

PRIMUS

JAHRES-
BERICHT
2024





Liebe Kolleginnen und Kollegen,
sehr geehrte Geschäftspartnerinnen und
Geschäftspartner,

Stillstand ist für uns keine Option – denn dafür lieben wir das, was wir tun, einfach zu sehr. 2024 haben wir wichtige Meilensteine erreicht, angetrieben durch unsere Leidenschaft für Gastronomie und Service. Doch die allein ist nur halb so viel wert, wenn wir sie nicht im gesamten Unternehmen leben. Dazu braucht es ein dynamisches Miteinander auf Augenhöhe. Einander zu helfen und voneinander zu lernen, uns gegenseitig zu inspirieren – diesen Handlungsmaximen folgen wir nach wie vor.

Im vergangenen Jahr haben wir uns intensiv mit unserer Marke Primus und unserem Unternehmen als Arbeitgeber auseinandergesetzt. Das Ergebnis: eine klar definierte Dachmarke und eine Arbeitgebermarke, mit denen es uns nun leichter fällt, unsere Werte und Handlungsmaximen nach innen wie nach außen hin zu vermitteln. Personal zu finden und zu halten ist noch immer eine der größten Herausforderungen der Cateringbranche.

Mit der Veröffentlichung unserer Nachhaltigkeitsstrategie gehen wir konsequent den 2022 beschrittenen Weg weiter, Nachhaltigkeit messbar zu machen. Mithilfe der Strategie können wir unsere Maßnahmen genau überprüfen und verbessern. Hierzu haben wir 2024 mit dem Qualitätsvertrag sowohl ein unternehmensweites als auch ein auf Kundenbedürfnisse individuell anpassbares Steuerungsinstrument für unsere Unternehmensziele Nachhaltigkeit, Qualität und Wirtschaftlichkeit entwickelt.

Wir sind davon überzeugt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und freuen uns auf die kommende Zeit mit Ihnen, verehrte Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner, sowie mit Euch, liebe Kolleginnen und Kollegen, an unserer Seite.

Herzlichst
Eure/Ihre Alexandra Michels und Euer/Ihr Daniel Linzbauer

Inhaltsverzeichnis

Zahlen. Daten. Fakten.	04
Unsere Geschäftsfelder	
Care	07
Betriebsgastronomie	09
Einsatzverpflegung	11
Flüchtlingsversorgung	13
eigenregie+	15

Die Höhepunkte 2024	
Die Arbeitgebermarke Primus	18
Hilfsaktion „Hoffnung spenden“	20
Unsere Nachhaltigkeitsstrategie	21
Der Primus-Markenrelaunch	24
Food & Health Kantinentest	26
Unsere Neueröffnungen	28
2024 – kulinarisch betrachtet	32
Das sagen unsere Gäste	34
Der Primus-Kulinarikwettbewerb	35
Die UEFA EURO 2024	36
Impressum	39

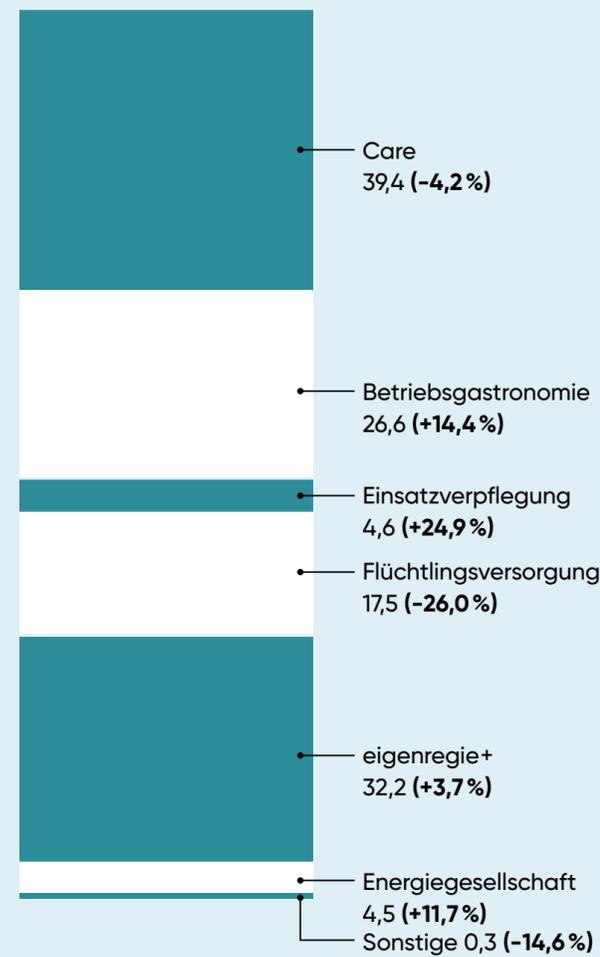
ZAHLEN.
DATEN.
FAKTEN.



Wir sind Primus

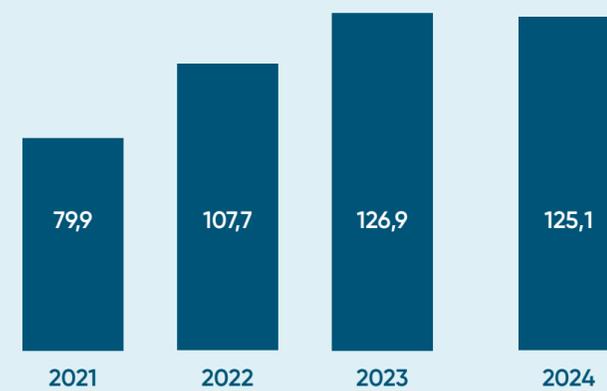
1998 als Servicegesellschaft des Malteser Verbundes gegründet, haben wir uns zu einer festen Branchengröße im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung entwickelt. Zu unseren Kundinnen und Kunden zählen Betriebsgastronomien, Krankenhäuser, Senior:innenheime und Einrichtungen für Geflüchtete. Außerdem verfügen wir mit eigenregie+ über eine eigene Beratungsparte. Mit mehr als 1.500 Mitarbeitenden sind wir an mehr als 100 Standorten deutschlandweit tätig.

Umsatz 2024 in Millionen Euro

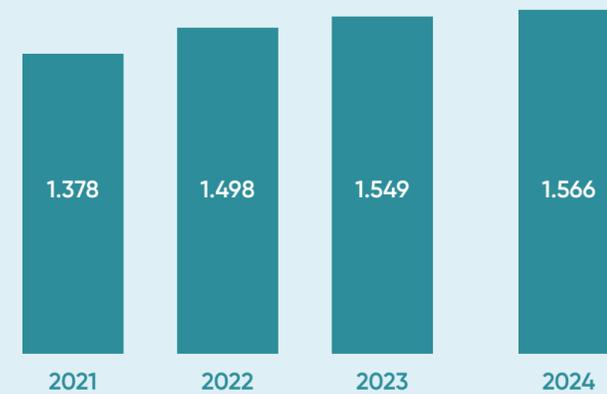


Σ 125,1 Mio. €

Umsatzentwicklung in Millionen Euro



Mitarbeitende



Primus – deutschlandweit im Einsatz

Unsere Standorte und Kund:innen in den Segmenten Betriebsgastronomie, Care, Flüchtlingsversorgung und eigenregie+



UNSERE GESCHÄFTS- FELDER



Care

Der Bereich Care umfasst all unsere Kundinnen und Kunden, die Krankenhäuser und Senior:innenheime betreiben, sowie das Tagungshotel Kommende der Malteser. Der Verantwortung gegenüber den uns anvertrauten Patient:innen in Krankenhäusern sowie Bewohner:innen in Senior:innenheimen werden wir gerecht, indem wir naturbelassene und frische Lebensmittel einsetzen, Hol- und Bringdienste sowie qualifizierte Diätberatungen in Krankenhäusern anbieten. Zudem übernehmen wir hauswirtschaftliche Dienste im Rahmen unseres Buffetkonzeptes.

2024 lag der Fokus auf der gezielten Prozessoptimierung und Qualitätssicherung in Senior:innenheimen, die Primus einer genauen Analyse unterzogen hat. Ein weiterer Meilenstein des vergangenen Geschäftsjahres war die Einführung des nationalen Speiseplans, eines effektiven Hebels für mehr Nachhaltigkeit, der sich stark am saisonalen und regionalen Angebot orientiert. In der Umsetzung, die den Einkauf sowie die Nassmüllerfassung einschließt, be-

einflusst der Speiseplan auch den allgemeinen Kostendruck bei gleichzeitig hohen Ansprüchen gegen Ressourcenverschwendung und für mehr Nachhaltigkeit.

Mit 39,4 Mio. Euro beträgt der Anteil des Geschäftsbereichs am Gesamtumsatz 31,5 Prozent. Damit stellt der Geschäftsbereich mit seinen 37 Standorten und 787 Mitarbeitenden eine wichtige Säule im Unternehmen dar.

39,4 

Mio. Euro Umsatz/Anteil am Gesamtumsatz: 31,5%

37 

Standorte

787 

Mitarbeitende in Krankenhäusern und Senior:innenheimen



»Für 2024 haben wir uns viel vorgenommen – und viel geschafft! Mit der Einführung des nationalen Speiseplans gelingt es uns ab sofort, uns noch nachhaltiger und gleichzeitig kosteneffizient für unsere Gäste, Kundinnen und Kunden einzusetzen.«

KATJA DREXLER
Bereichsleiterin Care

Betriebs- gastronomie



Essen bringt Menschen zusammen, baut Beziehungen auf und stärkt die Gemeinschaft. Aus diesem Grund ist die Kantine in jedem Unternehmen ein wichtiger Ort für das soziale Miteinander der Mitarbeitenden. Mit den unterschiedlichen Menülinien und dem Anspruch, möglichst saisonale und regionale Produkte zu verarbeiten, übernimmt Primus Verantwortung für seine Gäste und trägt zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung bei. Und das sorgt für motivierte Mitarbeitende – die wichtigste Zutat in jedem Unternehmen.

Mit zwei Neueröffnungen ist die Zahl der von Primus betriebenen Gastronomien auf insgesamt 47 deutschlandweit gestiegen. Sechs von ihnen haben am Food & Health Kontinentest teilgenommen und wurden allesamt für ihre herausragenden Leistungen ausgezeichnet. Fester Bestandteil aller Betriebsgastronomien sind die monatlich wechselnden Genuss-Themen: So setzt Primus saisonale Schwerpunkte im Speiseplan der Gäste und schafft darüber hinaus Berührungspunkte mit Themen wie Nachhaltigkeit

und klimafreundlicher Ernährung über das reguläre Angebot hinaus. Besondere Produkte und das Küchenhandwerk stehen hier im Mittelpunkt und werden mithilfe von begleitender Kommunikation an die Gäste vermittelt.

Das Geschäftsfeld kam 2024 mit einem Plus von 14,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf einen Umsatz in Höhe von rund 26,6 Mio. Euro. Insgesamt 375 Beschäftigte von Primus sind in diesem Segment deutschlandweit tätig.

26,6 

Mio. Euro Umsatz/Anteil am Gesamtumsatz: 21,2%

47 

Betriebe

375 

Mitarbeitende



»Wir haben uns dem Thema Nachhaltigkeit fest verschrieben und unsere monatlichen Genuss-Themen dahingehend ausgerichtet – dabei haben wir den Gast, unsere Kundinnen und Kunden und ihre Bedürfnisse immer fest im Blick.«

HARTMUT SCHREIBER
Bereichsleiter
Betriebsgastronomie

Einsatz- verpflegung



Das Geschäftsfeld der Einsatzverpflegung konzentriert sich auf Kundinnen und Kunden in Nordrhein-Westfalen: Hier versorgt die Primus Service GmbH unter anderem Polizeibeamtinnen und Polizeibeamte während ihrer Einsätze im Fall von Groß- und Katastrophenlagen mit Speisen und Getränken. In der Spitze wurden 2024 mehr als 8.000 Verpflegungsbeutel am Tag gepackt und innerhalb Nordrhein-Westfalens ausgeliefert.

Primus war 2024 für die Versorgung von rund 985 Einsätzen verantwortlich, darunter auch die UEFA EURO 2024. Längere Einsätze unserer Kundinnen und Kunden können dank moderner und funktionaler Verteilerküchen nicht nur mit Verpflegungsbeuteln, sondern auch mit warmen Speisen begleitet werden. Und so haben über das Jahr hinweg 183.755 Verpflegungsbeutel und 70.588 warme Mahlzeiten die Primus-Lager

und -Küchen verlassen. 52 Mitarbeitende sind dauerhaft in der Einsatzverpflegung beschäftigt. Kurzfristig müssen je nach Einsatz zusätzliche saisonale Kräfte angeworben und eingestellt werden – eine große personelle Herausforderung, die zum Alltag in der Einsatzverpflegung gehört. Der Anteil der Einsatzverpflegung am Gesamtumsatz beträgt 4,6 Mio. Euro und verzeichnet ein Plus von 24,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

4,6 
Mio. Euro Umsatz

183.755 
Verpflegungsbeutel

52 
Mitarbeitende



»Wir haben über vier Wochen am Stück tausende Einsatzkräfte aus zwei Küchen und einer Packzentrale heraus beliefert – das geht nur im Team. Und auf den segmentübergreifenden Teamgeist bei Primus bin ich besonders stolz.«

JULIA HAFER
Bereichsleiterin
Einsatzverpflegung

Flüchtlings- versorgung

Seit 30 Jahren unterstützen die Malteser Regierungen und Kommunen dabei, Geflüchteten zu helfen, sie menschenwürdig unterzubringen und zu betreuen. Primus engagiert sich seit 2015 in diesem Bereich mit ihrer Kernkompetenz, der Gastronomie, und übernimmt die Verpflegung von Geflüchteten. Mit besonderem Augenmerk auf eine kulturell sensible Ernährung sowie eine über das Thema Kulinarik gelebte Willkommenskultur werden hier Angebote für unterschiedliche Gäste in einer sehr besonderen Lebenssituation geschaffen.

Zum organisatorisch anspruchsvollen Segment der Flüchtlingsversorgung gehören eine schwankende Auslastung und eine dementsprechend dynamische Kapazitätsplanung. Dabei können etwa separate Ausgaben, Containerküchen und Zelte kurzfristig zum Einsatz kommen.

2024 hat Primus rund 200.000 Gäste an 14 Standorten verpflegt. 176 Mitarbeitende aus 31 Nationen sind in der Flüchtlingsversorgung an sieben Tagen die Woche tätig. Mit einem Umsatz von 17,5 Mio. Euro beträgt der Anteil am Gesamtumsatz 14,0 Prozent.

17,5 

Mio. Euro Umsatz/Anteil am Gesamtumsatz: 14,0%

14 

Standorte

176 

Mitarbeitende

»Kultursensibel zu sein ist in der Flüchtlingsversorgung eine wichtige Kompetenz. Wir vermitteln sie in eigens dazu konzipierten Schulungen und Workshops an unsere Mitarbeitenden.«

JULIA HAFER
Bereichsleiterin
Flüchtlingsversorgung

eigenregie+



Die hauseigene Beratungsmarke steht ihren Kundinnen und Kunden in vielfältiger Weise zur Seite. Die Expertise des neunköpfigen Teams nimmt dabei die Themen Einkaufsoptimierung, Prozessoptimierung, Qualitätsmanagement und die Digitalisierung für gastronomische Betriebe in den Fokus. Mit ihrem flexiblen und modularen Angebot nach dem Baukastenprinzip unterstützt eigenregie+ gastronomische Betriebe individuell und kund:in-nengerecht mit höchsten Ansprüchen an Wirtschaftlichkeit und Effizienz.

Das Team betreut insgesamt 276 Kundinnen und Kunden aus den Bereichen Care, Betriebsgastronomie sowie Schul- und Kitaverpflegung und sonstigen gastronomischen Verpflegungsbetrieben. 2024 betrug der Umsatz 32,2 Mio. Euro, das entspricht einem Plus von 3,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Vorgebracht wurden insbesondere die Themen High Convenience sowie die digitale Bedarfsplanung und Menüwunscherfassung. Darüber hinaus war das Jahr geprägt von Personalmangel und hohem Kostendruck,

was gerade Kundinnen und Kunden aus dem freigemeinnützigen und sozialen Bereich zu schaffen macht. Ihre Einrichtungen auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten kostendeckend zu führen war und bleibt eine der wichtigsten Aufgaben. Mit dem Auftrag zur Warenversorgung auf den Festivals Rock am Ring, Southside, M'era Luna und vielen weiteren konnte das Team von eigenregie+ eine erfolgreiche Premiere im Bereich der Versorgung von Großveranstaltungen verbuchen.

32,2 

Mio. Euro Umsatz/Anteil am Gesamtumsatz: 25,7%

276  Kund:innen

9 

Mitarbeitende



»Besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten stehen wir unseren Kundinnen und Kunden zuverlässig zur Seite. Gerade die digitale Bedarfsplanung hat zu bemerkenswerten Einsparungen geführt.«

FLORIAN MUHL
Bereichsleiter
eigenregie+

DIE HÖHEPUNKTE 2024





JOHANNA ARENZ
Abteilungsleiterin Personal

Fit für die Zukunft

Eine starke Arbeitgebermarke –
für Mitarbeitende und Bewerbende

Primus hat 2024 eine Arbeitgebermarke entwickelt und verabschiedet. Wie ist es dazu gekommen und wie seid ihr in der HR-Abteilung dabei vorgegangen?

Johanna In Zeiten von Fachkräftemangel, einer hohen Fluktuation in der Branche und einem sich wandelnden Mindset, das langfristige Arbeitgeberbindungen zunehmend infrage stellt, wurde klar: Wir brauchen eine Arbeitgebermarke, mit der sich Menschen gerne identifizieren. Dabei geht es uns sowohl um unsere eigenen Mitarbei-

tenden als auch um neue Bewerberinnen und Bewerber. In enger Zusammenarbeit zwischen Human Resources, Marketing, der Geschäftsführung und Kolleg:innen aus dem operativen Bereich haben wir in mehreren Workshops die Strategie für unsere Arbeitgebermarke entwickelt und verschriftlicht. Dabei wurden wir durch eine externe Agentur unterstützt. Verschiedene Perspektiven waren uns dabei besonders wichtig, um eine Marke zu schaffen, die wirklich aus der Organisation heraus entsteht und gelebt werden kann.

Fortsetzung des Interviews >>

»Eine der größten Herausforderungen in unserer Branche ist es, Mitarbeitende zu gewinnen und zu halten. Mit einer starken Arbeitgebermarke und einer gelebten Unternehmenskultur – über alle Ebenen hinweg – wollen wir Mitarbeitende langfristig binden und als attraktiver Arbeitgeber am Markt auftreten.«

DANIEL LINZBAUER
GESCHÄFTSFÜHRER

Welchen Nutzen hat eine Arbeitgebermarke für ein Unternehmen wie Primus?

Johanna Fakt ist erst mal, dass jedes Unternehmen ohnehin über eine gewisse, ganz eigene Kultur verfügt – bewusst oder unbewusst. Besser ist es, wenn man sich diese Kultur und damit ihre Stärken ganz bewusst macht. So schaffen Unternehmen es, klare und verlässliche Versprechen am Arbeitsmarkt zu kommunizieren – und damit Menschen anzusprechen, die wirklich zum Unternehmen passen. Nach innen schaffen diese Versprechen Orientierung und Bindung: Durch gelebte Werte, die alle Mitarbeitenden kennen und teilen, entsteht eine Arbeitsumgebung, mit der sich Mitarbeitende langfristig identifizieren und deswegen gerne bei uns arbeiten.

Was zeichnet die Unternehmenskultur von Primus aus?

Johanna Wir leben eine werteorientierte Unternehmenskultur. Wir schaffen Rahmenbedingungen, die eine leistungsfähige, gesunde und mitarbeitendenzentrierte Organisation fördern. Wir sind stolz auf unsere Arbeit, pflegen eine Kommunikation auf Augenhöhe und setzen uns für faire, transparente und verlässliche Arbeitsbedingungen ein.

Was konntet ihr aus dieser Unternehmenskultur heraus für die Arbeitgebermarke ableiten?

Johanna Als Servicegesellschaft der Malteser ist sich Primus ihrer Wurzeln bewusst. Inspiriert vom Malteser-Leitsatz „weil Nähe zählt“ steht unsere Arbeitgebermarke unter dem Motto: **„Nähe leben, Qualität liefern, Verantwortung tragen“**. Als Dienstleistungsunternehmen wissen wir: Der Faktor Mensch ist entscheidend für nachhaltigen Unternehmenserfolg. Deswegen steht der Mensch auch im Zentrum unserer Unternehmensstrategie, folgerichtig spiegelt auch unsere Arbeitgebermarke diese Haltung wider.

Gutes tun hat bei Primus Tradition

Bei Primus geht es seit jeher um viel mehr als gutes Essen. Die Fürsorge und das Miteinander sind fest in unserer DNA verankert. Dieser Anspruch gilt sowohl für unsere Mitarbeitenden, unsere Kund:innen und unsere Gäste als auch für jene in unserer Gesellschaft, die Hilfe benötigen. Daher ist die jährliche Spende in Höhe von 10.000 Euro für die Initiative „Hoffnung spenden“ der Malteser im 10. Jahr längst zu einer Tradition geworden.

Mit der Initiative werden verschiedene Projekte, die sich für in Not geratene Kinder, Jugendliche und Familien einsetzen, gefördert. Mit den Spenden der Primus Service GmbH konnten in der Vergangenheit etwa Kindermittagstische, Kinder- und Jugendhospizdienste der Malteser sowie verschiedene Ferienfreizeiten für benachteiligte

Kinder und Jugendliche unterstützt werden. „Der Mensch steht für uns bei Primus im Mittelpunkt – egal, wie klein oder groß er ist – und wir sind begeistert von dem, was hier von Menschen für Menschen geleistet wird!“, sagt Geschäftsführerin Alexandra Michels.

Überreicht wurde der symbolische Scheck an den Pinocchio e.V. aus Düsseldorf und damit an eine von fünf Einrichtungen, die ganz konkret von der Spende profitieren. So konnten zahlreiche Kinder- und Jugendbücher sowie Malutensilien für die Kursteilnehmer:innen vor Ort angeschafft werden.





LAURA SCHIEFER
Nachhaltigkeitsmanagerin

Entschlossen in eine bessere Zukunft

Nachhaltigkeitsmanagerin Laura Schiefer über die neue Nachhaltigkeitsstrategie der Primus Service GmbH.

2024 verabschiedet die Primus Service GmbH ihre erste Nachhaltigkeitsstrategie. Das Thema gewinnt in allen Branchen an Bedeutung – warum ist es für ein Unternehmen in der Gemeinschaftsverpflegung wichtig, eine Nachhaltigkeitsstrategie zu haben?

Laura Unsere eigenen Ansprüche sind hoch, genau wie die unserer Kundinnen, Kunden und Gäste. Wir legen großen Wert auf die Herkunft

von Lebensmitteln, die Art der Zubereitung und den Umgang mit Ressourcen. Durch unsere Nachhaltigkeitsstrategie können wir unsere Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt unter Beweis stellen und wichtige Themen gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden weiterentwickeln. Außerdem gibt die Strategie uns nach innen hin eine gute und wichtige Orientierung. Sie bündelt alle Themen und Projekte, gibt damit allen Mitarbeitenden den Überblick,

Fortsetzung des Interviews >>

den sie brauchen, um nachhaltiger zu arbeiten und unsere gemeinsamen Ziele zu erreichen.

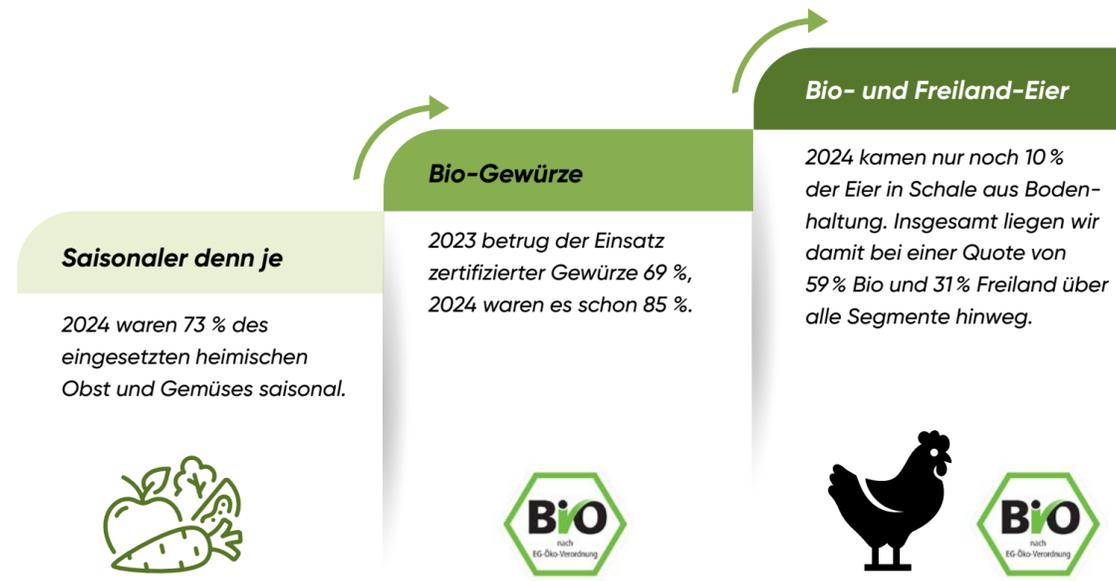
Was genau zeichnet die Nachhaltigkeitsstrategie von Primus aus?

Laura Die Reduktion von Lebensmittelabfällen, pflanzenzentrierte Ernährung sowie soziale Themen rücken ganz klar in den Vordergrund. Die Strategie setzt Prioritäten und ermöglicht gleichzeitig Flexibilität, um auf unsere unterschiedlichen Kundinnen und Kunden individuell einzugehen. Indem einzelne Maßnahmen bewusst sehr betriebsnah gehalten sind, laden wir alle zum Mitmachen ein. Darüber hinaus sind die Ziele messbar: Wir haben in den letzten Jahren eine starke Datenbasis aufgebaut, mit der wir konkrete Stände und Zielerreichungen genau auswerten können.

Gibt es auch wirtschaftliche Aspekte, die im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung für eine Nachhaltigkeitsstrategie sprechen?

Laura Auf jeden Fall. Häufig und fälschlicherweise wird angenommen, dass nachhaltig produzierte Speisen kostenintensiv sind. Doch viele Obst- und Gemüsesorten sind innerhalb der heimischen Saison in großen Mengen zu entsprechend kleineren Preisen verfügbar als die Sorten, die nicht saisonal sind und aufwendig gezüchtet, geerntet und transportiert werden müssen. Auch das Thema Lebensmittelabfälle spielt in puncto Wirtschaftlichkeit eine große Rolle: Landet weniger in der Tonne, ist das nicht nur aus ökologischer, sondern auch aus ökonomischer Sicht gut.

[Fortsetzung des Interviews >>](#)



»Wir haben es uns 2022 zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen messbar zu machen und damit zur einschlägigen Referenz innerhalb der deutschen Cateringbranche zu werden. 2024 sind wir diesem Ziel ein großes Stück nähergekommen und können unsere Erfolge konkret messbar machen.«

ALEXANDRA MICHELS
Geschäftsführerin

Inwiefern spüren die Mitarbeitenden bei Primus die Auswirkungen der Nachhaltigkeitsstrategie – bekommen sie in ihrem Berufsalltag überhaupt etwas davon mit?

Laura Darauf legen wir Wert! Das Thema Nachhaltigkeit spielt in verschiedenen Arbeitsbereichen mehr und mehr eine Rolle – mal im Kleinen, mal im Großen. Zum Beispiel kommt in allen Betrieben Recyclingpapier zum Einsatz, es gibt Energiestationen mit frischem saisonalem Obst, fair gehandelten Kaffee und Tee und es wird möglichst saisonal und regional gekocht. Zudem pflegen alle einen sehr bewussten Umgang mit Lebensmitteln und vermeiden Verschwendung. Wir überprüfen unsere Maßnahmen quartalsweise und stellen die Auswertung allen zur Verfügung, sodass Fortschritte immer sichtbarer werden.

Kann man sagen, dass das Thema Nachhaltigkeit ein Teil der Unternehmenskultur ist?

Laura Die soziale Dimension der Nachhaltigkeit ist fest in der Unternehmenskultur verankert. Wir betrachten es als selbstverständlich, Verantwortung für alle Mitarbeitenden zu übernehmen. Das tun wir, indem wir sie bestmöglich fördern und langfristig gute Arbeitsbedingungen schaffen. Es gibt regelmäßige Schulungsprogramme – auch ganz konkret zum Thema Nachhaltigkeit –, eine berufliche Altersvorsorge und ein Vorteilsprogramm, mit dem Mitarbeitende unter anderem Bio-Gewürze und fairen Kaffee günstig kaufen können.

Welche Instrumente helfen Primus und allen Kundinnen und Kunden dabei, die Strategie umzusetzen?

Laura Dazu haben wir eigens ein neues Steuerungsinstrument entwickelt: unseren Qualitätsvertrag. Wir gestalten ihn individuell, gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden. So können wir uns zusammen in eine nachhaltigere Richtung weiterentwickeln. Mit dem Qualitätsvertrag stellen wir Planung und Messbarkeit aller Nachhaltigkeitsthemen sicher, um Fortschritte transparent nachzuweisen. Wir sind also auf einem sehr guten Weg. Klar ist aber auch, dass wir uns immer weiterentwickeln und manchmal auch korrigieren müssen. Es werden noch viele Herausforderungen auf uns zukommen!

»Wir erreichen nicht nur unsere Ziele, sondern können unsere Kundinnen und Kunden auch ganz konkret bei der Erreichung ihrer spezifischen Nachhaltigkeitsziele im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung unterstützen.«

DANIEL LINZBAUER
Geschäftsführer





SIMONE PRESTER-LÜCK
Abteilungsleiterin Marketing & Kommunikation

Die Marke Primus

Frischer Wind mit dem neuen Markenauftritt der Primus Service GmbH.

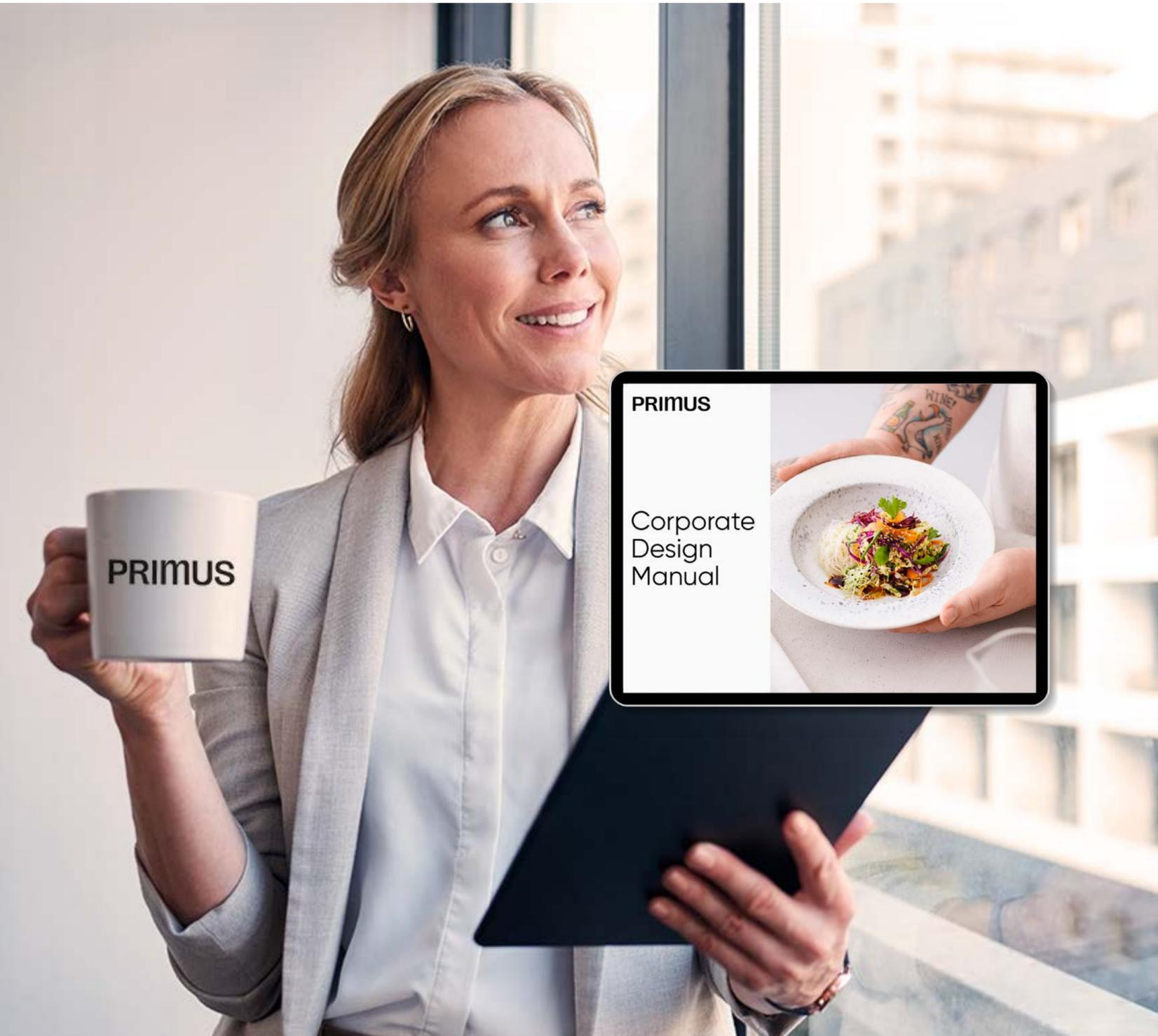
Zu einer starken Marke gehört ein starker Auftritt. In den letzten 25 Jahren hat Primus sich zu einer festen Größe der deutschen Cateringbranche entwickelt und hat dabei ein klares Ziel fest im Blick: den Dienst am Menschen sowie das Bestreben, einen positiven Beitrag für die Gesellschaft und die Umwelt zu leisten.

Das Jahr 2024 stand im Zeichen der Auseinandersetzung mit der eigenen Unternehmensidentität. Denn was Primus ist, spüren, leben und gestalten unsere Mitarbei-

tenden Tag für Tag. Diese Werte herauszuarbeiten und eine übergeordnete Dachmarke zu entwickeln war daher echtes Teamwork und erforderte eine intensive Zusammenarbeit über alle Entscheidungsebenen hinweg.

Gemeinsam entstanden klar formulierte Markenwerte:

Verbindlichkeit – sie schafft Vertrauen und ist die Grundlage für lang anhaltende Beziehungen zu unseren Kund:innen und Gästen. Sie gibt unserem Versprechen Gewicht, stets das Beste zu geben. Denn wir halten Wort.



» Auch wenn wir die Marke Primus in gewisser Weise längst verinnerlicht haben, helfen uns die nun klar definierten Markenwerte als Richtschnur für unseren Auftritt nach außen hin. Als Servicegesellschaft des Malteser-Verbunds steht der Mensch für uns im Mittelpunkt und das können wir dank des neuen Markenauftritts auch in Richtung unserer Kundinnen, Kunden und Gäste verständlich und nachvollziehbar zum Ausdruck bringen.«

SIMONE PRESTER-LÜCK
Abteilungsleiterin Marketing & Kommunikation

Fürsorge – sie ist tief in unseren Wurzeln als Tochter der Malteser verankert. Sie motiviert uns, stets einen positiven Beitrag zur Gesellschaft zu leisten. Sie erzeugt Dankbarkeit und Freundschaft und gibt unserem Handeln Sinn.

Unverstelltheit – wir sind ein multi-ethnisches Unternehmen und betrachten Vielfalt als Stärke. Daher muss sich niemand verstecken oder verstellen. Alle werden gehört. Wir begegnen einander und unseren Partner:innen auf Augenhöhe – ehrlich und authentisch, eben genau so, wie wir sind.

Basierend auf diesen Markenwerten und der daraus resultierenden Markenpersönlichkeit wurde auch das Corporate Design überarbeitet, um Primus einen frischen und modernen Look zu verleihen. Dieser wurde und wird auch im kommenden Jahr sukzessive über alle Betriebe entsprechend ausgerollt und umgesetzt. Mit dem Relaunch der Dachmarke ist der Grundstein für viele weitere Maßnahmen im kommenden Jahr gelegt worden, wie etwa die Neukonzeption der Website und weitere Digitalisierungsprojekte.

Die glücklichen Gewinner des Kantinentests bei der Preisverleihung in München.



Christian Quadflieg, Michael Gielow, Maik Kersten (v.l.n.r.)



Ralf Möller, Fabian Hedermann, Jorn-Tore Vollsted (v.l.n.r.)

Der Food & Health Kantinentest

Ausgezeichnet: sechs Primus-Betriebsgastronomien

Was für ein Erfolg: Alle sechs angetretenen Primus-Betriebe erreichen Platzierungen unter den Top 50, zwei Betriebe schaffen den Sprung sogar unter die Top 10. Der Branchenwettbewerb zeichnet seit fünf Jahren die besten Kantinen Deutschlands aus.

Die zentralen Themen des Wettbewerbs sind Verantwortung, Genuss und Gesundheit. In diesen ausgewählten Bereichen müssen die teilnehmenden Gastronomien ihr besonderes Engagement unter Beweis stellen.

Hinzu kommt wie in jedem Jahr ein Schwerpunktthema, 2024 lautete es „Kommunikation“. Im umfangreichen Bewerbungsprozess gaben die Teilnehmenden unter anderem an, über welche Kanäle sie mit ihren Gästen, Kundinnen und Kunden kommunizieren und auf welche Themen sie dabei setzen.

In der Größenklasse „bis 400 Essen/Tag“ erreichte die Kantine von Primus bei ihrem Kunden, dem Unternehmen Babor Beauty Group in Eschweiler, einen starken zweiten Platz in der Gesamt-

FOCUS

Artikel im FOCUS, Ausgabe 28,
5. Juli 2024

LEBEN

Deutschlands beste Kantinen

Hier kommt mehr auf den Tisch als nur Essen: Die Betriebsgastronomie ist der tägliche Beweis, wie ernst es Unternehmen tatsächlich mit **Nachhaltigkeit und Mitarbeiterorientierung** meinen. Zum sechsten Mal haben die Initiative Food & Health und FOCUS die 50 Top-Kantinen Deutschlands ausgezeichnet.

Babor Beauty Group
Platz 2
unter 400 Essen/Tag

Auf Augenhöhe
Eine Erweiterung des Firmengeländes am Standort Eschweiler war auch Anlass für ein neues Gastrokonzept. Der Caterer Primus Service setzt nun die nachhaltigen Visionen des Kosmetikherstellers in der Kantine um.

Bitte mehr Pflanzen!
Zwei von drei Gerichten sind vegetarisch oder vegan – und Gemüse spielt auch bei Fisch- und Fleischgerichten eine große Rolle.



wertung. Insbesondere in den Kategorien Verantwortung (2. Platz) und Gesundheit (4. Platz) wurden überdurchschnittliche Resultate erreicht. Ein tolles Ergebnis von Christian Quadflieg und Team.

Gemeinsam über sich hinauswachsen: echtes Teamwork

Die Primus-Gastronomie bei der DHL Group, vertreten durch Küchenleiter Jorn-Tore Vollstedt, erreichte in der Größenklasse „über 400 Essen/Tag“ beim Jahresthema Kommunikation einen starken vierten Platz. Einen Grund zu feiern hatten auch Betriebsleiter Andreas Tost und Team bei der NEW AG in Mönchengladbach, die in der Größenklasse „bis 400 Essen/Tag“ mit vier von fünf Sternen ausgezeichnet wurden, ebenso wie Betriebsleiter Maik Kersten und Team im Polizeipräsidium Osthessen in Offenbach, Betriebsleiter Michael Gielow und Team bei Mondelez in Bremen sowie Betriebsleiter Ralf Möller und Team bei Kostal in Hagen.

„Wir sind stolz auf unsere Mitarbeitenden, die täglich ihr Bestes geben“, so Geschäftsführerin Alexandra Michels.

Für eine bessere Lebensmittel- und Ernährungskultur

Der Kantinentest wurde 2017 von der Initiative Food & Health ins Leben gerufen. Die Initiative hat es sich zum Ziel gesetzt, die Lebensmittel- und Ernährungskultur zu verbessern. Vor diesem Hintergrund setzt sie sich auch für die Prävention ernährungsbedingter Krankheiten ein.

2024 ist der Food & Health Kantinentest in die fünfte Runde gegangen. Zum fünften Mal ist auch die Primus Service GmbH erfolgreich dabei. Medienpartner des Kantinentests ist das Wirtschaftsmagazin Focus, in dem die besten Kantinen veröffentlicht werden.



Unsere Neueröffnungen:

Wuppertaler Stadtwerke

Das Konzept

Im **Mitarbeitendenrestaurant** bieten wir die Menülinien Bergische Heimat, Elan und Fernweh an. Hier erhalten unsere Gäste traditionelle und regionale Klassiker – teils modern interpretiert. Darüber hinaus bieten wir täglich pflanzenzentrierte, leichte und ressourcenschonende Gerichte an. Ergänzt wird das Angebot durch gemeinsame Aktionen mit unserem Kunden – etwa zu Themen wie Darmgesundheit oder ausgewogene Ernährung. Die Menülinie Fernweh bringt Gerichte aus aller Welt auf die Teller unserer Gäste. Die Speisen werden frisch im Wok, auf der Grillplatte oder im Pizzaofen zubereitet.

Für unterwegs bieten wir den Mitarbeitenden auch Speisen zum Mitnehmen an – und das im Sinne der Nachhaltigkeit auch in wiederverwendbaren Behältern. Um eine zuverlässige Verfügbarkeit zu gewährleisten, bieten wir die Möglichkeit der komfortablen Vorbestellung via App. Damit sichern sich Gäste ihr Wunschgericht zur präferierten Zeit, vermeiden Wartezeiten und erhalten garantiert ihre frisch zubereiteten Speisen.

In der **Daily Cafébar** gibt es hausgemachte Frühstücksoptionen, belegte Brote, eine Müslibar, ofenfrische Waffeln und selbst gebackenen Kuchen. Dazu bieten wir Barista-Kaffeespezialitäten an. Zur Mittagszeit gibt es hier auch warme Gerichte. Besonders nachhaltig: Um Lebensmittelabfälle aktiv zu vermeiden, erfassen wir systematisch Mengen und Rückläufe in allen Bereichen. So optimieren wir unsere Produktionsmengen gezielt. Einwandfreie Überproduktionen werden – in Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber – täglich an die Wuppertaler Tafel gespendet.

Anzahl der Outlets

5

Mitarbeitenden-Restaurant
Daily Cafébar
Bistro Nächstebreck
Bistro Varresbeck
Vohwinkel (Automatenversorgung)

Anzahl Essen am Tag

380

Mitarbeitende Wuppertaler Stadtwerke

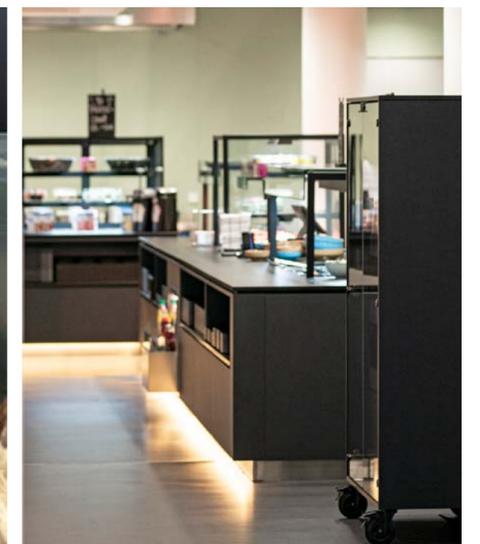


3.350



THORSTEN LÜTKE ENTRUP
Regionalleitung

»Was diesen Standort besonders macht, ist die Möglichkeit, ganzheitlich nachhaltig zu handeln: Von regionalen Bio-Zutaten über intelligente Verpflegungskonzepte bis hin zur täglichen Zusammenarbeit mit sozialen Einrichtungen. Die Wuppertaler Stadtwerke haben genau wie wir den Anspruch, Gastronomie nicht nur lecker, sondern auch verantwortungsvoll und zukunftsorientiert zu gestalten – im echten Schulterschluss.«





Unsere Neueröffnungen:

O₂ Telefónica München

Das Konzept

Im **Market Place** bieten wir unseren Gästen mit Heimat, Fernweh und Elan drei verschiedene Menülinien an. So ist für jeden Geschmack immer etwas dabei: traditionelle Klassiker, leichte, pflanzenzentrierte Küche oder Gerichte aus aller Welt. Je nach Speisenangebot bieten wir unseren Gästen mit Live-Cooking auch etwas fürs Auge. Salatbars und ein wechselndes Dessertangebot runden das Angebot im Market Place ab.

Unser **Greencorner** ist ein Pasta-Restaurant und bringt unseren Gästen ein Stück Italien nach München. Neben wöchentlich wechselnden Gerichten, die frisch vor dem Gast zubereitet werden, ergänzen eine Salatbar und Desserts das Angebot. Nachhaltigkeit spielt bei uns in allen Bereichen eine wichtige Rolle. So bauen wir in beiden Restaurants frische „Microgreens“ zusammen mit unserem Partner ManaFarm an. Dadurch minimieren wir Transportwege und Verpackungsmüll. Im Rahmen unseres Qualitätsversprechens achten wir bei unseren eingesetzten Waren auf Saisonalität – und wo immer möglich – auf Bio-Qualität.

Die **Skylounge** befindet sich über den Dächern von München in der 37. Etage. In entspannter Loungeatmosphäre genießen unsere Gäste hier Kaffeespezialitäten aus der Siebträgermaschine und leckere Snacks. Für den größeren Hunger gibt es zudem warme Speisen wie ofenfrische Pizzen, Wraps und Co.

Anzahl der
Outlets

5

Market Place
Green Corner
Skylounge
Backshop
Kaffeebar

Anzahl
Essen am Tag

480

Mitarbeitende
Telefónica
am Hauptsitz
in München

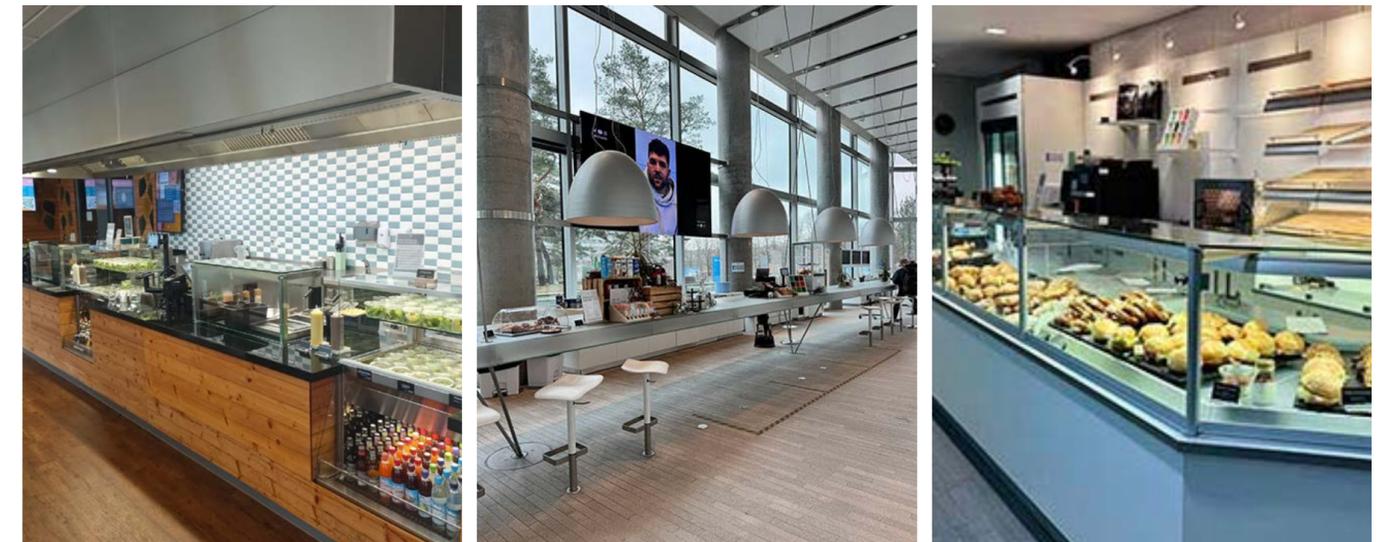


7.800



ANDRÉ KIRCHNER
Regionalleitung

» Ich schätze die Zusammenarbeit mit O₂ sehr – nicht nur der Standort an sich ist etwas ganz Besonderes. Gemeinsam mit unserem Kunden können wir tolle Ideen umsetzen und gerade beim Thema Nachhaltigkeit und dem Einsatz hochwertiger Produkte ziehen wir erfolgreich an einem Strang.«





Das ganze Jahr genießen

Jeden Monat bringen neue Genuss-Themen und -Snacks frischen Wind in die Kantinen und Speisesäle unserer Kundinnen und Kunden.

Mit unseren Genuss-Themen setzen wir jeden Monat aufs Neue kulinarische Schwerpunkte. So schaffen wir Berührungspunkte mit vielfältigen Themen und Produkten von klimafreundlicher Ernährung über Saisonales bis hin

zu aktuellen Trends für unsere Gäste in der Betriebsgastronomie, im Care-Bereich sowie in der Verpflegung von Geflüchteten. Unsere Galerie zeigt die Themen des Jahres 2024.

Januar



März



Mai



Juli



September



November



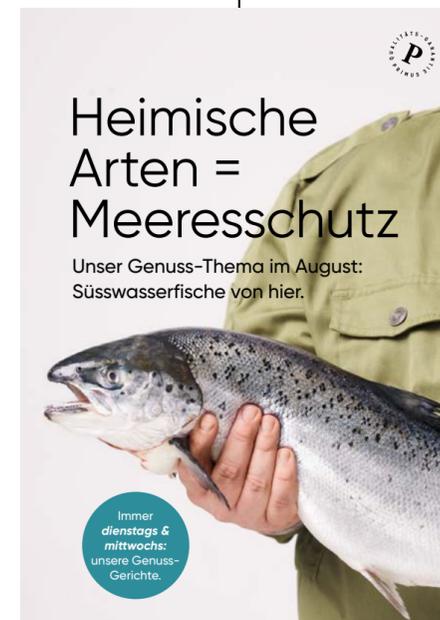
Februar



April



Juni



August



Oktober



Dezember

Das sagen unsere Gäste

So hat es unseren Gästen in der Betriebsgastronomie 2024 geschmeckt.

Schweinebraten | Backpflaumensoße | Rotkraut | Kartoffelklöße
 ★ ★ ★ ★ ★
 Rotkohl wie von der Oma. Danke!

„Genussgericht Mai Fusionsküche“
 Champignon-Mais-Curry mit Chinakohl, dazu Basilikum und Wildreis
 ★ ★ ★ ★ ★
 Etwas Sirachasoße hätte man auch noch dazu anbieten können. Aber superlecker!

Cheeseburger mit knackigem Salat, Tomate, Gurke, Zwiebeln, Cheddar und Potatoe Wedges
 ★ ★ ★ ★ ★
 Megafrisch und lecker.

Kabeljaufilet auf Kartoffel-Kürbis-Geröstl, dazu Gurkensalat mit Apfel, Dill und Crème fraîche
 ★ ★ ★ ★ ★
 Heute besonders lecker, perfekt gemacht

Ofengebackene Möhren mit Honig und Thymian auf hausgemachtem Kartoffelstampf, dazu Ochsenbäckchen
 ★ ★ ★ ★ ★
 Richtig klasse Gericht! Gerne wieder!

Mediterrane Bulgur-Bowl | Gemüse | Hähnchen
 ★ ★ ★ ★ ★
 Eure Bowls sind immer superlecker, danke!

Gebratene Mie-Nudeln mit frischem Gemüse und Sprossen
 ★ ★ ★ ★ ★
 Hallo, ich finde das Kimchi-Angebot sehr gut, besonders in der „knackigen, frischen“ Form; könnte gerne als Extra (kostenpflichtig) beibehalten werden.

Aktion Fusion | Hähnchenbrust FairMast | Taccomantel | Currydip | Karotten-Linsen-Salat
 ★ ★ ★ ★ ★
 Sehr lecker. Gemüse gut abgeschmeckt.



Über unsere Primus-App und das Cateringportal haben unsere Gäste jederzeit die Möglichkeit, Gerichte zu bewerten und zu kommentieren. Dieses Feedback nehmen wir sehr ernst: Der gegenseitige Austausch führt zu verbesserten Rezepturen und einem maßgeschneiderten Angebot.



Der Primus-Kulinarikwettbewerb

Kreativität trifft Handwerk

Jedes Jahr aufs Neue stellen unsere Küchenteams segmentübergreifend ihr Können in der Küche unter Beweis. Die Mitarbeitenden lassen ihrer Kreativität und Leidenschaft freien Lauf und zeigen so, wie viel Innovationskraft in Primus steckt.

2024 ging es in der Betriebsgastronomie und im Segment Care um das Wettbewerbsthema „Gemüse abseits der Norm“, in der Flüchtlingsversorgung drehte sich alles um die „Küche der Karibik“. Die Wettbewerbsbeiträge wurden anhand der Rezepturen und der allgemeinen Umsetzung des Themas bewertet.

Dabei wurden etwa die neuen Rezepturen, die Präsentation der Gerichte sowie die Dekoration des Gastraumes und das Miteinbeziehen der

Gäste in der Gesamtwertung berücksichtigt. Die Gäste schätzen die Abwechslung und die besonderen Menüs, lobten die Raumdekoration und freuten sich in manchen Betrieben auch über Gewinnspiele, die die Primus-Küchenteams ins Begleitprogramm mit aufgenommen haben.

Die interne Jury aus den Bereichen Kulinarik, Produktentwicklung und Marketing sowie die jeweiligen Bereichsleitenden verliehen die Preise anlässlich des Primus-Jahresmeetings im feierlichen Rahmen. Zusätzlich zu den personalisierten Trophäen gab es Genuss-Körbe mit hochwertigen Produkten.



Voll im Einsatz

Die Primus Service GmbH verantwortet die Verpflegung der Einsatzkräfte zur UEFA EURO 2024

Die Fußball-Europameisterschaft versetzt Menschen überall in Euphorie und Aufregung. Als Cateringunternehmen im Auftrag der Polizei in Köln und Dortmund hat das Sportereignis auch die Primus Service GmbH im Frühsommer 2024 auf Trab gehalten und zu Höchstleistungen in Sachen Kulinarik und Teamgeist geführt.

„Die Verpflegung der polizeilichen Einsatzkräfte während der UEFA EURO 24 in Deutschland an den Spielstätten in Köln und Dortmund“ – ein Auftrag, der mitnichten so nüchtern war, wie er klingt. Das Team der Einsatzverpflegung nahm bereits 2023 die ersten Vorbereitungen für den rund einmonatigen Einsatz im Sommer 2024 auf, um 500 bis 2.000 Kräfte pro Tag und Behörde zu verpflegen, das heißt: pro Person ein Lunchpaket sowie eine warme Mahlzeit zur Verfügung zu stellen. In der Spitze kam das Team so auf 8.500 Lunchpakete an nur einem Tag.

Rund 50 Primus-Mitarbeitende, darunter Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Fach-

bereichen, packten mit an. Darüber hinaus auch etwa 50 neu eingestellte Mitarbeitende, die sich unter anderem an drei vorausgegangenen Bewerber:innentagen in Dortmund und Köln qualifiziert hatten. „Ein derart intensives Recruiting lässt sich nur im Team mit der Personalabteilung und segmentübergreifend umsetzen. In diesen vier Wochen gehörte ganz Primus zur Einsatzverpflegung“, so Nessi Danschke, Projektleiterin in der Einsatzverpflegung.

Der Auftrag verlief reibungslos, die Kommunikation miteinander trotz mitunter langer Tage wertschätzend. Und auch die Qualität der Speisen hat überzeugt – weswegen sich Einsatzkräfte dem Vernehmen nach besonders gern für die Spielstätten in Köln und Dortmund haben einteilen lassen.

Auch wenn die deutsche Mannschaft allzu früh ausgeschieden ist – das Primus-Team hat es mit einem Lächeln im Gesicht locker ins Finale geschafft.



Claudia Mann (vorne rechts) und Reyhan Babayigit (hinten links) packen eifrig Verpflegungsbeutel für die Einsatzkräfte.

»Das war eine Wahnsinnsleistung und wir sind sehr stolz auf unser gesamtes Team! Es sind unsere Mitarbeitenden, die solche Projekte dank ihres tatkräftigen Einsatzes zum Erfolg führen und ein positives Erlebnis für unsere Kundinnen und Kunden schaffen.«

ALEXANDRA MICHELS
Geschäftsführerin



Auch an stressigen und langen Tagen kommt der Spaß bei Quian Liu (ZUE Ratingen) und Florian Matsui (ZUE Leverkusen) nicht zu kurz.

DAS WAR 2024

VIELEN DANK!



Impressum

Herausgeber

Primus Service GmbH
Unnauer Weg 5-7
50767 Köln

Geschäftsführung

Alexandra Michels und Daniel Brozowski

Registergericht: Amtsgericht Köln

Registernummer: HRB 100119

USt-IdNr.: DE195573712

info@primus-service.de

primus-service.de

Redaktion

Valeria Scalerandi

Gestaltung und Produktion

Melanie Verwohl

Lektorat

Fabian Schamoni, Monika Suski

Bildnachweise

Oliver Eltinger: 06

Simon Erath: 28

Jorma Gottwald: 01/04/24/25/32-34

Thomas von der Heiden:

02/08-12/16/18/21/24

Getty Images: 17/21-25/34/36-38

iStock: 13/15

rawpixel: 25

Shutterstock: 07

Alle weiteren Fotos:

© Primus Service GmbH