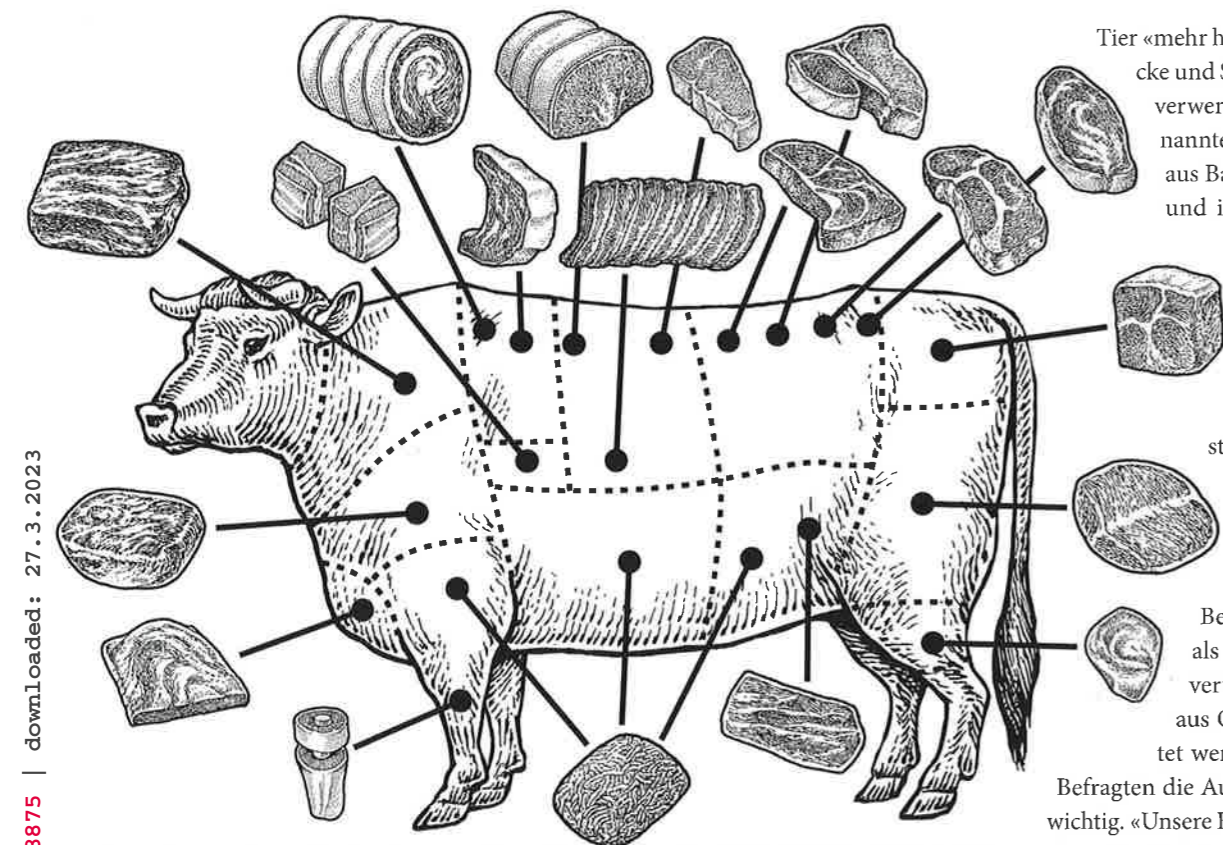


Restaurants gegen Food Waste

Die Ernährung trägt zum Klimawandel mit einem signifikanten Anteil von 21 Prozent an der Gesamtumweltbelastung bei. Besonders die Produktion und der Konsum tierischer Produkte, wie Fleisch und Fisch, aber auch Milch und Käse, belasten das Klima. Brisant diesbezüglich ist, dass ein Drittel der Lebensmittel, gemäss Schätzungen der FAO, zwischen Feld und Teller verloren gehen und folglich unnötig verschwendet werden.



Vermeiden von Food Waste: die ganzheitliche Verwertung eines Schlachttieres. (Bilder: zVg)

In Schweizer Restaurants landen derzeit etwa dreizehn Prozent der Lebensmittel in der Tonne. Abhilfe sollen neben Big-Data-Lösungen, die beispielsweise die Anzahl an Gästen prognostizieren, analoge Lösungen schaffen, indem unter anderem Restaurantgäste sensibilisiert werden. Rahel Mettler, Absolventin der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL, befragte in ihrer schriftlichen Arbeit des Minors «Klimawandel» fünf klimabewusste Restaurantbesitzende mit Pioniercharakter. Sie erforschte einerseits individuelle Strategien zur Food-Waste-Vermeidung in Restaurants und ermittelte andererseits Tipps und Tricks

zur Sensibilisierung von Restaurantgästen. Strategien zur Vermeidung von Food Waste in Restaurants gibt es viele. So passen die interviewten Restaurantbesitzerinnen und -besitzer beispielsweise ihre Speisekarten an die regional und saisonal vorhandenen Lebensmittel an und bieten kleine Portionen mit der Möglichkeit zum Nachservice. Dabei werden kreative Gerichte kreiert, was neben dem eigenen Wissen oftmals auch den persönlichen Kontakt mit den jeweiligen Produzierenden aus der Landwirtschaft erfordert. Ein Beispiel ist der direkte Kontakt mit dem lokalen Metzger, um sich über Zubereitungsarten auszutauschen. So ist sich ein Interviewpartner sicher, dass ein

Tier «mehr hergibt als wenige Edelstücke und Schlachttiere ganzheitlich verwertet werden sollten.» Sogenannte «Second Cuts» stammen aus Bauch, Brust oder Schulter und ihre Verwendung ist aus ökologischer Sicht sinnvoll. Ein Begriff in diesem Zusammenhang ist «Nose to Tail», das heisst die Verwertung aller essbaren Fleischstücke vom «Schnörzli bis zum Schwänzli». Neben Fleisch wird auch das Gemüse komplett verarbeitet, indem zum Beispiel Rüebli-Rüstabfälle als natürliches Würzmittel verwertet oder Salatsaucen aus Orangenschalen zubereitet werden. Schliesslich ist den

Befragten die Authentizität in der Küche wichtig. «Unsere Basis ist die klassische Küche mit natürlichen Aromen, die maximale Reduktion aufs Minimum, nur drei Sachen auf den Teller, dafür hochwertige Produkte.» Dies bedeute für die Gäste, sich Zeit für das Essen zu nehmen und die jeweiligen Gerichte zu geniessen.

Gäste sensibilisieren

Die interviewten Restaurantbesitzerinnen und -besitzer benötigen viel Kreativität, innovative Ideen und nicht zuletzt das nötige Wissen, um neben dem eigenen Engagement auch Gäste für das Thema Food Waste zu sensibilisieren. Ein Bild eines Ochsens an der Wand eines Restaurants soll beispielsweise die Erdigkeit darstellen und folglich auf die Wertschätzung gegenüber Lebewesen und Lebensmittel hinweisen.



Klimafreundliche Restaurantbesitzerinnen und -besitzer bieten zur Sensibilisierung Kochkurse mit Lebensmittelresten an.

Zusätzlich werden die Speisekarten mit kreativen Namen wie «Sharing is caring» und «Rübis und Stübis» bestückt oder Reste vom Vortag in Überraschungsmenüs verarbeitet. Schliesslich werden Kochkurse mit Lebensmittelresten im Restaurant angeboten oder Techniken wie «Sous-Vide» (das Garen bei niedrigen Temperaturen im Vakuum) erlernt; dies mit dem Ziel, dass sich solche Techniken nicht nur in Restaurants, son-

dern auch im Privaten etablieren. Durch ein Mitbringsel aus dem Kochkurs, beispielsweise in Form eines selbst hergestellten Gewürzes, bleibt das Erlernte zudem länger in Erinnerung.

Aktive Food Waste-Vermeidung in Restaurants – ein Zukunftskonzept?

Die interviewten Restaurantbesitzerinnen und -besitzer sind sich sicher, dass ein Be-

wusstseinswandel sowie eine langfristige Veränderung des Konsumverhaltens bezüglich Food Waste Zeit benötigen. So möchten die Befragten aktiv im eigenen Restaurant gegen Food Waste vorgehen und das Bewusstsein der Konsumierenden gegenüber Lebensmittelverschwendung schärfen. Diesbezüglich schätzen sie persönliche Kontakte sowohl mit den Produzenten als auch mit den eigenen Gästen. Damit das Konzept der interviewten Restaurantbesitzenden jedoch auch in Zukunft erfolgreich ist, sehen sie, neben dem eigenen Engagement, andere Akteure, zum Beispiel Schulen, in der Pflicht. Diese können, so die Befragten, bereits frühzeitig Kochkurse mit Lebensmittelresten anbieten oder Kindern mithilfe von Schulgärten zeigen, wie Lebensmittel aussehen und angebaut werden. Ebenfalls wird kritisiert, dass Verpackungen im Detailhandel zu gross oder Produkte zu stark verarbeitet seien, sodass Konsumierende vergessen, wie unverarbeitete Rohprodukte eines Lebensmittels aussehen. Durch ein stärkeres Bewusstsein für die Lebensmittelproduktion einerseits und einen achtsamen und genussvollen Konsum andererseits können die Konsumenten direkt die Lebensmittelverschwendung verringern und somit einen wertvollen Beitrag zum Klimaschutz leisten.

Evelyn Markoni,

Franziska Götze & Rahel Mettler



Essbare Lebensmittel landen oftmals in der Tonne statt auf dem Teller. Schluss damit.

BFH-HAFL
bfh.ch/hafl