

Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung

Bäcker und Confiseure reduzieren Food Waste

Ein grosser Teil der Lebensmittel landet im Abfall. So auch jedes vierte Brot pro Schweizer Haushalt. Verschiedene Institutionen und innovative Bäcker-Confiseure setzen sich gegen die Verschwendung ein.



Täglich werden Lebensmittel weggeworfen – insbesondere Brot.

Rund ein Drittel aller in der Schweiz produzierten Lebensmittel landen im Abfall statt auf dem Teller. Food Waste beschreibt die Lebensmittelverschwendung, die durch den Umstand hervorgerufen wird, dass wir mehr Nahrung zur Verfügung haben als wir effektiv konsumieren.

Ein ökologisches und moralisches Problem

Hinzu kommt, dass durch die Lebensmittelverschwendung entlang der Wertschöpfungskette eine reichlich höhere Umweltbelastung des Wassers und der Landoberfläche entsteht. Abgesehen von der hohen Belastung für die Natur trägt die Lebensmittelverschwendung dazu bei, dass massenhaft Menschen weltweit an Hunger leiden. Deshalb stellt Food Waste nicht nur ein ökologisches, sondern auch ein moralisches Problem dar.

Gemäss einer Studie des WWF Schweiz, wirft jeder Einwohner

der Schweiz täglich 320 Gramm Lebensmittel weg. Dies entspricht beinahe einer vollständigen Mahlzeit.

Davon betroffen ist auch die Bäckerei-Konditorei-Confiserie-Branche. Gemäss einer aktuellen Erhebung des Vereins United Against Waste (UAW) gehen ca. 8-16 % der Waren dieser Branche nicht über den Ladentisch oder werden aufgrund von fehlerhaften Produktionsschritten nicht zum Verkauf angeboten. Dies impliziert nicht nur Brote, sondern auch Süss- und Backwaren sowie Take-away-Produkte. Die entsprechenden Lebensmittelverluste der Brot- und Backwarenbranche stehen mit 30 % an oberster Stelle des täglichen Konsums. Danach folgen Obst/Gemüse (27 %), Milchprodukte/Eier (12 %) sowie Fleisch- und Wurstwaren (11 %). Pro Schweizer Haushalt wird jedes vierte Brot weggeworfen. Das heisst, pro Jahr werden ca. 100 000 Tonnen nicht konsumiert.



Antonia und Peter Signer wenden ein nachhaltiges Food-Waste-Konzept an.

Umsetzung bei Klein- und Mittelbetrieben

Das Beispiel der Signer Bäckerei-Konditorei-Café in Zizers zeigt auf, wie auch kleinere und mittlere Bäckereien und Confisereien Nachhaltigkeit leicht verständlich und wirksam kommunizieren können. Die Inhaber des Betriebs, Antonia und Peter Signer, sind Mitglied von United Against Waste und setzen sich aktiv gegen die Lebensmittelverschwendung ein. Ihr Ziel besteht darin, zu einer ökologischen und sozial verantwortlichen Produktion sowie einem nachhaltigen Konsum beizutragen.

So bildet das Thema Nachhaltigkeit einer der Schwerpunkte in der aktuellen Ausgabe ihrer Hauszeitung vom 2. Juni 2015. Die Zeitung informiert darin transparent, dass sie «Stückli» und Patisserie vom Vortag in kleine Stücke schneiden und im Café als zusätzliches Gebäck servieren.

Im Zusammenhang mit nicht verkauften Brot- und Backwaren wenden sich die Signers an die Organisation «Tischlein deck dich» des Schweizerischen Roten Kreuzes in Chur. Weiter werden die Rüstabfälle ihres Betriebs in Biogasanlagen verwertet. Überdies wird im Verkauf an das Verständ-

nis der Kundschaft appelliert, weshalb nicht sämtliche Produkte bis Ladenschluss erhältlich sein können und hierbei auf Alternativprodukte verwiesen. Da es immer wieder zu Fehlproduktionen kommen kann, werden diese nach einem übereinstimmenden Muster verwertet. Wichtig dabei ist ihnen, dass alle Mitarbeitenden in die kontinuierliche Verbesserung einbezogen werden. Sie werden so für das Thema Food Waste sensibilisiert. Als zusätzliche Dienstleistung bieten die Signers ihren Kunden originelle Rezepturen an, wie sie Brotabfälle in schmackhafte Gerichte verwerten können.

Grosse Organisationen engagieren sich gegen Food Waste

Namhafte Institutionen und Organisationen wie die UNO, der WWF, das Schweizerische Rote Kreuz, Caritas, Food save oder Think.Eat. Save engagieren sich stark dafür, Personen über Food Waste zu informieren und zu sensibilisieren sowie die Verschwendung zu bekämpfen. Die Tatsache, dass ein Drittel aller weltweit produzierten Lebensmittel im Müll landet, hat zudem bereits mehrere Länder dazu veranlasst, entsprechende Gegenkampagnen zu starten. So





Blick über die Ladentheke der Signer Bäckerei-Konditorei-Café in Zizers.

schlug z.B. die EU-Kommission den Mitgliederstaaten vor, Pläne zu entwickeln, um bis 2025 den Lebensmittelabfall um 30 % zu reduzieren.

United Against Waste als Plattform für unsere Branche

Als eine der ersten Organisationen in der Schweiz engagiert sich der Verein United Against Waste (UAW) bis anhin gegen die Lebensmittelverschwendung in unserer Gesellschaft. Er setzt sich aktiv für eine Reduktion von Lebensmittelverschwendung im Ausser-Haus-Konsum ein und bietet eine Plattform zur Vermeidung von Abfällen im Food Service-Bereich an. Nebst grossen nationalen Food-Anbietern sind die Schweizer Bäcker-Confiseure (SBC), die Richemont Fachschule, die Pistor AG und bereits 16 Bäckerei- und Confiserie-Betriebe dem Verein angeschlossen.

Der UAW ermöglicht den teilnehmenden Betrieben, sich mittels

einer Plattform auszutauschen, um sich weiterzuentwickeln. Heinz Nussbaumer, Leiter der entsprechenden Plattform und Vizepräsident, freut sich über das grosse Engagement der Teilnehmer. Die Gruppe trifft sich in regelmässigen Abständen, um die individuell gemachten Erfahrungen auszutauschen und damit Weiterentwicklungen der einzelnen Betriebe voranzutreiben.

Erfolgreiches Modell «Ässbar»: Frisch von gestern

Im Hinblick auf die nicht verkauften Produkte stellt sich für die Betriebe die Frage nach den Möglichkeiten, diese Lebensmittel weiterzugeben. Die entsprechende Antwort liefern erfolgsversprechende Modelle und Konzepte, anhand welcher sich Bäckerei- und Confiserie-Betriebe im Food Waste-Bereich profilieren können. Institutionen wie Schweizer Tafel, Tischlein deck dich, Caritas, Gasenküche sowie weitere regionale und soziale Institutionen nehmen nicht verkaufte Produkte entgegen und tragen somit zu deren nachhaltigen Verwertung bei.

Einige Bäckereien arbeiten direkt mit Bauernbetrieben zusammen, welche die Abfälle für Biogasanlagen und die Brotabfälle für Tierfutter verwerten. Dabei ist nicht massgebend, für welche Institution sich die Betriebe schlussendlich entscheiden, sondern dass sie sich den Partner aussuchen, der am besten zu ihrem Betriebskonzept und ihrer Philosophie passt.

Tipps für den Bäcker-Confiseur

- Messung der Lebensmittelverschwendung (eine Gratisdienstleistung von UAW)
- Ausbau Statistiken zur Verbesserung der Lebensmittelplanung
- «Muss»-Sortiment bis Ladenschluss definieren
- Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeitenden im Verkauf
- Kunden informieren und sensibilisieren (Flyer, Brotsack, Aktion gegen Food Waste, Tischset mit Erläuterungen etc.)
- Hilfsorganisationen berücksichtigen

Als zusätzliches vorteilhaftes Modell haben sich die Initianten des «Ässbar»-Konzeptes zum Ziel gesetzt, Backwaren vom Vortag zu stark reduzierten Preisen anzubieten. Dadurch, dass täglich neue Kunden dazukommen, wird die Kostendeckung sichergestellt. Die Initianten betreiben heute verschiedene Standorte in Zürich, Bern und Winterthur. Viele Bäckereien-Confisereien in diesen Regionen sind zu Partnern geworden. Gemäss offizieller Mitteilung sind weitere Standorte in Planung.

Lebensmittelabfälle reduzieren und Kosten sparen

Die Wertschöpfungskette beginnt auf dem Feld und endet auf dem Teller. Dabei geht es um die Erkennung der Situationen, in welchen Lebensmittel verschwendet werden. Der Verein United Against Waste liefert ein einfaches Tool zur Messung der Lebensmittelabfälle. Anhand dieser Auswertung können Informationen generiert werden, wo die höchste Verschwendung stattfindet. In weiteren Schritten werden die einzelnen Produktions- und Verkaufsprozesse vertieft angeschaut. Nachhaltig können somit rund 20 % Lebensmittelabfall reduziert und Kosten eingespart werden.

Kommunikation zum Kunden als Erfolgsfaktor

Immer mehr Bäckereien und Confisereien setzen zunehmend auf Nachhaltigkeit und kommunizieren dies aktiv ihren Kunden. Diese vielversprechende Entwicklung



Die beiden Autoren Daniela Bolzern und Peter Kocher sind Teilnehmende des Executive MBA der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

zeigt auf, dass in der Branche nicht nur von Nachhaltigkeit gesprochen, sondern in den Betrieben bereits gelebt wird. Mit dieser positiven Grundhaltung sichern sie den nachfolgenden Generationen ihre Lebensgrundlage. Die Kommunikation von Nachhaltigkeit gestalten die Betriebe kreativ und verwenden hierzu verschiedene Hilfsmittel wie persönliche Information durch den Verkauf, Flyers, Broschüren, Tischsets, Brotsäcke, kompostierbare Tragtaschen, Hauszeitungen, diverse individuelle Werbemittel und im Falle von Grossbäckereien selbst Nachhaltigkeitsberichte mit Zertifizierung sowie CO² neutraler Ökobilanz.

Sind nun alle Brote und Backwaren verkauft?

Die Betriebe werden sich weiterhin mit offenen Fragen der Nachhaltigkeit auseinandersetzen müssen.

Die Hauptfrage bleibt: Wie kann Nachhaltigkeit gelebt und wie können gleichzeitig bessere betriebswirtschaftliche Ergebnisse erzielt werden?

Oder mit anderen Worten: Wie gelingt es den Betrieben, neue Kunden bis Ladenschluss zu gewinnen und dabei die Quote der nicht verkauften Produkte auf ein Minimum zu senken? Bäckereibetriebe, wie die Signer Bäckerei-Konditorei-Café in Zizers, die auf diese Fragen Lösungen gefunden haben, leisten nicht nur einen wesentlichen Beitrag zur Bekämpfung von Food Waste, sondern erzielen überdies einen betriebswirtschaftlichen Mehrwert und stellen die Weichen für eine nachhaltige Zukunft.

Daniela Bolzern, Peter Kocher

Vorteile bei Mitgliedschaft UAW

- Gemeinsam betriebswirtschaftliche Lösungen gegen Food Waste erarbeiten
- Plattform für Werkzeuge zur Vermeidung von Food Abfällen
- Positionierung für organisationsübergreifende Arbeit gegen Verschwendung
- Wissenstransfer innerhalb der Mitgliederbasis
- www.united-against-waste.ch