

rüffer & rub

ÜBER RESTE UND ZU TATEN

Claudia Graf-Grossmann

FOOD
SAVING



ÜBER RESTE UND ZU TATEN



Claudia Graf-Grossmann

Für alle, die nicht wegschauen

Die Autorin und der Verlag bedanken sich
für die großzügige Unterstützung bei

Elisabeth Jenny-Stiftung
Else v. Sick Stiftung

Der rüffer & rub Sachbuchverlag wird vom Bundesamt
für Kultur mit einem Strukturbeitrag für die Jahre
2016–2020 unterstützt.

Erste Auflage Frühjahr 2018
Alle Rechte vorbehalten
Copyright © 2018 by rüffer & rub Sachbuchverlag GmbH, Zürich
info@ruefferundrub.ch | www.ruefferundrub.ch

Schrift: Filo Pro, Akkurat Std. Bold, Intro Regular
Druck und Bindung: CPI – Ebner & Spiegel, Ulm
Papier: Fly 05 spezialweiß (FSC), 90 g/m², 1.2



ISBN: 978-3-906304-28-1

INHALT

- 09 Taten statt Reste

- 12 **Anbau, Produktion und Fischfang**
- 14 Makelloser Gemüse – das Maß aller Dinge?
- 15 Gründe für Aussortierung
- 17 Bis zu 50% Verlust zwischen Feld und Ladenregal
- 19 Festhalten an Hochqualitätsstrategie
- 20 Makel als Verkaufsargument
- 22 Qualitätsnormen und Preise hinterfragen
- 26 Brotweizen: nicht für den Futtertrog produzieren
- 27 Blick über die Landesgrenze
- 29 Beifang – mehr als Abfall
- 33 **Zündende Ideen**

- 46 **Transport und Verarbeitung**
- 48 Aufwändige Chipsproduktion
- 49 Verluste beim Transport
- 51 Probleme in Schwellenländern
- 52 Flügellahme Chicken Wings und Unfälle in der Kühlkette
- 53 Fischverarbeitung – Abfälle bei der Verarbeitung
- 54 Verantwortungsvoller Umgang mit Fisch
- 57 Strategien bei der Herstellung von Konserven und Fertigprodukten
- 57 Und wieder Brotweizen
- 58 Avocados und andere Südfrüchte
- 60 **Zündende Ideen**

- 64 **Handel, Kauf und Konsum**
- 66 Groß- und Detailhandel: professionelle Strategien greifen
- 71 Clevere Confiserien
- 74 Ein Blick ins Ausland

78	Keine Verpflichtungen für Schweizer Detailhandel	181	Selina Juul , Präsidentin und Gründerin von Stop Wasting Food Movement Denmark
81	Containern – nützlich oder strafbar?	184	Susi Krummenacher und Johanna Almér Dragic , Health Me
83	Voller Kühlschrank bei Familie Müller	185	Matteo Leoni und Petra Körner , Puretaste
85	Der Eismann kommt: Küchenalltag einst	191	Marcel Oesterreich , Restaurant Frau Gerolds Garten
88	Zündende Ideen	194	Sebastian Rösch , Restaurant Mesa
110	<u>Freizeit und Reisen</u>	196	Anhang
112	Qualität statt Quantität in Restaurants	197	Anmerkungen
113	Großes Potenzial in Hotellerie	205	Bildnachweis
115	Hohe See – hohe Abfallrate	206	Dank
117	Food Saving mit Hürden bei Airlines	208	Links, Apps, Bücher und Filme
121	Zündende Ideen		
128	<u>Entsorgung</u>		
131	Zündende Ideen		
134	<u>Kreisläufe</u>		
138	Szenarien		
139	Cradle to Cradle		
143	Gartengemeinschaften		
148	<u>Food Saver</u>		
149	Xavier Ballansat , Geschäftsführer Äss-Bar Romandie GmbH		
151	Esther Bieler , Journalistin		
155	Stefan Brügger , Geschäftsführer Gartengold		
157	Stefan und Lorena Brunner , Landwirte		
160	Lukas Bühler , Experte gegen Lebensmittelverschwendung, Mitbegründer Cateringunternehmen Zum guten Heinrich		
162	Mirko Buri , Restaurant Mein Küchenchef		
164	Antonio Colaianni , Restaurant Gustav		
167	Alexandra Cropt , Leiterin Energie und Umwelt, Schweizer Bauernverband		
169	Vorstand und Geschäftsleitung Verein Foodwaste.ch		
174	Esther Kern , Kulinarik-Journalistin, Autorin, Gemüsescout		
178	Béa Johnson , Gründerin Zero Waste Lifestyle		

Geschniegelt und gestriegelt:
Im Supermarkt wird oftmals nur
makelloser Gemüse angeboten.



Taten statt Reste

»Ich esse keine Suppe! Nein! Ich esse meine Suppe nicht! Nein, meine Suppe ess' ich nicht!« Wer kennt es nicht, das Märchen vom Suppen-Kaspar? Der kugelrunde Junge verweigert plötzlich sein Essen, schrumpft innerhalb von fünf Tagen zu einem Häufchen Elend und stirbt. Ein Suppentopf ziert mahrend seinen Grabstein. Wie alle Geschichten aus dem »Struwwelpeter« ist auch diese drastisch und will Kinder beeindrucken, damit sie ihre Suppe brav auslöffeln. Kein Wunder, stellten doch Suppe und Brot bis Mitte des 20. Jahrhunderts unverzichtbare Grundnahrungsmittel dar, die niemals vergeudet wurden. Erst die Wohlstandsgesellschaft, die nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs heranwuchs, konnte es sich leisten, Essen wegzuworfen. Wir wissen leider nicht, was mit der Suppe geschah, die Kaspar verächtlich zurückwies – der Teller steht der Tischkante verdächtig nahe, und vielleicht stieß er ihn in seiner Wut gar auf den Boden? Der Suppen-Kaspar, der erste Food Waster also.

Im vorliegenden Werk stehen jedoch nicht Fabeln, sondern Fakten im Vordergrund. Wir werfen indiskrete Blicke in fremde Einkaufskörbe, Kühlschränke, Mülltonnen und Grüngutcontainer. Wir fragen nach, wie Restaurants, Hotels, Fluggesellschaften und Betreiber von Kreuzfahrtschiffen mit dem Thema Essensabfall umgehen und wie Bäckereien, Gemüsehändler, Großverteiler, der Detailhandel und Produzenten dies tun.

Bevor ein Nahrungsmittel bei uns auf dem Tisch steht, hat es bereits eine Reise hinter sich: Nach der Produktion und dem Anbau wird es verarbeitet, verpackt, verteilt und verkauft, zwischen den einzelnen Etappen stets auch transportiert. Sie erfahren, wie viel in jeder Etappe verloren geht und warum dies so ist. Dabei folgen die Kapitel dem Ablauf dieser Reise. Die einzelnen Etappen können oft nicht scharf voneinander getrennt werden, je nach Produkt fallen sie gar zusammen. Dann zum Beispiel, wenn Fische nach dem Fang an Bord der modernen Schiffe gleich verarbeitet und transportiert werden.

Es versteht sich von selbst, dass in einem solchen Buch nicht für jedes Nahrungsmittel der Weg vom Anbau des Gemüses oder

der Frucht sowie der Geburt eines Tiers bis zum essbaren Endprodukt nachgezeichnet werden kann. Oft sind die Abläufe und Gründe für den Abfall ähnlich. Beispielhaft wird deshalb unter anderem anhand von Karotten und Brotweizen aufgezeigt, wie es zu Food Waste kommt. Das Augenmerk liegt dabei auf der Schweiz, mit Seitenblicken über die Landesgrenzen hinaus.

Wir betrachten das Thema von verschiedenen Werten aus, sprechen über Reste und vor allem über Taten: Wir stellen Institutionen und Menschen vor, denen Food Waste nicht wurst ist und die sich lustvoll, kreativ und durchaus kämpferisch dem Food Saving verschrieben haben. Nach jedem Kapitel werden Institutionen und Ideen vorgestellt, die zum Food Saving beitragen. Am Schluss des Buchs erzählen Vorreiterinnen und Vorreiter davon, was sie tun, um sinnvoll mit Lebensmitteln umzugehen – und noch wichtiger: Sie, liebe Leserin und lieber Leser, erhalten dadurch Ideen, was Sie tun können.

Der Fokus dieses Buchs liegt auf der Vermeidung von Lebensmittelabfall. Wir zeigen, wenn möglich, Zielkonflikte auf – zum Beispiel, wenn wir beschreiben, dass Gurken einzeln in Plastikfolie eingewickelt werden, um ihre Haltbarkeit zu verlängern, was aber zu zusätzlichem Kunststoffabfall führt. Wir könnten lange darüber streiten, ob es ökologisch und ethisch »unvernünftiger« ist, eine Tomate aus hiesigem Anbau zu kaufen und dann wegzuworfen oder eine Tomate zu konsumieren, die bereits Tausende von Flugmeilen zurückgelegt hat. Wir streifen solche Überlegungen, doch eine vertiefte Betrachtung würde den Rahmen des Buchs sprengen.

Wir sprechen viel von Food Waste, möchten diesen Begriff jedoch ins Positive wandeln – zum Food Saving. Es geht nicht darum, Ihnen den Appetit zu verderben, ganz im Gegenteil: Wir möchten Ihre Freude am Essen so richtig ankurbeln. Damit nimmt die Wertschätzung für die Lebensmittel zu, und was wir schätzen, werfen wir nicht weg. Wir laden Sie ein zur Nachahmung und zu eigenen Taten. Ihrem Gaumen, Geldbeutel und Gewissen zuliebe. Suppen-Kaspar war gestern, heute heißt es: Tischlein deck dich ... und wir löffeln unsere Suppe aus!

Wie wird Food Waste definiert? Als Lebensmittelverluste oder Food Waste werden jene Lebensmittel bezeichnet, die zwar für den menschlichen Verzehr produziert, aber nicht von Menschen verzehrt werden. Dabei kann Food Waste auf jeder Stufe der Wertschöpfungskette eines Lebensmittels vorkommen, während der Produktion, des Transports, der Verarbeitung, des Handels oder Konsums.

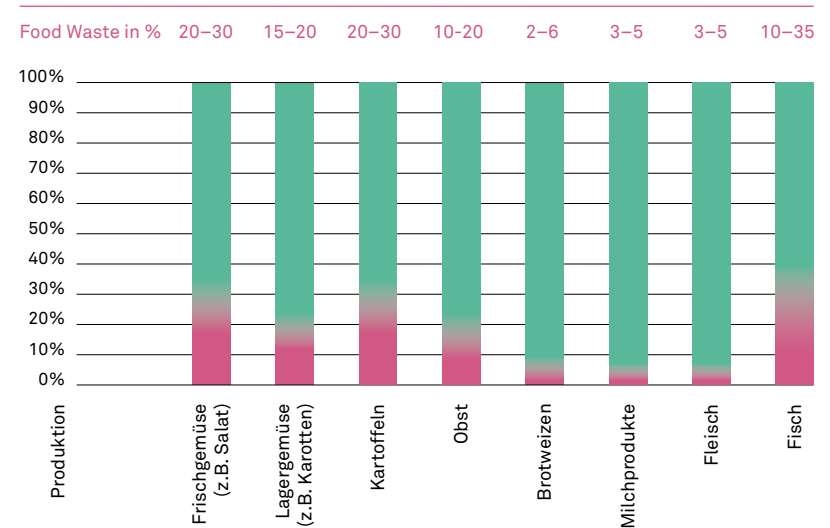
Generell wird zwischen vermeidbaren und unvermeidbaren Lebensmittelverlusten unterschieden. Vermeidbare Lebensmittelverluste sind Lebensmittel und Lebensmittelteile, die essbar und gesundheitlich einwandfrei sind oder es zu einem früheren Zeitpunkt waren, jedoch aufgrund von Überproduktion, Verderb, Verfall, Qualitätsansprüchen oder Präferenzen nicht von Menschen verzehrt werden. Lebensmittel, die als Futtermittel verwertet werden, gelten als vermeidbare Verluste, weil dies Ressourcen verschwendet. Futtermittel, die von Anfang an als Futter produziert wurden, werden hingegen nicht als Food Waste definiert.

Unvermeidbare Lebensmittelverluste sind alle nicht essbaren Teile von Lebensmitteln sowie jene Abfälle, die trotz Handeln nach bestem Wissen und Gewissen nicht vermeidbar sind. Hierzu gehören zum Beispiel Rüstabfälle, Knochen und Käserinden, aber auch Kartoffeln, die trotz korrekter Lagerbedingungen von einem Krankheitserreger befallen werden.¹

ANBAU, PRODUKTION UND FISCHFANG

Die Basis unserer Nahrung wird auf dem Feld und im Gewächshaus, im Stall sowie im Süß- oder Meereswasser gelegt: Gemüse, Früchte und Getreide werden gesät, gepflegt und geerntet, Milch und Fleisch entstehen durch die Zucht und Bewirtschaftung von Nutztieren, Fisch wird gezüchtet oder wild gefangen. Wir blicken in diesem Kapitel auf Verluste, die in dieser ersten Etappe und bei der Bereitstellung zum Transport anfallen.

Wie viel geht verloren (in % der Gesamtproduktion)? Alle Zahlen beziehen sich auf vermeidbare Abfälle und auf Erhebungen aus dem Jahr 2011 in der Schweiz, in Europa, Nord- und Lateinamerika.²



Weshalb tritt der Verlust auf? Überproduktion, Abweichen von Qualitätsnormen, unrentable Ernte, Deklassierung der Ernte zur Preisstützung und Angebotsverknappung, Nichtnutzung von Kleie, Nichtverzehr von essbaren Teilen von Schlachttieren und von Tieren, die für andere Zwecke gezüchtet werden (z.B. Legehennen), Verluste beim Fischfang.

Wie können Verluste vermieden werden? Lagerung und Konservierung verbessern und fördern, Angebotsvielfalt ausweiten und alle Teile verwerten (z.B. Vollkornprodukte, Kleie als Nebenprodukt raffinierter Mehle, weniger edle Fleischteile und Schlachtnebenprodukte), Preisnachlässe, alternative Vertriebskanäle (Direktvermarktung, Food-Waste- und Food-Saving-Plattformen, Apps), Produktionsmenge senken, Fischfangmethoden und Gesetze zu Fischfangquoten.

Makelloses Gemüse – das Maß aller Dinge?

Mit rosiger Schale, an der noch etwas frisch duftende Erde haftet, liegen sie in den grünen Plastikkisten. Die eben geernteten Karotten sind bereit für den Transport zum Logistikzentrum des Großverteilers. Karotten sind die mit Abstand beliebteste Gemüsesorte der Schweizerinnen und Schweizer: 2015 wurden eindruckliche 70 000 Tonnen größtenteils im Inland produzierte Karotten konsumiert. Wir stibitzen ein Exemplar aus der Kiste und schauen sie an. Keine Frage, sie macht eine gute Figur. Mit ihrem geraden Wuchs, der glatten Schale und den Traumaßen entspricht sie der EU-Klasse Extra.

Die Details des europäischen »Karotten-Topmodels«: Seit der Abschaffung der viel verspotteten »Gurken-Norm« im Juli 2009 müssen Gemüse und Obst nicht mehr eine bestimmte Form haben, für sie gelten nun folgende bindenden Güteklassen: Produkte aller Klassen müssen ganz, fest, gesund und sauber sein, Rückstände von Pflanzenschutzmitteln sind auf ein unbedenkliches Maß zu begrenzen, frei von fremdem Geruch und Geschmack, die Erzeugnisse müssen frei sein von Schädlingen und deren Schäden, von übermäßiger Feuchtigkeit und überdies gut entwickelt. Darüber hinaus werden folgende Handelsklassen unterschieden: Klasse Extra für höchste Qualität, frei von jeglichen Fehlern, ganz, glatt, fest, prall, gut geformt, einheitliche Farbbeschaffenheit und gleiche Größe. Für die Klasse I gilt gute Qualität, leichte Form- und Entwicklungsfehler, leichte Farbfehler, sehr leichte Quetschungen, ausreichende Festigkeit. Für die Klasse II schließlich, zu der fast alle Bio-Artikel zählen, sind mittlere Qualität, gröbere Fehler, gröbere Farbabweichungen zulässig.³

In der Schweiz besagt die Verordnung des zuständigen Departments des Innern (EDI) über Obst, Gemüse, Konfitüre und konfitüreähnliche Produkte, dass Gemüse bei der Abgabe an die Konsumentinnen und Konsumenten sauber, unversehrt und sortentypisch sein muss, normal entwickelt und erntereif und, falls es gewaschen wurde, gut abgetropft.⁴ Doch Hand aufs Herz – die Karotten, die wir in den Schweizer Supermärkten vorfinden, übertreffen diese Anforderungen allesamt. Dies ist kein Zufall. Die Qua-

litätsbestimmungen, die sich die Verbände der Schweizer Gemüseproduzenten freiwillig auferlegt haben, gehen weit über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus: Die Karotten dürfen nicht deformiert sein, müssen eine glatte Schale haben und weder Risse noch Flecken oder Verfärbungen aufweisen, und sie dürfen nicht gebrochen sein. Zwei Größenkategorien werden unterschieden:

- Größe 1 mit einem Gewicht pro Stück zwischen 40 und 200 g und einer Länge von maximal 24 cm
- Größe 2 mit einem Gewicht pro Stück von über 200 g⁵

Die Kalibrierung innerhalb eines Packstücks, also einer Versandeinheit oder einem Colli, muss so homogen sein, dass der gute Gesamteindruck nicht beeinträchtigt wird. Dank diesen rigorosen Selektionskriterien haben sich die Konsumenten daran gewöhnt, dass sich die Karotten im Regal stets von ihrer allerbesten Seite zeigen. So sehr hat sich das Idealbild eingepreßt, dass einzelne Exemplare im Offenverkauf, die vom Anfassen der Kunden ein wenig gelitten haben, schnöde liegengelassen werden.

Gründe für die Aussortierung

Schöne heile Karottenwelt? Leider nein. Wie alle Naturprodukte wachsen auch Karotten nicht immer gerade und ebenmäßig. Bei der maschinellen Ernte, die meist voll automatisiert abläuft, wandern sie erst einmal unsortiert in die Anhänger und Kisten der Landwirte; rund 5% bleiben auf den Feldern liegen, weil sie von den Greifwerkzeugen nicht richtig erfasst worden oder vom Förderband gefallen sind. Sie werden später untergepflügt, wenn der Landwirt keine lokalen Abnehmer wie zum Beispiel Pferdebesitzer findet, die sie in zeitraubender Handarbeit ernten.

Je nach Absatzkanal werden die Karotten bereits auf dem Hof oder später beim Händler nach Größe, Form und Beschaffenheit sortiert. Dies ist nötig, denn auch bei sorgfältiger Ernte können Karotten Rillen oder Druckstellen aufweisen oder abgebrochen sein. Bei dieser Eingangskontrolle der noch ungewaschenen Ka-

rotten werden diejenigen aussortiert, die nicht den Erwartungen der Kunden oder Industrie entsprechen, meist sind es zwischen 10–20%. Im biologischen Anbau können Spuren von Schädlingen sichtbar sein, da hier keine Insektizide verwendet werden dürfen. Wenn mehr als die Hälfte der vom Bauern angelieferten Menge nicht konform ist, muss er die gesamte Lieferung ersatzlos zurücknehmen. Und da ein manuelles Verlesen zu aufwändig ist, wandert oft die ganze Charge, wenn sie nicht verfüttert werden kann, in die Biogasanlage. Insgesamt bleiben für jede Karotte der Extraklasse zwei bis drei weniger stromlinienförmige Kolleginnen auf dem Hof zurück, stapeln sich dort zu hohen Bergen Viehfutter oder werden zu Biogas. Die Karotten, die der Händler akzeptiert, werden gewaschen und nochmals sortiert.

Auch bei Kartoffeln landet fast die Hälfte der geernteten Knollen nie auf einem Teller. Bereits in der Anbau- und Produktionsphase entstehen Verluste von 15–24%, vor allem wegen der Qualitätssortierung. Dabei wird eine erste Auslese bereits auf dem Feld durchgeführt; »minderwertige« Knollen werden direkt aussortiert. Sehr reife Kartoffeln werden liegen gelassen, weil sie sich weniger lange aufbewahren lassen, nicht konform gewachsene Kartoffeln, weil sie nicht maschinell verarbeitet werden können. Bei den Kartoffeln, die für die Endkunden bestimmt sind, fallen weitere 12–24% Verluste beim Großverteiler oder -händler an, 1–3% beim Detailhändler. Bei den Kartoffeln, die industriell verarbeitet werden, entstehen nach der Ernte 14–15% Verluste bei der Verarbeitung, wobei dieser Prozentsatz je nach Ernte stark schwanken kann [↗ Stellungnahme von Zweifel Pomy-Chips AG, S.48f.].⁶

Gemüseproduzenten können ihre Erzeugnisse über verschiedene Verkaufskanäle absetzen, meist geht der Hauptteil an die Großverteiler und die Convenience-Food-Industrie (Tiefkühlprodukte und Konserven), ein Teil wird auf Wochenmärkten, im Online-Shop des Hofes (zum Beispiel über Gemüseboxen-Abonnements) oder im Hofladen verkauft. Wie viel über welchen Verkaufskanal abgesetzt wird, hängt von Angebot und Nachfrage ab.

Bis zu 50% Verluste zwischen Feld und Ladenregal

Produkte, die traditionell und naturbedingt in der Schweiz angebaut werden können, unterstehen einem flexiblen Einfuhrsystem: Wenn das Angebot von inländischen Produkten zu gering ist (zum Beispiel, weil die Ernte schlecht war oder sie saisonal nicht erhältlich sind), können diese Produkte mengenmäßig unbeschränkt und zu sehr geringen Zollansätzen eingeführt werden. Bei Vollversorgung aus inländischem Anbau hingegen können Früchte und Gemüse nur zu einem hohen Zollansatz eingeführt werden.⁷

Etwa die Hälfte der in der Schweiz konsumierten Gemüse und Früchte wird im Inland produziert. Um im ständigen Wettbewerb um die Gunst der Kunden nicht ausländischen Produzenten zu unterliegen, lautet die Strategie der Schweizer Gemüsebauern rund ums Jahr: die Konsumenten zum Verzehr inländischer, möglichst saisonaler Produkte motivieren und erstklassige Qualität liefern. Deshalb die hohen Qualitätsbestimmungen. Doch was geschieht mit den Produkten, die es nicht in die Regale der Supermärkte schaffen? In unserem Fall sind es die weniger schönen und gleichmäßigen Karotten, die sich tonnenweise auf den Höfen der Produzenten stapeln. Das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) hat errechnet, dass zwischen Feld und Ladenregal rund die Hälfte der Karotten-Ernte verloren geht.⁸ In einer Masterarbeit am FiBL hat Cordelia Kreft 2013 nach Gründen dieser Verschwendung gesucht und zeigt Möglichkeiten der Reduktion auf. Als Hauptursache für diese ethisch, ökologisch und wirtschaftlich bedenkliche Verlustquote nennt sie die erwähnten, selbst auferlegten Qualitätsstandards des Handels. Sie empfiehlt den Gemüseproduzenten als möglichen Ausweg die Direktvermarktung ihrer Produkte, damit sie die Qualitätsstandards selbst definieren können. Offen bleibt, ob das aktuelle Interesse der Konsumenten genügend groß ist und wie eine solche Vermarktung organisiert würde. Die Verlustrate auf Stufe Großhandel beziffert Kreft auf 14–45%. Diese fallen bei der Sortierung nach den Qualitätsstandards der Abnehmer an. Die Autorin der Studie empfiehlt zur Verlustminderung eine breite Kundenstruktur für Produzenten, um weniger abhängig vom Großhandel zu sein.

ZÜNDENDE IDEEN

Apfelpapier | Dank einem raffinierten Verfahren können Überreste, die nach der Verwertung von Äpfeln anfallen (der sogenannte Apfeltrester, der reich an Zellulose und Kohlenhydrat ist) so aufbereitet werden, dass ein hochwertiges, rezykliertes und rezyklierbares Papier daraus entsteht.³⁷

Frütile | In der Region Fribourg können Landwirte überschüssige oder für den Handel ungeeignete Früchte kostenlos an den Verein Frütile abgeben. Diese Non-Profit-Organisation verwandelt die süßen Überschüsse in Konfitüren, Sirup, Pickles und Chutneys. Ein Team von Freiwilligen kümmert sich um die Organisation und Finanzierung und bietet dabei Menschen mit schlechten Berufsperspektiven eine Arbeitschance. Sie werden dem Verein von sozial engagierten Partnerorganisationen zugewiesen und erhalten so die Möglichkeit, in der Arbeitswelt Fuß zu fassen. Die Produkte werden auf Wochenmärkten und in lokalen Geschäften und Restaurants verkauft – das Angebot reicht von der Metzgerei bis zur Brasserie. Der Erlös deckt die Verarbeitungskosten, die Werbung sowie die Kosten für den Verkauf (Marktstände etc.). Frütile will das Bewusstsein wecken, dass in den überschüssigen Produkten viel Potenzial steckt. Der Verein fördert den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln und bietet gleichzeitig Möglichkeiten der beruflichen Eingliederung.³⁸

LavkaLavka | Das Abenteuer LavkaLavka nahm 2009 seinen Anfang, als der russische Journalist und Künstler Boris Akimov einen Blog begann. Er schrieb über Farmen und Farmer in Russland und bot seinen Lesern die Gelegenheit, deren Produkte zu kaufen. Der Erfolg war so groß, dass Boris Akimov bald darauf einen Online-

Shop eröffnete. Die Kooperative besitzt mittlerweile fünf Verkaufsläden in Moskau und betreibt einen großen Bauernmarkt, einen Online-Store, zwei Marktcafés und zwei Marktrestaurants. Sie vertreibt Käse, Würste, Fleischspezialitäten, Getreideprodukte, gepökelte Pilze, Gemüse, Honig und Süßigkeiten. Inzwischen wird der Online-Shop LavkaLavka von 200 kleinen und mittelgroßen Farmen aus ganz Russland benutzt. Außerdem gibt die Organisation eine Zeitung online und auf Papier heraus, in der sie für eine nachhaltige landwirtschaftliche Produktion wirbt und ihre Partner vorstellt.

LavkaLavka will die Lebens- und Arbeitsbedingungen der ländlichen Bevölkerung verbessern, Landwirtschaftsbetriebe in Familienbesitz fördern und beleben und den Anbau nach biologischen Methoden populärer machen. Ein wichtiges Anliegen ist Boris Akimov und seinem Team auch die Senkung des Food Waste. Einerseits will er via den Blog und die Zeitung mehr Bewusstsein dafür schaffen und die Wertschätzung für die Erzeugnisse der Landwirtschaft steigern. Andererseits erzieht LavkaLavka seine Kunden sanft zu nachhaltigem Denken: Bestellungen müssen mindestens zwei Tage im Voraus aufgegeben werden, damit nicht zu viel Ware bereitgestellt wird. Auch wird der Kunde diplomatisch dazu aufgefordert, nur das zu bestellen, was er wirklich isst. Die Zeitung gibt eine Fülle von Tipps gegen Food Waste, und an eigentlichen Food-Festivals wird *Nose to Tail* gekocht.

Für die eigenen Läden hat LavkaLavka eine klare Strategie: Trotz sorgfältiger Planung bleiben rund 6% der Produkte übrig. Diese werden wie folgt abgesetzt und verwertet: Ein Sechstel wird am Tag vor dem Ablaufdatum mit einem Rabatt von 50% verkauft, ein Drittel wird eingefroren und dann in der betriebseigenen Produktionsanlage weiterverwertet (zum Beispiel werden traditionelle russische Gerichte wie Pelmeni oder Vareniki – gefüllte Teigklösschen – oder auch Früchte und Konfitüren hergestellt). Ein Sechstel wird in den Küchen der eigenen Restaurants verwertet, ein weiterer kommt den Mitarbeitenden zugute, die die Produkte mit großen Rabatten beziehen dürfen. Das letzte Sechstel dient als Tierfutter. Diese Strategie der vollständigen Verwertung erfordert viel Planung und Konsequenz, scheint sich aber zu bewähren.³⁹

Back to the roots: Die im hauseigenen Restaurant servierten gepökelten Pilze stammen aus den nachhaltigen Landwirtschaftsbetrieben, mit denen die Kooperation *LavkaLavka* zusammenarbeitet.





***Stefan Brügger** ist Geschäftsführer von Gartengold. Nach dem Motto »Most statt Kompost« verwandelt Gartengold ungenutzte Äpfel in einen Premium-Saft mit nachhaltigem Geschmack. Denn in jeder Flasche steckt auch ein Stück ökologische und soziale Verantwortung.*

Man fragt mich manchmal, ob ich beleidigt bin, wenn man mich als Geschäftsführer eines Saftladens bezeichnet. Ich kann dann jeweils beruhigen: Überhaupt nicht. Wir spielen sogar gerne mit dieser Doppeldeutigkeit. Besucher unserer Website gelangen über den Menüpunkt »Saftladen« in den Onlineshop und können dort unseren Apfelsaft und die naturtrübe Schorle bestellen. Gartengold hat eine Mission: mit ungenutzten Äpfeln Jobs für benachteiligte Menschen zu schaffen. Wie geht das? Wir wollen ökologische, soziale und wirtschaftliche Kriterien in Einklang bringen. Diesen Anspruch lösen wir mit Gartengold ein. Wir ernten sonst ungenutzte Äpfel, generieren sinnhafte Arbeit für Menschen mit einer Behinderung und stellen ein markttaugliches Produkt her. Das ist im besten Sinne des Wortes nachhaltig.

Die Geschäftsidee entstand, als Albert Gebhardt und Leonard Wilhelmi als Studenten der Hochschule St.Gallen durch die St.Galler Vorstadt joggen. Sie sahen, dass in vielen Gärten nicht



Stefan Brügger und Ann Kristin Seige von Convivatus Social Capital

bewirtschaftete Apfelbäume stehen. Das Obst landet bestenfalls im Kompost. Das war der Auslöser: Sie wollten etwas tun gegen Food Waste und entwickelten die Idee zu unserem Start-up. Seit her werden ungenutzte Äpfel »vergartengoldet«. Zurzeit bewirtschaften wir rund 400 Bäume. Pro Baum ernten wir zwischen 50 und 200 kg Äpfel, daraus entstehen 40 000 Liter Saft. Wir suchen laufend weitere Baumspender, indem wir in der Ostschweiz und im Raum Zürich durch Ortschaften fahren und die Leute ansprechen. Oder wir inserieren in lokalen Publikationen. Die meisten Baumspender sind Privatleute, die ihren Baum nicht mehr bewirtschaften, weil das zu anstrengend ist. Sie spenden ihr Obst für eine sinnvolle Sache. Menschen mit geistiger Beeinträchtigung ernten die Äpfel, verwalten das Lager, bearbeiten die Bestellungen, kommissionieren die Waren und liefern diese aus. Die meiste Arbeit fällt zwischen Mitte September und Ende Oktober an. In dieser Zeit sind jeweils zwei Ernteteams mit je zehn Leuten im Einsatz. Unsere Lager stehen in St.Gallen und in Zürich. Sie werden von unseren Partnern – zwei Sozialunternehmen – geführt.

Unsere Kunden sind Menschen, die einen erstklassigen Apfelsaft oder eine Schorle genießen wollen. Bei uns gibt es die reine Substanz aus verschiedenen (auch vielen alten und seltenen) Apfelsorten. Gartengold enthält keine Zusatzstoffe, und es wird kein Birnensaft beigemischt, wie dies in der Schweiz bei Süßmost oft gemacht wird. Unsere Produkte werden über drei Absatzkanäle verkauft. Erstens: die Gastronomie und den Feinkosthandel. Zweitens: das BzB-Geschäft – also Unternehmen, die an ihren Anlässen etwas Genuss- und Sinnvolles anbieten wollen. Drittens: Privatkunden, die über unseren Onlineshop bestellen. Wir streben schwarze Zahlen an, aber keine hohen Renditen, Gartengold ist also kein Goldesel. Noch sind wir in der Aufbauphase. Der Break-even dürfte in ein bis zwei Jahren erreicht sein.

Wir werden oft gefragt, ob wir nicht auch Birnen-, Zwetschgen- oder Quittensäfte produzieren wollen. Zuerst wollen wir das Kerngeschäft konsolidieren, aber keine Bange: Wir haben viele Ideen, was aus Äpfeln oder anderem ungenutzten Obst noch entstehen könnte. Aber diese präsentieren wir unseren Mitbewerbern hier nicht auf dem Silbertablett.²⁰⁶



Mirko Buri, Pionier der Anti-Food-Waste-Bewegung der Schweiz, Buchautor »Restenlos glücklich« und Betreiber des Anti-Food-Waste-Restaurants Mein Küchenchef. Einschlafprobleme kennt Mirko Buri kaum. Vermutlich, weil das gute Gewissen beim Food-Waste-Koch mitschläft. Vor allem aber, weil seine Tage im eigenen Betrieb Mein Küchenchef in Köniz lang und intensiv sind. Nach dem Kochen für den Mittags- und Lieferdienstservice stehen häufig Referate an, Schulungen bei einem Unternehmen außer Haus. Oder Buri und sein Team bereiten sich und das Lokal auf einen Gruppenanlass am Abend vor. Dann wird mit bis zu 30 Leuten gekocht und gegessen, vor allem aber das Bewusstsein geschärft für Themen wie regionale Produzenten, Haltbarkeitsmechanismen und wie Lebensmittel mit einem optischen Makel verwertet werden können. Seit über fünf Jahren beschäftigt sich der Berner mit diesen Themen.

»Ausschlaggebend für mein Food-Waste-Engagement war der Dokumentarfilm »Taste the Waste«, den ich im Herbst 2012 im Fernsehen sah. Per Zufall zappte ich rein und blieb fasziniert hängen. Da wurde mir bewusst, wie viel in unserer Gesellschaft eigentlich schief läuft. Überall, ob im Detailhandel, in der Gastronomie und in Privathaushalten landen zu viele noch genießbare Lebensmittel im Abfall. Als gelernter Koch spürte ich, dass ich in diesem Bereich etwas bewegen möchte.«

Buri mietete sich in Zentrum von Bern in eine umfunktionierte Zweieinhalbzimmerwohnung ein, kaufte Küchengeräte und kümmerte sich um alle nötigen Bewilligungen. Am Wochenende sammelte er Gemüse auf den Feldern und bereitete aus diesen leckere Fertiggerichte zu. »Ich entschied mich für eine Salami-Taktik und verdiente mir Löffel um Löffel und Schwingbesen um Schwingbesen.« Obwohl seine Infrastruktur besser und sein Eifer größer wurden, kam er irgendwann an die Kapazitätsgrenzen. »Also zogen wir nach Köniz, wo sich mit einem eigenen Lokal ganz neue Möglichkeiten auftaten.« Im Herbst 2015 eröffneten er und sein Schwager Pierre-Yves Bernasconi Mein Küchenchef, das erste Anti-Food-Waste-Restaurant der Schweiz. Parallel dazu wur-

den Lieferdienst und Onlineshop stetig ausgebaut. Jährlich werden 20–30 Tonnen Food Waste aus der regionalen Landwirtschaft mit lokalem Solarstrom zu Mahlzeiten weiterverarbeitet.

Plötzlich war Buri auch als Botschafter gefragt. Er reiste von Messe zu Messe, um aufzuklären und zu sensibilisieren. Der Austausch mit dem Messepublikum zeigte ihm, dass das Thema Food Waste nicht zuletzt eine Generationenfrage ist. »Ältere Leute verstehen nicht, weshalb wir so ein Tamtam um ein Thema machen, das sie mit gesundem Menschenverstand verbinden.« Vermeidung von Lebensmittelabfällen, Reste verwerten, Gemüse und Früchte einkochen, einlegen und trocknen, um sie länger haltbar zu machen, sind Dinge, mit denen Familien in und nach den Kriegsjahren groß geworden sind.

Eine andere, jüngere Generation scheint sich aber nach dem Wissen und den Rezepten von Buri zu sehnen, da es an eigenen Ideen und Inspirationsquellen fehlt. »Viele wollen etwas tun, wissen aber nicht wie.« Deshalb hat sich Buri jüngst einem weiteren Projekt verschrieben, dem »Foodoo«: An öffentlichen Anlässen kochen Interessierte gemeinsam mit Mirko Buri ausrangiertes Gemüse vom Bauern zu einer würzigen Bouillon-Paste. Und konservieren das frische Gemüse so quasi im Glas. »Food Waste zu verhindern macht in vieler Hinsicht Sinn und ist zwingend notwendig, Deshalb werde ich, so lange ich ein Messer halten kann, überschüssige Lebensmittel weiterverarbeiten.²⁰⁹

