørnefonden udvides i 2026, hvor LOCA blandt andet er officiel sponsor af PlanBørnefondens Pigepris. For os er partnerskabet en naturlig forlængelse af vores ønske om at bidrage til en mere lige og bæredygtig verden – både lokalt og globalt.



“Vi sætter stor pris på partnerskabet med LOCA. Deres støtte gør en konkret forskel for nogle af de mest udsatte børn, unge og familier i Kenya. Sammen sikrer vi adgang til uddannelse og styrker pigers rettigheder og muligheder. Det skaber trygge og robuste lokalsamfund i områder præget af fattigdom og klimaforandringernes konsekvenser.”

– Dorte Petersen, CEO **PlanBørnefonden**





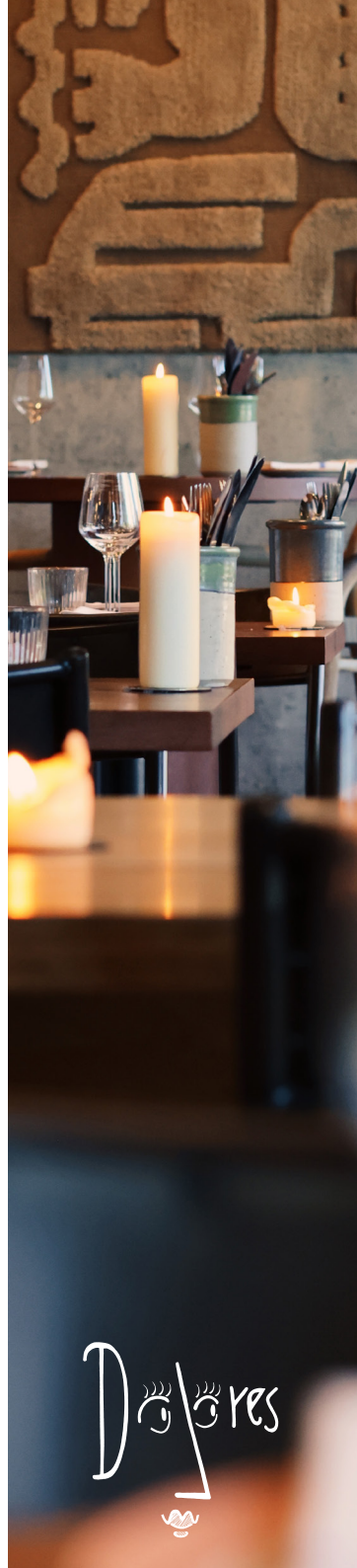
amélie
Dansk brasserie



PAULA



KILDEN
i haven



Doves



RADIO



LOCA
KANTINER



I en verden, hvor der er meget,
der skiller os, følges vi ad.
Sammen er vi LOCA.



RADIO

PAULA



KILDEN
i haven

amélie
Dansk brasserie

www.locagruppen.dk