

Damit viel nicht zu viel ist

Am ersten «Chef's Table» diskutierten Branchenvertreter, wie Lebensmittelabfälle vermieden werden können. Und über Möglichkeiten, vorzubeugen – wenn auch nur im Kleinen.

MELANIE ROTH

Es sind 26 Betriebe, 137 Tage und 34 000 Essen: Das sind die Eckdaten der ersten Abfallerhebung von «United Against Waste». Der vor knapp einem Jahr gegründete Verein, bei dem sich auch hotellerie-suisse engagiert, hatte Gastronomiebetriebe aufgerufen, in einem Pilotprojekt mithilfe eines Tools die Nassabfälle zu erfassen. Übrig blieben am Ende 4,25 Tonnen Abfall – das sind im Schnitt 125 g pro Essen. Während bei Restaurants und Hotels 55 Prozent der Abfälle in die Kategorie «Rüstabfälle und Überproduktion» fielen, blieben in Betriebsrestaurants und Schulen (61 Prozent), Heimen und Spitälern (69 Prozent) vor allem Speisereste am Buffet und auf dem Teller zurück. Verdorbene Ware machte mit einem Wert um die 5 Prozent über alle Betriebe hinweg nur einen kleinen Teil aus.

20 Vertreter aus der klassischen und aus der Gemeinschaftsgastronomie trafen sich letzten Freitag bei Gastrosuisse in Zürich, um am «Chef's Table» über die Erhebung und Lösungsansätze zum Vermeiden von Lebensmittelabfällen zu sprechen. Wenn die Diskussion über das Erhebungstool ein deutliches Ergebnis hervorbrachte, dann, dass Vergleiche zwischen Betrieben kaum möglich sind. Das liegt einerseits daran, dass das entwickelte Tool noch kränkelt: Wie definiert man ein Menü? Was ist mit unvermeidbaren Abfällen? Wie werden Convenience-Produkte gewertet, bei denen ein Grossteil des Abfalls ausgelagert wird? Andererseits liegt es nahe, dass klassische und Gemeinschaftsgastronomie mit unterschiedlichen Problemen konfrontiert sind, wenn es um das Vermeiden von Abfällen geht. Die



Kleinere Teller können dem Gast am Buffet helfen, die passende Portion zu schöpfen – Diskussionspunkt am «Chef's Table»

Fotolia

Runde war sich einig: Beginnt man, Äpfel mit Birnen zu vergleichen, verliert man am Ende das Ziel aus den Augen.

Dass Abfall vermieden und sich das auch ökonomisch lohnen kann, zeigte Markus Hurschler, Geschäftsleiter von United Against Waste, anhand des Beispiels vom «Klosterhof» St. Gallen, auf: Nach einer ersten Erhebung und anschließenden Optimierungen konnte das Restaurant 24 Prozent des Abfalls reduzieren. Aufgerechnet auf ein Jahr könnten damit über 4000 Franken eingespart werden, so Hurschler.

Kleinere Teller und durchsichtige Kübel als Massnahmen

Die Teilnehmer des «Chef's Table» tauschten anschliessend Lösungsansätze aus. Am Buffet hat der Gast die Angewohnheit, den Teller zu überladen – diesem Verhalten kann mit kleineren Tellern entgegengewirkt werden. Ibis Zürich habe damit gute Erfahrungen gemacht, erzählte Küchenchef Christopher Seel: «Wir konnten so einiges an Abfall einsparen, ohne dass das den Gästen negativ aufgefallen wäre.» Im Best Western Hotel Walhalla St. Gallen hat man sich entschie-

den, halbe Portionen anzubieten. «Das läuft sehr gut, allerdings macht man ganz klar weniger Umsatz», erklärte Gastgeber Urs Majer. Das Plenum plädierte dafür, kleinere Portionen mit der Möglichkeit auf Nachschub anzubieten. Nachbestellen würden nämlich die wenigsten Gäste. Im Schloss Böttstein setzt man unter anderem auf Wiederverwertung: Was am Samstag für die Hochzeits-

gesellschaft überproduziert wird, findet sich am Sonntag im Buffet wieder.

Welchen Einfluss hat die Gastronomie?

Direktor Thomas Bischofberger macht sich ausserdem den engen Gästekontakt zunutze: «Weil ich viele Gäste persönlich kenne, spreche ich sie auf nicht leer gegessene Teller an.» Weil diese Art der Gästesensibilisierung in der Gemeinschaftsgastronomie kaum möglich ist, setzt man bezüglich Abfallvermeidung vor allem in der Küche an. «Bei uns hat jeder Mitarbeitende seinen eigenen, durchsichtigen Abfallkübel. So sieht jeder auf einen Blick, wie viel Abfall er produziert», erklärte Markus Wymann von der Compass Group.

«Gäste, die ich persönlich kenne, spreche ich auf nicht leer gegessene Teller an.»

Thomas Bischofberger
Direktor Schloss Böttstein



Nachgefragt

Markus Hurschler

Geschäftsleiter von
«United Against Waste»

Welchen Eindruck haben Sie nach dem ersten «Chef's Table»?

Ich bin sehr zufrieden. Die Teilnehmer haben ein ernsthaftes Interesse am Thema «Food Waste», das haben die angeregten Diskussionen gezeigt. Geht es um Verschwendung von Lebensmitteln, muss und kann man etwas dagegen machen.

Nur ein kleiner Teil der Lebensmittelabfälle fallen in der Gastronomie an. Ist Ihr Bestreben nicht ein Tropfen auf den heissen Stein?

Wir können nicht von einem Tag auf den anderen die Welt verbessern. Es ist wichtig, dass man das Thema konkret anpackt – wo man es anpackt, ist zweitrangig. Wir bieten eine kleine Plattform mit zielgerichteter Form, die ihre Berechtigung hat. Ausserdem setzt der Verein United Against Waste bei der gesamten Wertschöpfungskette des Ausserhauskonsums an. Dort reden wir immerhin schon von 12 Prozent Verschwendung.

Während der Diskussion über das Tool ging es kurzzeitig mehr um das Vergleichen als um die Sache an sich. Ist ein Erhebungstool nicht kontraproduktiv?

Es kann kontraproduktiv sein. Wir hatten anfangs einen kompletten Benchmark vor Augen. Hinter dieses Vorhaben setzen wir spätestens heute einen Schlusspunkt. Wir werden weiterhin Werte zu Lebensmittelabfällen sammeln und diese aufschlüsseln, aber nicht mit dem Ziel, Betriebe zu vergleichen.

Wie geht es jetzt mit dem Thema «Food Waste» weiter?

Aufgrund der Erkenntnisse vom «Chef's Table» werden wir das Tool verbessern und einen Leitfaden für die Branche erstellen. In diesem Jahr sind weitere «Chef's Table» geplant, die etwas spezifischer gestaltet werden. Mit dem Verein verfolgen wir ausserdem Projekte im Zusammenhang mit der Brotwertschöpfung und Frischgemüse. rom

Gastronomie

Neue Art von Stammtisch in der Ostschweiz

Mit dem Projekt «Treffpunkt Tisch» bieten Lokale im Raum St. Gallen/Bodensee ihren Gästen eine neue Art von Stammtisch: An den entsprechend gekennzeichneten Tischen kann sich niederlassen, wer will. Für die Gäste ergeben sich so neue Kontakte, Einzelgästen und -Reisenden bietet es die Möglichkeit zum gemeinsamen Verweilen. Die «Treffpunkt-Tisch»-Betriebe sind mit einem Logo gekennzeichnet und auf der Website aufgelistet. Initiiert wurde das Projekt von Gabriel Holten. Aktuell sind sechs St. Galler und zwei Thurgauer Betriebe mit von der Partie.

www.treffpunktstisch.ch

Tourismus

Ermatingen wirbt mit Langeweile um die Gäste

Ermatingen Tourismus geht mutige Vermarktungswege und wirbt neu mit dem Slogan «Ermatingen, der langweiligste Ferienort der Schweiz». Dabei setzt man Ruhe und Genuss suchende, die sich im Thurgauer Dorf am Bodensee wohlfühlen sollen, ins Zentrum. «Wir haben nichts, wir tun nichts und wir bieten nichts. Nichts was Sie – unsere Gäste – in Ihrer Ruhe stört. Nichts, was Sie besonders erregt. Und schon gar nichts, bei dem Sie sich den absoluten Kick und/oder eine Verletzung holen können», so ein Auszug aus dem neuen Prospekt der Tourismusorganisation. sag

ANZEIGE

Wussten Sie schon, dass die ecoefficiency-Reihe aus besonders sorgfältig ausgewählten Materialien besteht?
www.kaercher.ch/nachhaltigkeit

Die neuen Publikumsbeliebte: Sehen gut aus, sind bestens für lärmempfindliche Bereiche geeignet und schonen noch dazu die Umwelt.

KÄRCHER® makes a difference

Entdecken Sie das leistungsstarke Kärcher-Sortiment für die anspruchsvolle Bodenreinigung. Innovative Teppich- und Polsterreiniger beseitigen zuverlässig Schmutz und Gerüche und sind noch dazu äusserst geräuscharm. Informieren Sie sich ausserdem über unser umweltfreundliches ecoefficiency-Sortiment auf www.kaercher.ch/nachhaltigkeit – gewohnte Qualität, besonders nachhaltig.

www.kaercher.ch