



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Engagement gewinnt

Ausgezeichnete Projekte gegen Lebensmittelverschwendung



BUNDESPREIS 2016
FÜR ENGAGEMENT GEGEN
LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG



AUF EIN WORT MIT BUNDESMINISTER CHRISTIAN SCHMIDT MDB	1
DER ZU GUT FÜR DIE TONNE! – BUNDESPREIS FÜR ENGAGEMENT GEGEN LEBENSMITTELVerschwendung	2
DIE AUSGEZEICHNETEN UND NOMINIERTEN PROJEKTE 2016	
KATEGORIE HANDEL	4
KATEGORIE PRODUKTION	8
KATEGORIE GASTRONOMIE	12
KATEGORIE GESELLSCHAFT & BILDUNG	18
FÖRDERPREIS	24
DIE INITIATIVE ZU GUT FÜR DIE TONNE!	27
SELBST AKTIV WERDEN: IDEEN GEGEN LEBENSMITTELVerschwendung	28



AUF EIN WORT MIT BUNDESMINISTER CHRISTIAN SCHMIDT MDB

Herr Bundesminister, 2016 wurde erstmals der *Zu gut für die Tonne!* – Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung verliehen. Warum lobt Ihr Ministerium einen solchen Preis aus?

Mein Ziel ist es, die vermeidbaren Lebensmittelabfälle bis 2030 zu halbieren. Die Deutschen werfen pro Person und Jahr allein in den Privathaushalten 82 Kilogramm Lebensmittel in die Tonne. Das ist eindeutig zu viel! Zumal der größte Teil davon tatsächlich vermieden werden könnte. Wir müssen Wege finden, wie jeder von uns und wir alle miteinander Verantwortung übernehmen können, um Lebensmittelabfälle zu minimieren und unsere Lebensmittel wieder mehr wertzuschätzen. Genau hier setzt unsere Initiative *Zu gut für die Tonne!* an. Der *Zu gut für die Tonne!* – Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung zeichnet die Vorbilder und guten Beispiele aus. Damit wollen wir alle Menschen ermutigen, sich zu engagieren und ganz praktisch etwas gegen die Verschwendung zu tun.

Über 230 Bewerbungen sind für den Bundespreis 2016 eingegangen – hat Sie diese große Zahl überrascht?

Überrascht ja, aber vor allem auch sehr gefreut! Denn die große Resonanz zeigt, dass sich bereits jetzt viele Menschen über unseren verschwenderischen Umgang mit Lebensmitteln Gedanken machen und etwas dagegen tun. Ich freue mich sehr, dass der Bewusstseinswandel hin zu einer stärkeren Wertschätzung unserer Lebensmittel bereits sichtbar ist.

Welche Botschaft haben Sie für diejenigen, die sich in diesem Jahr für den Bundespreis 2017 bewerben möchten?

Zögern Sie nicht und bewerben Sie sich! Am *Zu gut für die Tonne!* – Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung kann jeder teilnehmen, der etwas gegen Lebensmittelverschwendung tut. Kleine Schritte sind dabei genauso wichtig wie die großen Ideen. Wer etwas für die Reduzierung der Lebensmittelabfälle tut oder eine Idee hat, wie in Zukunft noch weniger Lebensmittel in der Tonne landen, sollte sich für den Bundespreis 2017 bewerben. Ich freue mich darauf, im nächsten Jahr wieder viele innovative Ideen und Konzepte kennenzulernen.

Alle Informationen zum *Zu gut für die Tonne!* – Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung finden Sie unter zugutfuerdietonne.de/bundespreis

DER ZU GUT FÜR DIE TONNE! – BUNDESPREIS FÜR ENGAGEMENT GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Bis 2050 müssen weltweit Nahrungsmittel für neun Milliarden Menschen erzeugt werden und das bei begrenzten und zunehmend gefährdeten Ressourcen. Zu den von den Vereinten Nationen im September 2015 in New York verabschiedeten Entwicklungszielen zählt daher auch die Reduzierung der Lebensmittelverschwendung. Entsprechend der Agenda 2030 ist anzustreben, „die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene zu halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverluste zu verringern“. Die Bundesregierung sieht sich in der Verantwortung, die Agenda 2030 umzusetzen. Dies geht nicht allein, dazu brauchen wir Partner aus allen Bereichen der Gesellschaft, viele gute Konzepte und das Engagement aller.

Die besten Ideen oder Projekte, Produkte oder Initiativen werden mit dem *Zu gut für die Tonne!* – Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung, der 2016 erstmals verliehen wurde, ausgezeichnet. Was dabei zählt, sind eine gute Idee und der besondere Einsatz, die dabei helfen, Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Entscheidend sind:

- 1. Themengenaugigkeit:** Der Beitrag reduziert Lebensmittelabfälle – entweder direkt oder indem er die Aufmerksamkeit der Menschen auf die Problematik lenkt und anregt, das eigene Verhalten zu ändern.
- 2. Kreativität/Innovation:** Es liegt eine innovative oder kreative Idee zugrunde oder der Beitrag folgt einem ungewöhnlichen Ansatzpunkt.
- 3. Engagement:** Der Beitrag wird mit besonderem Einsatz der Beteiligten durchgeführt oder zeigt ein hohes Problembewusstsein für das Thema Lebensmittelverschwendung.
- 4. Erfolg:** Der Beitrag funktioniert nachweislich beziehungsweise eine erfolgreiche Umsetzung ist sehr wahrscheinlich. Der Beitrag ist effizient im Hinblick auf den Einsatz finanzieller/personeller Ressourcen.
- 5. Vorbildwirkung:** Der Beitrag ist auch an einem anderen Ort und/oder mit einer anderen Zielgruppe durchführbar und hat somit eine Vorbildfunktion.

In der ersten Runde des Wettbewerbs gingen 234 Bewerbungen ein. Aus diesem großen Kreis nominierte die Jury 16 Beiträge in den Kategorien Handel, Produktion, Gastronomie und Gesellschaft & Bildung. In jeder Kategorie wurde ein Bundespreis verliehen, außerdem ein Förderpreis, dotiert mit 3.000 Euro, für innovative Projekte und Ideen in der Planungs- oder Testphase.

Lernen Sie die ausgezeichneten und nominierten Projekte kennen. Lassen Sie sich inspirieren für Ihr Engagement gegen Lebensmittelverschwendung. Und bewerben Sie sich mit eigenen Ideen und Projekten für den Bundespreis 2017!



DIE JURY 2016

PROF. DR. DR. H. C. MULT. KLAUS TÖPFER
EHM. BUNDESUMWELTMINISTER (VORSITZ)
INGRID HARTGES
HAUPTGESCHÄFTSFÜHRERIN DEUTSCHER
HOTEL- UND GASTSTÄTTENVERBAND E. V.
CHERNO JOBATEY
FERNSEHMODERATOR
CHRISTOPH MINHOFF
HAUPTGESCHÄFTSFÜHRER
BUNDESVEREINIGUNG DER DEUTSCHEN
ERNÄHRUNGSINDUSTRIE E. V.
CHRISTIAN RACH
STERNEKOCH UND FERNSEHMODERATOR
VALENTIN THURN
DOKUMENTARFILMER
(„TASTE THE WASTE“)
YVONNE WILLOCKS
FERNSEHMODERATORIN UND
VERBRAUCHERJOURNALISTIN

**DIE *AUSGEZEICHNETEN*
UND NOMINIERTEN
PROJEKTE 2016**



KATEGORIE HANDEL

Wo Lebensmittel verkauft werden, landen allzu häufig auch Lebensmittel im Müll: Weil sie nicht mehr schön genug sind, weil sie das Mindesthaltbarkeitsdatum fast erreicht haben oder einfach nur, weil die Verbraucherinnen und Verbraucher auch zehn Minuten vor Ladenschluss noch alle Brotsorten frisch zur Auswahl haben möchten. Wie man diese Verschwendung eindämmen kann, dafür interessiert sich natürlich auch der Handel: Ihm geht bares Geld durch nicht verkaufte Lebensmittel verloren.

GEWINNER
KATEGORIE
HANDEL





IM ANGEBOT & SALT SOLUTIONS

Unternehmen in Kooperation, Leipzig (Sachsen)
www.imangebot.com

Der Einzelhändler IM ANGEBOT e. K. bietet mit Unterstützung der SALT Solutions GmbH Lebensmittel an, die verzehrfähig, aber nahe am Mindesthaltbarkeitsdatum oder darüber sind.

Viele Lebensmittel, die nahe am Mindesthaltbarkeitsdatum sind, werden weggeworfen, bevor sie den Handel erreichen. Oder sie werden dort aussortiert, sobald neue Ware eingetroffen ist. Nicht so bei IM ANGEBOT: Das Einzelhandelsunternehmen nimmt einwandfreie Lebensmittel vor oder gar nach Ablauf der Haltbarkeit von Produzenten direkt und von Händlern entgegen und verkauft sie über ein eigenes Filialnetz in Leipzig und Umgebung. Für dieses Geschäftsmodell ist eine andere Beschaffungs- und Einkaufsstrategie notwendig und eine Logistik, die umgehend auf die Warenanmeldungen reagiert und zügig die Filialen beliefern kann.

Die dafür notwendige IT wurde von SALT Solutions entwickelt und bereitgestellt. Ein spezielles Logistiksystem für den Einzelhandel sorgt dafür, dass sich alle Lager- und Transportprozesse optimal aufeinander abstimmen lassen, sodass bei der Planung und Steuerung alles glatt läuft. Damit bildet die Softwarelösung in Kombination mit der Geschäftsidee von IM ANGEBOT die Grundlage für die Rettung der Lebensmittel.

Gestartet als kleiner Marktstand auf dem Leipziger Wochenmarkt, betreibt das Unternehmen mittlerweile fünf Filialen. Insgesamt werden dort durchschnittlich sechs bis acht Tonnen Lebensmittel pro Tag vor dem Müll gerettet und zu stark reduzierten Preisen angeboten. Das Unternehmen versorgt so auch Menschen mit geringem Einkommen mit Lebensmitteln, die für sie zu normalen Preisen nicht erschwinglich wären.



v. l. n. r.: Chernob Jobatey, Stefan Laskowski,
Kirsten Lohmann, Christian Schmidt

DAS SAGEN STEFAN LASKOWSKI, INHABER
IM ANGEBOT E. K., UND KIRSTEN LOHMANN,
SALT SOLUTIONS GMBH

>>> *Stefan Laskowski: Das Projekt ist eigentlich eine Berufung. Durch meinen Beruf als Speditionskaufmann bin ich auf die industrielle Vernichtung von Lebensmitteln aufmerksam geworden. Und habe erkannt, dass man mit guten Lebensmitteln, die im Handel nicht mehr angenommen werden, ein tragfähiges Geschäftsmodell entwickeln kann. So war die Idee geboren, diese Lebensmittel durch eine straffe Produktionskette wieder ihrer Bestimmung zuzuführen. Kirsten Lohmann: Die Herausforderung war: Sie wissen also morgens noch nicht, was sie abends in den Läden haben werden. Dafür ein flexibles IT-System zu schaffen, war unsere Zielsetzung. Und dabei den Fehler zu vermeiden, dass Lebensmittel nicht mehr abgenommen werden können, nur weil es eine Charge frischerer Produkte gibt, deren Mindesthaltbarkeit ein oder zwei Tage länger ist. Stefan Laskowski: Die Auszeichnung mit dem Bundespreis ist Bestätigung, mit unserem Geschäftsmodell einen Nerv getroffen zu haben, und Ansporn zugleich. Dass man wahrgenommen wird, wo doch die Resteverwertung bisher immer einen negativen Anstrich hatte, ist einfach wunderbar. <<<*

DAS SAGT DIE JURY

>>> *Die Ideen, um Lebensmittelabfälle im Handel zu reduzieren, sind erstaunlich vielfältig: Ob mit Anreizen für Kunden, um zum Beispiel Lebensmittel kurz vor Ablauf des Haltbarkeitsdatums zu kaufen, über verbesserte Logistiksoftware bis hin zum Verkauf von nicht ganz perfektem Obst und Gemüse. Mit IM ANGEBOT & SALT Solutions ergab sich unter den Einreichungen ein klarer Favorit, der Logistik und sozialen Anspruch vereint. Und der uns vor allem durch die sehr hohe Anzahl von sechs bis acht Tonnen geretteter Lebensmittel pro Tag beeindruckt hat. Chernob Jobatey, Fernsehmoderator <<<*



**NOMINIERTE
KATEGORIE
HANDEL**

> BIO COMPANY

Privatwirtschaftliches Unternehmen, Berlin
www.biocompany.de

Die BIO COMPANY GmbH rettet Lebensmittel unter anderem durch ein Weitergabesystem, durch Preisreduktionen und durch Mitarbeiterschulungen.

Was nicht mehr so frisch aussieht oder nahe am Mindesthaltbarkeitsdatum ist, wird im Supermarkt oft aussortiert. Die Biomärkte der Berliner BIO COMPANY hingegen geben Rabatt auf diese Waren, sodass Kunden zum Teil sogar „abgelaufene“ Waren kaufen, die aber noch genießbar sind. Zudem sind alle Filialen dazu angehalten, Überbestellungen zu vermeiden. Bleiben dennoch Lebensmittel übrig, läuft in den Filialen ein Mehrstufensystem an: Zunächst werden die Waren der eigenen Belegschaft angeboten, dann den Tafeln, Organisationen für Obdachlosenarbeit, privaten Hilfsorganisationen oder Tierheimen. Parallel dazu arbeiten die Biomärkte mit dem Netzwerk der Initiative foodsharing e. V. zusammen, das von den Filialen benachrichtigt wird und in regelmäßigen Abständen Lebensmittel abholt. Die BIO COMPANY ist seit 2012 erster Partner von foodsharing e. V. und unterstützte die Initiative bereits in der Gründungsphase.

Intern wird auf Schulungen gesetzt. Regelmäßig werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Filialen und der Zentrale sensibilisiert für das Thema Ressourcenschonung und Vermeidung von Abfällen sowie den sorgsamem Umgang mit Recyclingprogrammen. Auch das tägliche mehrfache Überprüfen von Obst und Gemüse rettet Lebensmittel: So werden z. B. Früchte, die schlecht werden, schnell aussortiert, damit sie andere Früchte nicht „anstecken“. Das Ergebnis: Durch den Einsatz zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen ist die Müllproduktion deutlich geringer als bei vergleichbaren Einrichtungen.

DAS SAGT CHRISTIAN BAIER, BIO COMPANY GMBH

>> *Es ist uns seit unserer Gründung eine Herzensangelegenheit, Nachhaltigkeit auch tatsächlich zu leben. Dabei spielt es eine zentrale Rolle, Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Wir setzen unter anderem auf ein Mehrstufensystem: 20 Prozent Rabatt gibt es auf Lebensmittel, die etwas abgelaufen sind. 50 Prozent reduziert wird bereits abgeschriebene Ware, die morgens direkt Kunden und Mitarbeitern angeboten wird. Mittags kommen die Lebensmittelretter von foodsharing und sammeln die nicht mehr verkaufsfähige, aber noch verzehrfähige Ware ein. <<*

> THE GOOD FOOD

Unternehmen, Köln (NRW)
www.the-good-food.de

Das Start-up THE GOOD FOOD verkauft Lebensmittel weiter, die in der Industrie, bei der Produktion und in der Landwirtschaft aussortiert werden.

So wie es dem Landwirt am Herzen liegt, dass sein Gemüse gegessen wird, schmeißt auch der Produzent ungern Lebensmittel weg. THE GOOD FOOD, gestartet im Oktober 2014, bietet dafür eine Lösung. Lebensmittel, die nicht mehr so schön aussehen oder eine seltsame Form haben, bekommen beim Verkauf auf Straßenfesten und Märkten eine zweite Chance.

Das Start-up verkauft auch Waren, deren Mindesthaltbarkeitsdatum abgelaufen ist. Schließlich ist der Stichtag kein Wegwerfdatum: Er gibt lediglich an, dass das Lebensmittel seine spezifischen Eigenschaften wie Farbe, Geschmack und Konsistenz bei richtiger Lagerung bis zu dem angegebenen Datum behält. Aus rechtlicher Sicht ist der Verkauf solcher Ware erlaubt, solange die Kunden darüber informiert und aufgeklärt werden, dass das Produkt bereits abgelaufen ist und für die Lebensmittelsicherheit gesorgt wurde.

Die bisherigen Testverkäufe zeigen, dass die Idee auf Interesse stößt. Das nächste Ziel des Teams: Einen Supermarkt für Lebensmittel eröffnen, die ansonsten entsorgt würden. In einer integrierten Küche soll aus unverkäuflichem, aber genießbarem Obst und Gemüse leckeres Essen gekocht werden. Durch das geplante Ladenlokal könnten jährlich mehrere Tonnen Lebensmittel gerettet werden.

DAS SAGT NICOLE KLASKI, THE GOOD FOOD

>> *Unsere Idee entstand durch die Verärgerung über Lebensmittelverschwendung: Wenn genießbare Lebensmittel in der Tonne landen, weil sie nicht den Ansprüchen der Kunden und Händler an die Ästhetik entsprechen – wie die zweibeinigen Karotten zum Beispiel. Eben hier wollen wir ansetzen und dafür kämpfen, dass weniger einwandfreie Lebensmittel in der Tonne landen. Bei uns gibt es gute Lebensmittel, die andernorts aussortiert wurden, und alles, was wir bei der Nachlese beim Bauern ernten. Das ist immer unterschiedlich. Genau das aber stößt auf Interesse. <<*



KATEGORIE PRODUKTION

Bevor Lebensmittel auf unserem Teller landen, haben sie in der Regel schon einen weiten Weg hinter sich: Vom Acker und aus den Ställen kommen die Rohprodukte, sie werden weiterverkauft an die Großhändler und gehen schließlich an jene, die daraus Produkte fertigen, die dann in den Geschäften und letztlich auf unseren Tellern landen – von der verpackten Milch über das Brötchen bis zur Tiefkühl-Pizza. Ein langer Prozess mit vielen Arbeitsschritten, in denen Lebensmittelabfälle entstehen können.

GEWINNER
KATEGORIE
PRODUKTION





QUERFELD

Soziales Unternehmen, Berlin, München (Bayern)

www.querfeld.bio

Durch regionale Vermarktung gibt Querfeld krummem, zu kleinem oder zu großem Obst und Gemüse eine zweite Chance.

„ugly fruits“ – das ist zu kleines, zu großes oder zu krummes Obst und Gemüse. In Supermärkten verkauft wird es nur selten. Das Projekt Querfeld (vormals „ugly fruits“) bringt es wieder an die Kunden. Seit 2013 beliefert das soziale Unternehmen in Berlin und München unter anderem Kitas und Schulen mit derzeit wöchentlich 300 Kilogramm „ugly fruits“ – Tendenz steigend. Dafür nimmt Querfeld regionalen Bio-Landwirtschaftsbetrieben die saisonalen Produkte ab, die als nicht vermarktbar eingestuft werden. Die Partner schätzen, dass dies im Durchschnitt etwa 20 bis 40 Prozent jeder Ernte betrifft.

Die Vermarktung der „ugly fruits“ soll die vermeidbare Lebensmittelverschwendung reduzieren und für einen effizienteren Umgang mit Ressourcen sorgen. Den Landwirten eröffnet die Verwertung zusätzliches Einkommen. Die Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren, da die krumme Ware preiswerter als „normales“ Obst und Gemüse angeboten werden kann. Das ermöglicht beispielsweise Einrichtungen mit einem knappen Einkaufsbudget den Kauf von Bio-Lebensmitteln. Darüber hinaus will das Projekt für die Vielfalt der Natur sensibilisieren und saisonalen Konsum fördern.

Das Projekt leistet zudem Bildungs- und Aufklärungsarbeit. Durch gemeinschaftliche Aktionen wie dem Essensretterbrunch oder die Belieferung von Festivals wurden 2015 knapp fünf Tonnen „ugly fruits“ gerettet. Aktionen sowie Bildungsmaterialien für Kitas schaffen Bewusstsein für die Thematik und tragen dazu bei, auch auf individueller Ebene Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

DAS SAGEN ISABELLE BLEESER UND STEFAN KUKLA, QUERFELD

>> *Querfeld hat ganz verschiedene Absatzkanäle. Wir suchen Kooperationspartner wie Supermärkte, darüber hinaus beliefern wir aber auch schon Schulen und Kitas oder auch Smoothieläden mit Obst und Gemüse. Die Auszeichnung ist Motivation für unsere weitere Arbeit und eine Ehre, die wir in die operative Arbeit unseres Teams mitnehmen. Wir sind bei weitem nicht die Einzigen, die sich dem Thema widmen, es geht nur im Verbund. Wir möchten engagierte Teams und junge Leute dazu ermutigen, neue frische Konzepte an den Start zu bringen. <<*

DAS SAGT DIE JURY

>> *In der Produktion sind die Ansätze, Lebensmittelverschwendung zu verhindern, besonders vielfältig: Die einen bemühen sich darum, dass schon beim Bauern auf dem Feld nichts in der Tonne landet, andere versuchen das Konzept der Kreislaufwirtschaft zu nutzen und die Reste der Produktion für etwas Neues zu verwenden. Wieder andere arbeiten an technologischen Lösungen, mit denen Lebensmittelabfälle reduziert werden können. Die Entscheidung für einen Gewinner in dieser Kategorie ist uns als Jury alles andere als leicht gefallen. Überzeugt hat uns schließlich „Querfeld“ – ein Konzept, das ganz am Anfang der Produktionskette ansetzt und mit viel Engagement dafür sorgt, dass auch das Obst und Gemüse auf dem Teller landet, das nicht den Schönheitsnormen entspricht. Valentin Thurn, Journalist und Dokumentarfilmer <<*



v. l. n. r.: Valentin Thurn, Stefan Kukla, Isabelle Bleeser, Christian Schmidt



**NOMINIERTE
KATEGORIE
PRODUKTION**

> ERLEBNISBAUERNHOF GERTRUDENHOF

Landwirtschaftliches Unternehmen, Hürth (NRW)
www.gertrudenhof.info

Der Erlebnisbauernhof Gertrudenhof setzt sich mit einem ganzheitlichen Ansatz gegen Lebensmittelverschwendung ein – vom Anbau über die Vermarktung bis zur Resteverwertung.

Der Gertrudenhof setzt auf nachhaltigen Anbau ohne Monokulturen und auf mehrere Erntegänge, zum Beispiel beim Kohlanbau. So bleibt zu Kleines und zu Großes nicht auf dem Feld liegen. Beim Lagern verhindern Einrichtungen wie eine Spezialkühlkammer für Speisekartoffeln, dass Lebensmittel vorschnell verderben. Vermarktet wird alles direkt über den Bauernmarkt des Gertrudenhofs in Kooperation mit vielen Partnerhöfen. Hier wird zu reduzierten Preisen auch Obst und Gemüse mit Macken oder seltsamer Form angeboten. Was sich nicht mehr verkaufen lässt, kommt in den Fair-Teiler der Organisation foodsharing e. V., der auf dem Hof steht. Aus diesem Kühlschrank können sich Besucherinnen und Besucher kostenlos bedienen. Zudem arbeitet der Hof mit Vereinen wie Taste of Heimat e. V., Slow Food Deutschland e. V. und der Welthungerhilfe zusammen. Der Gertrudenhof klärt außerdem

auf: durch Beratung im Bauernmarkt oder auf dem Schulbauernhof mit Führungen, Nachernteaktionen und Kochevents. Das Ziel: Durch Erleben auf dem Hof begeistern und so das Einkaufs- und Konsumverhalten nachhaltig verändern.

Die Bilanz: Alles wird vermarktet und Übriges über den Fair-Teiler gerettet – täglich etwa eine halbe Palette Lebensmittel. Zudem bietet der Schulbauernhof jährlich über 1.000 Führungen für Schulklassen und Kindergärten an und klärt damit etwa 15.000 Kinder über den Wert von Lebensmitteln auf.

DAS SAGT PETER ZENS, GERTRUDENHOF

>>> *Lebensmittelabfälle zu minimieren ist für uns ein ganzheitliches Konzept. Das fängt an auf den Feldern, geht weiter mit der Vermarktung und endet nicht zuletzt in der hofeigenen Gastronomie. Vor fünf Jahren haben wir angefangen, alles auf dem Hof anzubieten, auch die krummen Gurken und die Herzkartoffel. Mittlerweile vermarkten wir die ganze Ernte. Gerade Kinder sensibilisieren wir, dass Lebensmittel wertvoll sind. Das geschieht nicht mit dem erhobenen Zeigefinger, sondern indem wir rausgehen auf die Felder. Wenn Kinder Kartoffeln ausbuddeln und wir fragen: „Was würdet ihr davon wegschmeißen?“, sagen sie: „Überhaupt nichts.“ Genau darum geht es! Darum kann ich den Kollegen nur sagen: Traut euch, geht andere Wege, dann wird es auch von den Kunden belohnt. <<<*

> MÜNCHNER KINDL SENF

Privatwirtschaftliches Unternehmen, Fürstenfeldbruck (Bayern) www.muenchner-kindl-senf.com

Die Münchner Kindl Senf GmbH verarbeitet gemeinsam mit verschiedenen Biobäckereien überschüssige Senfschalen zu Senfbrot.

In der dritten und vierten Generation werden Senfe und Soßen bei Münchner Kindl Senf hergestellt. Eine Maßgabe dabei ist eine möglichst geringe Abfallquote. Bei der Herstellung von Dijon-Senf fallen beim Aussieben der Saaten als Abfallprodukt Senfschalen an. Da diese aber sehr gut schmecken, wurde überlegt, wie man diese sinnvoll nutzen könnte. Nach langem Ausprobieren und vielen Verkostungen entstand schließlich das Senfbrot.

Von den monatlich 1.000 Kilogramm Senfschalen, die früher weggeworfen werden mussten, werden so aktuell rund 100 Kilogramm verarbeitet. Daraus fertigen unter anderem die ortsansässige Fritz Mühlenbäckerei sowie die Bäckerei Nau etwa 60 Brote im Monat, Tendenz steigend. Da es sich um Lebensmittelreste aus der direkten Produktion handelt, können

die Senfschalen einfach geliefert oder abgeholt werden. In den Bäckereien und bei Münchner Kindl Senf ist das Senfbrot so einkalkuliert, dass es neben den täglich anfallenden Arbeiten ohne Mehraufwand mit im Arbeitsfluss produziert werden kann. Das schont ebenfalls Ressourcen.

Um auch die restlichen Senfschalen zu verwerten und auf die Lebensmittelverschwendung aufmerksam zu machen, wird aktuell daran gearbeitet, dass auch Bio-Supermärkte das Brot ins Sortiment aufnehmen.

DAS SAGEN LISANA HARTL UND CATALINA HARTL, MÜNCHNER KINDL SENF GMBH

>> *Wir produzieren bio und regional, daher spielt natürlich das Engagement gegen Lebensmittelverschwendung eine große Rolle. Wir versuchen durch kleine und möglichst frische Chargen, Lebensmittelabfall zu vermeiden. Unser Ziel ist es aber, gar nichts wegzuworfen. Es gibt so viele hochwertige Lebensmittel in der Biobranche, dass es sehr schade ist, wenn diese in der Tonne landen. Es wäre schön, wenn mehr dabei mitziehen – sich Gedanken darüber machen, was sie in ihrem Unternehmen optimieren und in ihrer Produktion verbessern können, damit sie weniger wegwerfen. <<*



KATEGORIE GASTRONOMIE

Lebensmittelabfälle entstehen nicht nur, wenn wir uns zu Hause Essen zubereiten. Sie entstehen auch in der Außer-Haus-Gastronomie: mittags in der Kantine oder Mensa, beim Abendessen im Restaurant oder beim Imbiss zwischendurch. Daher betrifft die Lebensmittelverschwendung auch alle Anbieter aus dem Bereich Gastronomie: vom Caterer, über Hotels bis hin zu Kantinen, Mensen und Restaurants.

GEWINNER
KATEGORIE
GASTRONOMIE





BIOND

Privatwirtschaftliches Unternehmen, Kassel (Hessen)
www.biond.de

Die biond GmbH bereitet für Schulen und Kindertagesstätten Bio-Mittagessen fast ohne Reste zu und klärt Kinder über den Wert von Lebensmitteln auf.

Bei biond gehört die Vermeidung von Lebensmittelabfällen zum Konzept. Bei der Zubereitung von Speisen für Schulen und Kindertagesstätten entstehen fast keine Reste. Gemüseabschnitte und Putzreste werden für Gemüsefonds genutzt. In den Schulkantinen werden vor der Pause etwa zwei Drittel der erwarteten Speisen direkt zubereitet, der Rest nur bei Bedarf. Auf Vorbestellung wird verzichtet, stattdessen bietet biond eine freie Auswahl an verschiedenen Buffetstationen. Die Schülerinnen und Schüler dürfen sich dort so oft bedienen, wie sie möchten. Voraussetzung: Sie sollen nach der Mahlzeit einen leeren Teller abgeben. So wird in mehreren Gängen gegessen, statt Berge aufzuladen, die am Ende wegwerfen werden.

Ein Abfallbarometer motiviert die Kinder, keine Lebensmittelabfälle zu produzieren. Wenn eine Woche lang täglich eine festgelegte Gesamtrestemenge unterschritten wird, bekommen sie eine Belohnung. Zusätzlich wurde das „Probierchen“ eingeführt: Die Kinder können sich von jeder Speise eine kleine Probierportion geben lassen. Wenn ihnen das Gericht schmeckt, können sie mehr bekommen. So wird vermieden, dass große Portionen im Müll landen. Mit Erfolg: Laut Institut für Nachhaltige Ernährung und Ernährungswirtschaft (FH Münster) entstehen in der biond-Zentralküche pro 100 Kilogramm Roh-Lebensmittel nur 2,8 Kilogramm Abfall.

Zusätzlich leistet biond Aufklärungsarbeit. In Workshops erfahren Schülerinnen und Schüler, wie sie Reste vermeiden können, zum Beispiel wie sie zu Hause aus Obst- und Gemüseresten leckere Smoothies zubereiten können.



v. l. n. r.: Ingrid Hartges, Jana Heise,
Stephanie Winterstein, Christian Schmidt

DAS SAGT JANA HEISE,
GESCHÄFTSFÜHRERIN BIOND GMBH

>>> Für uns steht an erster Stelle, dass die Kinder eine Beziehung zu den Lebensmitteln aufbauen. Sie sollen lernen, wo Lebensmittel herkommen, wie viel Mühe, Arbeit und Leidenschaft im Anbau und der Erzeugung steckt – und dass sie die Vielfalt kennenlernen. Wir sind davon überzeugt, wenn Kinder sich trauen zu probieren und ihren eigenen Geschmack entdecken, dann gehen sie respektvoller mit Essen um und werfen dann auch weniger in die Tonne. Wir sind einen mutigen Schritt gegangen, indem wir zum Beispiel in einer Schulkantine ein Buffet anbieten, wo es üblicherweise nur ein Tellergericht gibt. Die Kinder dürfen hier an sieben Stationen das Essen selbst nach ihrem Geschmack zusammenstellen. Für uns ist der Bundespreis daher eine großartige Auszeichnung und eine Wertschätzung unserer Arbeit, aber auch ein Ansporn weiterzumachen und den Kindern ein Bewusstsein für gesunde und vielfältige Lebensmittel zu vermitteln. Darauf können wir stolz und hoffentlich auch ein Vorbild sein. <<<

DAS SAGT DIE JURY

>>> Um Lebensmittelabfälle zu reduzieren, gibt es viele gute Ideen und praktische Erfolge: Von einer optimalen Planung der wirklich benötigten Speisen über Sensibilisierung der Mitarbeiter und die Weiterverarbeitung von Resten und Tagesangeboten, die die Nachfrage nach leicht verderblicher Ware erhöhen, bis hin zur Sensibilisierung der Kunden oder dem Nutzen „geretteter“ Lebensmittel. Oftmals werden auch gleich mehrere Ansätze kombiniert. biond hat uns insbesondere dadurch beeindruckt, dass nicht nur selbst vorbildlich nachhaltig gewirtschaftet wird, sondern dass damit auch noch ein klarer Bildungsauftrag verknüpft wird. Denn hier lernen schon die Kleinsten, wie man lecker, gesund und ohne Reste essen kann. Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin Deutscher Hotel- und Gaststättenverband <<<



NOMINIERTE KATEGORIE GASTRONOMIE

> ARAMARK HOLDINGS

Privatwirtschaftliches Unternehmen,
Neu-Isenburg (Hessen) www.aramark.de

Um unnötige Lebensmittelabfälle zu verringern, setzt Aramark Holdings GmbH & Co. KG, das zweitgrößte Catering-Unternehmen Deutschlands, in allen Betrieben ein umfassendes Waste-Management-Programm um.

Großes Augenmerk liegt auf einer möglichst akkuraten Bedarfs- und Mengenplanung. So werden Überproduktion und damit Reste von zubereiteten Speisen vermieden. Trainings im Bereich der handwerklichen Verarbeitung fördern die optimale, abfallminimierende Vorbereitung. Beispielsweise werden das richtige Zuschneiden der Zutaten sowie die möglichst komplette Verwendung der eingesetzten Produkte trainiert. In allen Küchen werden anfallende Speisereste gesammelt, protokolliert und analysiert.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Bewusstseinsbildung. Transparente Abfallbehälter in jeder Küche verdeutlichen den Mitarbeitern die Abfallmengen.

Insgesamt wurden 50 Schulungen mit Betriebs- und Küchenleitungen und 600 betriebliche Trainings mit den Küchenteams durchgeführt. Ein verpflichtendes E-Learning-Programm vermittelt alle ergriffenen Maßnahmen. Aramark konnte so die vermeidbaren Speiseabfälle um rund 50 Prozent verringern.

Gegenüber Gästen und Kunden wird Lebensmittelverschwendung immer wieder thematisiert und zur Vermeidung von Abfällen aufgerufen. Im Rahmen eines Forschungsprojektes wertet das Unternehmen die Speisereste von den Tellerrückläufen der Gäste aus. Daraus sollen zusätzliche Maßnahmen zur Reduktion dieser Lebensmittelabfälle entstehen.

DAS SAGT JÜRGEN VOGL,
VORSITZENDER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG
ARAMARK HOLDINGS GMBH & CO. KG

>> *Die Wertschätzung von Lebensmitteln spielt für uns eine zentrale Rolle. Wir haben einen ganzheitlichen Ansatz. Das beginnt bei der Produktionsplanung, geht über die Lebensmittelbeschaffung und das Training der Mitarbeiter und endet bei der energetischen Wiederverwertung von Abfällen. Dennoch gibt es immer neuen Verbesserungsbedarf, und wir sind lange nicht am Ende der Potenziale. Hier Vorreiter und Vorbild zu sein, ist wichtig für uns als Gastronomen. <<*

> GASTHAUS FISCHKÜCHE RECK

Privatwirtschaftliches Unternehmen,
Möhrendorf (Bayern) www.fischkueche-reck.de

Das Gasthaus Fischküche Reck geht die Reduzierung von Lebensmittelabfällen ganzheitlich an.

Wie spart ein familiengeführtes Restaurant im À-la-carte-Bereich Lebensmittelabfälle ein? Indem es ganzheitlich denkt. So wie das Gasthaus Fischküche Reck. Hier können Gäste von fast allen Gerichten kleinere oder größere Portionen bestellen. Wer seine Beilage ändert, bezahlt nicht mehr, wird jedoch ein Bestandteil des Gerichts weggelassen, reduziert sich der Preis. Die Speisekarte weist darauf hin, dass der Service Reste auch gerne für zu Hause einpackt. Die Tageskarte beruht auf dem aktuellen Lagerbestand und der erwarteten Gästezahl. Überschüssiges Obst und Gemüse örtlicher Landwirte wird zu Marmeladen und Chutneys verarbeitet.

Darüber hinaus verwerten die Köche Lebensmittel optimal: Aus Abschnitten von Schweinefleisch stellen sie fränkische Bratwürste her. Gemüseschalen und Fleischreste verarbeiten sie ausnahmslos zu Fonds und Suppen. Karpfen, Forelle, Wels, Wild-

schwein und Reh verarbeitet das Restaurant im Ganzen, um alle Teile verwerten zu können. Das Sous-vide-Garverfahren sorgt dafür, dass gegarte Produkte ohne Verderb auf Vorrat gehalten und bei Bedarf genutzt werden können. Der Verderb frischer Lebensmittel im Lager wird durch mehrere Lieferungen pro Woche vermieden.

Alle diese Maßnahmen benötigen kaum mehr Aufwand als üblich. Bei durchschnittlich 750 Tellergerichten pro Woche produziert das Gasthaus nur etwa 200 bis 240 Liter Küchenabfälle. Darin sind alle Reste von Tellern, Schlachtabfälle von Fischen und ausgekochte Knochen und Gemüse aus Fonds enthalten.

DAS SAGT DORIS RECK-HARTMANN,
GASTHAUS FISCHKÜCHE RECK

>> *Allein durch die Nominierung haben wir gewonnen! Lebensmittelabfälle vermeiden bedeutet für uns, jeden Tag neu zu überlegen, was macht man heute, was kauft man ein. Wir setzen ganz verschieden an, einmal indem wir Gästen anbieten, kleinere oder größere Portionen zu bestellen, und indem sie ihre Beilagen wählen können, um die Tellerreste so gering wie möglich zu halten. Wir kaufen ganze Tiere, frisches Gemüse, um alles zu verwerten. Und wir lassen uns mehrmals die Woche beliefern und müssen so kaum Lebensmittel wegwerfen, weil sie beispielsweise zu lange im Kühlhaus lagen. <<*





NOMINIERTER
KATEGORIE
GASTRONOMIE

> MARITIM HOTELGESELLSCHAFT

Privatwirtschaftliches Unternehmen,
Bad Salzufen (NRW) www.maritim.de

Die Maritim Hotelgesellschaft mbH überwacht die eigenen Lebensmittelabfälle an vier Standorten zusammen mit der Universität Stuttgart – und hat die Wegwerfmengen stark reduziert.

Ob Frühstücksbuffet oder Großveranstaltungen: Die Lebensmittelabfälle in vier Maritim Hotels werden jeden Tag genau erfasst. Das Küchen- oder Servicepersonal wiegt dazu die Reste mit der Feedbackwaage „ResourceManager-FOOD“ aus. Forscher der Universität Stuttgart haben sie in Zusammenarbeit mit dem bayerischen Kompetenzzentrum für Ernährung entwickelt. Gefördert wurde das Projekt durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Sie erfasst die Lebensmittelabfälle nicht nur, sondern wertet sie auch aus und visualisiert sie in Echtzeit auf einem Bildschirm. Dies sensibilisiert das Personal für das Problem, das außerdem zuvor zum Thema Lebensmittelverschwendung geschult wurde. Gleichzeitig liefert die Feedbackwaage Informationen für eine bedarfsgerechte Vor- und Zubereitung im Küchen-

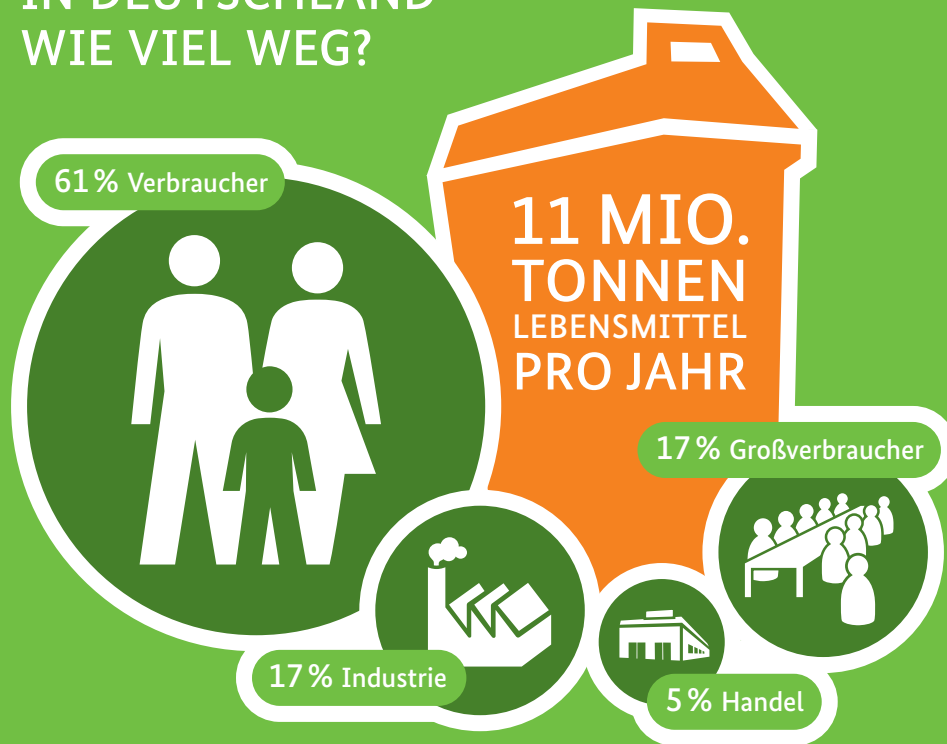
bereich. Das Projekt läuft seit 2014 und wird unter anderem ergänzt durch das Engagement der Hotelgesellschaft im Rahmen der Aktivitäten von United Against Waste e. V.

Das Ergebnis: Die Lebensmittelabfälle am Frühstücksbuffet eines Maritim Hotels wurden dauerhaft um 80 Prozent reduziert. Es gibt dort inzwischen auch rund ein Viertel weniger Abfallbehälter. Gegen Ende des Frühstücks- und Mittagsbuffets wird nun weniger produziert als vor den Messungen – eine Reaktion auf die schwächere Nachfrage gegen Ende der Buffetzeiten. Auch Portionsgrößen einzelner Gerichte und Beilagen wurden angepasst – und somit weniger eingekauft. Das Ziel: Die Abfälle sollen dauerhaft niedrig bleiben. Die Universität Stuttgart validiert alle Messungen.

DAS SAGT LUTZ NIEMANN,
MARITIM HOTELGESELLSCHAFT MBH

>> Es geht bei der Lebensmittelverschwendung zunächst um ein ethisches Problem. Wir versuchen dies in einen wirtschaftlichen Zusammenhang zu bringen. Alles was wir nicht mehr wegschmeißen, reduziert auf der einen Seite unseren Wareneinsatz, auch unter monetären Gesichtspunkten, und auf der anderen Seite sind diese Lebensmittel weiterhin für andere verfügbar. <<

WER WIRFT IN DEUTSCHLAND WIE VIEL WEG?



Verteilung der Lebensmittelabfälle nach Bereichen der Nahrungsmittelkette
Quelle: Studie der Universität Stuttgart (2012), gefördert durch das BMELV

KATEGORIE GESELLSCHAFT & BILDUNG

GEWINNER
KATEGORIE
GESELLSCHAFT
& BILDUNG

Um Lebensmittelverschwendung dauerhaft und spürbar zu reduzieren, müssen alle an einem Strang ziehen. Nicht nur der Handel, die Lebensmittelproduzenten oder die Gastronomen stehen in der Verantwortung, sondern wir alle. Der *Zu gut für die Tonne!* – Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung berücksichtigt daher in der Kategorie Gesellschaft & Bildung vor allem auch diejenigen, die sich in erster Linie aus ideellem Interesse gegen Lebensmittelverschwendung einsetzen und dies oft mit einem beeindruckenden persönlichen Aufwand tun.





FOODSHARING

Gemeinnützige Organisation, Köln (NRW)

www.foodsharing.de

Foodsharing e. V. bietet Privatpersonen und Betrieben die Möglichkeit, überschüssige Lebensmittel zu retten.

Die Ziele des gemeinnützigen Vereins foodsharing sind vielfältig: Bewusstsein für das Thema Lebensmittelverschwendung schaffen, Überproduktion senken, allen Menschen ermöglichen, sich selbstständig gegen Lebensmittelverschwendung stark zu machen, Gleichgesinnte zusammenbringen und Leuten in Not helfen.

Zentrales Angebot des Vereins ist die Plattform foodsharing.de. Wer Lebensmittel übrig hat, kann diese hier kostenlos anbieten, statt sie wegzuerwerfen. Nutzer können sie in digitale Essenskörbe legen. Diese werden auf einer digitalen Landkarte angezeigt, sodass Interessierte Angebote aussuchen und die Abholung verabreden können. Über die foodsharing-Plattform werden bei 2.500 Betrieben wie Bäckereien, Supermärkten, Großhandel oder Marktständen Lebensmittel abgeholt, die unverkäuflich, aber noch genießbar sind. Dabei wird eng mit den Tafeln zusammengearbeitet. Außerdem steht das Netzwerk in Kontakt mit Bauern, veranstaltet Ernteaktionen und setzt sich für mehr Bewusstsein für regionale Produkte ein. Für Menschen ohne Internetzugang hat foodsharing zudem über 300 Fair-Teiler aufgestellt: Öffentlich zugängliche Kühlschränke und Regale, in die jeder überschüssige, genießbare Lebensmittel stellen kann.

Bei foodsharing engagieren sich 400 Botschafterinnen und Botschafter sowie 18.000 Foodsaver und 115.000 foodsharing-Nutzer ehrenamtlich. Bis Anfang 2016 wurden bereits fast vier Millionen Kilogramm Lebensmittel abgeholt und verteilt.



v. l. n. r.: Raphael Fellmer, Yvonne Willicks, Frank Bowinkelmann, Christian Schmidt

DAS SAGEN RAPHAEL FELLMER UND FRANK BOWINKELMANN, FOODSHARING E. V.

>> *Frank Bowinkelmann: Ich weiß nicht mehr, wer die Initialzündung gegeben hat. Auf jeden Fall sind wir bei der Arbeit zum Film „Taste the Waste“ irgendwann darauf gekommen: Wir können auch selbst etwas gegen Lebensmittelverschwendung tun. Dann haben wir neben dem Film direkt geplant, die Internetseite foodsharing.de zu starten, zunächst mithilfe von Crowdfunding. Die Resonanz hat uns dann schlicht überrollt. Als wir 2012 an den Start gingen, haben wir nicht damit gerechnet, dass sich so viele Menschen bei uns engagieren wollen. Raphael Fellmer: Der Preis ist eine große Anerkennung für die Menschen, die sich ehrenamtlich beteiligt haben und immer noch beteiligen: Die mittlerweile 18.000 Foodsaver, die täglich rund 1.000 Abholungen bei unseren 2.500 Kooperationspartnern meistern. foodsharing hat dank ihnen nun schon fast vier Millionen Kilogramm Lebensmittel gerettet. Das ist aber bei weitem noch nicht genug. foodsharing hat daher noch großes Potenzial zu wachsen – und das nicht nur in Deutschland: Interessierte aus über 40 Ländern wollen das Konzept gern anwenden. Frank Bowinkelmann: Ein anderes Ziel wird die Bildungsarbeit sein: Wir wollen junge Menschen dazu bringen, ihren eigenen und den Umgang der Gesellschaft mit Lebensmitteln kritisch zu hinterfragen. In der Hoffnung, dass sie es einmal besser machen. <<*

DAS SAGT DIE JURY

>> *Ob betont regional oder als Idee, die an vielen Orten verwirklicht werden kann: Was den vielen Projekten gegen Lebensmittelverschwendung gemeinsam ist, ist ihre Strahlkraft. Auch kleine Projekte machen auf das Problem aufmerksam, bieten die Möglichkeiten sich zu beteiligen oder regen an, etwas Eigenes auf die Beine zu stellen. Wir haben uns entschieden, mit foodsharing das Projekt auszuzeichnen, das ein Grundprinzip erfunden hat, das viele andere Projekte mittlerweile übernommen haben, und das damit eindeutig eine Vorreiterrolle einnimmt. Yvonne Willicks, Fernsehmoderatorin und Verbraucherjournalistin <<*



**NOMINIERT
KATEGORIE
GESELLSCHAFT
& BILDUNG**

> MARMELADE FÜR ALLE!

Gemeinnütziger Verein, Hannover (Niedersachsen)
www.marmelade-fuer-alle.de

MARMELADE FÜR ALLE! ist eine Kampagne der Arbeitsgemeinschaft der Evangelischen Jugend in Deutschland e. V. Dabei retten Engagierte Obst vor dem Verderb, indem sie daraus Köstlichkeiten kochen.

Die Aktivistinnen und Aktivisten von MARMELADE FÜR ALLE! fragen bei Gartenbesitzerinnen und -besitzern nach nicht geernteten Früchten und im Handel nach Früchten, die wegen Macken oder ihrer Form aussortiert werden. Daraus kochen die meist jungen Beteiligten Marmelade und lernen dabei heimische Früchte und ihre Verarbeitung kennen. Beim gemeinsamen Kochen kommt das Gespräch automatisch auf Lebensmittelverschwendung und die Zusammenhänge von Konsumgewohnheiten, Welthandel und möglichen Hungerproblematiken, wie zum Beispiel im Rahmen der letzten Deutschen Evangelischen Kirchentage.

Die produzierten Köstlichkeiten werden direkt oder später bei Gruppenaktivitäten wie Freizeiten und Seminaren gegessen. Was zu viel ist, kann als besonderes Geschenk oder Tauschobjekt eingesetzt werden.

MARMELADE FÜR ALLE! will die Wertschätzung für Lebensmittel steigern und Menschen motivieren, die Ressourcen vor ihrer Haustür zu nutzen. Mit Genuss und Spaß wird für einen nachhaltigen, verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln sensibilisiert. Im Fokus stehen Kinder und Jugendliche: ob bei öffentlichen Veranstaltungen, in Gemeindegruppen oder Camps. Umsetzbar ist die Aktion aber in jeder Küche – egal ob im Privaten, im Gemeinde- oder Jugendzentrum oder im Zeltlager.

DAS SAGT DR. KARSTEN SCHULZ,
 ARBEITSGEMEINSCHAFT DER EVANGELISCHEN
 JUGEND IN DEUTSCHLAND E. V. (AEJ)

>> *Sich mit Lebensmitteln zu beschäftigen und daraus gemeinschaftlich Köstlichkeiten zu kochen, ist eines der Ziele von MARMELADE FÜR ALLE!. Doch dahinter steckt mehr: Wenn wir hierzulande unsere Früchte verwenden statt verschwenden und daraus beispielsweise Marmelade kochen, vermeiden wir, dass Hungerprobleme in anderen Ländern entstehen. Denn viele Früchte, die in den hier verkauften Marmeladen zu finden sind, kommen eben aus solchen Ländern und fehlen dann dort. <<*

> FOODFIGHTERS

Gemeinnützige Organisation, Ubstadt-Weiher
(Baden-Württemberg) www.foodfighters-verein.de

FoodFighters e. V. setzt sich vielfältig für mehr Wertschätzung und gegen Verschwendung von Lebensmitteln ein.

„Lebensmittelverschwendung geht jeden an!“: Mit diesem Slogan kämpft der Verein FoodFighters gegen Lebensmittelverschwendung. Er berät Entscheider aus Wirtschaft und Politik sowie Verbraucherinnen und Verbraucher und führt insbesondere Kinder als Entscheider der Zukunft an dieses wichtige Thema heran.

Mit einem 2013 erstmals gestarteten Schulprojekt ermöglicht FoodFighters es Kindern aus sozialen Brennpunkten, etwas über die Herkunft von und den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln zu lernen. Mit diesem Angebot werden Schülerinnen und Schüler sowie das Schulpersonal erreicht. Das Projekt lässt sich auf viele Organisationen übertragen, zum Beispiel auf Kindergärten, Universitäten und soziale Verbände, die Kantinen betreiben. Die Bilanz: Rund 1.575 Tonnen Lebensmittel wurden bisher vor der Vernichtung gerettet.

Darüber hinaus klärt der Verein auf: Durch Medienpräsenz, Veranstaltungen und Aktionen lenkt er die Aufmerksamkeit auf die Themen Wertschätzung und Verschwendung von Lebensmitteln, Nachhaltigkeit und ausgewogene, bewusste Ernährung. Seit mehr als 25 Jahren setzt sich Vereinsgründer Michael Schieferstein und seit rund vier Jahren der Verein ehrenamtlich an Schulen, in karitativen Organisationen, bei Obdachlosen und in Kirchen ein. Er bildet darüber hinaus Jugendliche „aus der zweiten Reihe“ aus, die heute zum Teil als Spitzenköche und als Multiplikatoren tätig sind. Auch politisch engagiert sich der Verein unter anderem für einen Bundesausschuss gegen Lebensmittelverschwendung.

DAS SAGT MICHAEL SCHIEFERSTEIN,
FOODFIGHTERS E. V.

>> *Man muss nicht unbedingt eine große Initiative sein, um etwas zu tun. Es reicht schon aus, in der eigenen Familie anzufangen und wirtschaftlicher einzukaufen, nachhaltiger alles zu verwerten, nicht mit Hunger einzukaufen. Wenn ich all dies bewusst tue, habe ich schon etwas richtig gemacht – und dann kann ich auch etwas verändern. Unser Ziel ist es, den bewussten Umgang mit und die Wertschätzung von Lebensmitteln, die in unserem Schulprojekt gezeigt werden, auch bundesweit im Unterricht zu verankern. <<*





NOMINIERTE KATEGORIE GESELLSCHAFT & BILDUNG

> SCHNIPPELDISKO

Projekt von Slow Food Youth Deutschland, Berlin
www.slowfoodyouth.de

Slow Food Youth Deutschland rettet mit der Schnippeldisko verformtes, aber schmackhaftes Gemüse vor der Tonne und hat damit eine kulturübergreifende, virale Bewegung geschaffen.

Zweibeinige Möhren oder Äpfel mit Druckstellen sind zu wertvoll und zu nahrhaft, um weggeworfen zu werden. Nicht zuletzt weil für deren Produktion natürliche Ressourcen und Arbeitszeit verbraucht wurden. Für die Schnippeldisko wird Gemüse beim Erzeuger eingesammelt und während einer öffentlichen Veranstaltung mit coolen Beats eines DJ, z. B. von der Green Music Initiative, geschnippelt und schließlich zu einem genussvollen Mahl verarbeitet.

Slow Food Youth versteht die Schnippeldisko als eine kulinarische Protestaktion, die darauf abzielt, das Bewusstsein für das Thema Lebensmittelverschwendung und für andere Prozesse des Lebensmittelsystems zu schärfen. Viel zu oft bleiben vermeintlich unverkäufliche Ernterückstände auf den Feldern liegen. Mit dem Aktionsformat sollen Verbraucherinnen und Verbraucher dafür sensibilisiert werden, dass Gemüse und Obst auch dann gut schmeckt, wenn es nicht den Marktnormen entspricht.

Die Schnippeldisko wurde 2012 von Aktivisten des Slow Food Youth Deutschland-Netzwerkes initiiert und bisher schon in über 20 Ländern durchgeführt – z. B. in den USA, Südkorea, Brasilien und Kenia. Viele tausend Tonnen Gemüse wurden so gerettet und andere Aktionen wie die Disco-Soup-Bewegung in Frankreich dadurch inspiriert. Das Format wurde u. a. auf der EXPO 2015 präsentiert und im Rahmen des UN-Preises Champions of Earth lobend erwähnt.

DAS SAGEN NADJA FLOHR-SPENCE UND
FREDERIK SCHULZE-HAMANN, SLOW FOOD
YOUTH DEUTSCHLAND

>>> *Die Schnippeldisko ist mittlerweile eine globale Bewegung, die in über 20 Ländern stattfindet. Dabei sind Freude und Spaß wesentliche Elemente, aber sie ist auch eine Art Lerngemeinschaft. Hier kommen wir durch das Schnippeln von zumeist krummem und schiefer Gemüse und Obst, eben wunderschönen Lebensmitteln, sowie über das gemeinsame Essen zusammen. Unser Ziel ist es, sich beim gemeinsamen Genuss über den Wert von Lebensmitteln auszutauschen. Das ist wichtig, um eine Bewusstseinsveränderung in der Gesellschaft zu erreichen! <<<*



>> *DAS GEMEINSAME ZIEL BIS 2030:*
50 % WENIGER LEBENSMITTELABFALL <<

CHRISTIAN SCHMIDT MDB
BUNDESMINISTER FÜR ERNÄHRUNG
UND LANDWIRTSCHAFT

FÖRDERPREIS

Engagement gegen Lebensmittelverschwendung verdient Unterstützung. Damit aus ersten Ideen und Konzepten erfolgreiche Projekte oder Geschäftsmodelle werden, ist es oft ein weiter Weg. Der *Zu gut für die Tonne!* – Bundespreis für Engagement gegen Lebensmittelverschwendung dient deshalb nicht nur dazu, bereits in die Tat umgesetztes Engagement mit einer Auszeichnung zu würdigen. Er soll auch solche Ideen fördern, die noch ganz am Anfang stehen, aber besonders vielversprechend sind.

GEWINNER
FÖRDERPREIS





NIMM MICH ZUERST!

Konzept im Rahmen einer Bachelorarbeit, Köln,
Willich (NRW) [facebook.de/nimmichzuerst](https://www.facebook.de/nimmichzuerst)

Das Konzept „Nimm mich zuerst!“ von Noelle Gangloff unterstützt Supermärkte bei der Vermarktung von Lebensmitteln, die nicht mehr lange haltbar sind.

Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum in Kürze abläuft, landen in Supermärkten häufig im Abfall, obwohl sie noch genießbar wären. Die Idee von „Nimm mich zuerst!“, diese Lebensmittel werden mit einem Sticker mit der Aufschrift „Nimm mich zuerst. Ich schmecke lecker. Ich bin unbedenklich.“ gekennzeichnet. Ein Roll-up weist zusätzlich auf die Preisreduzierung dieser Produkte hin. Dahinter steht ein Belohnungssystem: Die Käuferinnen und Käufer erhalten für jedes gekennzeichnete Produkt einen Stempel auf einer Stempelkarte. Wer diese voll hat, erhält einen Einkaufsgutschein im Wert von fünf Euro, der direkt eingelöst werden kann.

Der Vorteil für den Handel: Er reduziert die Ausschussware, schont Ressourcen und spart Entsorgungskosten. Zudem kommuniziert er ein nachhaltiges Qualitätsbewusstsein. Auch der direkte Discountcharakter wird vermieden. Das Konzept fördert die Kundenbindung, da die Kunden durch die Stempelkarte animiert werden, gezielt bei diesem Unternehmen einzukaufen. Sie sparen durch die Preisreduzierung Geld und werden zusätzlich mit dem Einkaufsgutschein belohnt.

Noelle Gangloff entwickelte „Nimm mich zuerst!“ im Rahmen ihrer Bachelorarbeit an der Köln International School of Design. Im Juli 2015 fand das Pilotprojekt bei EDEKA Zielke in Willich statt. Seit Beginn des Projekts wurden acht Prozent weniger Molkereiprodukte weggeworfen, pro Monat sind das circa 220 Euro weniger Verlust. Zudem hat EDEKA Zielke 9,8 Prozent mehr Ertrag bei den reduzierten Produkten erzielt.

DAS SAGT NOELLE GANGLOFF,
NIMM MICH ZUERST!

>>> *Bei mir fing es mit dem Blick in den Mülleimer an. Da habe ich selbst gemerkt: Ich werfe unglaublich viel weg! Das war mir gar nicht bewusst. Das Ziel meines Projekts ist es, durch eine Allianz von Handel und Verbraucher Lebensmittelabfälle zu vermeiden und mehr Bewusstsein zu erzeugen. Jetzt ist der Ansporn da, das Projekt bekannter zu machen, mit Händlern in Kontakt zu treten und zu versuchen, es in die Supermärkte zu bringen. Zunächst in Köln, irgendwann vielleicht bundesweit. Damit es irgendwann normal ist, gemeinsam auf diese Weise die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. <<<*

DAS SAGT DIE JURY

>>> *Es ist nicht leicht gefallen, sich zwischen zwei Favoriten für den Förderpreis zu entscheiden. Unsere Wahl fiel auf „Nimm mich zuerst!“ von Noelle Gangloff, eine Idee, wie Supermärkte Waren kurz vor dem Verfallsdatum einfacher verkaufen können, ohne die Lebensmittel als „Billigware“ zu entwerten. Dies hat uns gefallen, weil die Idee so einfach, praktikabel und in allen Läden – egal ob Bio, Premium oder Discounter – umsetzbar ist. Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. <<<*



v. l. n. r.: Christoph Minhoff, Noelle Gangloff, Christian Schmidt



NOMINIERTE FÖRDERPREIS

> RESTLOS GLÜCKLICH

Verein und UG, Berlin
www.restlos-gluecklich.berlin

Köstliche und kreative Gerichte aus geretteten Lebensmitteln – das ist das Konzept von RESTLOS GLÜCKLICH e.V.

Das Restaurant will vorwiegend mit aussortierten Lebensmitteln von Supermärkten, dem Groß- und Einzelhandel und auch von Bauern kochen, die aus ästhetischen oder anderen Gesichtspunkten nicht mehr verkauft werden. Das soll die Wertschöpfung dieser Lebensmittel verlängern und verhindern, dass diese im Abfall enden. Den Gästen soll das Konzept vor Augen führen, dass aussortierte Lebensmittel noch völlig genießbar sind, und so für mehr Wertschätzung von Lebensmitteln sorgen. Das Restaurant ist als gesellschaftliches Gemeinschaftsprojekt geplant. Nur ein Koch und eine Restaurantleitung werden bezahlt, die Servicekräfte und Küchenhilfen arbeiten wie das Kernteam ehrenamtlich.

Die erwirtschafteten Gewinne sollen in ein Bildungsangebot fließen: Erwachsene werden in Kochkursen lernen, selbst wieder kreativer mit Resten umzugehen. Sie lernen beispielsweise, dass man aus altem Brot, braunen Bananen und zu reifem Obst noch

leckere Brotchips, Bananenbrot oder Chutney zaubern kann. Und sie bekommen Tipps, wie man bei Einkauf und Lagerung Lebensmittelabfälle im eigenen Haushalt vermeiden kann. Auch für Kinder und Jugendliche soll es Kochkurse sowie spielerische Lernangebote zum Thema Lebensmittelverschwendung und zur Herkunft unseres Essens geben.

Eine erfolgreiche Crowdfunding-Kampagne hat den Grundstein für die Finanzierung gelegt, die Suche nach weiteren Sponsoren läuft. Zusätzliches Kapital erwirtschaftet das Team, indem es Caterings anbietet.

DAS SAGT LEONI BECKMANN,
 RESTLOS GLÜCKLICH E.V.

>> *Wir wollen auf kulinarische Art und Weise etwas gegen Lebensmittelverschwendung tun. In unserem Lokal kochen wir mit Lebensmitteln, die aus unterschiedlichen Gründen nicht mehr verkauft werden können. So wollen wir unsere Gäste kulinarisch davon überzeugen, ihr eigenes Konsum- und Essverhalten zu verändern. Wir bekommen mehrmals die Woche Lebensmittel, aus denen unser Koch ein täglich wechselndes Menü kreiert. Mit den Gewinnen aus dem Lokal finanzieren wir Bildungsprojekte, beispielsweise Kochkurse und Workshops an Schulen, damit auch Kinder und Jugendliche Lebensmittel als Mittel zum Leben wieder mehr wertschätzen. <<*

DIE INITIATIVE ZU GUT FÜR DIE TONNE!



DIE APP

Über 430 Resterezepte von Sterneköchen, prominenten Kochpaten und Hobbyköchen. Tipps zum Einkauf, zur Lagerung und Verwertung von Lebensmitteln. Ein Lebensmittellexikon informiert über Lagerung und Haltbarkeit. Der Einkaufsplaner hilft dabei, das zu kaufen, was wirklich gebraucht wird.
zugutfuertonne.de/app

WEB-ANGEBOTE

Tipps, Wissenstest, einen interaktiven Partyplaner und zahlreiche Rezepte für die Resteküche finden Sie auf der Website. Über Twitter und per Newsletter halten wir Sie über Aktionen auf dem Laufenden und geben saisonale Tipps gegen Lebensmittelverschwendung.
zugutfuertonne.de
twitter.de/zgfdt



SCHULMATERIALIEN

Arbeitsblätter und Lehrerheft zum Thema Lebensmittelverschwendung für die Klassenstufe 3 bis 6 und für die Klassenstufe 7 bis 9 im Klassensatz kostenfrei erhältlich.
zugutfuertonne.de/schulmaterial



MATERIAL FÜR PARTNER

Materialien für Initiativen, Ausstellungen, Veranstalter, Kommunen, Lehrkräfte oder andere Engagierte: von Broschüren und Leitfäden über Poster in diversen Größen bis hin zu Aufklebern und Bastelbögen.
zugutfuertonne.de/service



AKTIONSTAGE

Unter dem Motto „Wir retten Lebensmittel!“ veranstaltet *Zu gut für die Tonne!* mit den Partnern Slow Food Deutschland e. V. und dem Bundesverband Deutsche Tafel e. V. regelmäßig Aktionstage gegen Lebensmittelverschwendung.
zugutfuertonne.de/aktionstage



SELBST AKTIV WERDEN: IDEEN GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Sie möchten sich ebenfalls gegen Lebensmittelverschwendung engagieren? Mit Ihrem Unternehmen, Ihrer Initiative oder an Ihrer Schule oder auch privat? Die Initiative *Zu gut für die Tonne!* unterstützt Sie dabei. *Zu gut für die Tonne!* wurde 2012 vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ins Leben gerufen. Mit der Initiative setzt sich das Bundesministerium gegen das Wegwerfen von Lebensmitteln ein. Akteure aus Industrie, Handel, Gastronomie und Landwirtschaft, aber auch Verbraucherverbände, Kirchen und NGOs unterstützen es dabei.

IDEEN ...

... FÜR VERANSTALTER UND UNTERNEHMEN: LEBENSMITTEL WEITERGEBEN

Geben Sie nach Veranstaltungen übrig gebliebene, genussfähige Lebensmittel an lokale Initiativen, die diese für soziale Zwecke weiterverwerten, zum Beispiel Die Tafeln, Kirchen, Suppenküchen oder foodsharer. Das brauchen Sie dazu: Leitfaden zur Abgabe von Lebensmitteln an soziale Einrichtungen, Kontakte zu Tafeln oder foodsharern vor Ort.

... FÜR KOMMUNEN, INITIATIVEN UND VEREINE: MITMACHAKTIONEN VERANSTALTEN

Retten Sie gemeinsam Lebensmittel, veranstalten Sie Diskussionsrunden oder Informationsabende in Ihrem Verein, Ihrer Schule oder Ihrer Gemeinde. Binden Sie Erzeuger, Handel und Handwerk ein und laden Sie Gesprächspartner aus Ihrer Region ein, die sich mit Lebensmitteln beschäftigen. Das brauchen Sie dazu: Passende Räumlichkeiten, regionale Partner, zum Beispiel Slow Food, Schulen, die Tafeln oder Marktbetreiber, einen möglichst zentralen Ort, unter Umständen Genehmigungen und Versicherungen, Werbematerialien, Helfer, Lebensmittelreste, zum Beispiel aus dem Handel oder von Erzeugern bereitgestellt, Koch und Kochausrüstung, Tische/Bänke oder Picknickdecken.

... FÜR ALLE: INFORMIEREN

Machen Sie auf eigene Aktivitäten aufmerksam und verbreiten Sie praktische Tipps gegen Lebensmittelverschwendung. Werbematerialien – zum Beispiel Poster, Broschüren, Onlinebanner, Postkarten und eine Ausstellung – erhalten Sie von uns. Das brauchen Sie dazu: Werbe- und Infomaterialien, Auslege- und Aushangmöglichkeiten, Genehmigung zur Verteilung von Werbe- und Infomaterialien.

... FÜR GASTRONOMEN: AKTION „RESTLOS GENIESSEN“

Gemeinsam mit Greentable, dem Infoportal für nachhaltige Gastronomieangebote hat *Zu gut für die Tonne!* 2015 über 17.600 kompostierbare „Beste-Reste-Boxen“, in denen sich übriggebliebenes sicher und umweltfreundlich nach Hause transportieren lässt, an Restaurants verteilt. Die Boxen können weiterhin kostenpflichtig bestellt werden. Das brauchen Sie dazu: Die Boxen finden Sie im Programm der METRO. Das Bestellpaket wird ergänzt durch kostenfreie Türaufkleber und Speisekartenaufsteller. Informationen und Bestellhinweise unter: www.restlos-geniessen.de

... FÜR VERANSTALTER: RESTLOSE EVENTS ORGANISIEREN

Nichts ist ärgerlicher, als wenn bei Veranstaltungen oder Empfängen am Ende Reste bleiben. Mit der richtigen Planung lässt sich das vermeiden. Planen Sie Ihre Events nachhaltig, planen Sie vorausschauend und verwerten Sie die übrig gebliebenen Lebensmittel. Das brauchen Sie dazu: Leitfaden von *Zu gut für die Tonne!* zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen bei Veranstaltungen mit Verpflegung. Er enthält Informationen und Checklisten zur restefreien Veranstaltungsplanung.



Lebensmittel- verschwendung hat ihren Preis. Engagement dagegen auch.

**JETZT
BEWERBEN!**

zugut fuer dietonne.de/bundespreis

BUNDESPREIS 2017
FÜR ENGAGEMENT GEGEN
LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
Referat 213 – Grundlagen der Ernährung, Konsumverhalten
Wilhelmstraße 54, 10117 Berlin
www.bmel.de

KONTAKT

Zu gut für die Tonne!
Eine Initiative des BMEL
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn

Tel.: +49 (0)228 99 68 45-7340
Fax: +49 (0)228 68 45-7111
E-Mail: kontakt@zugutfuerdietonne.de
www.zugutfuerdietonne.de

KONZEPT, TEXT UND GESTALTUNG

MediaCompany – Agentur für Kommunikation GmbH
malzwei Grafikdesign

FOTOS

Titel: istockphoto.de, theboone
S. 1, 5, 9, 13, 19, 25: BMEL, photothek.net, Michael Gottschalk
S. 2: BMEL, photothek.net, Thomas Trutschel
S. 4: istockphoto.de, IGphotography
S. 6: Justus Worbs
S. 7: Anja Heppekausen/alittlestyle.de
S. 8: Daniel Parnitzke
S. 10: Gertrudenhof
S. 11: Münchner Kindl Senf
S. 12: biond
S. 14: Aramark
S. 15: Gasthaus Fischküche Reck
S. 16: Maritim Hotelgesellschaft
S. 18: foodsharing
S. 20: MARMELADE FÜR ALLE!
S. 21: Michael Schieferstein
S. 22: Janne Tervonen
S. 23: Ingo Hilmer
S. 24: Noelle Gangloff
S. 26: Andreas Chudowski

DRUCK

Bonifatius GmbH, Paderborn
gedruckt auf 100 % Recyclingpapier

STAND

Juli 2016

Diese Broschüre wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMEL kostenlos herausgegeben. Sie darf nicht für Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.