



Info-Materialien für Gaststätten und Food Service

Tellerabfälle gemeinsam mit den Verbrauchern reduzieren

Inhalt

Dieser Leitfaden wurde für viele unterschiedliche Unternehmen zusammengestellt und enthält eine Vielzahl an Ratschlägen, Ideen und Vorschlägen für Aktivitäten und Hilfsmittel. Bitte suchen Sie sich die heraus, die für Ihr Unternehmen am geeignetsten sind und passen Sie diese auf Ihre Bedürfnisse an.

<u>Lebensmittelabfälle vermeiden und Geld sparen</u>	S. 3	<u>Möglichkeiten von „Love Food Hate Waste</u>	S. 14
<u>Verbraucherbefragung</u>	S. 4	<u>Beispiele für die gezielte Auswahl der Gerichte</u>	S. 16
<u>Warum Kunden ihre Teller nicht leer essen – Untersuchungsergebnisse</u>	S. 5	<u>Beispiele für Hinweise am Buffet</u>	S. 17
<u>Details der Untersuchungsergebnisse</u>	S. 7	<u>Beispiele für Portionsgrößen</u>	S. 18
<u>Tellerabfälle in Ihrem Unternehmen überwachen</u>	S. 8	<u>Ansprechpartner</u>	S. 19
<u>Aktionen zur Reduzierung von Tellerabfall</u>	S. 9	<u>Anhang - Hinweise für den Gebrauch von Mitnahmebehältern</u>	S. 20
<u>Hinweise für Kunden</u>	S. 10		
<u>Nutzen Sie „Love Food Hate Waste“ zur Vermeidung von Tellerabfall der Kunden</u>	S. 13		

Lebensmittelabfälle vermeiden und Geld sparen

Gemäß einer Studie von WRAP aus dem Jahr 2009 wurden in Hotels, Pubs, Restaurants und Schnellrestaurants Großbritanniens 600.000 t Lebensmittelabfälle entsorgt.

- Einige der Abfälle waren Schalen und Knochen, doch die Mehrzahl ist (oder war) völlig gutes Essen.
- Stück für Stück summiert sich dieser Abfall.
- Die WRAP-Studie ergab, dass die Gaststätten in UK über 720 Mill. £ (ca. 835 Mill. €) pro Jahr sparen könnten, wenn kein gutes Essen weggeworfen (und Lebensmittelabfälle wie Schalen und Knochen einer anaeroben Vergärung unterworfen) werden würden.

Zwei Unternehmen aus dem Gaststättengewerbe haben bereits gespart, in dem sie weniger wegwerfen und mehr recyceln.

Strattons ist ein kleines, familiengeführtes Hotel in Norfolk. In nur einem Jahr (2010-2011) sparte das Hotel über 16.000 £ (etwa 18.500 €).

Durch eine Reihe innovativer Maßnahmen sparte die **Spirit** Pub Company über 1,6 Mill. £ (etwa 1,85 Mill. €) ein. Das waren etwa 65% der Gesamtabfallkosten.

Lebensmittelabfälle tragen erheblich zum Klimawandel bei, denn die meisten Abfälle landen auf Müllkippen, verrotten dort und setzen Methan frei, ein schädliches Treibhausgas. Es ist also eine enorme Verschwendung von Energie, Wasser und Verpackung, die für die Produktion, den Transport und die Lagerung angefallen sind.

Ihre Kunden machen sich auch ihre Gedanken dazu. Der **World Menu Report 2** - Sustainable Kitchens, Unilever Food Solutions 2011, berichtet, dass 82% der britischen Verbraucher angeben, dass sie Bedenken wegen der Abfallmengen haben, die täglich in Restaurants und Kantinen entsorgt werden.

Love Food Hate Waste

Love Food Hate Waste (LFHW) hilft bei der Vermeidung von Lebensmittelabfällen zu Hause, denn die Hälfte aller Lebensmittelabfälle in UK stammt aus den Haushalten.

LFHW hat jetzt auch eine Verbrauchenumfrage zum Thema Lebensmittelabfall in der Außer-Haus-Verpflegung durchgeführt und dieses Info-Material entwickelt, damit Sie gemeinsam mit Ihren Kunden die Abfälle auf den Tellern angehen können.



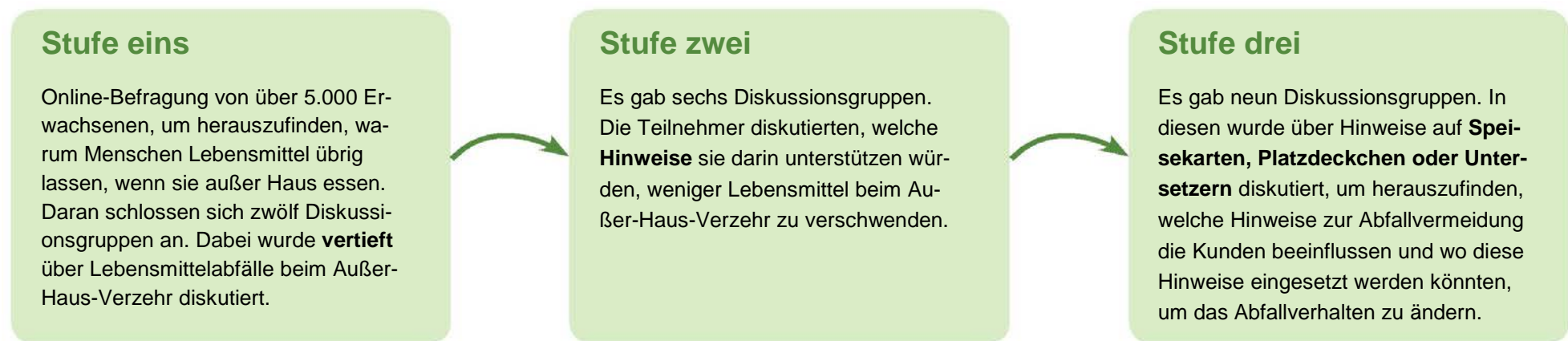
Verbraucherbefragung

Von 2012 bis 2013 hat WRAP umfangreiche Umfragen durchgeführt, um herauszufinden, **warum** bei der Außer-Haus-Verpflegung in Großbritannien Lebensmittel weggeworfen werden und zwar in

- Restaurants
- Pubs
- Schnellrestaurants
- Hotels
- Betriebskantinen
- Freizeiteinrichtungen.

Dabei wurde auch ermittelt, **welche Lebensmittel** auf den Tellern übrig bleiben und **was unternommen werden kann**, um die Menge an Lebensmittelabfall zu reduzieren.

Hier ist ein Überblick über den Ablauf der Untersuchung.



Warum Kunden ihre Teller nicht leer essen – Untersuchungsergebnisse

In diesem Abschnitt finden Sie die Ergebnisse der Untersuchung.

Weitere Einzelheiten sind im Untersuchungsbericht und in PowerPoint-Dateien aufgeführt. Die entsprechenden Links finden Sie auf [Seite 7](#).

- Die meisten Menschen wollen nicht über Lebensmittelabfälle nachdenken, wenn sie auswärts essen. Drei Fünftel der Befragten aus Stufe eins stimmten der Aussage zu „Ich will nicht über Essensreste nachdenken, wenn ich auswärts esse“.
 - Als Hauptgrund für Essensreste auf dem Teller wurden zu große Portionen angegeben - 41%.
 - Die Befragten bemängelten, dass die Portionen festgelegt seien und nicht von ihnen kontrolliert werden könnten.
 - Am meisten bleiben Pommes frites, Gemüse und Salat (einschließlich Garnitur) auf den Tellern der Kunden übrig. Diese Lebensmittel werden als „Tellerfüller“ angesehen und nicht als Teil der bestellten Mahlzeit. Für manche waren es nicht einmal Lebensmittel, insbesondere die Salatgarnitur nicht.
 - 32% der britischen Verbraucher lassen Pommes frites auf ihrem Teller zurück, 18% das Gemüse, 11% Fleisch/Fleischerzeugnisse und 11% Salat/Krautsalat oder Kartoffeln.
 - Am meisten lassen Kunden in Hotels, Pubs und Restaurants Essensreste auf dem Teller zurück im Vergleich zu anderen Gastronomiebetrieben.
 - Es lassen mehr Frauen als Männer Reste auf dem Teller zurück (59% vs. 41%).
 - Zu große Portionen sind für 44% der Verbraucher wenig einladend.
 - Auswärts Essen wird häufig als Vergnügen angesehen, als Gelegenheit zum Schlemmen und als Zeit, in der man sich über Essensreste keine Gedanken macht.
 - Kunden, die eher wegen des "Erlebnisses" auswärts essen als wegen der Befriedigung von Hunger lassen mehr Reste am Ende der Mahlzeit auf dem Teller zurück.
 - Verbraucher, die Reste übrig lassen, scheinen kein Gefühl dafür zu haben, dass das Essen ihnen gehört, oder sich für die Essensreste verantwortlich zu fühlen. Die Menge an Lebensmitteln, die sie bekommen, wird als außerhalb ihrer Kontrolle liegend angesehen, und eine erhebliche Anzahl an Kunden fragt auch nicht nach anderen Mengen.
 - Wenn mehr als ein Gang serviert wird, lassen die Kunden häufig einen Teil des Hauptgerichtes und der Beilagen liegen, damit Sie eine Vorspeise oder einen Pudding essen können.
 - Verbraucher möchten sich wohl fühlen, wenn sie nach anderen Portionsgrößen fragen, und die Menge erhalten, die sie haben möchten. Die beliebteste Anregung zur Abfallvermeidung, die von 38% der Befragten vorgeschlagen wurde, war das Angebot verschiedener Portionsgrößen.
- [weiter auf der nächsten Seite](#)

Warum Kunden ihre Teller nicht leer essen – Untersuchungsergebnisse (Fortsetzung)

- Man erwartet, für kleinere Portionen auch zwischen 20 und 30% weniger zahlen zu müssen.
- Es müssen „technische“ Veränderungen gemacht werden, denn die Hinweise selber verändern nicht das Verhalten Ihrer Kunden. Erwägen Sie mehrere Portionsgrößen, Schulung der Mitarbeiter*innen und die Nennung der Optionen auf der Speisekarte. Informationen können diese technischen Veränderungen unterstützen.
- Informationen ermöglichen es Ihren Kunden auch, unbefangen nach den Gerichten zu fragen und mehr über die Optionen zu erfahren, einschließlich der Portionsgrößen. Sie tragen dazu bei, dass sich Kunden trauen, nach dem zu fragen, was sie haben möchten. Das ist einer der wichtigsten Punkte bei der Vermeidung von Essensresten auf dem Teller.
- Im Rahmen der Untersuchung wurde das Konzept der Informationen zur Abfallvermeidung positiv aufgefasst, allerdings sollte die Ausdrucksweise hierfür sorgfältig überlegt werden.
- Manche Befragten fanden es gut, wenn Gastronomiebetriebe ihnen Mitnahmebehälter für die Essensreste anboten, so dass sie nicht selber danach fragen mussten. 42% der Befragten stimmten zu, dass die Aussage „nach einem Behälter fragen, um Reste mit nach Hause zu nehmen“ peinlich ist.
- Vermeiden Sie es, Informationen zur Abfallvermeidung mit Informationen zur Auswahl der Beilagen und kleineren Portionen zu verbinden. Bieten Sie eine Auswahl und Portionen an, die bei der Abfallvermeidung helfen. Kunden möchten nichts über diesen direkten Zusammenhang erfahren, wenn sie ihr Essen bestellen.
- Verwenden Sie Speisekarten und ähnliche Medien nur für die Informationen über die Auswahl der Lebensmittel.
- Geben Sie „Hinweise“ zur Abfallvermeidung eher auf Plakaten oder Tischkarten oder publizieren Sie die Aktionen, mit denen Sie das Thema Lebensmittelabfall angehen. Diese „Hinweise“ können die Verbraucher über Lebensmittelabfälle informieren und deren Verhalten beeinflussen.



Details der Untersuchungsergebnisse

Die vollständigen Ergebnisse finden Sie im Bericht und den PowerPoint-Dateien.

Es gibt auch betriebs- und länderspezifische Zusammenfassungen der Untersuchungsergebnisse der Stufe eins:

- England
- Schottland
- Wales
- Hotels
- Freizeiteinrichtungen
- Pubs
- Schnellrestaurants
- Restaurants
- Betriebskantinen



Tellerabfälle in Ihrem Unternehmen überwachen

Wenn Sie das von Ihren Kunden verursachte Abfallaufkommen eindämmen möchten, gibt es eine Reihe von Maßnahmen, die Sie durchführen können. Diese gründen auf verschiedenen Angeboten zur Auswahl der Beilagen, Informationen und Schulung Ihrer Mitarbeiter*innen.

Es gibt auch in diesen **Hinweisen** für Gastronomie und Food Service schnelle und einfache Möglichkeiten, die Kosten für Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

1. Schritt: Wie groß ist das Problem?

Führen Sie eine Erhebung durch, wenn möglich über eine Woche (damit ruhige und geschäftige Tage mit berücksichtigt werden) und beobachten Sie, wie viele Essensreste Ihre Kunden übrig lassen. Es ist auch hilfreich sich anzuschauen, welche Art von Essen übrig geblieben ist.

2. Schritt: Wie viel hätte gegessen werden können?

Wenn Sie wissen, wie viele Lebensmittel auf diese Weise zu Abfall werden (und welche Lebensmittel am meisten übrig gelassen werden), können Sie reagieren. Dazu gehören Veränderungen direkt im Betrieb als auch die Zusammenarbeit mit Ihren Kunden.

3. Schritt: Veränderungen einleiten

- Wenn die Kunden regelmäßig Essen über lassen, können Sie kleinere Portionen zu einem reduzierten Preis anbieten.
- Wenn die Salatgarnitur regelmäßig übrig bleibt, peppen Sie diese mit einem Dressing auf, verwenden Sie weniger, lassen Sie sie ganz weg oder bieten Sie eine Alternative an.
- Wenn Pommes frites regelmäßig nicht gegessen werden, können Sie die Menge reduzieren oder kleinere Portionen/Alternativen (z.B. Kartoffelpüree) anbieten.
- Sie können die Kunden auf die unterschiedlichen Portionsgrößen aufmerksam machen oder sie darauf hinweisen, dass sie die Bestellung nach ihren Wünschen aufgeben können. Mehr Informationen dazu finden Sie im nächsten Abschnitt.

4. Schritt: Evaluation

Wiederholen Sie die Erhebung nach einer gewissen Zeit (drei oder sechs Monate), um bewerten zu können, ob sich die Abfallmenge verringert hat und ob Ihr Unternehmen Einsparungen zu verzeichnen hat. Positive Veränderungen rechtfertigen die Weiterführung dieser geänderten Aktivitäten. Wenn das Ergebnis weniger positiv ist, können Sie die Aktionen überprüfen und wenn nötig optimieren, um in der Zukunft mehr Lebensmittelabfälle zu vermeiden.



Aktionen zur Reduzierung von Tellerabfall

Wenn Sie sich entschieden haben, Ihren Kunden bei der Reduzierung der Essenreste zu helfen, dann können Sie direkt einige Aktionen starten. Die folgenden Vorschläge basieren auf der von uns durchgeführten Untersuchung.

Geringere Portionsgrößen zum niedrigeren Preis

Sie können verschiedene Portionsgrößen für die unterschiedlichen Teile einer Mahlzeit (Vorspeise, Hauptgericht, Nachtisch) anbieten. Das gilt nicht nur für Kinder. Auch für viele ältere Menschen und Frauen ist die Portionsgröße wichtig. Man erwartet, für kleinere Portionen auch weniger zahlen zu müssen.

Zusammenstellung der Gerichte

Sie können anbieten, Pommes frites gegen Kartoffeln, Salat gegen Gemüse usw. auszutauschen, damit Ihre Kunden das Essen bekommen, das sie haben möchten. Bieten Sie für Beilagen einen Nachschlag an anstatt gleich große Portionen zu servieren. Die Kunden möchten sich wohl fühlen, wenn Sie die Beilagen ändern wollen, daher informieren Sie über diese Möglichkeiten auf den Speisekarten.

Mitnahmebehälter

Wenn möglich (je nach Art des Essens, das auf dem Teller übrig geblieben ist), können Sie anbieten, dieses einzupacken, damit der Kunde es mit nach Hause

nehmen kann. Unsere Untersuchungen haben ergeben, dass einige Kunden es gerne haben, wenn die Betriebe von sich aus Mitnahmebehälter anbieten. Bitte beachten Sie die **Vorschriften zu Sicherheit und rechtlichen Überlegungen** zur Verwendung von Mitnahmebehältern.

Personal

Das Servierpersonal spielt eine wichtige Rolle bei der Information der Kunden über die zur Verfügung stehenden Portionsgrößen. Im Rahmen unserer Untersuchung haben wir festgestellt, dass nicht mal einem von 20 Kunden in Großbritannien Informationen zur Portionsgröße gegeben wurden. Allerdings wurden gleichzeitig zwei Fünftel der Kunden nach Beilagen oder Extras gefragt. Einige Kunden trauen sich nicht, das Personal nach anderen Portionsgrößen zu fragen, weil sie keine Umstände bereiten möchten.

Schulung

Sie können Ihr Servierpersonal schulen, damit dieses vertrauensvoll mit den Kunden über Portionsgrößen sprechen und auch über die von Ihnen angebotenen Lebensmittel (Zutaten, Zubereitungsverfahren usw.) informieren kann. Obwohl die Untersuchung ergeben hat, dass die Kunden die Portionsgröße wählen möchten, kann dies ein heikles Thema sein, das vom Personal diskret und professionell gehandhabt werden muss. Diese Empfindlichkeit steht im Zusammenhang mit Diäten, zu viel Essen und Übergewicht. All das sind Gründe, warum einige Kunden nicht nach den Portionsgrößen fragen.



Hinweise für Kunden

Die Informationen und Hinweise zu den Portionsgrößen versetzen Ihre Kunden in die Lage, auch nach weiteren Informationen zu fragen.

Diese können auf Speisekarten, Plakaten, Tischkarten, Untersetzern, Quittungen, Papierservietten, Ihrer Website usw. gegeben werden.

Dadurch merken Ihre Kunden, dass sie gerne nach individueller Zusammenstellung (Austausch Pommes frites gegen Kartoffeln, Gemüse gegen Salat, Vorspeise als Hauptgericht usw.) fragen können.

Aus unseren Untersuchungen ergaben sich einige Ideen für Hinweise und wie sie am besten eingesetzt werden.

- Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen erfordert Änderungen der Speisekarte, Schulung der Mitarbeiter*innen und Engagement.
- Erklären Sie den Kunden die Möglichkeiten und machen Sie Vorschläge für die Gerichte, die die Kunden bestellen können.
- Stellen Sie eindeutig heraus, was Sie anbieten: verschiedene Portionsgrößen, individuelle Auswahl der Beilagen?
- Erklären Sie, warum Abfallvermeidung wichtig ist. Laut unserer Untersuchungen geschieht dies aber am besten nicht dann, wenn das

Essen bestellt wird. Statt also die Informationen auf der Speisekarte zu geben, können Sie hierauf auf Ihrer Website, einem Plakat oder der Quittung hinweisen.

- Unsere Untersuchungen ergaben, dass Hinweise zu Portionsgrößen und Auswahl der Beilagen am besten am Anfang der Speisekarte oder des Aushangs stehen. So sind sie gut zu sehen. Andernfalls kann es sein, dass die Kunden nicht weiterlesen, wenn Sie das Gericht gefunden haben, das sie bestellen wollen.
- Laut unserer Untersuchung mögen es die Kunden, das „Proud to support Love Food Hate Waste“-Logo zu sehen, das anzeigt, dass Ihr Restaurant etwas Gutes im Bereich Abfallvermeidung tut. Allerdings möchten sie das Logo nicht dort sehen, wo sie ihr Essen bestellen. Statt es also in Ihre Speisekarte zu schreiben, könnten Sie es auf Ihre Website, ein Plakat, einen Fens-teraufkleber oder der Quittung aufdrucken.
- Wichtig für den Erfolg der „Love Food Hate Waste“-Initiative ist der Tonfall, den alle Partner*innen verwenden. Die Fakten zum Aufkommen von Lebensmittelabfall werden klar, aber ohne Anschuldigung kommuniziert. Die Lösungen werden mit Hilfe positiver Tipps dargestellt, ohne Belehrung, wie man Dinge anders angehen sollte.

- Die gesamte Kommunikation ist aufgeschlossen, freundlich, hilfreich und interessant. Laut unserer Untersuchungen kommt ein Befehlston nicht gut bei den Kunden an.
- Die Kunden möchten auswärts essen, um zu entspannen und soziale Kontakte zu pflegen. Hier wirken „sanfte“, positive, kurze und unkomplizierte Hinweise am besten.
- Ihre Kunden hören täglich viele Informationen über Lebensmittel. Darum achten Sie darauf, dass die Hinweise zur Abfallvermeidung nicht anderen Informationen (z.B. zur gesunden Ernährung) widersprechen.
- Vermeiden Sie es, Informationen zur Abfallvermeidung mit Informationen zur individuellen Zusammenstellung der Gerichte und kleineren Portionen zu verbinden. Das Angebot, Beilagen tauschen zu können und kleinere Portionen zu wählen, wird sich auf die Menge Essensreste auf dem Teller auswirken. Die Kunden möchten bei der Bestellung nicht direkt darauf hingewiesen werden.

[weiter auf der nächsten Seite](#)

Hinweise für Kunden (Fortsetzung)

Alle Teilnehmer der Umfrage hatten ihre eigene Vorstellung, wie die Hinweise zur Portionsgröße aussehen sollten. Hier ist eine Auswahl.

- „Verkleinern Sie Ihre Mahlzeit“
- „Leichtere Gerichte“
- „Menge der Vorspeise“
- „Essen Sie ein Mittagsgeschicht zum Abendessen“
- „Eine Mahlzeit, die zu Ihnen passt“
- „Gerichte für jeden Hunger“
- „Wählen Sie die Portion passend zu Ihrem Hunger aus“
- „Keinen großen Hunger? Kleinere Portionen zum kleineren Preis“

In der Kommunikation mit Ihren Kunden zum Thema Lebensmittelabfall, denken Sie an folgendes:

- Die Kunden wollen nicht über Lebensmittelabfälle nachdenken, wenn sie auswärts essen.
- Menschen mögen es nicht, wenn man ihnen sagt, was sie tun sollen.
- Viele Ihrer Kunden glauben, dass es Ihre Verantwortung ist, ihnen bei der Vermeidung von Lebensmittelabfällen zu helfen.

In Stufe drei unserer Untersuchung haben wir die Teilnehmer gebeten, anzugeben, wo die Hinweise am besten platziert werden sollten, die sie zur Änderungen ihres Verhaltens bewegen könnten.

Hier sind die Angaben der Teilnehmer, sortiert nach Verhaltensänderungspotential:

1. Information zu Portionsgrößen/Auswahl auf einer Tafel mit dem Speisenangebot

- Wesentliche und eindeutige Informationen.
- Zeigen, dass sich der Betrieb wirklich darum kümmert.
- Soll Aufmerksamkeit erregen.
- Tafel nicht überfrachten.
- Wird für Spezialangebote verwendet, wird normalerweise von der Bedienung vorgelesen oder darauf hingewiesen.
- Der Hinweis stünde am besten ganz oben auf der Tafel.
- Preisunterschiede (der verschiedenen Portionsgrößen) klar herausstellen.

Wird am besten in Restaurants, Pubs, Betriebskantinen und Hotels eingesetzt.

2. Information zu Portionsgrößen/Auswahl auf einer gedruckten Speisekarte

- Das Lesen der angebotenen Gerichte dauert seine Zeit.
- Hier guckt man wahrscheinlich am ehesten nach Hinweisen bzw. nimmt diese wahr.
- Hinweise müssen gut lesbar sein (Schriftgröße).
- Hinweise dort anbringen, wo sie gut zu sehen sind.

Wird am besten in Restaurants, Pubs, einigen Schnellrestaurants und Hotels eingesetzt.

3. Information zu Portionsgrößen/Auswahl Hinweise auf einer Tischkarte

- Würde bemerkt und man würde darauf reagieren.
- Wäre im Weg - aufdringlich.
- Wenn die Hinweise auf dem Tisch stehen, könnte dies irritierend wirken.

Wird am besten in Schnellrestaurants, Pubs, Gaststätten, Betriebskantinen, Hotels und Freizeitgastronomie eingesetzt.

[weiter auf der nächsten Seite](#)

Hinweise für Kunden (Fortsetzung)

4. Information zu Portionsgrößen/Auswahl auf einem Platzdeckchen (Speisekarte auf dem Tischset)

- Direkt vor einem, wenn man sich setzt.
- Dieses Medium ist immer da.
- Besonderer Platz in Marktcafés oder Raststätten.
- Muss die Größe und den Preis der verschiedenen Portionen wissen.

Wird am besten in Schnellrestaurants, Pubs, Gaststätten, Restaurantketten, Betriebskantinen und Cafés verwendet.

5. Information zu Portionsgrößen/Auswahl auf einem Plakat

- Scheint für die meisten Betriebe nicht angemessen.
- Auf diesem Medium wird der Hinweis zu einer Website nicht verstanden.
- Enthält am besten Fakten zu Lebensmittelabfällen, aber am richtigen Platz.
- Für einige Teilnehmer war diese Möglichkeit irritierend.

Wird am besten in Betriebskantinen, Schnellrestaurants, Pubs, Freizeiteinrichtungen und Hotels verwendet.

6. Information zu Portionsgrößen/Auswahl auf einem Bierdeckel/Untersetzer

- Macht aufmerksam.
- Nicht für Hinweise zu Lebensmitteln geeignet.
- Hinweis wird durch das Getränk verdeckt.
- Für einige Teilnehmer war dies die am meisten irritierende Möglichkeit.
- Man schaut nicht auf die andere Seite (falls beidseitig bedruckt).

Wird am besten in Pubs und einigen Schnellrestaurants verwendet.



Nutzen Sie „Love Food Hate Waste“ zur Vermeidung von Tellerabfall der Kunden

Love Food Hate Waste:

- Ist eine vertrauenswürdige Marke.
- Durchführung, Information, Verbraucherbefragung und Kundenverständnis.
- Liefert Informationen darüber, welche Hinweise zur Abfallvermeidung am besten mit Verbrauchern funktionieren (und welche nicht), in welchem Zusammenhang und wo.
- Bietet Workshops und Schulungen vor Ort an, damit Ihre Mitarbeiter*innen die Problematik kennen lernen und Lebensmittelabfälle vermeiden.

Der Nutzen

Die Zusammenarbeit mit „Love Food Hate Waste“ zur Vermeidung von Tellerabfall der Kunden hilft:

- Spart Betriebsausgaben.
- Gibt Ihren Kunden, was sie möchten.
- Sorgt für positive Presse und unterstreicht die soziale Verantwortung, die Ihr Unternehmen übernimmt.
- Die Verbindung zu einer vertrauenswürdigen, unabhängigen Kampagne zur Abfallvermeidung ist leicht erkennbar.



Möglichkeiten von „Love Food Hate Waste“

Neben der Unterstützung im Rahmen des Hospitality and Food Service Agreement bietet Ihnen LFHW noch weitere Möglichkeiten.

Wir verfügen über die Erkenntnisse und Hilfsmittel, um Lebensmittelabfälle im Haushalt zu reduzieren - daran könnten Ihre Mitarbeiter*innen interessiert sein.

Internet

Auf lovefoodhatewaste.com bekommen Sie aus einer Hand alle Informationen zu Lebensmittelabfall und dessen Vermeidung, von Rezepten bis zu Statistiken, von Videos bis zum Online-Planer für Portionsgrößen.

Wir haben eine **'Wall of Fame'**. Dort können Sie zeigen, dass Sie LFHW unterstützen und wir können Ihre Website verlinken. Wir können auf Ihre Rezepte verweisen und erklären, was Sie tun, um Lebensmittelabfälle der Verbraucher zu vermeiden.

Kostenlose Schulung

Love Food Hate Waste bietet innerhalb Englands Schulungen für Gruppen mit zehn und mehr Teilnehmern an. Dabei informieren wir über die Hintergründe und Probleme rund um das Thema Lebensmittelabfall, die wichtigsten Verhaltensweisen zur Abfallvermeidung, zur

Unterstützung der Kommunikation mit anderen und der Weiterverbreitung der Hinweise.

Die Schulungen dauern etwa 3,5 Stunden. Wir können diese flexibel an Ihre Bedürfnisse anpassen.

Die Schulungen machen Spaß und sind interaktiv mit vielen praktischen Übungen. Das ist gut für Ihr Unternehmen, denn Ihre Mitarbeiter*innen werden geschult, die Teamentwicklung wird gefördert und die Aufmerksamkeit aller auf das Thema Lebensmittelabfall gelenkt.

Weitere Informationen erhalten Sie gerne von uns.

Proud to support

Das Logo 'Proud to support Love Food Hate Waste' erhalten Sie auf den Websites der Partner. Wir haben es entwickelt, damit unsere Partner es für Kundeninformation verwenden können und damit zeigen, dass ihr Unternehmen sich um Abfallvermeidung bemüht.



Medien:

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie Sie Ihre Kunden und im gesamten Gastronomie- und Food-Service-Bereich auf Ihre Abfallvermeidungsaktivitäten aufmerksam machen können, z.B. über Ihre Internetpräsenz, soziale Medien, mit Pressemitteilungen und Vorträgen bei Veranstaltungen.

Wir können Ihre Vorschläge zur Abfallvermeidung auf der LFHW-Webseite veröffentlichen und wir können Ihre Aktivitäten zur Lebensmittelvermeidung über unsere sozialen Medien Facebook, Twitter und den LFHW Blog unterstützen.

Videos und Animationen

Wir haben ein kurzes Video gedreht (in englischer Sprache), in dem Verbraucher erklären, warum sie Lebensmittel verschwenden, wenn sie auswärts essen.



Gute Praktiken

Es gibt bereits eine Reihe guter Praktiken im Gaststättengewerbe. Unternehmen aller Größen und Arten bieten den Kunden die Möglichkeit, beim Bestellen zu wählen und dadurch die Menge an Lebensmittelabfällen in ihren Betrieben zu reduzieren.

Zur Erinnerung: Im Rahmen der Untersuchung wurde folgendes festgestellt:

- Ein Hauptgrund, warum Verbraucher die Teller auswärts nicht leer essen liegt darin, dass die Portionen gefühlt zu groß sind.
- Verbraucher, die Reste übrig lassen, denken nicht daran, dass das Essen ihnen gehört, oder fühlen sich für die Essenreste verantwortlich. Die Menge an Lebensmitteln, die sie bekommen, wird als außerhalb ihrer Kontrolle liegend angesehen und eine erhebliche Anzahl an Kunden fragt auch nicht nach etwas anderem.
- Manche Befragten fanden es gut, wenn Gastronomiebetriebe ihnen Mitnahmebehälter für die Essensreste anboten, so dass sie nicht selber danach fragen müssen.



Beispiele für Angebote zum Auswählen

Beefeater Grill – Wählen Sie Ihre Beilagen

SIDES

- Battered Onion Rings
- Grilled Flat Mushrooms
- Iceberg Wedge**
The iceberg wedge comes topped with a blue cheese dressing and crumbled Soliton.
- Mixed Salad**
- Garlic Bread**
2 slices - 4 slices
- Cheesy Garlic Bread**
2 slices - 4 slices
- Coleslaw**
- Fresh Vegetables**
- Corn on the Cob**
- Side Combo – Extra Feast**
Garlic and herb breaded mushrooms, battered onion rings and garlic bread.
- Ultimate Chips**

TRY OUR ULTIMATE CHIPS JUST FROM 50P EXTRA

You have to try our Ultimate Chips – crispy on the outside and fluffy on the inside. To create this lightly salted chip, our potatoes are gently steamed then cooked twice to give them that lovely crispy texture. A taste bud tingling addition to any meal.
Just 50p extra on your meal or 2.50 as a side!

WE'RE HAPPY TO SWAP YOUR SIDE IF YOUR DISH COMES WITH ANY OF THE BELOW:

- Bottomless Chips
- Battered Potatoes
- Basmati Rice

Benito's – Stellen Sie Ihr eigenes Gericht zusammen

1 YOUR MEAL

- BURRITO EL GRANDE**
- BURRITA THE BURRITO'S SISTER**
- TACO (1, 2 OR 3) THE MEXICAN STREET FOOD**
- SALADS THE NAKED BURRITO**
- SOUPS ASK FOR DETAILS**

2 YOUR FILLINGS

	BURRITO	BURRITA	PER TACO*	SALAD
GRILLED CHICKEN	£6.95	£5.35	£2.80	£6.95
GRILLED CHICKEN	£6.95	£5.35	£2.80	£6.95
GRILLED PORK	£6.75	£5.20	£2.70	£6.75
GRILLED CHICKEN	£7.25	£5.60	£2.95	£7.25
GRILLED TUNA	£5.95	£4.90	£2.40	£5.95

*BUY 3 AND GET THE 3RD HALF PRICE

3 YOUR TOPPINGS

- SHREDDED LETTUCE**
- GRATED CHEESE**
- SOUP CREAM**
- PICO DE GALLO**
- SALSA VERDE**
- SALSA BRAVA**
- SALSA DIABLA**
- GUACAMOLE**
- PER TACO** £0.35
- BURRITA** £0.65
- BURRITOS/SALAD** £0.95

SIDES

- NACHOS (WITH ALL THE TRIMMINGS)** £4.75
- CHIPS AND SALSA** £1.75
- CHIPS AND GUACAMOLE** £2.40

Chop'd – Stellen Sie Ihren eigenen Salat zusammen

CREATE YOUR OWN SALAD £5.75

CHOOSE YOUR BASE

House leaves, dill leaves, pasta, brown rice, noodles, couscous, new potatoes

ADD GARNISH

Croutons, Fresh Herbs, Fresh Red Chilli, Mixed Seeds, Sunflower Seeds, Sesame Seeds, Tortilla Chips, Walnuts

+ 3 HOUSE ITEMS (EXTRA PORTION +36P)

- Beetroot
- Broccoli
- Carrot
- Chickpea Mix
- Cucumber
- Edamame Beans
- Free Range Egg
- Green Beans
- Jalapeno
- Mixed Peppers
- Olives
- Peas
- Puy Lentil
- Red Cabbage
- Red Onion
- Roast Peppers
- Sundried Tomato
- Sweetcorn
- Three Bean Mix
- Tomato
- Vietnamese Coleslaw

CHOOSE A DRESSING

Balsamic Vinegar, Blue Cheese, Caesar, Creamy, French Honey & Herb, Horseradish, Lemon Juice, Lemon & Oil, Mango, Pesto, Sesame Soy, Sweet Chilli, Thai, Extra Virgin Olive Oil, Yoghurt & Mint

HELP SAVE THE PLANET...

...1 FREE house item if you don't take a bag or re-use an old one.

+ 1 DELI ITEM (EXTRA PORTION +£1.25)

- Avocado
- Bacon
- Cheddar
- Falafel
- Feta
- Gammon
- Mozzarella
- Parmesan
- Prosciutto
- Roast Beef
- Roast Chicken
- Roast Salmon
- Roasted Pancetta
- Tuna
- Toto

THIS IS PAUL OUR FRUIT & VEG MAN, HE SOURCES THE FRESHEST PRODUCE EVERY NIGHT AT THE MARKET AND DELIVERS THEM TO OUR STORES.

Beispiele für Hinweise am Buffet

Lebensmittelabfälle vom Buffet waren zwar nicht Bestandteil der Untersuchung, hier sind jedoch einige Hinweise, die von Betrieben verwendet werden:

Hotel Guldsmeden (Schweden) – Hinweise auf Servietten

Le Grandeur Palm Resort, (Kuala Lumpur) – LFHW-Hinweiskarten auf dem Buffet: „Bitte nehmen Sie nur so viel, wie Sie auch essen können.“

LOVE FOOD – HATE WASTE
-make a difference

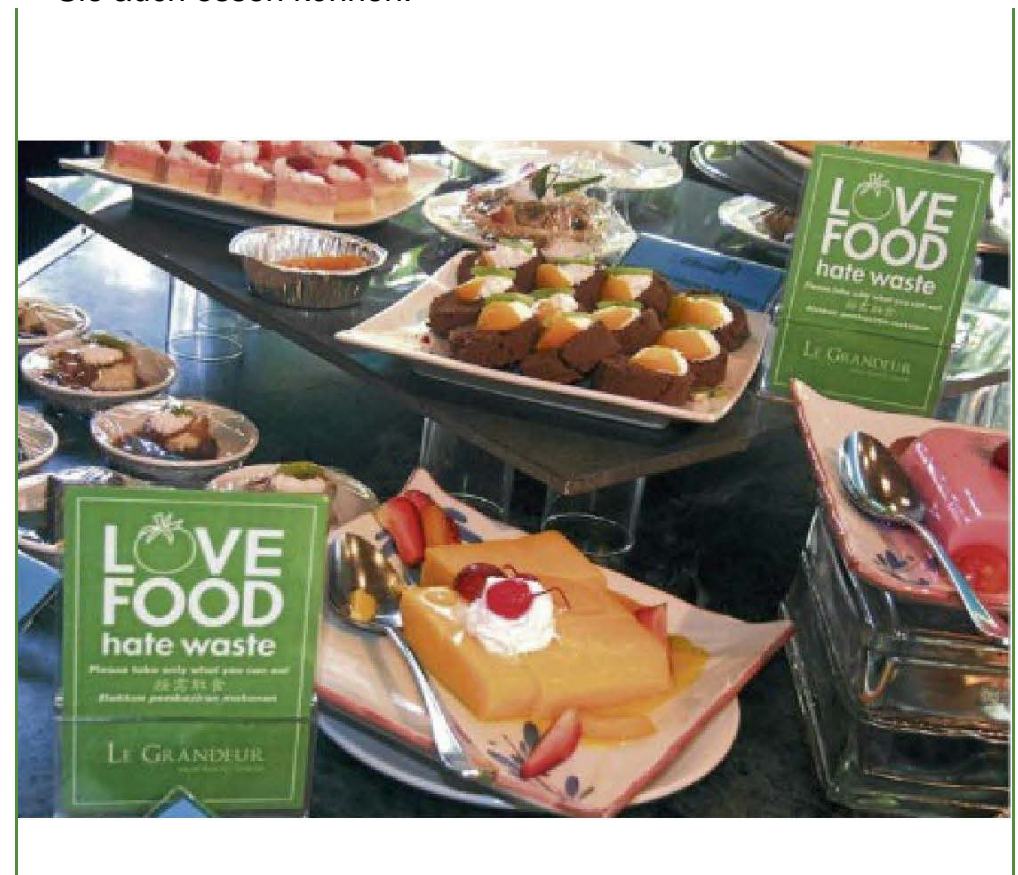
 **HOTEL GULDSMEDEN** 

90-100% ekologi

The early bird catches the worm!
We refuse to throw out good food, so the buffet will not be overflowing just before closing.
But whatever you need, feel free to ask!

Read more about our food-saving efforts on
www.hotelguldsmeden.com/sustainability.


certified by greenglobe.com



Beispiele für Portionsgrößen

Sizzling Pubs - Auswahl an Portionsgrößen und Beilagen

COMBO:
NEW SEASON N SHAKE ROCKS & BONELESS BBQ RIBS £7.19
 Includes chicken hot rocks and boneless BBQ ribs
SEASON N SHAKE ROCKS & WINGS £7.19
 Includes chicken hot rocks and chicken wings
KINGSIZE:
NEW SEASON N SHAKE FAMILY BUNDLE £13.49
 2 portions of either chicken hot rocks, wings or boneless BBQ ribs (mix and match if you like), served with extra chips, seasoning, sauce and 2 side dishes of your choice

1 PICK YOUR SEASON N SHAKE DISH
2 CHOOSE A SEASONING FROM:
 • Smoky BBQ • Spicy Fajita
 • Mild Herb & Paprika
3 CHOOSE A SIDE FROM:
 • Corn on the cob • Coleslaw
 • Onion rings*
4 CHOOSE A SAUCE FROM:
 • Salsa • BBQ • Louisiana Hot Pepper
 Add beans for 50p

FLAME-GRILLED BURGERS

GOURMET BURGERS
 Our gourmet range of burgers are made with Scottish prime beef which comes from specially selected farms, to guarantee the best quality and taste. Served with tomato, mixed leaves, mayonnaise and a pot of relish

GOURMET CLASSIC BURGER R £5.49 K £6.99
 8oz Scottish prime beef burger

GOURMET CHEESE BURGER R £5.99 K £7.49
 With melted Cheddar cheese

GOURMET ULTIMATE BURGER R £6.99 K £8.49
 With grilled bacon, melted Cheddar cheese, BBQ sauce and onion rings*

GOURMET BBQ STACKER BURGER R £6.49 K £7.99
 With grilled bacon, melted Cheddar cheese and BBQ sauce

CLASSIC BURGERS
CLASSIC BURGER R £3.99 K £4.99
 6oz beef burger simply served as it is

CLASSIC CHEESE BURGER R £4.49 K £5.49
 6oz beef burger with melted Cheddar cheese

CLASSIC CHICKEN BURGER R £3.99 K £4.99
 Grilled chicken breast burger served simply as it is

BBQ CLASSIC CHICKEN BURGER R £4.49 K £5.49
 A chicken breast with grilled bacon, melted Cheddar cheese, BBQ sauce and onion rings*

VEGGIE BURGER R £3.99 K £4.99
 A mildly spiced sweet potato and kidney bean burger, coated in oaty breadcrumbs served with tomato and mayonnaise

Tossed - Auswahl an Portionsgrößen und Beilagen

soups

everyday
100 cal tomato & basil (vg) mini 2.65 large 2.95
 tomato passata, tomatoes, carrots, rice flour, onions, sugar, basil, celery, organic veg stock, salt, olive oil, black pepper.

monday
malaysian chicken 2.95 3.35
 chicken, coconut milk, spring onions, carrots, rice flour, vermicelli noodles, lime juice, fish sauce, chicken stock, salt, green chilli, soy sauce, sugar, garlic, lime leaves, coriander, chilli, turmeric.

chickpea & spinach dhal (v) 2.65 2.95
 chickpeas, tomatoes, onions, spinach, greek yoghurt, vegetable stock, ginger, lemon juice, garlic, rice flour, salt, red chilli, gram masala, mustard seed, cumin seed, turmeric, curry leaves.

tuesday
summer chicken 2.95 3.35
 tomatoes, chicken, potato, leeks, peas, savoy cabbage, chicken stock, salt, dill, garlic, fennel seeds, pepper.

sweet potato, coconut & coriander (vg) 2.65 2.95
 sweet potato, carrots, onions, celery, coconut, soy sauce, spring onions, organic veg stock, ginger, garlic, coriander, corn flour, salt, chilli.

wednesday
chilli chicken 2.95 3.35
 chicken, tomatoes, onions, green peppers, red peppers, celery, red kidney beans, tomatoes, rice flour, salt, organic veg stock, red chilli, cumin, chilli powder.

pea & mint (v) 2.65 2.95
 peas, potatoes, green split peas, organic vegetable stock, butter, whole milk, lemon juice, mint, parsley,

hot pots

sicilian meatballs med 4.95 large 6.25
 brown rice, meatballs (beef, bacon, green peppers, eggs, oats, parmesan, sunflower oil, oregano), tomato passata, onions, garlic, pepper, salt, balsamic vinegar, organic veg stock, red chilli, tabasco.

butternut lentil hotpot (v) 4.95
 brown rice, butternut squash, onions, spinach, potato, coconut, chickpeas, yellow split peas, green lentils, ginger, garlic, red chilli, veg stock, salt, coriander, turmeric, lemongrass, pepper, mustard seeds, cardamom.

thai green chicken 4.95
 brown rice, chicken, organic veg stock, coconut, sweet potato, red peppers, baby corn, carrots, onions, spinach, green chilli, coriander, garlic, fish sauce, basil, rice flour, coriander, sugar, lemongrass, shrimp paste, galangal, lime leaves, coriander seeds, salt, pepper, cumin seeds.

low GI chinese chicken 3.95
 brown rice, chicken breast, scrambled eggs, carrot, spring onion, green peas, chilli, with soy & sesame dressing.

low GI mexican chicken 3.95
 brown rice, chicken breast, sweetcorn, mixed beans, feta, jalapenos, roasted tomatoes, tomato salsa.

wholesome halloumi (v) 3.95
 brown rice, halloumi, mixed grains (wheat, bulgur wheat, red lentils, red quinoa, toasted soya flakes), roasted peppers, sweetcorn, pesto (nut free).

Ansprechpartner

Wenn auch Sie Beispiele haben, wie Sie Ihren Kunden bei der Vermeidung von Tellerabfall geholfen haben, lassen Sie es uns wissen.

Weitere Informationen erhalten Sie von uns.

olgen Sie uns auf **Facebook** und **Twitter**. Dort finden Sie die neuesten Informationen. Und vergessen Sie nicht, unseren Love Food Hate Waste-Blog zu lesen.

- Love Food Hate Waste **Website**
- Hospitality and Food Service **Agreement**
- Technische **Hilfestellung** bei der Abfallvermeidung in Ihrem Unternehmen
- **E-Mail** Love Food Hate Waste
- Download LFHW **App**



Anhang - Hinweise für den Gebrauch von Mitnahmebehältern

Die Lebensmittelbehörde (Food Standards Agency, FSA) unterstützt die Vermeidung von Lebensmittelabfällen, sofern dadurch nicht die öffentliche Gesundheit beeinträchtigt wird.

Gesetzliche Bestimmungen zur Lebensmittelhygiene verbieten den gastronomischen Betrieben nicht die Herausgabe von Lebensmitteln in Mitnahmebehältnissen, so genannten Doggy Bags.

Allerdings könnte Artikel 14 der Verordnung (EG) Nr. 178/2002 zutreffen. Demnach sind alle Lebensmittelunternehmen dafür verantwortlich, dass sie keine Lebensmittel auf den Markt bringen, die nicht sicher sind (praktisch alle Lebensmittel werden von Lebensmittelunternehmen geliefert oder verarbeitet). Daher können Lebensmittelunternehmen ihre Verantwortung nicht abwälzen, nur weil das Lebensmittel das Restaurant verlassen hat, wenn es zu dem Zeitpunkt, an dem es in Verkehr gebracht wurde (e.g. im entsprechenden Restaurant serviert wurde), nicht sicher war.

Die Angelegenheit wird komplizierter, wenn das vom Lebensmittelunternehmen hergestellte und servierte Lebensmittel sicher war, aber durch die Bedingungen des Transports, der Lagerung oder Verwendung durch den Verbraucher, der das Produkt im „Doggy Bag“ mitgenommen hat, unsicher wird. Dies ist nicht zu vergleichen mit Fertiggerichten zum Mitnehmen oder Fast Food. Hierbei wird ja angenommen, dass das Lebensmittel unmittelbar oder sofort nach dem Kauf verzehrt wird. Das Lebensmittelunternehmen hat Maßnahmen zur Lebensmittelsicherheit ergriffen, die genau auf diese Art der Lebensmittel abgestimmt sind.

Die Definition für „nicht sichere Lebensmittel“ in Artikel 14 der VO 178/2002 berücksichtigt „die normalen Bedingungen seiner Verwendung“ und „die dem Verbraucher vermittelten Informationen“. Wäre also beispielsweise ein Sicherheitshinweis auf dem Mitnahmebehältnis (siehe Beispiele im Kasten) angebracht, würde dies den Überlegungen zur Einschätzung der Sicherheit oder fehlenden Sicherheit entgegen kommen.

Daher empfiehlt die FSA den Gastronomiebetrieben, die Doggy Bags ausgeben, darüber nachzudenken, wie dieses sicher geschehen kann. Hilfestellung hierzu können die nachstehenden Informationen bieten. Die FSA kann keine Rechtsberatung über eine mögliche straf- oder zivilrechtliche Haftung geben für den Fall, dass ein Kunde krank wird. Für eine entsprechende individuelle Rechtsberatung wird empfohlen, dass sich die Unternehmen im Bedarfsfall an ihren Anwalt wenden.

Hygienehinweise für den Gebrauch von Mitnahmebehältern

- Die allgemeine Regel für die Lagerung von zubereiteten Lebensmitteln (außer Reis) lautet: Schnell kühlen, im Idealfall innerhalb von 2 Stunden, denn bei Kühltemperaturen wird die Vermehrung gefährlicher Bakterien gestoppt. Konsumieren Sie die Lebensmittel innerhalb von 2 Tagen.
- Wenn das Gericht wieder erhitzt wird, dann „kochend heiß“, so dass es für 2 Minuten auf einer Kerntemperatur von 70°C gehalten wird.
- Reste nur einmal wieder aufwärmen.
- Reis sollte nicht aufbewahrt oder wieder aufgewärmt werden.

Food Standards Agency (FSA)

Die neuesten Nachrichten zu Lebensmitteln und weitere Informationen erhalten Sie unter www.food.gov.uk.

Übersetzung aus dem Englischen vom Institut für Nachhaltige Ernährung im Rahmen des Projektes
“Verluste in der Lebensmittelbranche vermeiden: Forschungstransfer in die KMU-Praxis”, gefördert
von der Deutschen Bundestiftung Umwelt



Urheber: WRAP (Waste and Resources Action Programme)
Übersetzung: Institut für Nachhaltige Ernährung (iSuN)



iSuN
Institut für Nachhaltige Ernährung



FH MÜNSTER
University of Applied Sciences