



# Abschlussbericht

## *Genießt uns!*

### Initiative zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Gefördert unter dem AZ:  
31464-44

Projektleitung:  
Nadja Flohr-Spence, Tanja Dräger de Teran, Anne-Catrin Hummel

Projektpartner:  
WWF Deutschland, Welthungerhilfe  
Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V., United Against Waste e.V.  
Bundesverband Deutsche Tafel e.V., Foodsharing e.V.

Wissenschaftliche Begleitung:  
Fachhochschule Münster





06/02 <b>Projekt-Kennblatt</b> der <b>Deutschen Bundesstiftung Umwelt</b>		gefördert durch  Deutsche Bundesstiftung Umwelt <a href="http://www.dbu.de">www.dbu.de</a>			
Az	<b>AZ 31464-44</b>	Referat	<b>Generalsekretär</b>	Fördersumme	<b>117.998 EUR</b>
<b>Antragstitel</b>		<b>Genießt uns! Initiative gegen die Verschwendung von Lebensmitteln vom Erzeuger bis zum Verbraucher</b>			
<b>Stichworte</b>					
Laufzeit	Projektbeginn	Projektende	Projektphase(n)		
<b>Zwei Jahre (24 Monate)</b>	<b>25.11.2013</b>	<b>24.11.2015</b>			
Abschlussbericht					
<b>Bewilligungsempfänger</b>		WWF Deutschland Reinhardtstr. 18 10117 Berlin	Tel. 030 · 311 777 889 Fax: 030 · 311 199		
			Projektleitung: Tanja Dräger de Teran		
			Bearbeiter Jennifer Meinicke		
<b>Kooperationspartner</b>		Deutsche Welthungerhilfe e.V. Friedrich-Ebert-Str. 1 53173 Bonn			

### **Zielsetzung und Anlass des Vorhabens**

Die Entstehung von Lebensmittelabfällen ist aus ethischer, ökologischer, sozialer und nicht zuletzt ökonomischer Perspektive problematisch. Unzureichend ist nach wie vor die Datenlage in Deutschland, was die Quantifizierung der Lebensmittelabfälle betrifft. Häufig bleiben die spezifischen Abfallmengen der einzelnen Unternehmen und Branchen entlang der gesamten Lebensmittelkette im Dunkeln und valide Daten der Öffentlichkeit unzugänglich. Unsicherheit besteht zudem, wie viel Nahrungsmittel in der landwirtschaftlichen Urproduktion dem Verzehr „verloren“ gehen. Analog zur unsicheren Datenlage wurden die Ursachen für die Lebensmittelabfälle entlang der Verarbeitungskette kaum untersucht.

Ziel des zweijährigen Projektes war es, Unternehmen zu gewinnen, sich im Unternehmenswettbewerb aktiv gegen die Lebensmittelverschwendung einzusetzen (Produktionsprozess, Kommunikation, Marketing usw.). Zusammen mit den Betrieben und öffentlichkeitswirksamen Aktionen sollten die Verbraucher zum Thema sensibilisiert werden. Das übergeordnete Ziel des Projektes war es, die derzeitige Ressourcenverschwendung in Deutschland bei den Akteuren entlang der Wertschöpfungskette zu reduzieren, die Wertschätzung für Lebensmittel hingegen zu steigern. Diese Anstrengungen sollten nicht zuletzt das Ziel der Bundesregierung unterstützen, die Lebensmittelverschwendung bis 2020 zu halbieren.

### **Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden**

#### Unternehmens-Check *Lebensmittelverschwendung*

Der Unternehmens-Check *Lebensmittelverschwendung* stand im Mittelpunkt der Initiative. KMU aus den Bereichen Landwirtschaft, Lebensmittel verarbeitende Industrie und Gastronomie wurden im Rahmen eines Wettbewerbes für ihr besonderes Engagement gegen Lebensmittelverschwendung ausgezeichnet. Der Unternehmens-Check *Lebensmittelverschwendung* wurde durch das Institut für Nachhaltige Ernährung (iSuN) der Fachhochschule Münster wissenschaftlich begleitet. 27 Unternehmen aus dem gesamten Bundesgebiet haben erfolgreich an dem Unternehmens-Check teilgenommen und im Frühjahr 2015 die auf der Homepage ([www.geniesst-uns.de](http://www.geniesst-uns.de)) veröffentlichten Checklisten ausgefüllt und entsprechende Unterlagen zur Verfügung gestellt.

16 der insgesamt 27 Unternehmen wurden nach Bewertung aller Daten durch die FH Münster im August 2015 als „auszeichnungswürdig“ empfohlen. An drei von ihnen wurde der sogenannte *Genießt uns!*-Award vergeben. Eine Jury entschied im September 2015 über die Vergabe des *Genießt uns!*-Awards. Die Jury bestand aus den Mitgliedern: Mag. Hannie Rützler, Christian Rach und Prof. Guido Ritter. Auf der Kölner Anuga 2015, der weltweit führenden Ernährungsmesse für Handel, Gastronomie und Außer-Haus-Markt, wurden am 13. Oktober 2015 die Gewinner mit dem *Genießt uns!*-Award ausgezeichnet. Alle Unternehmen erhielten eine Urkunde für ihre Teilnahme am Wettbewerb.

#### Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

Neben den Akteuren aus der Wirtschaft hat die Initiative explizit auch die Verbraucher angesprochen. Dies gelang einerseits über kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und zum anderen über Veranstaltungen. Einer der Höhepunkte: der Essensretterbrunch auf dem Vorplatz des Berliner Hauptbahnhofs am 4. Juli 2015. Mit rund 2.500 Teilnehmern und einem sehr breiten Medieninteresse war die Veranstaltung ein voller Erfolg. Schauspieler Andreas Hoppe („Tatort“-Kommissar) eröffnete den Brunch. Unter der Leitung von Koch und Politikaktivist Wam Kat schnippelten bereits seit den frühen Morgenstunden rund 200 Helfer, darunter ein dreißigköpfiges Team des Steigenberger Hotels am Kanzleramt und die TV-Moderatorin Enie van de Meiklokes. Angesichts der hochsommerlichen Hitze



---

verteilten die Berliner Wasserbetriebe rund 3.200 Liter Trinkwasser an die Besucher der Veranstaltung. Übrig gebliebenes Essen konnten die Besucher in hochwertigen Frischhaltedosen mit nach Hause nehmen.

Am 12.09.2014 fand im Vorfeld der ersten Beiratssitzung ein auf die Initiative aufmerksam machendes Abgeordnetenfrühstück vor dem Bundestag statt. Viele Abgeordnete kamen der Einladung nach und informierten sich über die Ausrichtung der Initiative und das Thema Lebensmittelverschwendung.

#### Workshops

Unter dem Motto „Von der Verschwendung zu der Wertschätzung der Lebensmittel – Wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Umsetzung“ fand am 21. November 2014 ein Workshop in Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW statt. Die eintägige Veranstaltung brachte fast 200 interdisziplinäre Akteure und Stakeholder zusammen, die entlang der Wertschöpfungskette arbeiten – darunter u. a. Vertreter(innen) aus der Wissenschaft, der Wirtschaft, den Verbänden und diverse Multiplikatoren. Praktikable Handlungsansätze zur Reduzierung der Lebensmittelverluste entlang der Wertschöpfungskette wurden diskutiert, Vereinbarungen getroffen und weitere Kooperationen eruiert.

## Danksagung

Der vorliegende Projektbericht fasst die Ergebnisse der Initiative *Genießt uns!* zusammen. Die Initiative wurde während ihrer zweijährigen Laufzeit von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) inhaltlich und finanziell gefördert. Für diese Unterstützung möchten wir uns sehr herzlich bedanken.

Die erfolgreiche Umsetzung verdankt die Initiative darüber hinaus einer Vielzahl freiwilliger Helfer und Unternehmen. Ihnen allen gilt an dieser Stelle unser großer Dank. Ohne ihr persönliches Engagement und ihre tatkräftige Unterstützung hätte die Initiative in der vorliegenden Form nicht durchgeführt werden können.

Bei den Mitgliedern des Beirats möchten wir uns für die sehr gute inhaltliche Unterstützung bedanken. Durch ihr Fachwissen und ihre hilfreichen Hinweise haben sie maßgeblich zum Erfolg von *Genießt uns!* beigetragen.

Ihnen allen sei herzlich gedankt!





---

## Inhalt

1 Zusammenfassung.....	8
2 Hintergrund .....	9
3 Ziel und Zielgruppen der Initiative .....	11
4 Unternehmens-Check <i>Lebensmittelverschwendung</i> .....	13
4.1 Ziel .....	14
4.2 Ablauf.....	14
4.3 Erarbeitung der Selbstbewertungs-Checklisten .....	16
4.4 Erarbeitung des Bewertungssystems .....	18
4.5 Bewertung der Unternehmen.....	18
4.6 Fazit des Unternehmens-Checks .....	19
4.7 Auswahl der Preisträger .....	20
4.8 Die Preisträger des Unternehmenswettbewerbs.....	22
5 Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit.....	25
5.1 Essensretterbrunch .....	26
5.2 Preisverleihung auf der Anuga 2015 .....	32
5.3 Presseevent vor dem Bundestag .....	33
5.4 Diskussions- und Dialogforum auf der Anuga 2015 .....	35
5.5 Fachtagung in Münster.....	36
6. Öffentlichkeitsarbeit.....	39
6.1 Pressearbeit .....	39
6.2 Look & Feel der Initiative <i>Genießt uns!</i> .....	39
6.3 Webseite und Facebook .....	40
6.4 Positionspapier .....	42
6.5 Hintergrundrecherche: Broschüre Unternehmenswettbewerb .....	42
6.7 Weitere Öffentlichkeitsarbeiten .....	43
7 Beirat .....	45
8 Projektpartner .....	46



---

9 Anhang.....	50
9.1 Unternehmens-Check <i>Lebensmittelverschwendung</i> .....	
9.2 Auflistung der teilnehmenden Unternehmen .....	
9.3 Beispiele für das Look & Feel der Initiative „ <i>Genießt uns!</i> “ .....	

# 1 Zusammenfassung

Die Initiative „*Genießt uns!* – gegen die Verschwendung von Lebensmitteln: vom Erzeuger bis zum Verbraucher“ hatte sich zum Ziel gesetzt, die Ursachen für die Entstehung von Lebensmittelabfällen entlang der Wertschöpfungskette zu beleuchten, spezifische Lösungen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen für einzelne Wirtschaftsbereiche aufzuzeigen und die verschiedenen Akteure (Stakeholder) zu einem Diskurs über unterschiedliche Handlungsfelder zusammenzuführen.

Im Zentrum der zweijährigen durch die DBU geförderten Initiative stand die Durchführung eines Unternehmens-Checks „Lebensmittelverschwendung“ für kleine und mittlere Unternehmen aus den Bereichen Landwirtschaft, Lebensmittel verarbeitende Industrie, Handel und Gastronomie. Unternehmen, die sich als besonders positiv und innovativ bei der Verringerung von Lebensmittelabfällen hervorgetan hatten, sollten durch den Wettbewerb identifiziert und öffentlich bekannt gemacht werden, um ihre Konzepte und Ideen in die Breite zu tragen und das Engagement zu honorieren.

Nach zwei bundesweiten Ausschreibungsrunden zum Unternehmens-Check haben 27 Unternehmen am Wettbewerb teilgenommen. Sie hatten die von der Fachhochschule Münster entwickelten und auf der Homepage veröffentlichten Checklisten ausgefüllt ([www.geniesst-uns.de](http://www.geniesst-uns.de)) und entsprechende Unterlagen zur Verfügung gestellt. Nach Bewertung der eingesandten Unterlagen durch die Fachhochschule Münster entschied eine Jury über die Vergabe der sogenannten *Genießt uns!*-Awards, dem ersten Unternehmenspreis gegen Lebensmittelverschwendung. Der Preis wurde im Rahmen der Anuga 2015, der weltweit größten Food- and Beverage-Messe, am 13. Oktober 2015 an die drei Gewinner verliehen.

Neben dem Unternehmens-Check *Lebensmittelverschwendung* richtete sich die Initiative in ihrer zweijährigen Projektlaufzeit auch explizit an Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik und an Verbraucher(innen). Dies gelang zum einen über einschlägige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und die projektbezogene Website und zum anderen über mehrere Veranstaltungen. Beispielsweise lud die Initiative am 4. Juli 2015 zum größten und ungewöhnlichsten Brunch Deutschlands auf den Washingtonplatz vor dem Berliner Hauptbahnhof. Bestückt wurde das Buffet ausschließlich mit „Ausschussware“, mit Lebensmitteln also, die aufgrund ihres Aussehens (z. B. optischer Abweichungen in Größe, Form oder Farbe) oder ihrer begrenzten Haltbarkeit (Lebensmittel kurz vor dem MHD oder Brot vom Vortag) aussortiert wurden, obwohl sie höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Tatort- Kommissar Andreas Hoppe eröffnete das riesige Buffet. Die Besucher(innen) vor Ort waren aktiv dazu eingeladen, beim Zubereiten der Speisen mitzuwirken, um sich selbst davon zu überzeugen, wie sich aus aussortierten Lebensmitteln ein leckeres Essen zaubern lässt. So verarbeiteten rund 250 freiwillige Helfer – darunter ein fünfunddreißigköpfiges Team des Steigenberger Hotels am Kanzleramt in Berlin – rund 1.000 kg Gemüse zu leckeren Salaten und Suppen.



## 2 Hintergrund

Die Diskussion um Lebensmittelabfälle steht im Kontext einer gesellschaftlichen Diskussion um eine neue Wertschätzung von Lebensmitteln und einen nachhaltigen Lebensstil. Die Entstehung von Lebensmittelabfällen ist aus ethischer, ökologischer, sozialer und nicht zuletzt ökonomischer Perspektive problematisch und widerspricht dem Nachhaltigkeitsgedanken, wie er 1987 von der Brundtland-Kommission formuliert wurde. Demzufolge sollte eine nachhaltige Lebensmittelsicherung darauf hinwirken „that meets the needs of the present generation without compromising the ability of future generations to meet their own needs“.<sup>1</sup>

Aktuell leben sieben Milliarden Menschen auf der Erde, davon hungern 795 Mio. (Stand FAO 05/2015). Trotzdem werden in Deutschland und anderen reichen Ländern pro Jahr Lebensmittel im Wert von 235 EUR pro Kopf vernichtet. Gegenüber der Hälfte der Weltbevölkerung, die von weniger als 2 US-Dollar pro Tag leben muss, ist das eine unvorstellbare, geradezu zynische Verschwendung. Zusammen mit den vernichteten Lebensmitteln verschwenden wir auch in einem enormen Umfang Ressourcen, die für ihre Herstellung benötigt werden: Wasser, Boden und Energie. Laut FAO<sup>2</sup> verschwenden Verbraucher in den reichen Ländern fast so viel Nahrung (222 Mio. t) wie in Subsahara Afrika (230 Mio. t) insgesamt netto hergestellt werden. Das trägt überdies dazu bei, dass die Nachfrage nach Lebensmitteln über den eigentlichen Bedarf hinaus steigt und auch die Preise für Nahrungsmittel anziehen. Schließlich machen explodierende Nahrungsmittelpreise ausreichende und angemessene Nahrung für arme Menschen unerschwinglich.

Verschiedene Studien<sup>3</sup> sind der Frage nachgegangen, in welchem Umfang Lebensmittel in Deutschland verschwendet werden und wo Lebensmittelabfälle entstehen. Dabei wurden unterschiedliche Akteure beleuchtet, unter anderem die Landwirtschaft, die Lebensmittelindustrie, der Handel, die Großverbraucher und die Endverbraucher. Eines wird in den Studien deutlich: Für eine genaue Quantifizierung der Lebensmittelabfälle reicht die Datenlage in Deutschland nach wie vor nicht aus. Häufig sind die spezifischen Abfallmengen der einzelnen Branchen entlang der gesamten Lebensmittelkette unbekannt bzw. valide Daten der Öffentlichkeit unzugänglich.<sup>4</sup> Dies gilt insbesondere für den Handel und die Lebensmittelindustrie.

---

<sup>1</sup> World Commission on Environment and Development (WCED) 1987

<sup>2</sup> FAO (2013): Food Wastage Footprint. Impacts on natural resources

<sup>3</sup> BMELV (2012): Ermittlung der weggeworfenen Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland

Göbel et al. (2012): Verringerung von Lebensmittelabfällen – Identifikation von Ursachen und Handlungsoptionen in Nordrhein-Westfalen. Studie für den Runden Tisch „Neue Wertschätzung von Lebensmitteln“ des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen

Noleppa, S. und M. Carlsburg (2015): Das große Wegschmeißen. Vom Acker bis zum Verbraucher: Ausmaß und Umwelteffekte der Lebensmittelverschwendung in Deutschland (2012): Tonnen für die Tonne: Ernährung – Nahrungsmittelverluste – Flächenverbrauch. Berlin, 2012

<sup>4</sup> siehe Göbel et al. (2012)

Indiz für die große Unsicherheit im vorliegenden Zahlenmaterial ist die außerordentlich hohe Schwankungsbreite, die z. B. in der Studie des BMELV für die Lebensmittelindustrie angegeben wird: Als minimaler Wert an Lebensmittelabfällen sind hier 210.000 t genannt, als maximaler Wert 4.580.000 t pro Jahr.<sup>5</sup> Unsicherheit besteht auch weiterhin, wie viel Nahrungsmittel in der landwirtschaftlichen Urproduktion für den Verzehr „verloren“ gehen. In der Studie des BMELV (2013) wurde als „Verlust“ nur das Erntegut erfasst, das unwiederbringlich verloren geht, etwa durch Verderb oder Totalverlust, und das keiner alternativen Verwendungsmöglichkeit zugeführt werden kann. Agrarprodukte, die z. B. als Futtermittel oder zur Energieerzeugung genutzt werden oder die als Dünger auf dem Feld bleiben, werden in der Studie nicht als „Verluste“ geführt. Es wird nicht herausgearbeitet, warum und weshalb Nahrungsmittel von „vornherein als Dünger auf dem Feld bleiben“ und wie hoch der Prozentsatz hier liegt. Es wird auch nicht der Frage nachgegangen, wie hoch der Prozentsatz der Nahrungsmittel ist, der in die Energieerzeugung geht, nur weil bestimmte Anforderungen nicht erfüllt werden. So gibt es Angaben, dass 46 % des angebauten Obsts und Gemüses sowie 52 % der Wurzeln und Knollen tatsächlich auch gegessen werden.<sup>6</sup>

Analog zur unsicheren Datenlage wurden die Ursachen für die Lebensmittelabfälle entlang der Wertschöpfungskette nur unzureichend untersucht. Als eine der wesentlichen Ursachen für anfallende Lebensmittelabfälle entlang der Produktionskette gelten Abweichungen von den gesetzten – nicht gesetzlichen – Standards bzw. Produktspezifikationen. Welche industriellen Verarbeiter und welche Lebensmittelketten hier welche Standards bzw. Produktspezifikationen konkret setzen, wird in den Studien allerdings nicht behandelt.

---

<sup>5</sup> BMELV 2012: Ermittlung der weggeworfenen Lebensmittelmengen und Vorschläge zur Verminderung der Wegwerfrate bei Lebensmitteln in Deutschland

<sup>6</sup> <http://idw-online.de/de/news516990>

### 3 Ziel und Zielgruppen der Initiative

In ihren Schwerpunkten folgte die Initiative dem übergeordneten Ziel, zur Reduzierung der Lebensmittelabfälle in Deutschland beizutragen. Die unzureichende Datenlage zu Lebensmittelverlusten entlang der Wertschöpfungskette einerseits und das fehlende Bewusstsein zu den Handlungsalternativen andererseits bildeten die Basis zur Planung dieser interdisziplinären Initiative.

Hauptadressaten der Initiative waren die (Markt-)Akteure entlang der Wertschöpfungskette – vom landwirtschaftlichen Betrieb über die Weiterverarbeitung bis hin zu Anbietern wie der Gastronomie und dem Handel. Durch das Identifizieren und Aufzeigen von Handlungsalternativen sollten Anreize gesetzt werden, betriebliche Prozesse und Normen in Richtung nachhaltigen Umgangs mit Lebensmitteln zu verändern. Im Einzelnen wurden im Rahmen der zweijährigen Projektlaufzeit verschiedene Ziele und methodisch miteinander verknüpfte Ansätze verfolgt:

#### **1. Durchführung eines Unternehmens-Checks *Lebensmittelverschwendung***

Zunächst wurden im Rahmen eines Unternehmens-Checks *Lebensmittelverschwendung* kleine und mittlere Unternehmen identifiziert, die sich aktiv gegen die Lebensmittelverschwendung einsetzen. Ihre Ideen und Maßnahmen zur Verringerung von Lebensmittelverlusten wurden dokumentiert und durch das iSuN der FH Münster überprüft und evaluiert. Für die Durchführung des Unternehmens-Checks *Lebensmittelverschwendung* wurde neben einer wissenschaftlichen Begleitung auch eine fachliche Beratung durch einen interdisziplinär besetzten Beirat mit anerkannten Fachleuten eingesetzt.

#### **2. Auszeichnung und Bekanntmachung besonders engagierter Unternehmen**

Der Unternehmens-Check bildete die Basis für einen Wettbewerb, der seinen Abschluss in der Verleihung eines Unternehmenspreises gegen die Lebensmittelverschwendung fand. Mittels der Auszeichnung wurde ein breitenwirksamer Effekt erzielt, um weitere Unternehmer(innen) zu motivieren, ihre Strategien und ihr Handeln zu überdenken.

#### **3. Vernetzung der Akteure entlang der Wertschöpfungskette**

Durch eine aktive Vernetzung der verschiedenen Akteursgruppen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik wurde zu einem generellen Diskurs zur Reduzierung der Lebensmittelabfälle entlang der Wertschöpfungskette beigetragen. Angestrebt wurde ein Austausch zu den verschiedenen Gründen, warum und wo vermeidbare Lebensmittelabfälle in Unternehmen anfallen, und zu den möglichen Instrumenten und Maßnahmen zur Reduzierung dieser Verluste.

#### **4. Aktive Einbeziehung von Verbraucher(innen) durch Öffentlichkeitskampagne**

Neben den Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik wurden auch die Verbraucher(innen) explizit durch die Initiative angesprochen – zum einen mit projektbezogener Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, zum anderen mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen, die sich speziell an Verbraucher(innen) richteten.

### **Abgrenzung und Zusammenwirkung mit anderen Initiativen**

Mit der Zielsetzung, vor allem Akteure entlang der Wertschöpfungskette als Hauptadressaten der Initiative anzusprechen, grenzte sich die Initiative von den bereits existierenden Initiativen ab und ergänzte sie. So zielte die Kampagne „Zu gut für die Tonne“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft, die 2011 startete und 2013 um weitere drei Jahre verlängert wurde, in erster Linie auf die Sensibilisierung der Verbraucher(innen), um Verschwendung auf Ebene der privaten Haushalte zu verringern.<sup>7</sup> Hauptanliegen des „Deutschsprachigen Netzwerkes zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen – essens-wert“ ist wiederum die Erstellung von einheitlichen Methoden und gemeinsamen Forschungsaktivitäten zur Erfassung von Lebensmittelabfällen sowie außenwirksamer Kommunikation der Forschungsergebnisse.<sup>8</sup> Durch die Einbindung der FH Münster als Projektpartner, die die Initiative „essens-wert“ mitgründete, war eine enge Verknüpfung bzw. ein Austausch über Methoden, Ergebnisse und das Gelingen einer effektiven Kommunikation gewährleistet.

Ebenfalls eng verzahnt wurde die Initiative mit den Europäischen Initiativen zu diesem Thema. Zu nennen wären dabei unter anderem die öffentliche Konsultation der Europäischen Kommission zu dem Thema „Resource efficient and sustainable food system“, die bis Oktober 2013 durchgeführt wurde (<http://ec.europa.eu/environment/eussd/food.htm>) und das Thema Lebensmittelverschwendung zum Schwerpunkt hatte. Des Weiteren sind einige der Projektpartner in das EU Projekt „EU Fusions“ (<http://www.eu-fusions.org/>) mit eingebunden. Dementsprechend konnten gerade in dem Bereich Handlungsmöglichkeiten für die Akteure entlang der Wertschöpfungskette Synergien ausgelotet werden. Ebenfalls berücksichtigt wurden die Ergebnisse des Berichtes zu „Food losses and waste in the context of sustainable food systems“. Der Bericht wurde im Rahmen eines Arbeitsprogrammes von einem hochrangigen Expertenforum erarbeitet und im Herbst 2014 der internationalen Staatengemeinschaft vorgestellt (<http://www.fao.org/cfs/cfs-hlpe/en/>).

---

<sup>7</sup> <http://www.bmelv.de/DE/Ernaehrung/Wert-Lebensmittel/ZuGutFuerDieTonne/node.html>

<sup>8</sup> <http://www.essens-wert.net/>

## 4 Unternehmens-Check *Lebensmittelverschwendung*



Abb. 1 bis 4: Impressionen der teilnehmenden Unternehmen – Georg Thalhammer (oben rechts), Bio-Bäckerei cibaria in Münster (oben links), ABConcepts (unten links), Weisses Bräuhaus in München (unten rechts)

## 4.1 Ziel

Zentrales Anliegen des Unternehmens-Checks war es, kleine und mittlere Unternehmen (KMU) zu identifizieren, die sich besonders positiv und innovativ für die Vermeidung und Verringerung von Lebensmittelabfällen einsetzen. Darüber hinaus wurde mit Hilfe des Checks folgenden Fragen nachgegangen:

- Inwieweit verursachen die derzeitigen Rahmenbedingungen Lebensmittelabfälle, die eigentlich vermeidbar wären, und wo in der Lebensmittelkette fallen diese an?
- Welche Handlungsalternativen gibt es für die Akteure entlang der Wertschöpfungskette?
- Durch welche Maßnahmen in der Gestaltung der Rahmenbedingungen kann zur Reduzierung der Lebensmittelverluste beigetragen werden?

## 4.2 Ablauf

Die Vorgehensweise zur Durchführung des Unternehmens-Checks und des darauf aufbauenden Wettbewerbs erfolgte in den nachstehenden Hauptschritten, wobei diese z. T. nicht in zeitlicher Abfolge, sondern parallel gegangen wurden:

- **Winter 2013 bis Mai 2014: Hintergrundrecherche und Identifizierung innovativer Unternehmen**  
Mittels einer Hintergrundrecherche und über bereits bestehende Kontakte der Projektpartner wurden ab Herbst 2013 15 Unternehmen identifiziert, denen es in besonderem Maße gelungen war, ihre Lebensmittelverluste zu verringern. Diese wurden direkt zu einer Teilnahme am Unternehmens-Check eingeladen und haben im Vorfeld ihre Bereitschaft zur Mitwirkung durch einen Letter of Intent (LOI) zugesichert.
- **Juli bis Dezember 2014: Ausschreibungsphase**  
Unter dem Motto „Gemeinsam mit Deutschlands innovativsten Unternehmer(innen) und Unternehmern gegen die Verschwendung von Lebensmitteln!“ startete im Juli 2014 eine erste bundesweite Ausschreibung, die im September 2014 endete. Obgleich sich etliche Unternehmen über Inhalte und Ausrichtung des Checks informierten, bewarben sich nur sieben Betriebe. Deshalb entschied sich der Lenkungskreis für eine zweite Ausschreibungsphase im Herbst 2014, die am 15. Dezember 2014 endete. Danach konnten 15 weitere Unternehmen für die Teilnahme am Unternehmens-Check identifiziert und nominiert werden. Insgesamt hatten nun 30 KMU ihre Teilnahme zugesichert.
- **Januar bis Dezember 2014: Erstellung der Checklisten**  
Gemeinsam mit dem Auftraggeber, den Projektpartnern und dem Beirat erarbeitete die FH Münster die Checklisten zum Unternehmens-Check sowie die Grundlagen für das Bewertungssystem.
- **Januar bis Mai 2015: Einreichung der Unterlagen**  
Die Checklisten wurden im Januar 2015 den ausgewählten Unternehmen zugesendet. Drei der Unternehmen zogen ihre Teilnahme aufgrund begrenzter Kapazitäten zurück. Insgesamt konnten abschließend 27 Unternehmen für die Teilnahme am Wettbewerb gewonnen werden. (Eine Liste aller teilnehmenden Unternehmen liegt hier in der Anlage bei.)

- **Ab Februar 2014: Vorstellung der Unternehmen auf der Website**  
Die eingereichten Dokumente zum Unternehmens-Check wurden ab Februar 2015 gesichtet, bearbeitet und verifiziert. Nach erfolgter Verifizierung hatten die Unternehmen die Bedingung zur Teilnahme am Wettbewerb mit abschließender Verleihung des Unternehmenspreises gegen Lebensmittelverschwendung erfüllt. Sie wurden auf der Website der Initiative ([www.geniesst-uns.de](http://www.geniesst-uns.de)) vorgestellt.
- **Ab Mai 2015: Erarbeitung der Bewertungskriterien und Bewertung der Unterlagen als Vorbereitung für die Jury**  
Auf Basis der verifizierten Daten aus den eingereichten Dokumenten erarbeitete die FH Münster einen Vorschlag zur Bewertungsmethodik, die gemeinsam mit dem Steuerrungskreis und dem Beirat finalisiert wurde. Die Bewertung der Maßnahmen bildete die Basis für den Unternehmenswettbewerb.
- **Oktober 2015: Auswahl und Preisverleihung**  
Der Wettbewerb fand seinen Abschluss in der Verleihung der *Genießt uns!*-Awards, bei dem die innovativsten Unternehmen ausgezeichnet wurden. Eine ehrenamtliche Jury benannte die Gewinner zuvor auf Grundlage der Bewertung durch die FH Münster. Der Preis wurde im Rahmen einer exklusiven Abendveranstaltung auf der internationalen Ernährungsmesse Anuga 2015 verliehen. Das Veranstaltungsformat bot den Unternehmer(innen) viel Raum, um sich öffentlichkeitswirksam zu präsentieren.
- **Oktober und November 2015: Erstellung einer Best-Practice-Broschüre**  
Zum Abschluss des Projektes wurden die Teilnehmer des Unternehmens-Checks in einer Best-Practice-Broschüre vorgestellt.
- **2014/2015: Vernetzung der Akteure durch Workshops, Tagungen und Dialogveranstaltungen**  
Folgende trans- und interdisziplinäre Tagungen trugen weiterhin zur aktiven Vernetzung von Unternehmern(innen) und Akteur(innen) aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik bei: Diskussions- und Dialogforum auf der Anuga 2015, Beteiligung an der Durchführung der Fachtagungen in Münster<sup>9</sup> und Unna<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Von der Verschwendung zur Wertschätzung der Lebensmittel – Wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Umsetzung, 21. November 2014, in der FH Münster

<sup>10</sup> Fachaustausch Abfallberatung: „Refuse – Reduce – Reuse – Repair – Recycle, Herausforderungen für die Abfallberatung“, 20. November 2014, im Kreishaus Unna

## 4.3 Erarbeitung der Selbstbewertungs-Checklisten

### Erstellung der Checklisten

Die Erarbeitung der Selbstbewertungs-Checklisten durch die FH Münster begann im Januar 2014. Sie erfolgte in enger Abstimmung mit den Projektpartnern, dem Auftraggeber und dem Beirat. Um der gewünschten Qualität der Checklisten und den daraus erhobenen Daten gerecht zu werden, wurden die Checklisten mehrfach durch Experten(innen) aus Wissenschaft und Praxis kommentiert und angepasst.

Die Vorgehensweise zur Erarbeitung der Checklisten erfolgte in den nachfolgenden Schritten: Am 29. Januar 2014 wurden im Lenkungskreis die grundsätzliche Vorgehensweise und die Struktur des Unternehmens-Checks festgelegt. Der erste Entwurf der Checklisten wurde im Mai 2014 im Lenkungskreis vorgestellt: In der ersten Überarbeitungsphase spielten insbesondere der Aufbau, der Bewertungsansatz und das Regelwerk zur Sicherung der Transparenz eine Rolle. Nach der Überarbeitung wurden die Dokumente nochmals schriftlich kommentiert und dann in neuer Fassung dem Beirat vorgestellt. Auch Kritik und Anregungen der Beiratsmitglieder flossen ein. Insbesondere die Checkliste der Kategorie „Landwirtschaft“ wurde hinsichtlich ihrer Lesbarkeit überarbeitet und gekürzt. Nach Abschluss dieses Prozesses wurden die Fragebögen drei innerbetrieblichen Pretests unterzogen. Die Pretests fanden im Sommer 2014 in je einem Betrieb der Kategorien Landwirtschaft, Lebensmittelwirtschaft und Gastronomie statt. Dabei wurden nochmals die Verständlichkeit, die Lesbarkeit und die Anwendbarkeit der Checklisten in der Praxis geprüft. Schließlich wurden die Checklisten im September 2014 fertiggestellt, in das finale Layout gebracht und im Dezember 2014 an die teilnehmenden Unternehmen versandt bzw. auf der Website der Initiative veröffentlicht.

### Aufbau und Inhalt der Checklisten

Die Checkliste ist eine Selbstauskunft über die ergriffenen Maßnahmen zur Reduzierung der Lebensmittelverluste und der damit einhergehenden Verbesserung der Ressourceneffizienz im Unternehmen. Neben einem kurzen Fragebogen zu den allgemeinen Angaben des Betriebs, wie z. B. zur Art, Größe und Anzahl der Mitarbeiter, wurde jedes Unternehmen einer der drei folgenden Kategorien zugeordnet und musste die entsprechende Checkliste ausfüllen und einreichen (siehe **Anhang 9.1**: Checkliste „Gastronomie“ als Beispiel, weitere Informationen:

<http://www.geniesst-uns.de/>

- Unternehmens-Check **Landwirtschaft**  
Dieser Fragebogen richtete sich an Landwirte und kleinbäuerliche Betriebe, die in der Aufzucht und Produktion von Nahrungsmitteln tätig sind. Die Checkliste umfasste Feld-, Ernte- und Nach-Ernte-Verluste sowie Transportverluste, Verluste bei der Aufzucht und Ausstallung/Auslieferung, Sekundärnutzung, Kommunikation sowie das Thema Verpackung.
- Unternehmens-Check **Lebensmittelwirtschaft**  
Dieser Fragebogen war für Betriebe gedacht, die Lebensmittel herstellen, weiterverarbeiten und handeln. Die Kategorie umfasst die Lebensmittelverarbeitung, den Lebens-



mittelhandel, den Transport sowie die Sekundärnutzung von Lebensmittelresten und ihre Verwertung.

- Unternehmens-Check **Gastronomie**

Dieser Fragebogen richtete sich an den gesamten Außer-Haus-Markt (z. B. Restaurants, Cafés, Kantinen, Krankenhäuser, Mensen, Altenheime ...). Er umfasste die Kriterien: Erfassung und Vermeidung von Lebensmittelverlusten, Sekundärnutzung und Verwertung von Lebensmitteln, Transport- und Produktverpackungen sowie Einbeziehung der Mitarbeiter(innen) und Kommunikationsstrategie

Unternehmens-Check

### 1. Kategorie: Landwirtschaft

Bitte stellen Sie dar, wie welche Verluste in Ihrem Betrieb erfasst werden. Auch einzelne Aktionen oder innovative Projekte können wertvolle Beiträge zur Vermeidung von Verlusten sein. Bitte füllen Sie die Zeilen, soweit es für Ihr Unternehmen zutrifft. Es ist nicht nötig, alle Zeilen zu füllen. Fügen Sie bitte - soweit zum Verständnis notwendig - beispielhaft Belege bei.

genießt uns

#### 1.1 Pflanzliche Produkte geplant für die Lebensmittelproduktion

**1.1.1 Feldverluste und/ oder Ernteverluste**  
*diffenziert nach Produkten und/ oder Erntetechnik*

Produkt	Verluste werden gelegentlich erfasst <i>(bitte Vorgehen erläutern)</i>	Verluste werden systematisch/regelmäßig erfasst <i>(bitte Vorgehen erläutern)</i>	belegt durch <i>Wie können Ihre Angaben z.B. durch Formblätter, QM Handbuch etc. belegt werden?</i>	Menge <i>(ggf. Schätzwerte einsetzen) im Verhältnis zur Erntemenge 2013 / Ursache der Verluste</i>	Menge <i>(ggf. Schätzwerte einsetzen) im Verhältnis zur Erntemenge 2014 / Ursache der Verluste</i>

1. Kategorie - Landwirtschaft 1/7

Abb. 5: Selbstbewertungs-Checkliste der Kategorie Landwirtschaft

## 4.4 Erarbeitung des Bewertungssystems

Parallel zur Erarbeitung der Checklisten wurde ein Bewertungssystem abgesprochen, das die Sichtung und Einordnung der Informationen aus den Unternehmen erleichtern sollte. Folgende Kriterien wurden in Absprache mit dem Lenkungskreis und dem Beirat festgelegt:

**Tabelle 1: Gewichtung der Kriterien**

Kriterium	Gewichtung
Messung von Lebensmittelabfall	2
Entwicklung der Abfall-/Verlustmenge	2
Planung und Umsetzung von Maßnahmen	6
Geregelte Verantwortung	1
Einbeziehung von Mitarbeiter(innen)	3
Kommunikation des Themas innerhalb des Betriebes	3
Kommunikation des Themas außerhalb des Betriebes	1
Thema in Leitbild und Zielen	1
Verankerung des Themas im Unternehmen/Managementsystem	3
Reduktion von Verpackungen	1
Innovationen in Projekten	5

Die Kriterien hatten eine unterschiedliche Gewichtung, die nach erwarteter Priorität und Relevanz des Themas in den Unternehmen abgestimmt wurde. Die Gewichtung lag zwischen 1 gleich „weniger wichtig“ bis 6 „besonders wichtig“. Die Kriterien wurden nach folgendem Schema bewertet:

**Tabelle 2: Bewertungsschema**

klar erkennbar	2
zum Teil erkennbar	1
nicht erkennbar	0

Die maximal erreichbare Punktzahl betrug somit 56 Punkte. Das Kriterium „Reduktion von Verpackungen“ sollte Hinweise darauf geben, ob durch die Maßnahmen zur Vermeidung von Lebensmittelverlusten ein Effekt von zusätzlichem Verpackungsaufwand und damit Verpackungsabfall entsteht.

## 4.5 Bewertung der Unternehmen

### Verifizierung der Daten

Jedes Unternehmen musste die in den Checklisten erhobenen Daten durch entsprechende Unterlagen und Belege verifizieren. Dazu zählten u. a. Prospekte, Kataloge, Jahres- und Nachhaltigkeitsberichte. Die Auskünfte wurden über Telefoninterviews geprüft und vervollständigt. Darüber hinaus wurde eine eigenständige Internet-Recherche zu den Unternehmen und ihren Aktivitäten durchgeführt.

### **Einordnung der Unternehmen**

Die 27 Unternehmen waren ganz ungleich auf die verschiedenen Segmente der Agro- und Ernährungswirtschaft verteilt. Es nahmen zwei Betriebe aus der Landwirtschaft, elf aus der Lebensmittelwirtschaft und 14 aus der Gastronomie teil. Auch in den Segmenten waren die Betriebe unterschiedlich aufgestellt. Ein Logistiker stand neben zwei Händlern und acht Verarbeitungsbetrieben: drei Verarbeitern von Obst, Gemüse und Kartoffeln, drei Bäckereien, einer Metzgerei und einem Hersteller von Convenience-Produkten. In der Gastronomie nahmen sowohl Betriebe der Individual-Verpflegung (sechs Betriebe aus den Bereichen Hotel, Restaurant, Café und drei Catering-Unternehmen) als auch aus der Gemeinschaftsverpflegung (eine Schulkantine, zwei Mensen, ein Krankenhaus und ein Altenheim) teil. Von jungen Start-ups bis zu tradierten Unternehmen, von Kleinbetrieben bis operierenden Mittelständlern waren alle Unternehmensgrößen und Organisationsformen im Wettbewerb vertreten. Auffallend war der hohe Anteil biozertifizierter Unternehmen.

### **Methode der Bewertung**

Die Bewertung wurde unabhängig von zwei Mitarbeiter(innen) des iSuN durchgeführt, um diese abzugleichen und zu diskutieren. Etwaige Differenzen in der Bewertung und offene Fragen wurden besprochen. Bei erheblichem Klärungsbedarf wurde nochmals Kontakt mit den Unternehmen aufgenommen. Bei der Auswertung der Fragebögen wurden die Inhalte den vorher festgelegten Kriterien zugeordnet (siehe Tabelle 1 auf Seite 18).

## **4.6 Fazit des Unternehmens-Checks**

Die Bewertung der Unternehmen war insgesamt schwierig, da die teilnehmenden Unternehmen sehr unterschiedlich strukturiert und konzeptionell ausgerichtet waren. Viele Ideen konnten begeistern, in manchen Fällen war jedoch nur ein einzelner Aspekt besonders gut, das Engagement insgesamt jedoch nicht so umfangreich wie in Unternehmen, die sich schon lange mit dem Thema beschäftigen.

Nicht alle Betriebe konnten dem Bewertungsschema zugeordnet werden, obwohl sie auszeichnungswürdige Wege beschritten hatten. So zum Beispiel:

- Unternehmen, die aus der Verwertung der Ausschussware (oder verworfener Lebensmittel) ein eigenes Geschäftsmodell entwickelt haben und somit den Vermeidungsanstrengungen im eigenen Betrieb entledigt waren;
- Betriebe, die ihre Vertriebskonzepte vollständig umgestellt hatten, wodurch keine Retouren mehr entstanden (Produktionsabfälle werden nicht mehr betrachtet);
- Betriebe, die so klein waren, dass die Funktionen Manager, Produzent und Controller in Familienhand liegen:
  - a. Betriebe, in denen die Vermeidung von Verlusten schon immer zur Unternehmensphilosophie gehörten, eine, die im Alltag gelebt wird, aber nicht verschriftlicht oder als „Unternehmensziel“ kommuniziert wurde. Zu den typischen Selbstverständlichkeiten dieser Betriebe zählen z. B. kleine Einkäufe, kurze Wertschöpfungsketten, flexible Anpassung von Rezepturen, frische Verarbeitung aller Bestandteile der Rohwaren (pflanzlich und tierische), Einsatz von Reste-

Rezepten, die Verwertung von Resten oder ein ausgeklügeltes Konzept zur Verwertung der „Reststoffe“.

Plus: Zusammenarbeit mit Lieferanten, d. h. es wird abgesprochen, was benötigt wird, es wird abgenommen, was zu viel produziert wurde (eigene Rezepturen ...)

Die Auswertung der Unterlagen zeigte darüber hinaus, dass die Reduzierung von Lebensmittelabfällen und -verlusten in den Unternehmen sehr unterschiedlicher Motivation entspringt:

- (1.) der Begrenzung von Verlusten aus betriebswirtschaftlichem Kalkül
- (2.) der Kostenoptimierung
- (3.) der Rohwarenbeschaffung, der Menge und Qualitäten
- (4.) einer ethische Grundhaltung: „Lebensmittel werden nicht weggeworfen!“

Mehrere Unternehmen hatten zusammen mit Hochschulen und einige mit „United against Waste e. V.“ Projekte durchgeführt, die ein längerfristiges Engagement für das Thema bewiesen haben. Andere maßen nur sporadisch, was es schwer machte, die Entwicklung der Abfallmengen nachzuvollziehen. Mit regelmäßigen Messungen begann in den Betrieben eine systematische Betrachtung von Verlusten, die der Entwicklung von Maßnahmen zur Reduzierung der Lebensmittelabfälle vorausgehen. Mehrere Unternehmen konnten mit Ausnahme der von den Entsorgungsunternehmen gestellten Rechnungen keine Abfallmengen nennen. Teilweise wurden Messungen gemeldet, ohne sie mit Daten zu belegen. Überdies wurden teilweise Maßnahmen benannt, die zu den Selbstverständlichkeiten des Qualitätsmanagements gehören (z. B. in der Lagerhaltung das „First in/First out“-Prinzip oder die Überwachung des Mindesthaltbarkeitsdatums), sodass sie nicht als spezifische Lösungen oder innovative Maßnahmen in die Bewertung einfließen konnten. Einzelne Unternehmen fokussierten allein auf ihren eigenen Betrieb, andere schauen darüber hinaus auf das, was in der Wertschöpfungskette mit beeinflussbar ist. Letzteres ist wichtig, weil Verluste häufig nur entlang der Wertschöpfungskette verschoben statt vermieden werden. Die Einblicke in die Aktivitäten der am Unternehmens-Check beteiligten Unternehmen haben es möglich gemacht, die Potenziale in den einzelnen Betrieben abzuschätzen, nicht jedoch die Ressourcenverluste in den Lieferketten. Es hat sich gezeigt, dass die Checklisten es nicht vermochten, alle Formen von Innovation abzubilden (siehe oben: Methode der Bewertung).

## 4.7 Auswahl der Preisträger

Die Bewertung der 27 Unternehmen wurde im Sommer 2015 abgeschlossen. 16 Unternehmen wurden als besonders innovativ im Umgang mit Lebensmittelabfällen beurteilt und durch die FH Münster zur Auszeichnung mit dem Unternehmenspreis nominiert. Die Bewertung gründete auf einer Mindestpunktzahl von 56, wie in Tabelle 1 und 2 auf Seite 19 dargestellt. Demnach wurden alle Unternehmen, die mehr als die Hälfte der insgesamt möglichen Punkte erhielten, durch die FH Münster empfohlen. Weiterhin wurden solche Unternehmen berücksichtigt, die (wie in der Erläuterung unter 4.6 beschrieben) zwar nicht dem Bewertungsschema zugeordnet werden konnten, jedoch durch ihr besonderes Geschäftsmodell überzeugten.

Die 16 nominierten Unternehmen wurden einer durch Fachexpert(innen) besetzten Jury vorgestellt und bildeten die Basis für den abschließenden Unternehmenswettbewerb, der mit der Verleihung des Unternehmenspreises gegen Lebensmittelverschwendung an drei Gewinner-

Betriebe zu Ende ging. Die Auszeichnung trug den vom Steuerungskreis gewählten Namen *Genießt uns!*-Award.

Bei der Auswahl der drei finalen Preisträger war nicht nur entscheidend, ob das Unternehmen Ideen, Projekte oder Maßnahmen zur Verringerung der Lebensmittelabfälle erfolgreich umgesetzt hatte. Nicht weniger war die Netzwerkarbeit des Unternehmens von Bedeutung. Das heißt: Das Unternehmen denkt und arbeitet in Netzwerken und bezieht Lieferanten und Produzenten in die Vermeidungskonzepte mit ein. Das Thema wird aktiv an die Kund(inn)en kommuniziert, motiviert diese, selbst aktiv zu werden und eröffnet somit einen gesellschaftlichen Diskurs.

### **Die Jury**

Die dreiköpfige Jury bestand aus der Foodtrend-Forscherin Hanni Rützler, dem Koch- und TV-Moderator Christian Rach und Prof. Dr. Guido Ritter von der Fachhochschule Münster. Alle Jurymitglieder wirkten ehrenamtlich mit. Lediglich die Reisekosten zur Preisverleihung wurden erstattet. Ausschlaggebend für die Mitwirkung in der Jury war neben einer starken Außenwirkung der jeweiligen Person insbesondere eine intensive und/oder langjährige Berufs- und/oder Praxiserfahrung im Themenkomplex *Nachhaltige Ernährung* und *Lebensmittelverschwendung*.

Die Jury-Tätigkeit bestand faktisch aus folgenden Aufgaben:

- Auswahl der Gewinnerbetriebe basierend auf den 16 Empfehlungen der FH Münster. Grundlage waren die von der FH Münster erarbeiteten Auswertungen; pro Unternehmen wurde eine vierseitige Zusammenfassung zur Verfügung gestellt
- Teilnahme an einer Telefonkonferenz mit den Wissenschaftlern der FH Münster, die Anfang Oktober 2015 stattfand. Der Jury wurde hierbei die Möglichkeit geboten, offene Fragen bezüglich der Unternehmen und/oder der Bewertung der Unternehmen zu klären und Präferenzen kundzutun.
- Teilnahme an der Verleihung des Preises am 13. Oktober 2015 auf der Anuga 2015

### **Die *Genießt-uns!*-Awards**

Der Award wurde von den jungen Künstlern Martina Milisavljevic und Robert Meyn gestaltet. Durch den spielerischen Aspekt der Schneekugel wollten die Künstler mit dem statischen Charakter eines klassischen Awards brechen. Hochwertige Materialien, wie die mundgeblasene Glaskugel, sollten die Bedeutung des Preises und der Verleihung unterstützen. Die in der Glaskugel schwebenden Symbole verweisen auf den Imperativ *Genießt uns!* – sie symbolisieren die Lebensmittel, die zukünftig wertgeschätzt werden sollen.



Abb. 6: Der Award aus hochwertigen Materialien gefertigt.  
Archiv: WHH

Insgesamt drei *Genießt uns!*-Awards wurden an je ein Gewinner-Unternehmen der Kategorien Landwirtschaft, Lebensmittelwirtschaft und Gastronomie verliehen. Allen ausgezeichneten Unternehmen wurde darüber hinaus eine Urkunde über ihre erfolgreiche Teilnahme am Unternehmens-Check überreicht. Weiterhin konnten die Unternehmen sowohl die Teilnahme am Unternehmens-Check als auch die Errungenschaft eines Preises für ihre Öffentlichkeitsarbeit nutzen. Die Preisverleihung fand am 13. Oktober 2015 auf der Anuga 2015 statt (siehe unter „Veranstaltungen“ auf S. 25 ff.).

## 4.8 Die Preisträger des Unternehmenswettbewerbs

### **Gewinner aus der Kategorie „Lebensmittelwirtschaft“: cibaria GmbH, ökologisch-biologische Vollkornbäckerei aus Münster**

Die 1990 von Rike Kappler in Münster gegründete Bio-Bäckerei cibaria hat rund 50 Beschäftigte. Die Backwaren werden im Stammhaus sowie in Bioläden und auf Wochenmärkten zum Verkauf angeboten. Außerdem beliefert cibaria Cafés und Kantinen. Da sich verschwenderischer Ressourceneinsatz nicht rechnet, hat der Betrieb nicht verkaufte Ware als wichtigste Stellschraube zur Effizienzsteigerungen in der Produktion identifiziert. Retouren werden hier systematisch erfasst, die Belegschaft regelmäßig geschult. Nicht verkaufte Brote und Brötchen werden zu Paniermehl verarbeitet und mittels überarbeiteter Rezepturen wieder in Backwaren eingearbeitet. Was hier keinen Einsatz findet, geht als Spende an Bahnhofsmissionen.

Jurymitglied Hanni Rützler erläutert zur Auswahl:



Abb. 7: Jurymitglied Hanni Rützler.  
Archiv WWF D

*„Seit Jahrtausenden ist Brot wohl das bedeutendste Lebensmittel überhaupt und ein überaus symbolträchtiges, das für physische und geistige Nahrung steht. Zugleich zählen Backwaren zu den Lebensmitteln, die an erster Stelle beim Abfall stehen. Eine Bäckerei auszuzeichnen, die sich gezielt der Vermeidung von Verlusten verpflichtet fühlt und der dies durch intensive Kommunikation mit Mitarbeiter(innen) und Kund(inn)en gelingt, ist daher ein Zeichen für die gesamte Branche.“*

### **Gewinner aus der Kategorie „Gastronomie“: Weisses Bräuhaus, München**

Das Stammhaus der Familienbrauerei G. Schneider & Sohn bietet rund 660 Gästen in neun Gasträumen Platz. Die in der Küche verwendeten Rohstoffe werden von regionalen Partnern bezogen. Das Bräuhaus pflegt auch die traditionelle Münchner Küche mit Innereien. Die in der Küche und auf den Tellern anfallenden Lebensmittelabfälle werden regelmäßig erfasst. Die Speisekarte wurde an die Esskulturen und Wünsche der Gäste angepasst. So kann die Haxe halbiert oder Salat und Beilagen entkoppelt vom Hauptgericht bestellt werden. Die Küchenproduktion wurde umgestellt und neue Rezepturen einschließlich einer Resteverwertung eingeführt. Die Entsorgungskosten für Lebensmittelreste konnte das Bräuhaus seit 2008 um 60 % reduzieren, der Restmüll ging um 20 % zurück.

In der Begründung der Jury hieß es von Jurymitglied Christian Rach:



Abb. 8: Jurymitglied Christian Rach  
Archiv: WWF D

*„XXL war gestern? Leider ist dem nicht so. Es dient nur als Alleinstellungsmerkmal, um dem Gast vermeintlich mehr für sein Geld zu bieten. Produziert wird dabei lediglich für die Tonne. Essen bewusst für die Mülltonne produzieren! – das muss man sich mal auf der Zunge zergehen lassen. Die Spitzengastronomie mit ihren Sterne-Restaurants war immer Vorreiter in Sachen Produktqualität und auch Nachhaltigkeit. Aber die Vermeidung von Lebensmittel Müll – was für ein absurdes Wort – stand nie im Fokus. Da muss ein bayrisches Brauhaus kommen und allen zeigen wie's geht. Das sollte und muss Schule machen.“*

### **Gewinner der Kategorie „Landwirtschaft“: Erlebnisbauernhof Gertrudenhof, Hürth**

Seit 1964 bewirtschaftet die Familie Zens den Erlebnisbauernhof Gertrudenhof in Hürth, nahe Köln. Auf 130 Hektar werden etwa Weizen, Gerste, Zuckerrüben, Kartoffeln oder Kürbisse angebaut. Im Hofladen wird nicht normgerechtes Gemüse, das vom Großhandel wegen Form und Optik nicht akzeptiert wird, angeboten. In einer „Schlemmerstation“ werden Überschüsse verarbeitet, und der Milchlieferant, welcher den Hof beliefert, nimmt nicht verkaufte Ware zurück, die später zu Käse wird. Der Schulbauernhof schafft es nach Einschätzung der Jury, in seiner Bildungsarbeit „eine neue Kultur der Wertschätzung von Lebensmitteln“ zu schaffen.

Jurymitglied Prof. Guido Ritter erläutert zur Auswahl:



*„Mir war es wichtig, dass auch ein landwirtschaftlicher Betrieb ausgezeichnet wird. Die Landwirtschaft steht am Anfang der Produktionskette. Hier kommen unsere Lebensmittel her. Leider wird beim Thema Vermeidung der Lebensmittelverschwendung die Landwirtschaft oft ausgespart. Dabei besteht gerade hier die Möglichkeit, die Wertschätzung für unsere Lebensmittel dem Verbraucher ohne Umwege vor Augen zu führen. Der Gertrudenhof schafft es als Schulbauernhof, das Thema Vermeidung von Lebensmittelabfall mit dem Thema Genuss bei unseren Kindern zu verknüpfen. Das ist nachhaltig und wert, ausgezeichnet zu werden.“*

Abb. 9: Jurymitglied Prof. Guido Ritter.  
Archiv: WWF D





Abb. 10–12: Die drei stolzen Gewinner. Oben links: Verena Exner (DBU) und Ottmar Mutzenbach (Inhaber, Weisses Bräuhaus). Unten links: Rike Kappler (Inhaberin, Bio-Bäckerei cibaria). Rechts: Peter Zens (Inhaber, Gertrudenhof). Archiv: WHH

## 5 Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit

Neben dem Unternehmens-Check *Lebensmittelverschwendung* richtete sich die Initiative in ihrer zweijährigen Projektlaufzeit auch explizit an Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik und an Verbraucher(innen). Dies erfolgte zum einen über die einschlägige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die projektbezogene Webseite und zum anderen mit mehreren Veranstaltungen.

Die Veranstaltungen, unterschiedlich je nach Zielstellung und Zielgruppen, werden im Folgenden nach ihrer Relevanz und Reichweite gelistet: (5.1) *Essensretterbrunch* am 04.07.2015, (5.2) *Preisverleihung* auf der *Anuga* am 13.10.2015, (5.3) *Auftaktveranstaltung* vor dem Bundestag am 12.09.2014, (5.4) *Dialogforum* auf der *Anuga* am 13.10.2015, (5.5) *Fachtagung* in Münster am 21.11.2014, (5.6) *Abfallberatertagung* in Unna am 20.11.2014, (5.7) *BZW-Straßenaktion* und -Podiumsdiskussion in Paderborn am 16.10.2015

## 5.1 Essensretterbrunch

Am 04. Juli 2015 lud die Initiative zum größten und ungewöhnlichsten Brunch Deutschlands auf den Washingtonplatz vor dem Berliner Hauptbahnhof. Rund 2.500 Menschen folgten der Einladung und nahmen am sogenannten Essensretterbrunch teil. Bestückt wurde das Buffet ausschließlich mit Ausschussware: Lebensmittel, die aufgrund ihres Aussehens (z. B. optische Mängel in Größe, Form oder Farbe) oder ihrer begrenzten Haltbarkeit (Lebensmittel kurz vor dem MHD oder Brot vom Vortag) aussortiert werden, obwohl sie höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Für das Kochen konnte der bekannte Aktionskoch und Politaktivist Wam Kat von der Fläming Kitchen gewonnen werden. Insgesamt wurden an dem Tag rund 1,5 t Lebensmittel gerettet.

Die Besucher(innen) vor Ort waren aktiv dazu eingeladen, beim Schnippeln und Zubereiten der Speisen mitzuwirken, um selbst zu erfahren, wie aus aussortierten Lebensmitteln ein leckeres Essen gezaubert werden kann. So verarbeiteten rund 250 freiwillige Helfer – darunter ein fünf- unddreißigköpfiges Team des Steigenberger Hotels am Kanzleramt in Berlin – rund 1.000 kg Gemüse zu leckeren Salaten und Suppen. Außerdem wurden Gemüsepasten, Couscous sowie mindestens 100 kg Brot und Backwaren vom Vortag ausgegeben. Weiterhin gab es Workshops, in denen zum Beispiel unverkäufliche Kirschen zu Marmelade verarbeitet wurden. Die Veranstaltung wurde von Prominenten unterstützt – u. a. Andreas Hoppe (SWR-Tatort-Kommissar und WWF-Botschafter), Christian Rach (TV-Koch) und Enie van de Meiklokjes (TV-Moderatorin).



Abb. 14–20: Impressionen des Essensretterbrunches, 4. Juli 2015 in Berlin. Archiv: WHH und WWF D



Abb. 21–24: Schüler der Hermann-Boddin-Grundschule in Berlin-Neukölln und freiwillige Helfer auf dem Jahnsfelder Öko-Landhof in Müncheberg. Archiv: WWF D

Um keinen Essensüberschuss zu erzeugen und es den Brunch-Teilnehmern auch nach der Veranstaltung zu erleichtern, Lebensmittel richtig zu lagern, wurde übrig gebliebenes Essen in sogenannten „CLIP & CLOSE Frischhaltedosen“ der Firma EMSA verteilt. EMSA unterstützte den Brunch im Rahmen der „Mission Frische“ – so wurden zum Beispiel in einem „Mission Frische Pavillon“ die Besucher mit Wissen zum Thema „richtiger Umgang mit frischen Lebensmitteln“ versorgt (<http://www.mission-frische.de/essensretterbrunch-in-berlin/>). Der letzte Topf Suppe wurde am Abend nach dem Brunch in Berliner Bahnhofsmissionen und Obdachlosen-Unterkünften verteilt.

### Ziel der Veranstaltung

Qualitatives Ziel der Veranstaltung war es, das Thema Lebensmittelverschwendung möglichst breitenwirksam in die Öffentlichkeit zu tragen. Der Event richtete sich an Verbraucher(innen). Eine konkrete Zielgruppe wurde nicht bedient. Dabei sollte der gemütlich-positive Charakter des Veranstaltungsformats „Brunch“ das Anliegen der Veranstaltung optimal unterstreichen: ein gemeinsames Essen für Jung und Alt, bei dem das gemeinsame Genießen der aussortierten Lebensmittel im Vordergrund stand und die Basis für einen informativen Austausch zum Thema Lebensmittelverschwendung schuf. Mit der Idee des Brunches sollte auch an die ausgeprägte

Brunchkultur in Deutschland angeknüpft werden, denn gerade die Abfallbilanz in Restaurants, Kantinen und bei Veranstaltungen mit Caterings sticht negativ hervor. Laut einer Studie des Umweltbundesamtes werden pro Person pro Jahr 53,3 kg Lebensmittel in Restaurants, Großküchen oder bei Veranstaltungen bereitgehalten. 23,6 kg oder 44 % davon werden vorzeitig entsorgt (Umweltbundesamt 2014). Wichtige Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung sollten daher in diesem Bereich ansetzen.

Initiator der Veranstaltung waren alle Projektpartner der Initiative, wobei der WWF, die WHH und foodsharing.de mit der Organisation und Durchführung des Events betraut waren. Die Veranstaltung trug den vom Lenkungskreis beschlossenen Titel „Essensretterbrunch“.

### **Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenhang mit dem Essensretterbrunch**

Eine breite Medienberichterstattung fand im Vorfeld der Veranstaltung insbesondere durch die zeitlich vorgelagerten PR-Aktionen mit den prominenten Unterstützern Andreas Hoppe und Christian Rach statt. Die Pressearbeit für das Event wurde in enger Abstimmung mit den Projektpartnern von WWF und WHH übernommen. Eine zentrale Event-Website ging unter der URL [www.essensretterbrunch.de](http://www.essensretterbrunch.de) Ende April 2015 online. Zusätzlich dazu lief die Online-Bewerbung über speziell für das Event eingerichtete Facebook- und Twitter-Konten. Zudem bewarben die Projektpartner, insbesondere aber der WWF und WHH, den Brunch über eigene SOM-Kanäle und nutzten so eine bereits vorhandene breite „Fanbase“.

Im Vorfeld der Veranstaltung gab es eine Vielzahl an redaktionellen Beiträgen zum Thema Lebensmittelverschwendung in den Kunden- und Mitgliederzeitschriften der Projektpartner, die auf den Event verwiesen. Darüber hinaus gab es unmittelbar vor der Veranstaltung mehrere Anzeigen auf den Titelseiten lokaler Berliner Zeitschriften und Stadtmagazine, wie z. B. der Berliner Morgenpost am Samstag, Zitty und Tip. Die Werbung für den Event erfolgte außerdem über die Kanäle der prominenten Unterstützer Andreas Hoppe und Christian Rach, die beispielsweise eine Video-Botschaft zur Mobilisierung produzierten, und über die Kanäle der vielen Kooperationspartner und Unterstützer, wie zum Beispiel der Firma Emsa, die das Event im Rahmen ihrer Kampagne gegen Lebensmittelverschwendung tatkräftig bewarben.

In der Zeit vom 29.06.–04.07.2015 wurden zudem in sechs großen Berliner S- und U-Bahn-Höfen die digitalen Infoscreens mit 10-Sekunden-Spots zum Essensretterbrunch bespielt. Event-Flyer und Poster wurden einige Tage vor der Veranstaltung von der WWF-Jugend und ehrenamtlichen Helfern in Berlin verteilt und in Unternehmen, Supermärkten etc. ausgelegt.

### Infotainment vor Ort

Vor Ort konnten sich die Besucher an einem Informationstresen mit integriertem Kinosaal, in dem die Trailer von Valentin Thurns Dokumentation „Taste the Waste“ (Kurzfassung) sowie der WWF-Film „Waste“ gezeigt wurden, hinreichend zum Thema Lebensmittelverschwendung informieren. In einer Lesecke lag umfassendes Informationsmaterial aller Projektpartner bereit. Bei verschiedensten Mitmachaktionen durch Initiativen wie Restlos Glücklich, ugly fruits und Slow Food Youth wurden die Teilnehmer zum „Anfassen und Mitkochen“ motiviert. So wurden z. B. die Kirschen vom Jahnsfelder Öko-Landhof zu einer leckeren Kirschmarmelade verarbeitet.



Abb. 25–26: Freiwillige Helfer bei der Mitmachaktion von Restlos Glücklich. Archiv: Restlos Glücklich

### Fazit der Pressearbeit

Auswertung der Zahlen des WWF Deutschland zur Reichweite des Essensretterbrunchs (August 2015):

- Print: 91 Artikel mit Reichweite von 6,4 Mio.
- TV: 10 Beiträge mit Reichweite von 3,7 Mio.
- Online (Top50): 23 Artikel mit Reichweite von 56 Mio.

Beispielhafte Auflistung aus dem Pressespiegel der Welthungerhilfe am Tag nach dem Event:

04.07.2015, rbb-online.de, <a href="#">rbb AKTUELL vom 04.07.2015 (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, General-Anzeiger, <a href="#">Brötchen von gestern schmecken heute noch (pdf, 0.08 Mb)</a>
03.07.2015, stern.de, <a href="#">WWF lädt zum "Essensretterbrunch" (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, stern.de, <a href="#">2500 Menschen demonstrieren gegen Wegwerfen von Essen (url, 0.01 Mb)</a>
05.07.2015, ZEIT ONLINE, <a href="#">2500 Menschen demonstrieren gegen Wegwerfen von Lebensmitteln (url, 0.01 Mb)</a>
05.07.2015, welt.de, <a href="#">2500 Menschen demonstrieren gegen Wegwerfen von Essen (url, 0.01 Mb)</a>
05.07.2015, taz.de, <a href="#">2500 Menschen demonstrieren gegen Wegwerfen von Essen (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, swp.de, <a href="#">Das große Retten (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, mt.de, <a href="#">Auf den Teller statt in den Müll (url, 0.01 Mb)</a>
05.07.2015, mainpost.de, <a href="#">Auf den Teller statt in den Müll (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, lr-online.de, <a href="#">Promis engagiert beim Brunch gegen Verschwendung (url, 0.01 Mb)</a>
04.07.2015, berliner-zeitung.de, <a href="#">Promis setzen ein Zeichen gegen Lebensmittel-Verschwendung (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, n24.de, <a href="#">Promis verteilen Gratis-Essen bei 35 Grad Hitze (url, 0.01 Mb)</a>
04.07.2015, welt.de, <a href="#">2500 Menschen stürzen sich auf weggeworfenes Essen (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, presseportal.de, <a href="#">Das große Wegschmeißen stoppen #Essensretterbrunch in Berlin: Trotz Sommerhitze rund 2.500 Menschen bei Deutschlands größtem Brunch aus geretteten Lebensmitteln. (url, 0.01 Mb)</a>
05.07.2015, aktiencheck.de, <a href="#">Das große Wegschmeißen stoppen / #Essensretterbrunch in Berlin: Trotz Sommerhitze rund 2.500 Menschen bei Deutschlands größtem Brunch aus geretteten Lebensmitteln. (url, 0.01 Mb)</a>
05.07.2015, finanznachrichten.de, <a href="#">Das große Wegschmeißen stoppen / Essensretterbrunch in Berlin: Trotz Sommerhitze rund 2.500 Menschen bei Deutschlands größtem Brunch aus geretteten Lebensmitteln. (url, 0.01 Mb)</a>
06.07.2015, Frankfurter Rundschau Online, <a href="#">Stoppt das Wegschmeißen! (url, 0.01 Mb)</a>
05.07.2015, dw.com, <a href="#">'Food savers' brunch' in Berlin to protest against wastage (url, 0.01 Mb)</a>



Abb. 27: Das Berliner Fenster berichtete in allen Berliner U-Bahnen

## 5.2 Preisverleihung auf der Anuga 2015

Zur Verleihung der *Genießt uns!*-Awards konnte in Zusammenarbeit mit der Köln Messe GmbH und der Sodexo Services GmbH zur Anuga 2015, die vom 10.–14. Oktober 2015 in Köln stattfand, eine sehr erfolgreiche und öffentlichkeitswirksame Veranstaltung durchgeführt werden.

Bei der Anuga handelt es sich um die internationale Leitmesse der globalen Ernährungswirtschaft. Sie vereint zehn Fachmessen unter einem Dach und ist Verkaufsplattform und Informations- und Kontaktbörse für die Branche, die Medien und für Entscheidungsträger. Mit zehn Trendthemen fokussiert sie alle wichtigen Zukunftstrends in der Ernährungswirtschaft. Dazu gehörten in den letzten Jahren u. a. Themen wie vegane und vegetarische Produkte und Health and Functional Food. Die Anuga zählte im Jahr 2015 7.000 Aussteller aus 108 Ländern und rund 160.000 Fachbesucher aus 192 Ländern. Zu der Zielgruppe der Messe gehören u. a. Hersteller, Importeure und Großhändler von Lebensmitteln und Getränken sowie Akteure aus den Bereichen Nahrungsmittelgroß- und -einzelhandel, Getränkegroß- und -einzelhandel, Nahrungsmittelimport und -export, Ernährungshandwerk, Ernährungsindustrie und Zulieferer der Ernährungsindustrie.

Die Preisverleihung fand am Dienstag, den 13. Oktober 2015 von 18:00–22:00 Uhr im Offentlichtsaal des Congress Zentrum Ost statt. Über 200 Gäste – darunter prominente Vertreter aus Politik, Wissenschaft, Verbänden und NGOs und der Presse – nahmen an der Veranstaltung teil. Die Firma Sodexo hatte zu einem *Essensretterbankett* eingeladen, das von Adrienne Axler, CEO Sodexo Deutschland, eröffnet wurde. Aus vermeintlichem Abfall wurde ein genussreiches Buffet: Verwendet wurden Lebensmittel, die für die Messe gekauft wurden, die aber am letzten Messetag keine Verwertung mehr gefunden hätten. Serviert wurden etwa Süppchen aus überreifen Tomaten, Pesto aus welken Kräutern und Häppchen aus Fallobst.

### Ziel der Veranstaltung

Ziel der Veranstaltung war es, möglichst breitenwirksam auf die nominierten Unternehmen aufmerksam zu machen und ihnen Raum zu geben, sich vorzustellen. Vor der Verleihung fand eine Dialog- und Diskussionsrunde zum Thema Lebensmittelverschwendung statt







Abb. 28–31: Impressionen der Preisverleihung auf der Anuga 2015. Archiv: WWH

### Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenhang mit der Preisverleihung auf der Anuga

- Wirksame Werbung und Bekanntmachung über die Köln Messe GmbH und über SODEXO im Vorfeld und im Anschluss an die Veranstaltung
- Bekanntmachung über diverse Fachvertriebe der entsprechenden auf der Anuga vertretenen Branchen, wie z. B. der Außer-Haus-Verpflegung
- Breite Berichterstattung, v. a. in den lokalen und regionalen Medien der Gewinnerbetriebe

### 5.3 Presseevent vor dem Bundestag

Unter dem Motto „Denn zum Essen sind sie da!“ fand am 12.09.2014 zum offiziellen Auftakt der Initiative ein Presseevent vor dem Bundestag statt. Aus natürlich gewachsenem Obst „abseits der Normen“, Backwaren vom Vortag und aussortierten Süßigkeiten kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums wurde den Mitgliedern des Bundestages ein leckerer Frühstückssnack zur Mitnahme zusammengestellt. Die Lebensmittel wurden aus Bauchläden serviert und in einer Pausenbrottüte samt Pressemitteilung verteilt. Viele Abgeordnete kamen der Einladung nach und informierten sich über das Thema Lebensmittelverschwendung. In unseren Gesprächen und durch die starke mediale Präsenz wurde deutlich, dass ein großer Informationsbedarf zum Thema besteht.

#### Ziel der Veranstaltung

Durch die Veranstaltung setzte sich die Initiative dafür ein, dass der in 2012 verabschiedete fraktionsübergreifende Antrag „Lebensmittelverluste reduzieren“ (Deutscher Bundestag Drucksache 17/10987, 16.10.2012) wieder aufgegriffen und in Zusammenarbeit mit der Lebensmittelwirtschaft, den Verbänden und den Verbraucherorganisationen ein verbindlicher Maßnahmen- und Zeitplan auf gesetzlicher Grundlage zur Umsetzung des Halbierungsziels bis 2020 erarbeitet wird. In diesem Antrag finden sich nach Ansicht der Initiative hochaktuelle Forderungen, die auch nach Abschluss der Initiative auf ihre Umsetzung warten.



Abb. 32–33: Presseevent vor dem Bundestag am 12.09.2014. Pausenbrote aus dem Bauchladen. Archiv: WWF D

### Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenhang mit dem Presseevent vor dem Bundestag

Die Initiative wertete die Veranstaltung vor allem politisch als Erfolg, da im Anschluss an das Presseevent die im Folgenden aufgelisteten „Kleine Anfragen“ der Parteien BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN (Deutscher Bundestag Drucksache 18/2667, 24.09.2014) und DIE LINKE (Deutscher Bundestag Drucksache 18/2772, 08.10.2014) gestellt wurden. Als weiterer Erfolg konnte nach dem Presseevent eine Einladung zu einem Berichterstattergespräch am 04. Dezember 2014 im Bundestag erzielt werden. Neben vielen MdBs nahm auch die damalige Vorsitzende des Ernährungsausschusses, Frau Gitta Conneman, am Gespräch teil. Ziel des Gespräches war neben der Vorstellung der Initiative vor allem der Wunsch nach einem Austausch zu den nächsten Schritten, die getan werden müssen, um das gesetzte Ziel der Bundesregierung zu erreichen, die Lebensmittelabfälle um 50 % bis 2020 zu reduzieren.

## 5.4 Diskussions- und Dialogforum auf der Anuga 2015

Im Vorfeld der Verleihung der *Genießt uns!*-Awards fand unter dem Motto „Unternehmerische Verantwortung in der Food Branche“ am Nachmittag des 13. Oktober 2015 ein mehrstündiges Diskussions- und Dialogforum auf der Anuga 2015 statt. Ziel des Dialogforums war es, branchen- und produktbezogene Maßnahmen zur Reduzierung der Lebensmittelverluste vorzustellen und mit den Unternehmen ins Gespräch zu kommen. Weiterhin wurden aktuelle Forschungsprojekte und Kooperationsprojekte rund um das Thema vorgestellt. Zielgruppe waren (Markt-)Akteure und Entscheidungsträger aus den verschiedenen Bereichen der Lebensmittel verarbeitenden Wirtschaft, die auf der Anuga vertreten sind. Den Projektpartnern lag hierzu unterschiedliches Material vor, das verwendet wurde (u. a. Kurzfilme, Online-Tools, Printmaterialien).



Abb. 34–37: Diskussions- und Dialogforum auf der Culinary Stage auf der Anuga 2015. Archiv: WHH

Im Rahmen dieser Veranstaltung wurden folgende branchen- und produktbezogene Maßnahmen vorgestellt und diskutiert:

- Ökologische Auswirkungen der Lebensmittelverschwendung entlang der Wertschöpfungskette in Deutschland (WWF Deutschland)
- Einsparpotenziale mit Hilfe des Abfall-Analyse-Tools (United Against Waste)
- Verbraucherzentrale NRW im Dialog mit Unternehmen der Gemeinschaftsverpflegung: Schulverpflegung zwischen Anforderungen und Preis. Geladene Unternehmen waren u. a. a'verdis, sustainable foodservice solutions Münster, die Sodexo Services GmbH, Rüsselsheim

- Fachhochschule Münster (iSuN) im Dialog mit Bäckereibetrieben: Retouren – Einsparpotenziale und Good Practices. Geladene Unternehmen waren u. a. cibaria GmbH, ökologisch-biologische Vollkornbäckerei, Bäckerei Ebbing, Coesfeld
- Unsere Ressourcen sind zu kostbar, um sie zu verschwenden (Welthungerhilfe). Geladene Unternehmen waren u. a. Coffee Circle und purefood. Die engagierte TV-Prominente Liz Baffoe verteilte u. a. Lebensmittel, die zu gut für die Tonne waren, an die zahlreichen Gäste
- Zusammenarbeit der Essensretter mit Händlern, Produzenten und Tafeln (Foodsharing e. V.). Geladenes Unternehmen war u. a. die Bäckerei Schweitzer

## 5.5 Fachtagung in Münster

„Von der Verschwendung zur Wertschätzung der Lebensmittel – Wissenschaftliche Erkenntnisse und ihre Umsetzung in die Praxis“, Fachtagung am 21.11.2014 in der FH Münster. Veranstalter waren das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Natur- und Verbraucherschutz NRW in Kooperation mit dem deutschsprachigen Netzwerk zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen (essenswert) und unter wissenschaftlicher Leitung der FH Münster (Institut für Nachhaltige Ernährung und Ernährungswirtschaft) und der Universität Bonn (Institut für Lebensmittel- und Ressourcenökonomik). Durchgeführt wurde die Veranstaltung von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen.

Die wissenschaftliche Tagung bot Stakeholdern und den verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren, die sich mit Lebensmittelverlusten und -verschwendung beschäftigen, eine breite Diskussionsplattform. In den Workshops wurden die wichtigsten Handlungs- und Forschungsfelder identifiziert und teils konsensual, teils kontrovers diskutiert.

### **Instrumente zur Reduktion der Lebensmittelabfälle**

Erhebliche Schwierigkeiten offenbaren sich, wenn Instrumente gegen Lebensmittelverschwendung in einen normativ-rechtlichen Regelungsrahmen und damit in konkrete Rechtstexte übersetzt werden müssen. Weiterhin fehlt ein institutioneller Stakeholder-Dialog zwischen Wissenschaft und den Akteuren. Eine der Hauptfragen ist, wie man die entwickelten Maßnahmen dauerhaft in die Praxis der Wirtschaftsakteure umsetzen kann.

### **Umwelt- und Klimaauswirkungen des Lebensmittelverzehr**

Ein großes Problem stellt die Messung der Wirksamkeit von einzelnen Interventionen dar, da viele Forschungsprojekte zu kurz bemessen sind, um Veränderungsprozesse in ihrer Wirksamkeit zu beurteilen. Langfristwirkungen werden so gut wie gar nicht untersucht. Es ist daher derzeit kaum zu beurteilen, welche Maßnahmen wie wirken.

### **Aktivitäten in der Schule von der Verschwendung zur Wertschätzung**

In diesem Workshop war besonders auffällig, dass offenbar erhebliche Strukturdefizite bei der Umsetzung des Komplexes Nachhaltigkeit und damit auch für das Thema Lebensmittelverschwendung im Schulunterricht bestehen. Hier fehlt es noch an Verbindlichkeit, die die Politik noch setzen muss.

### **Landwirtschaft: Systemmodellierung, Schnittstellen und Definitionen**

Im Workshop wurde kritisch die Definition von Lebensmitteln diskutiert. So gelten Obst und Gemüse erst nach der Ernte und landwirtschaftliche Nutztiere erst nach der Schlachtung als Lebensmittel. Dadurch werden große Teile der Verluste gar nicht erst erfasst. Kritisch wurde auch die Marktmacht des Handels gesehen und die damit verbundenen Anforderungen an Aussehen und Qualität von Lebensmitteln.

### **Vermeidung von Lebensmittelverlusten in der Backwarenbranche**

Im Mittelpunkt des Workshops standen u. a. die Entwicklung von Kennzahlen und der Vergleich mit anderen Unternehmen in der Branche sowie die Retourenoptimierung. Kontrovers wurde die geschmackliche Gewöhnung der Verbraucher(innen) an Massenqualität diskutiert, darüber hinaus das Fehlen einer allgemeingültigen Definition handwerklicher Qualität bei Backwaren bemängelt.

### **Vermeidung von Lebensmittelabfällen durch Verpackungsinnovationen**

Teilweise steht die Vermeidung von Lebensmittelverlusten in Konflikt mit anderen Nachhaltigkeitszielen (z. B. Verpackungsmüll vermeiden). Offen ist die Frage, welchen Beitrag intelligente Verpackungen zur Minimierung von Verlusten leisten können und inwieweit eine verlängerte Haltbarkeit zusätzliche Lebensmittelabfälle verursachen kann.

### **Verbraucher(innen) aktiv gegen die Verschwendung**

Im Workshop wurde über sogenannte „uglyfoods“ (nicht normgerechte, nicht schön aussehende frische Lebensmittel) diskutiert. Offensichtlich gibt es derzeit nicht genügend Produkte. Darüber hinaus werfen sie für Handelsunternehmen keinen Gewinn ab, werden aber als Imagegewinn verstanden. Ein weiterer Diskussionspunkt war, inwieweit die Kommunikation am Point of Sale für Maßnahmen gegen Lebensmittelverluste genutzt bzw. strategisch ausgeweitet werden sollte.



Abb. 38–39: Fachtagung am 21.11.2014 an der FH Münster. Archiv: Verbraucherzentrale NRW

## **5.6 Aktion und Podiumsdiskussion in Paderborn**

Das Diözesanmuseum in Paderborn, das eine große Ausstellung zum Thema „Caritas“ zeigte, nahm den Welternährungstag zum Anlass, die Bevölkerung in Kooperation mit der Welthungerhilfe auf die Lebensmittelverschwendung in Deutschland und vielen anderen Industrienationen

hinzuweisen. Um Passanten wachzurütteln, verteilen, in Anlehnung an eine Aktion der Initiative *Genießt uns!*, der Museumsdirektor Prof. Dr. Christoph Stiegemann, Welthungerhilfe-Marketingvorstand Michael Hofmann, Domkapitular Dr. Thomas Witt und weitere Unterstützer auf dem Paderborner Marktplatz Produkte, die – obwohl noch bestens genießbar – im Müll gelandet wären.

Im Anschluss an die Straßenaktion fand in der Theologischen Fakultät Paderborns unter dem Motto „Nächstenliebe geht durch den Magen“ ein hochkarätig besetztes Podiumsgespräch statt. Zu den Experten, die über das Thema Lebensmittelverschwendung diskutierten, zählten der frühere Bundesumweltminister Prof. Dr. Klaus Töpfer, Theologe Ulrich Klauke, „Weisses Bräuhaus“-Geschäftsführer Otmar Mutzenbach aus München, Autor Stefan Kreuzberger („Die Essensvernichter“), die nachhaltig agierende Unternehmerin Silke Kühl sowie die Welthungerhilfe-Referentin für Ernährungs- und Agrarpolitik Anne-Catrin Hummel. Sowohl O. Mutzenbach als auch S. Kühl waren erfolgreiche Teilnehmer(innen) des Unternehmens-Wettbewerbs der Initiative *Genießt uns!*. Marketing-Vorstand Michael Hofmann von der Welthungerhilfe, der die Gesprächsmoderation übernahm, zeigte sich am Ende des Tages hochzufrieden: „Die Resonanz war sowohl bei der Straßenaktion als auch bei unserer Expertenrunde überwältigend.“



Abb. 40–43: Straßenaktion und Podiumsdiskussion „Nächstenliebe geht durch den Magen“ in Paderborn. Archiv: WHH

## 6 Öffentlichkeitsarbeit

Die Initiative wurde durch eine breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit flankiert. Profitieren konnte *Genießt uns!* dabei durch die Unterstützung der Pressestellen aller Projektpartner sowie mehrerer Fachbereiche in der Öffentlichkeitsarbeit (wie z. B. Social Media Marketing, Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit) und durch die Unternehmen und Kooperationspartner, den Beirat sowie den Filmemacher Valentin Thurn und den Autor und Politologen Stefan Kreuzberger, die alle mit ihren umfassenden Kenntnissen und Erfahrungen in diesem Bereich sowie ihren Netzwerken erheblich zur Breitenwirksamkeit des Projektes beigetragen haben.

### 6.1 Pressearbeit

Die Pressearbeit wurde von den Pressestellen des WWF und der WHH koordiniert und fand in Abstimmung mit dem Steuerungskreis und der Pressestelle der DBU statt. Die Presseeinladungen und Mitteilungen konzentrierten sich dabei auf die drei Veranstaltungen: Presseevent vor dem Bundestag (siehe dazu Kapitel 5.3), Essensretterbrunch (siehe dazu Kapitel 5.1) und die Preisverleihung (siehe dazu Kapitel 5.2).

### 6.2 Look & Feel der Initiative *Genießt uns!*

Für die Erarbeitung eines „Look & Feel“ für die Initiative fiel die Wahl aller Projektpartner einstimmig auf die Agentur Lauthals mit Sitz in Berlin. Die Gründer und Inhaber der jungen Kreativagentur waren bereits mit ihrem Diplomprojekt „ugly fruits“ (<http://www.uglyfruits.eu/>) und der Bauernkampagne in einem ähnlichen Themenfeld aktiv und lieferten von Beginn an kreative Beiträge für die Initiative. Die Agentur Lauthals wurde Mitte März 2014 von der Welthungerhilfe offiziell mit der Erstellung des „Look & Feel“ beauftragt. In enger Absprache und Rückkopplung mit den Auftraggebern WWF und WHH entwickelte die Agentur ein erstes Designkonzept. Dieses wurde aufbauend auf den Rückläufen und Kommentaren des Steuerungskreises im Juni und Juli 2014 finalisiert. Bei der Wahl des Designs wurden stets auch die Umsetzbarkeit auf der Webseite sowie die Ansprache jener Unternehmen mitbedacht, die die Initiative als primäre Zielgruppe ausersehen hatte.

Klar definiertes Ziel der Corporate Identity der Initiative *Genießt uns!* war es, allen Kommunikationsprodukten eine Wiedererkennbarkeit zu verleihen. Schnell sollte die gesamte Wertschöpfungskette vom Erzeuger bis zum Verbraucher in den Blick geraten und mit dem Aufruf *Genießt uns!* zur Wertschätzung der Lebensmittel aufgerufen werden. Alle Partner der Initiative sollten sich durch den Auftritt der Initiative glaubwürdig repräsentiert empfinden.

Folgende Produkte wurden im Rahmen des Projektes erstellt: Logo, Farbraum, Schrift für Header und Text, Design für die Webseite mit all ihren Unterseiten, Gestaltung eines E-Mail-Footers, Word-Vorlage mit dem Logo der Initiative und den Logos der Partner, zentrales Motiv der Initiative, Sticker (siehe Anhang 9.3), Checkliste und Bewerbungsunterlagen zum Unternehmens-Check (siehe Anhang 9.1), ein Banner zum Presseevent vor dem Bundestag.



## Logo der Initiative

Das von Lauthals entwickelte Logo der Initiative funktioniert als einzeln stehendes Logo, aber auch in Form eines Banners, und sollte auf allen Materialien der Initiative wiederzufinden sein. Die verschiedenen Icons bilden die Vielfalt der Lebensmittel entlang der Wertschöpfungskette und somit das Kernanliegen der Initiative ab. Es wurde darauf geachtet, dass sowohl die wichtigsten Nahrungsmittelgruppen als auch der Ursprung (Ähre und Tier) sowie das finale Erzeugnis (z. B. Pizza oder Getränk) dargestellt werden.



## 6.3 Webseite und Facebook

Für die Programmierung der Webseite und Umsetzung des Designs der Agentur Lauthals fiel die Wahl auf eine Wordpress-Seite. Diese erwies sich als solide, benutzerfreundliche Wahl für die Anforderungen der Webseite und für die Partner der Initiative, die für die Inhalte und Pflege der Seite selbst verantwortlich waren. Nach Vorlage des Designkonzepts für die Webseite durch die Agentur Lauthals, Ende Juli 2014 begannen Rutiso/Max Scheer Anfang August mit der Umsetzung der Webseite. Die Webseite entspricht dem „Look & Feel“ der Initiative und soll sowohl Führungskräfte und Mitarbeiter(innen) kleiner und mittelständischer Unternehmen als auch die interessierte Öffentlichkeit ansprechen. Das Logo der Initiative ist auf der gesamten Webseite stets präsent. Auch ein Kontaktbutton zur Koordinatorin des Projektes ist auf jeder Seite gegenwärtig. Die Webseite informiert über die Ziele und den Hintergrund der Initiative, bildet die einzelnen Partner der Initiative ab und schafft eine Plattform für die teilnehmenden Unternehmen des Lebensmittelchecks. Die Webseite ging in der KW 34 des Jahres 2014 online.

Seit dem Online-Start der Webseite bis zum Projektende gab es laut Google Analytics 39.838 Seitenaufrufe von 13.564 Nutzern und 17.228 Sitzungen. Besonders deutlich zu sehen ist, dass die Peaks der Aufrufe mit 250 Sitzungen/Tag Anfang Juli unmittelbar um das Großevent „Essensretterbrunch“ fallen. Dies zeigt, dass das Ziel der Veranstaltung, das Thema und die Initiative möglichst breitenwirksam in die Öffentlichkeit zu tragen, erreicht wurde.



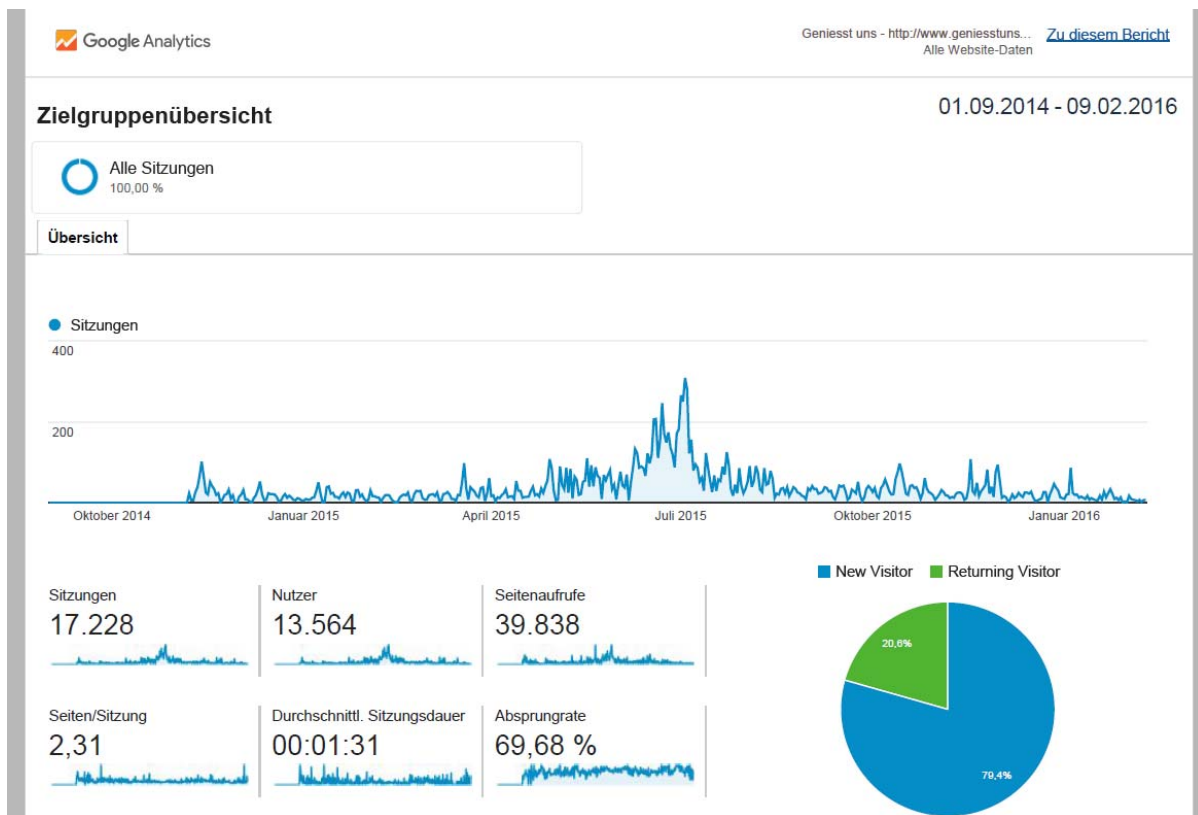


Abb. 44: Statistik von Google Analytics zur Website der Initiative

Als Ergänzung zur Webseite wurde auch eine Facebook-Seite *Genießt uns!* errichtet. Auf dieser können aktuelle Termine, Events und auch Informationen rund um das Thema Lebensmittelverschwendung geteilt werden ([www.facebook.de/geniesstuns](http://www.facebook.de/geniesstuns)).

Die Seite wird derzeit von 635 Personen „geliked“. Auch auf der Facebook-Seite ist ein Peak der Besucher und Interaktion rund um den Essensretterbrunch sowie die Preisverleihung auf der Anuga zu verzeichnen.



Abb. 45: Impression der Facebookseite der Initiative

## 6.4 Positionspapier

Mit der Erarbeitung eines gemeinsamen Positionspapiers wurde der Autor und Politologe Stefan Kreuzberger beauftragt. Das Positionspapier, das direkt zu Beginn der Initiative im Frühjahr 2014 entstanden ist und durch den Steuerungskreis abgestimmt wurde, wurde im Juli 2014 finalisiert. Es diente als gemeinsame Arbeitsgrundlage. Das Positionspapier kann unter dem Link [http://www.geniesstuns.de/wp-content/uploads/2015/01/FINAL-Positionspapier\\_Genießt-uns.pdf](http://www.geniesstuns.de/wp-content/uploads/2015/01/FINAL-Positionspapier_Genießt-uns.pdf) heruntergeladen werden.

## 6.5 Hintergrundrecherche: Broschüre Unternehmenswettbewerb

Ziel der Hintergrundrecherche war es, positive Beispiele aus der Wirtschaft in Bezug auf die Vermeidung von Lebensmittelabfällen in Deutschland zu identifizieren. Folgende Aspekte wurden dabei betrachtet: Transparenz (wurden Müllzahlen erhoben, wurden sie veröffentlicht), Maßnahmen intern und/oder extern gegen Lebensmittelverschwendung (z. B. Produktion, Logistik, Sensibilisierung der Mitarbeiter(innen), Kommunikation mit Lieferant(inn)en und Kund(inn)en), Erfolge (möglichst in Zahlen oder qualitativ, wenn es um Öffentlichkeit geht).

Bei der Recherche wurden die Wirtschaftsbereiche Urproduktion, Weiterverarbeitende Industrie, Handel und Großverbraucher berücksichtigt. Begonnen wurde die Recherche im Frühjahr 2014. Die Rückmeldung der angeschriebenen Verbände war jedoch unbefriedigend. Vor diesem Hintergrund beschloss der Lenkungskreis, den Fokus der Arbeit auf die Darstellung der Unter-

nehmen zu legen, die sich im Rahmen des „Unternehmens-Check“ als besonders innovativ und engagiert gezeigt hatten. Die daraufhin erarbeitete Unternehmensbroschüre sollte dieses Engagement besonders würdigen. Sowohl die drei Gewinner als auch die 16 nominierten Unternehmen werden im Einzelnen vorgestellt, insbesondere ihre Maßnahmen, um Lebensmittelverluste zu reduzieren. Die Broschüre möchte damit andere Unternehmen motivieren, Gleiches zu tun und sich zukünftig für die Vermeidung von Lebensmittelverlusten einzusetzen.

Die Broschüre ist zu finden unter: <http://www.geniesstuns.de>

## 6.7 Weitere Öffentlichkeitsarbeiten

Abschließend sei hinzugefügt, dass durch die breite Vernetzung der Partner des Lenkungskreises, die Initiative *Genießt uns!* auf verschiedenen Veranstaltungen vorgestellt und in die Diskussion gebracht werden konnte. Ausgewählte Beispiele hierfür sind:

- 5th Green Events Europe Conference in Bonn, 03./04.11.2014
- Bundesparteitag der Grünen in Hamburg, 22.11.2014
- Vortrag vor dem Arbeitskreis Welternährung im BMEL in Berlin, 10.02.2015
- Vortrag auf der Fachkonferenz Globales Lernen in Ingelheim, 31.01.2015
- Vortrag auf der „No More Food To Waste“ Conference der FAO in Den Haag, 16.–19.06.2015
- Vortrag „Die Welt is(s)t nicht gerecht!“ im Weltladen Bonn e. V., 14.10.2014
- Vortrag im BMEL vor den Referent(innen) für Gesunde Ernährung/Ernährungsbildung der Bundesländer, 18.09.2014
- Vortrag beim Fachaustausch Abfallberatung des Verbands Kommunaler Unternehmen NRW, Unna, 20.11.2014
- Podiumsdiskussion der SPD-NRW, Duisburg, 22.01.2015
- Vortrag und Diskussion: Lebensmittelverschwendung in der Bildung, Natur- und Umweltschutzakademie Recklinghausen (NUA) am 10.02.2015
- Abfallvermeidungsdialoge Lebensmittelverschwendung in der Außer-Haus-Verpflegung; Umweltbundesamt/BMU 10.11. und 11.11.2015
- Internorga Hamburg 2015
- Mitgliederversammlung 2014/2015 United Against Waste e. V.
- Management Forum Starnberg Jahrestagung Großküchen 2015
- Grüne Woche Berlin 2015
- Podiumsdiskussion „Die Welt is(s)t nicht gerecht!“ am Welternährungstag in Kooperation mit der Welthungerhilfe und dem Diözesanmuseum Paderborn, 16.10.2015
- Vortrag Lebensmittelverschwendung und Vorstellung der Initiative *Genießt uns!* bei der Slow Food Tafelrunde des Convivium Bonn, 15.6.2015



---

### **Vernetzung und Einbindung von Unternehmen**

Für die zahlreichen Veranstaltungen konnten folgende Unternehmen, Initiativen und Organisationen gewonnen werden:

Köln Messe GmbH, Sodexo Services GmbH, Berliner Wasserbetriebe, Emsa, Steigenberger Hotel am Kanzleramt, Spülmobil 24, Rapunzel, Zwergenwiese, Davert, Allos, Biolandhof Zielke, Oköhof Jahnsdorf, die Kuhhorster, Ökodorf Brodowin, Bio-Kartoffel Nord, Speisegut, Bäckerei Johann Mayer Berlin, Bäckerei endorphina Berlin, Bäckerei Vollkern, Coffee Circle, LeCrobag, Restlos Glücklich, ugly fruits, Culinary Misfits, Entretempo Kitchen Gallery, Bäcker-Innung Berlin

Wirkung: Sensibilisierung zu dem Thema Lebensmittelverschwendung entlang der gesamten Wertschöpfungskette

## 7 Beirat

Projektbegleitend konnte für die Initiative ein vierundzwanzigköpfiger Beirat gewonnen werden, der sich aus unterschiedlichen Akteuren zusammensetzte, u. a. Vertreter aus der Wissenschaft, den Verbänden und der Politik. Durch diese breitgefächerte Aufstellung wurde gewährleistet, dass die einzelnen Projektschritte aus verschiedenen Perspektiven fachkompetent begutachtet und weiterentwickelt wurden. Die Funktion des Beirats war es weiterhin, die Anliegen der Initiative in ihre jeweiligen Mitgliedschaften und Netzwerke hineinzutragen und sich für deren weitere Umsetzung einzusetzen. Insgesamt fanden drei Beiratssitzungen statt.

**Tabelle 2: Beirat der Initiative *Genießt uns!***

Name	Position	Organisation
Karin Binder	MdB	Die Linke
Dr. Wilfried Bommert	Sprecher des Vorstands	Institut für Welternährung – World Food Institute e. V.
Dr. Michael Brüntrup	wissenschaftlicher Mitarbeiter	Deutsches Inst. für Entwicklungspolitik (DIE)
Christoph Dahlmann	Projektleiter	AbL – Landesverb. Nordrhein-Westfalen e. V.
Dr. Manfred Denich	Senior Scientist	Zentrum für Entwicklungsforschung (ZEF)
Frank Döblitz	Qualitätsmanager	Beiersdorf AG
Elvira Drobinski-Weiß	MdB	SPD
Thomas Effenberger	Inhaber	Effenberger Vollkornbäckerei
Benedikt Haerlin	Leiter Berliner Büro	Zukunftsstiftung Landwirtschaft
Mechthild Heil	MdB	CDU
Dr. Ursula Hudson	Vorstandsvorsitzende	Slow Food Deutschland e. V.
Wam Kat	Koordinator	Fläming Kitchen
Werner Koch	Geschäftsführer	BOGK e. V.
Dr. Nina Langen	Akademische Rätin	Uni Bonn
Nicole Maisch	MdB und Sprecherin für Verbraucherpolitik	Bündnis 90/Die Grünen
Michael Müller	Bundvorsitzender	NaturFreunde Deutschlands e. V.
Karsten Nüsken	Inhaber	Nüsken O.H.G.

Name	Position	Organisation
Michael Schieferstein	Inhaber	FoodFighters
Felicitas Schneider	wissenschaftliche Mitarbeiterin	Universität für Bodenkultur, Wien
Angela Tamke	ehemalige Referentin für globales Lernen	Welthungerhilfe
Prof. Dr. Petra Teitscheid	Fachb. Oecotrophologie an der FH Münster	Fachhochschule Münster
Karin Voß	Qualitätsmanagement	Edeka Zentrale AG & CO. KG
Joachim Weckmann	Inhaber und Geschäftsführer	Märkisches Landbrot GmbH
Amin Werner	ehem. Hauptgeschäftsführer	Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V.

## 8 Projektpartner

### **Bundesverband Deutsche Tafeln e.V.**

Die Tafeln sind eine der größten sozial-ökologischen Bewegungen in Deutschland. Fast 60.000 Menschen engagieren sich freiwillig bei den mehr als 900 lokalen Tafeln und tragen so dazu bei, der sinnlosen Lebensmittelverschwendung Einhalt zu gebieten. Die meist völlig einwandfreien Lebensmittel werden von den Tafeln an die gegeben, die sie brauchen: an die Menschen. Bis zu 1,5 Mio. bedürftige Personen werden auf diese Weise von den Tafeln unterstützt. Jährlich retten die Tafeln hunderttausende Tonnen Lebensmittel, die sonst im Müll landen würden, und sorgen so dafür, dass deren ressourcenintensive Herstellung nicht umsonst war. Unser Leitbild lautet daher: „Essen, wo es hingehört“ – und zwar nicht in die Tonne!

### **Foodsharing e. V.**

Über 80.000 Menschen teilen über die gleichnamige Internetplattform seit dem Start im Dezember 2012 unentgeltlich sogenannte Essenskörbe überschüssiger Lebensmittel von privat zu privat. Außerdem werden in mehr als 200 Fair-Teilern, meist öffentlichen Regalen bzw. Kühlschränken, gerettetes Brot, Obst und Gemüse geteilt. Darüber hinaus bewahren knapp 12.000 freiwillige Foodsaver, betreut von 300 Botschafter(innen), die die lokale Koordination übernehmen, Lebensmittel vor dem Wegwerfen. Sie sammeln diese von über 2.000 kooperierenden Betrieben und Supermärkten ein und „fair“-teilen sie an rund 50.000 Menschen u. a. in Schulen, Kindergärten und Wohngemeinschaften. Ende April 2015 ist foodsharing eine Kooperation mit dem Bundesverband Deutsche Tafel eingegangen. Sie vereinbarten, in Zukunft enger zusammenzuarbeiten. Im Vordergrund steht dabei das gemeinsame Ziel, die immense Lebensmittel-



---

verschwendung zu stoppen. Foodsharing beteiligt sich aktiv an der Kampagne „Leere Tonne“ und fordert einen gesetzlichen Wegwerfstopp für Supermärkte.

### **United Against Waste e.V. Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung**

2012 startete mit „United Against Waste e. V.“ eine Initiative für den Food Service Markt, um Köche und die Industrie darauf aufmerksam zu machen, dass der Kampf gegen die Verschwendung von Lebensmitteln machbar ist und zudem Geld spart. Gleichzeitig sorgt eine aktive Öffentlichkeitsarbeit dafür, die Herausforderung der Lebensmittelverschwendung weiter in den öffentlichen Fokus zu rücken. „United Against Waste“ greift ein aktuelles und durchaus kontrovers diskutiertes Thema der Food-Industrie auf, sensibilisiert und zeigt gleichzeitig Lösungen auf. Der gemeinnützige Verein bietet praxisnahe Unterstützung, damit Lebensmittelabfälle reduziert werden und Betriebe im Außer-Haus-Markt effizienter arbeiten.

### **Verbraucherzentrale NRW**

Die Verbraucherzentrale NRW (VZ NRW) tritt gegen Verschwendung und für die Wertschätzung von Lebensmitteln im Rahmen einer nachhaltigeren Lebensmittelproduktion und Ernährung ein. Die VZ NRW ist Mitglied beim Runden Tisch für mehr Wertschätzung von Lebensmitteln des MKULNV NRW, Mitbegründer von „essenswert – Wissenschaftliches Netzwerk zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen“ und der Initiative *Genießt uns!*. Sie informiert Verbraucher, erstellt Bildungsmaterialien und entwickelt Aktionen. Sie ist Forschungspartner an den Schnittstellen zur Praxis und zu Verbrauchern. Sie untersucht Umweltbewusstsein und Konsumverhalten, erstellt Situationsanalysen zu Lebensmittelverlusten und zeigt Lösungsansätze zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen auf.

### **Welthungerhilfe**

Die Welthungerhilfe wurde 1962 gegründet und ist heute eine der größten privaten Hilfsorganisationen in Deutschland. Gemeinnützig, politisch und konfessionell unabhängig, arbeitet sie unter einem ehrenamtlichen Präsidium und unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten. Sie finanziert ihre Arbeit durch Spenden und öffentliche Zuschüsse und setzt sich weltweit ein für eine gesicherte Ernährung, ländliche Entwicklung und den Erhalt der natürlichen Ressourcen. Nach dem Prinzip Hilfe zur Selbsthilfe leistet die Organisation Hilfe aus einer Hand: von der schnellen Katastrophenhilfe über den Wiederaufbau bis zu langfristig angelegten Entwicklungsprojekten. Sie arbeitet möglichst eng mit einheimischen Partnerorganisationen zusammen. Mit den ihr anvertrauten Mitteln geht die Welthungerhilfe sparsam, effektiv und transparent um. Dafür erhält sie seit vielen Jahren regelmäßig das Spendensiegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI).

### **WWF Deutschland**

Der WWF (World Wide Fund for Nature) ist die größte unabhängige Umweltorganisation weltweit. Der WWF Deutschland wurde 1963 gegründet und unterstützt derzeit weltweit 53 internationale und 35 nationale Projekte. Schwerpunkte sind der Erhalt der Biodiversität und Maß-

nahmen für den Klimaschutz. In mehreren Studien wurden die Auswirkungen unserer Ernährungsgewohnheiten und der Verschwendung von Lebensmitteln auf unsere natürlichen Ressourcen und das Klima aufgezeigt. Basierend auf den Ergebnissen zielt der WWF darauf ab, Lösungsansätze und alternativen Handlungsoptionen zu identifizieren, um den Ressourcenverbrauch zu vermindern sowie die Bewusstseinsbildung für eine nachhaltige Ernährung zu stärken. Im Jahr 2015 wurde das Thema sehr erfolgreich in die Kampagnenarbeit des WWF aufgenommen (<https://iamnature.wwf.de/>). Weitere Informationen unter: <http://www.wwf.de/themen-projekte/landwirtschaft/ernaehrung-konsum/>

### **Der Regisseur und Autor Valentin Thurn drehte über 40 TV-Dokumentationen**

„Taste the Waste“ war 2011 einer der erfolgreichsten deutschen Dokumentarfilme im Kino. Er wurde auf der Berlinale uraufgeführt und gewann zahlreiche internationale Preise. 2013 folgte der Film „Die Essensretter“. Sein neuer Film „10 Milliarden – Wie werden wir alle satt“ startete 2015 in den Kinos. 2011 schrieb er den Spiegel-Bestseller „Die Essensvernichter“, 2012 folgte das „Taste the Waste“-Kochbuch und 2014 das Sachbuch „Harte Kost“. Valentin Thurn ist Diplom-Geograph und wurde an der Deutschen Journalistenschule in München ausgebildet. 1993 gründete er die „International Federation of Environmental Journalists“ (IFEJ), 2012 den „Foodsharing e. V.“ und 2014 die Plattform „Taste of Heimat“.

### **Der Journalist und Autor Stefan Kreutzberger**

arbeitet seit 15 Jahren zu den Themen Ernährung und internationale Entwicklungszusammenarbeit. 2009 erschien sein erfolgreiches Verbraucherbuch „Die Ökolüge“ zum Thema Greenwashing und Etikettenschwindel. 2011 folgte, gemeinsam mit Valentin Thurn, der Bestseller „Die Essensvernichter“ zum Thema Lebensmittelverschwendung. Als Sachverständiger sprach er dazu vor dem Bundestagsausschuss. Ende 2014 folgte „Harte Kost“ zu Fragen der zukünftigen Welternährung. Gemeinsam mit Valentin Thurn arbeitet er seit 2011 stetig an der Vernetzung von Umwelt-, Entwicklungs- und Sozialorganisationen im Engagement gegen Lebensmittelverschwendung. Er initiierte so die Initiative *Genießt uns!*.

Stefan Kreutzberger ist diplomierter Politikwissenschaftler. 2012 mitbegründete er den Verein foodsharing und ist seitdem im Vorstand. Darüber hinaus ist er Beiratsmitglied der Deutschen Umweltstiftung, des Vereins Taste of Heimat sowie des Bürgerschaftsvereins KölnAgenda.

### **Wissenschaftliche Begleitung: FH Münster (Institut für Nachhaltige Ernährung)**

Die Forschung im iSuN widmet sich der Entwicklung von Konzepten, Produkten und Dienstleistungen für eine zukunftsfähige Ernährung und kooperiert dabei eng mit den Akteuren im Themenfeld Ernährung. Das iSuN hinterfragt bestehende Angebotsstrukturen und das Verbraucherverhalten im Ernährungssystem und zielt auf deren Weiterentwicklung im Sinne einer gemeinsamen Verantwortung für einen nachhaltigen Lebensstil. Das iSuN bündelt die Kompetenzen von Ernährungswissenschaftlern, Mikrobiologen, Ökonomen, Ingenieuren, Logistikern und Betriebswirten der Fachhochschule Münster und schafft so Synergien für innovative Konzepte, die gemeinsam mit Partnern aus der Praxis realisiert werden. Das iSuN hat sich bereits in vielfältiger Weise und sehr grundlegend mit dem Thema Lebensmittelverschwendung auseinanderge-





---

setzt. Aufbauend auf dem Projekt „Verringerung von Lebensmittelabfällen – Identifikation von Ursachen und Handlungsoptionen in NRW“, in dem belastbare Daten zu Lebensmittelabfällen ermittelt, mögliche Ursachen beurteilt und Handlungsstrategien entwickelt worden sind, folgten weitere Projekte zu dem Themenfeld. Zum einen in Bezug auf die Reduktion von Lebensmittelabfällen bei Brot und Backwaren und zum anderen in Bezug auf die Reduktion von Warenverlusten und Warenvernichtung in der Außer-Haus-Verpflegung.



---

## 9 Anhang

## 9.1 Unternehmens-Check *Lebensmittelverschwendung*



### Checklisten zur Selbstbewertung

Die Checkliste dient der Selbstbewertung Ihrer Konzepte zur Vermeidung von Lebensmittelabfall und Lebensmittelverlusten. Bitte füllen Sie nur die Zeilen aus, die auf Ihr Unternehmen zutreffen. Denken Sie bei der Beschreibung der Maßnahmen daran, dass Dritte, die ihr Unternehmen nicht kennen, verstehen sollen, was sie meinen.

– Vielen Dank

### 1. Allgemeine Informationen zum Unternehmen/ zur Organisation

Angaben zum Unternehmen/ zur Organisation			
Bitte geben sie uns die Informationen, die helfen Ihr Unternehmen/ Ihre Organisation zu verstehen. Hierzu gehören neben den unten gefragten Punkten auch Prospekte, Kataloge, Jahresberichte, Nachhaltigkeitsberichte etc.			
Name		Name der/s Ansprechpartnerin/s	
Kontaktdaten		Unternehmenstyp nach EU-Definition KMU*	Kleinst Klein Mittel Groß
		ggf. Standort <i>nur, wenn nur einer von mehreren Standorten am Wettbewerb teilnimmt</i>	
Branche		Zertifizierungen	
Mitarbeiterzahl**			

\*Unternehmenseinteilung angelehnt an die EU-Definition von KMU:  
 kleinst: weniger als 10 Mitarbeiter\_innen, Jahresumsatz bzw. Jahresbilanz unter 2 Mio. EUR  
 klein: weniger als 50 Mitarbeiter\_innen, Jahresumsatz bzw. Jahresbilanz unter 10 Mio. EUR  
 mittel: weniger als 250 Mitarbeiter\_innen, Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. EUR oder Jahresbilanzsumme höchstens 43 Mio. EUR  
 groß: mehr als 250 Mitarbeiter\_innen, Jahresumsatz über 50 Mio. EUR oder Jahresbilanzsumme über 43 Mio. EUR

\*\*Anzahl der Mitarbeiter\_innen:  
 Anzahl der während des Jahres beschäftigten Vollzeitmitarbeiter\_innen; Teilzeitbeschäftigte und Saisonarbeiter\_innen entsprechend ihres Anteils an der Gesamtjahresarbeitszeit in Vollzeitkräfte umgerechnet Auszubildende werden nicht berücksichtigt

Allgemeine Informationen zum Unternehmen/ zur Organisation 1/2



## Lebensmittel-Check

### Bitte beschreiben Sie Ihr Unternehmen/ Ihre Organisation

Die hier abgefragten Angaben dienen dazu, ihr Unternehmen zu verstehen. Gerne können auch Unternehmensprospekte etc. mitgegeben werden.

Produkte/ Produktgruppen	
Kerngeschäft	
Prozessschritte am Standort	
wichtigsten Rohwaren	
Sonstiges	

### Bitte ordnen Sie Ihr Unternehmen/ Ihre Organisation einer Kategorie zu und nutzen die entsprechende Checkliste

<b>Kategorie: Landwirtschaft</b> Diese Kategorie umfasst Anbau-, Ernte- und Nachernte-Verluste der pflanzlichen Rohstoffe sowie die Nutztierhaltung einschließlich der zugehörigen Transporte.	
<b>Kategorie: Lebensmittelwirtschaft - Lebensmittelhandel</b> Diese Kategorie umfasst die Lebensmittelproduktion, die Lebensmittelverarbeitung, den Lebensmittelhandel, den Transport, sowie die Sekundärnutzung von Lebensmittelresten oder deren Verwertung.	
<b>Kategorie: Gastronomie, Großküchen und Schulverpflegung</b> Diese Kategorie umfasst den Prozess der Speisenplanung und Speisenproduktion, die Ausgabe an die Essensgäste, und den Rücklauf der Teller und Ausgabehälter an die Spülküche, sowie die Sekundärnutzung von Lebensmittelresten oder deren Verwertung.	

**Zur Teilnahme am Wettbewerb füllen Sie bitte auf jeden Fall auch den entsprechenden Fragebogen aus .**

4. Kategorie: Gastronomie, Großküchen, Schulverpflegung

1. Erfassung von Lebensmittelverlusten „Wie wird erfasst?“

Bitte füllen Sie die Zeilen, soweit es für Ihr Unternehmen zutrifft. Es ist nicht nötig, alle Zeilen zu füllen.

1.1. Regelmäßige Erfassung von Lebensmittelverlusten	ja/ nein/ wie/ in welchen Abständen bitte wenn möglich auch verantwortliche Stelle/ Abteilung nennen	belegt durch Hier interessiert, wie Ihre Angaben belegt werden können, z.B. durch Formulare, Formblätter, QM Handbuch etc.
Lebensmittelabfälle werden zentral gesammelt und gemeinsam (nicht nach Lebensmittelgruppen getrennt) erfasst		
Lebensmittelabfälle werden an den Orten ihrer Entstehung erfasst		
Lebensmittel werden an den Orten ihrer Entstehung und getrennt nach Lebensmittelgruppen erfasst		
1.2. Entwicklung der Abfallmengen Bitte geben Sie nur die Werte an, die sie üblicherweise messen, eine Angabe reicht aus	2013	2014 (Tendenz)
in Euro (Entsorgungskosten oder andere übliche Messgrößen)		
in Kilogramm		
in Liter oder Tonnen		
im Verhältnis zum Rohwareneinsatz		
im Verhältnis zur produzierten Menge Fertigware		
im Verhältnis zu ....		

Lebensmittel-Check

2. Vermeidung von Lebensmittelverlusten „Wie systematisch ist Ihr Vorgehen?“				
2.1. Wie systematisch werden die Lebensmittelverluste in Ihrem Unternehmen erfasst und ausgewertet? <i>Bitte ordnen Sie die übliche Praxis in Ihrem Unternehmen einer der folgenden Zeilen zu:</i>	ja	nein	Bitte wenn möglich auch verantwortliche Stelle/Abteilung nennen	belegt durch <i>Hier interessiert, wie Ihre Angaben belegt werden können, z.B. durch Formulare, Formblätter, QM Handbuch etc.</i>
Lebensmittelverluste werden in unregelmäßigen Abständen, fallweise, erhoben und ausgewertet				
Lebensmittelverluste werden systematisch und regelmäßig überwacht und ausgewertet, Maßnahmen zur Vermeidung werden ergriffen				
Vermeidung von Lebensmittelverlusten ist im Leitbild verankert. Aus dem Leitbild werden systematisch Ziele abgeleitet und Maßnahmen geplant und umgesetzt				
2.2. Leitbild und Ziele	ja	nein	Bitte wenn möglich auch verantwortliche Stelle/Abteilung nennen	belegt durch <i>Hier interessiert, wie Ihre Angaben belegt werden können, z.B. durch Formulare, Formblätter, QM Handbuch etc.</i>
Vermeidung von Lebensmittelabfall ist im Leitbild verankert				
Aus dem Leitbild werden jährlich Ziele abgeleitet und Maßnahmen geplant und umgesetzt				



<b>2.3. Maßnahmen/ Projekte zur Vermeidung von Lebensmittelabfall (zeitlich begrenzt)</b> <i>Bitte stellen sie dar, welche Maßnahmen unternommen wurden und welche Einspareffekte dadurch erzielt werden konnten.</i>			<b>was/ wann/ wie viel</b> <i>Bitte wenn möglich auch verantwortliche Stelle/ Abteilung nennen</i>	<b>belegt durch</b> <i>Hier interessiert, wie Ihre Angaben belegt werden können, z.B. durch Formulare, Formblätter, QM Handbuch etc.</i>
im eigenen Unternehmen				
in Kooperation mit Lieferanten (z. B. besondere Vertragsgestaltung, Vereinbarungen über Rückläufe....)				
in Kooperation mit Kunden/Trägern (z. B. besondere Vertragsgestaltung, Vereinbarungen über Rückläufe....)				
<b>3. Einbeziehung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter</b>				
<b>3.1. Schulungen zum Thema Lebensmittelabfall und/oder Ressourcenschonung</b>	ja	nein	<i>Bitte wenn möglich auch verantwortliche Stelle/Abteilung nennen</i>	<b>belegt durch</b> <i>Hier interessiert, wie Ihre Angaben belegt werden können, z.B. durch Formulare, Formblätter, QM Handbuch etc.</i>
fallweise Schulungen				
regelmäßige Schulungen <i>Bitte geben Sie den Turnus an</i>				
<b>3.2. Maßnahmen zur Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter</b>			<b>was/ wann/ wie</b> <i>bitte wenn möglich auch verantwortliche Stelle/ Abteilung nennen</i>	<b>belegt durch</b> <i>Hier interessiert, wie Ihre Angaben belegt werden können, z.B. durch Formulare, Formblätter, QM Handbuch etc.</i>
Anreize, Vorschlagswesen etc.				



4. Sekundärnutzung und Verwertung von Lebensmittelresten		
	Was?	Wie?
4.1 Die üblichen Formen der <b>Sekundärnutzung</b> sind: (Bitte hier auflisten, wenn möglich nach Produktgruppen unterscheiden.) <i>Hier ist die Verwendung der Reste für den menschlichen Verzehr gemeint – durch Rework, Nutzung von Nebenprodukten, Verkauf an Sekundärmärkte, Abgabe an soziale Einrichtungen usw...</i>		
4.2 Die üblichen Formen der <b>Verwertung</b> sind: (Bitte hier auflisten, wenn möglich nach Produktgruppen unterscheiden.) <i>Hier ist die Verwendung der Reste für andere Nutzungen gemeint – Futtermittel, energetische Verwertung, Rohstoffe für andere Produkte usw....</i>		
4.3 Gibt es <b>Projekte</b> zur Steigerung der Sekundärnutzung der Lebensmittelreste und Nebenprodukte <b>als Lebensmittel</b> ? <i>Hier sind besondere Projekte gemeint, die speziell zum Thema Lebensmittelabfall eingesetzt wurden und das Ziel haben, die übliche Praxis zu verändern.</i>		
5. Vermeidung/Reduzierung von Produkt- und Transportverpackungen		
	Was?	Wie?
5.1 Systematische Maßnahmen zur Vermeidung von Verpackungsabfall		
5.2 Systematische Maßnahmen zur Vermeidung von Verpackungsmaterial		
5.3 Vermeidung von Verpackungsabfall und Verpackungsmaterial durch <b>Kooperation</b> mit den vor- und nachgelagerten Stufen		





6. Kommunikation <i>Bitte listen Sie hier ihre Maßnahmen auf</i>	
6.1 Interne Kommunikation des Themas <i>zum Beispiel in Teamsitzungen, Mitarbeiterzeitung etc.</i>	
6.2 Externe Kommunikation des Themas <i>zum Beispiel gegenüber Kunden und Lieferanten oder im Nachhaltigkeitsbericht</i>	
7. Ihre Anregungen und Wünsche zum Thema Vermeidung von Lebensmittelabfall und Lebensmittelverlusten	
7.1 gegenüber der Politik	
7.2 gegenüber sonstigen Gruppen	

## 9.2 Auflistung der teilnehmenden Unternehmen

Die Gewinner
cibaria GmbH ökologisch-biologische Vollkornbäckerei
Gertrudenhof
Weisses Bräuhaus München
Die Prämierten
ABConcepts Verpflegungsmanagement mit System GmbH
AKAFÖ – Akademisches Förderungswerk
Berufskolleg Tecklenburger Land
BIO COMPANY
DFS dewender food service
hunkelstide
Der gute Bäcker H. Krimphove GmbH
LWL-Klinik Münster
Märkisches Landbrot
Restaurant Rose
Stockheim
SuperBioMarkt AG
Georg Thalhammer
Die Engagierten
Burgis GmbH
Café Kanel
Cohaus Vendt Stift
Compass Group Deutschland GmbH
Erstes Feng Shui Rasthaus Europas
Hofgut Ruppertsberg
Hotel-Restaurant Harzresidenz
maritim Hotel & int. Congress Center
Metzgerei & Partyservice H. Stefe
njushi foods GmbH & Co KG
Studentenwerk Bonn AöR



### 9.3 Beispiele für das Look & Feel der Initiative *Genießt uns!*

Sticker für die „Pausenbrote“ im Rahmen des Presseevents vor dem Bundestag (vgl. 5.3)



Postkarte zum Essensretterbrunch (vgl. 5.1)

**#ESSENS  
RETT  
BRUNCH**

**AUFESSEN  
STATT WEGWERFEN**

4. JULI 2015 · BERLIN Hbf · WASHINGTONPLATZ  
8:30h SCHNIPPELAKTION · 11:30h BRUNCH

*Komm vorbei und iss mit!*

**#ESSENS  
RETT  
BRUNCH**

Herzliche Einladung zu Deutschlands größtem Familienbrunch aus hervorragenden aber aussortierten Lebensmitteln (kostenlos) für 5000 Menschen – mit prominenter Unterstützung!

Knolliges Gemüse und Obst von Bauernhöfen aus Berlins Umland, leckere Brötchen und Kuchen vom Vortag, einwandfreie Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum fast abgelaufen ist.

Helfen Sie mit, gemeinsam werden wir aktiv gegen die Verschwendung. Ab morgens wird live vor Ort geschneipelt und gerührt, Marmelade eingekocht, Köstliches aus Brot vom Vortag gezaubert ...

4. Juli 2015 · Berlin Hbf · Washingtonplatz  
8:30 h Schnippelaktion · 11:30 h Brunch

Logos: WWF, Greenpeace, DIE DAZELN, MARMELADE, KUCHEN, DBU

und viele weitere Partner & Unterstützer – mehr Infos auf [essensretterbrunch.de](http://essensretterbrunch.de)

100% Recycling-Papier



## Programm zur Preisverleihung auf der Anuga (vgl. 5.2)



### Essensretterbankett

Als Gründungsmitglied von United Against Waste e.V. macht sich Sodexo dafür stark, Initiativen zur Vermeidung von Müll umzusetzen. Durch diese Partnerschaft ist auch das Sponsoring dieses Abends entstanden. Im Fokus des Buffets steht natürlich das Konzept, Lebensmittel nicht zu verschwenden! Lassen Sie sich die Kreationen unseres Küchenchefs schmecken. Zubereitet aus Lebensmitteln, die sonst vermutlich im Müll gelandet wären. Wir möchten Ihnen außerdem die Möglichkeit geben, viele Ideen auch zu Hause umzusetzen. Unsere Kreationen werden daher mit interessanten Empfehlungen begleitet.

*Bitte haben Sie Verständnis dafür, sollten Speisen ausgehen! Der Verschwendung von Lebensmitteln vorzubeugen steht bei dieser Veranstaltung im Vordergrund. Änderungen sind generell vorbehalten – wir wissen auch noch nicht, was an diesem Tag übrig bleibt.*

#### Sponsoren

Ein herzlicher Dank an unsere Unterstützer, die Sodexo Services GmbH und die Koelnmesse GmbH.



### Menü

*Vorspeise · am Tisch serviert*

#### SEHR reif

**Süppchen von VOLLREIFEN Tomaten mit Rucola  
Espuma serviert im Glas**

*Weiche und vollreife Tomaten lassen sich nur schwer verkaufen, sind aber als Süppchen durch Ihr wunderbares Aroma der Hit.*

#### Hauptspeisen „Taste The Waste – Live“ · vom Buffet

*Vorletzter Abend der Anuga. Viele Lebensmittel wurden gekauft, produziert und verzehrt. Aber es bleibt immer etwas über. Das werden wir Ihnen an einer Live Station frisch zubereiten und damit untermauern, dass der vermeintliche Waste auch ein HIT sein kann.*

#### Salat „2. Wahl“

**Bunter Salat und Gemüse vom Markt in Limonen-Joghurt-Dressing mit gewürzten Chips von altbackenem Brot**

#### Die Aussortierten

**Wurzeln und andere Gemüse in Apfel-Honig-Vinaigrette mit Walnüssen und Ziegenfrischkäse**

*Möhren & Co. müssen dem Idealbild in Größe und Optik entsprechen. Wir verarbeiten alles an Gemüse, das was genau diesem Bild nicht entspricht zu einer leckeren Vorspeise.*

#### Etwas welk

**Tranchen von der Hähnchenbrust im Pfeffermantel mit Sonnenblumen-Kräuterpesto**

*Unter anderem werden die Kräuter, die nicht mehr knackig, aber immer noch lecker sind, zu einem Pesto verarbeitet und geben diesem Gericht den Kick.*

#### Überlagertes und Fallobst

**Rheinischer Döppekoche (mit Speck und vegetarisch) mit hausgemachtem Apfelkompott oder Kräuterquark**

*Für diese rheinische Spezialität dürfen die Kartoffeln ruhig etwas schrumpelig aussehen. Gerieben, gebacken und begleitet von Apfelkompott aus Fallobst ist dies ein wunderbares Gericht.*

*Nachspeisen · am Tisch serviert*

#### Eingekocht

**Saisonales Obstkompott mit Quarkknödel und weißem Zimtschau**

*Zu Kompott eingekochtes Obst darf ruhig etwas weich sein und muss nicht makellos aussehen. Zudem hält sich eingekochtes Kompott viele Monate.*

#### Getrocknet

**Mousse von Bitterschokolade mit Trockenobst im Vanille-Rum**

*Schon unsere Großmütter wussten: bevor das Obst verdirbt, wird es zur besseren Lagerung getrocknet. Wir hauchen diesen Früchten durch einen würzigen Sud neues Leben ein.*



18:30 Uhr

**Grußwort**

**Katharina C. Hamma** Geschäftsführerin, Koelnmesse GmbH  
**Nadja Flohr-Spence & Anne-Catrin Hummel**  
Projektleitung der Initiative Genießt uns!

18:45 Uhr

**Dialog: Lebensmittelverschwendung reduzieren.  
Eine nationale und globale Herausforderung.**

**Verena Exner** Referatsleiterin, DBU  
**Bärbel Dieckmann** Präsidentin, Welthungerhilfe  
**Marco Vollmar** Executive Director, WWF Deutschland  
**Valentin Thurn** Regisseur des Films „Taste the Waste“  
**Kai Noack** Vorstand Bundesverband Deutsche Tafel e.V.

19:15 Uhr

**Dialog: Lebensmittelverschwendung reduzieren.  
Engagement in Unternehmen.**

**Torsten von Borstel** Geschäftsführer, United Against Waste  
**Bernhard Burdick** Gruppenleiter, Verbraucherzentrale NRW  
**Stefan Kreutzberger** Vorstand, Foodsharing e.V.

19:30 Uhr

**Bekanntgabe und Auszeichnung  
der prämierten Unternehmen**

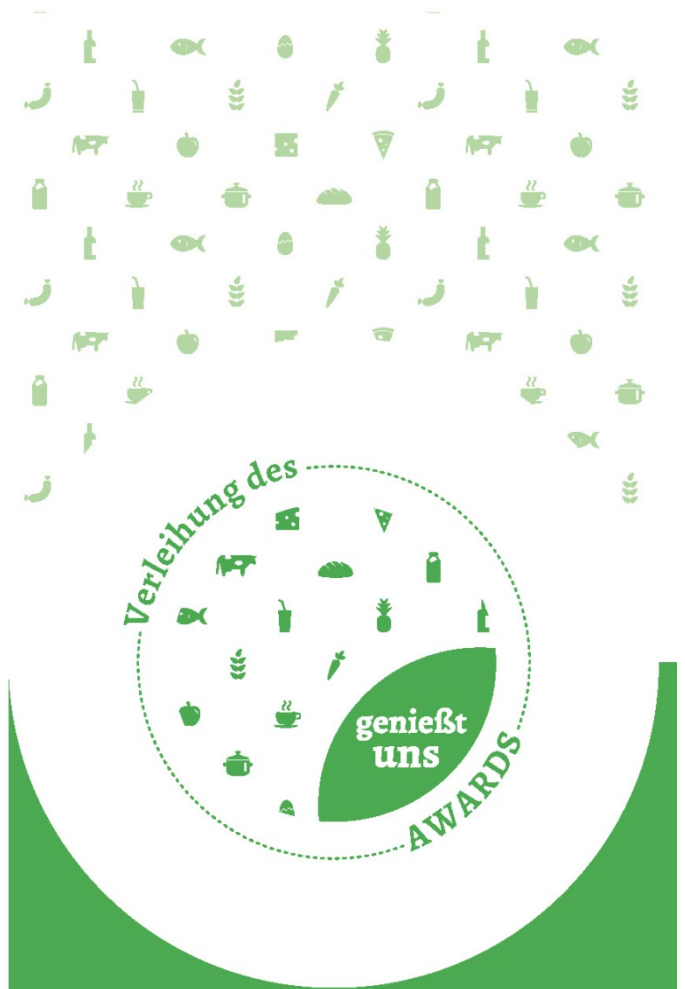
Vorgestellt von:  
**Hanni Rützler (Mag.)** Foodtrendforscherin  
**Prof. Dr. Guido Ritter** Ernährungswissenschaftler, FH Münster

19:45 Uhr

**Eröffnung des Essensretterbanketts**

**Adrienne Axler** CEO, Sodexo Deutschland

Durch den Abend führt **Dr. Tanja Busse**



# Essensretterbankett

13. Oktober 2015