

5 Jahre foodsharing und Kooperation mit BIO COMPANY

Partner von Anfang an

Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung: Die BIO COMPANY unterstützt das foodsharing-Projekt seit der Gründungsphase. Bereits im April 2012 begann das Unternehmen unverkäufliche Lebensmittel an die Lebensmittelretter in Berlin zu spenden. Als die Crowdfunding-Kampagne startete, um das Netzwerk fest in der Öffentlichkeit zu etablieren, unterstützte der Bio-Händler dies ebenfalls finanziell, allem voran aber ideell. So wurde die BIO COMPANY der erste Handelspartner und auch Bio-Supermarktpartner des ehrgeizigen Vorhabens. Zustande kam die Kooperation durch einen persönlichen Kontakt von Raphael Fellmer, der den Geschäftsführer der BIO COMPANY anschrieb und dieser ihn daraufhin einlud. „Georg Kaiser ebnete mit seinem Vertrauen und seinem Engagement den Weg für unser heutiges Netzwerk. Gemeinsam haben wir schon viel erreicht“, sagt Fellmer heute. Mittlerweile kooperieren alle 54 Filialen der Bio-Supermarktkette mit den Lebensmittelrettern von foodsharing. „Damit haben die Akteure und zahlreiche freiwillige Lebensmittelretter viel Pionierarbeit geleistet. Die BIO COMPANY möchte vor allem die Verbraucher stärker für das Thema sensibilisieren“, so Kaiser.

Hinter jedem Lebensmittel stehen Werte

Dabei ist Georg Kaiser der Blick auf die gesamte Wertschöpfungskette wichtig. Denn hinter jedem erzeugten Lebensmittel steckt meist ein bäuerlicher Betrieb, der Einsatz von Ressourcen und viel menschliche Produktivität. „Wir müssen zu mehr Würdigung des Essens zurückkehren und zur Wertschätzung gegenüber Bauern, Tieren und der Natur. Lebensmittel nicht in die Tonne zu werfen, sondern respektvoll zu verwerten, ist ein erster Weg dahin“, so Kaiser. **„Eine Überproduktion von Lebensmitteln geht immer zu Lasten der Umwelt – und nicht zuletzt auch der Tiere“**, begründet er sein Engagement. „Es ist Zeit, dass den Menschen bewusster wird, wie viele Lebensmittel weggeworfen werden“, findet der Geschäftsführer. Dabei verursacht der Handel nur gut 5 Prozent des Lebensmittelabfalls, ein Anteil von 61 Prozent wird laut BMEL-Studie* immer noch in Privathaushalten weggeworfen. Eine WWF-Studie** spricht noch von 40 Prozent.

Kreative Resteverwertung

„Wir beobachten zunehmend eine Tendenz zur kreativen Resteverwertung bei den Verbrauchern“, berichtet Kaiser. „Das was zu Großmutterns Zeiten ganz normal üblich war, scheint langsam wieder Einzug auch in die urbanen Küchen zu nehmen. Wenn sich dieses Bewusstsein der Wertschätzung weiter fortsetzt, halten wir das für einen sehr hoffnungsvollen Weg. Auch dazu wollen wir Mut machen!“

Über 100 Tonnen von der BIO COMPANY

Innerhalb eines Jahres können die Lebensmittelretter von der BIO COMPANY durchschnittlich über 100 Tonnen übernehmen. Dies auch bei steigender Filialzahl. „Ehrlicherweise fallen diese Mengen in Lebensmittelfilialen an“, erläutert Georg Kaiser. „Dabei handelt es sich um Ware, die noch verzehrfähig ist, aber nicht mehr verkauft werden kann oder darf“, so Kaiser.

BIO COMPANY: Begriff „Mindesthaltbarkeitsdatum“ ändern

Dies hängt auch mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) zusammen, oder mit angestoßener Ware, die der Kunde nicht mehr kauft. Für Georg Kaiser ist bereits der Begriff „Mindesthaltbarkeitsdatum“ irreführend. „Um die Güte seitens des Herstellers darzustellen wäre ein ‚Beste Eigenschaften vor dem‘ sinnvoll. Hilfreich wäre auch, wenn der reelle Verfallstermin eines Lebensmittels für den Kunden erkennbar wäre. **Daher befürworten wir es, wenn das vom BMEL bereits 2016 vorgestellte Verbrauchsverfallsdatum baldmöglichst eingeführt würde.** Für sehr lange haltbare Lebensmittel wie Nudeln, Reis oder Getreide könnten die Zeiten auch wesentlich länger gestaltet werden“, unterstreicht Kaiser. „Zum einen wird es dem Verbraucher so viel klarer, bis wann er das Produkt verzehren kann. Zum anderen könnten wir die noch guten Artikel länger verkaufen. Bis dato sind wir vom Gesetzgeber gezwungen, Ware nach Ablauf des MHD aus den Regalen zu nehmen. Sie ist dann schlicht nicht mehr verkaufsfähig. Dies ist bei uns aber nicht gleichbedeutend mit Müll“, erläutert der Geschäftsführer weiter. „Wir müssen nur eine andere Verwendung für die Lebensmittel finden“, so Kaiser. „Zwar haben wir vorher schon mit gemeinnützigen Organisationen zusammengearbeitet. Aber durch die Zusammenarbeit mit foodsharing konnte die Umverteilung noch optimiert werden. Die Menge, die bei uns noch im Müll landet ist gering und wirklich unverzehrbar.“

Nicht in den Müll: So funktioniert's bei BIO COMPANY

Der Kampf gegen Lebensmittelverschwendung wird bei der BIO COMPANY bewusst gestaltet: Allem voran gibt es die Maßgabe, dass **bereits beim Einkauf maßvoll bestellt** wird. So wird von Anfang an auf einen sorgsamen Umgang mit Mengen geachtet. Überdies gibt es seit Jahren ein **Mehrstuflensystem**. Zunächst bietet man die vom Ablauf betroffenen Artikel nochmal reduziert den Kunden an. Einiges geht so noch weg. Wird die Ware nicht mehr verkauft, dürfen sich auch die Mitarbeiter der BIO COMPANY noch etwas aussuchen. Dies klingt selbstverständlich – ist aber nicht überall Usus. Viele Lebensmittel-Einzelhändler verbieten dies aus Angst vor Manipulationen. Anschließend stellt der Bio-Filialist die Waren auch anderen sozialen Organisationen zur Verfügung wie beispielsweise der Berliner Tafel, der Kirchengemeinde, oder dem „Verein für Obdachlosenarbeit“. Abgeschriebenes Brot geht an Tierheime, es gibt aber auch reduzierte Angebote wie die „Brötchentüte vom Vortag“ in den Filialen. Was an verzehrfähiger Ware übrig bleibt, dürfen sich dann auch die Lebensmittelretter von **foodsharing** abholen. Dafür werden eigens Lebensmittelretter-Ausweise ausgestellt.

„Wir freuen uns, dass foodsharing nun bereits 5 Jahre besteht. Wir setzen unser Engagement auch in Zukunft gerne fort, weil es einfach sinnvoll ist. Denn gemeinsam haben wir schon viel erreicht, können aber auch noch wesentlich mehr schaffen. Wir gehen da gerne mit gutem Beispiel voran“, so Kaiser.

www.biocompany.de www.foodsharing.de

*BMEL-Studie (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft):

https://www.bmel.de/DE/Ernaehrung/ZuGutFuerDieTonne/Texte/Studie_Zu-gut-fuer-die-Tonne.html

**WWF-Studie: <http://www.wwf.de/2015/juni/das-grosse-wegschmeissen/>

Dezember 2017

Pressekontakt BIO COMPANY: STURM! Public Relations, Imke Sturm, Knesebeckstr. 92, 10623 Berlin
Tel.: 030 - 347 05 177, E-Mail: sturm@sturm-pr.de