

Backwaren & Confiserie

Beratung zur Foodwaste-Reduktion

Am Lebensmitteltag LMT in Luzern am 7.5. 2015, veranstaltet von bio.inspecta, SQS und OIC war auch Food Waste ein Thema. Markus Hurschler ist Co-Geschäftsleiter der Berner Firma Foodways Consulting GmbH sprach über «Lebensmittelabfälle im Spannungsfeld von Wirtschaftlichkeit, Hygieneanforderungen und Moral». Auch der Verein United Against Waste bietet Informationen und offeriert Beratung.



Markus Hurschler, Co-Geschäftsleiter der Berner Firma Foodways Consulting GmbH an seinem Referat über Food Waste am LMT

Eine Milliarde Menschen leiden Hunger und noch weit mehr an Food Insecurity und Mangelernährung. Bei uns herrscht dagegen Überfluss: Jede Person hat durchschnittlich 3'360 kcal / Tag zur Verfügung. Nur 7% des Haushaltsbudgets werden fürs Essen ausgegeben. Vom Feld bis zum Teller wird viel Essbares weggeworfen. Zum Foodwaste gehören Lebensmittel und nicht essbare Teile von Lebensmitteln, die für eine andersartige Verwertung oder Entsorgung aus dem Ernährungssystem entnommen werden inkl Kompost, nicht geerntete Produkte. Diese landen in der Kanalisation oder Produktion von Biogas, Bioenergie oder Verbrennung.

Im Haushalt-Kehricht sind gemäss BAFU 32% biogene Abfälle und 15% Nahrungsmittel. Produktgruppen, die im Haushalt am meisten im Abfall landen sind Gemüse und Früchte (31%), Koch- und Tellerreste (30%), Brot (21%) und Milchprodukte (13%).

Seit 1986 hat die Abfallvermeidung oberste Priorität im Umweltschutzgesetz:

1. Vermeidung
2. Spende, Weitergabe
3. Verfütterung an Tiere
4. energetische, stoffliche Verwertung
5. Verbrennung

Diese Prioritätenliste wird heute kurz «Food > Feed > Energy» genannt. (Text aus dem Referat: Foodways Consulting)

«Vermeidung bedarf Innovation, nicht neuer Gesetze», betont Hurschler. Als Vorgehensweisen nennt er Wertschätzung und Optimierung. Seine Firma bietet dazu Beratung an. Solched erhalten Bäckereien auch beim Verein United Against Waste, einem Branchenzusammenschluss im Food Service Sektor, der sich für eine Reduktion von Food Waste im Ausser-Haus-Konsum engagiert. Er will Lebensmittelabfälle entlang der Wertschöpfungskette der Food Service Branche vermindern. Der Verein, welcher im Sommer 2013 gegründet wurde, reicht von Lebensmittelherstellern und Grosshändlern bis hin zum Gast- und Bäckereigewerbe.

Die Website www.united-against-waste.ch informiert: Gemäss aktuellen Schätzungen fallen jährlich rund 265'000 Tonnen vermeidbare Lebensmittelabfälle in der Wertschöpfungskette des Ausser-Haus-Konsums an. Dies entspricht etwa 12% der Abfälle des gesamten Schweizer Ernährungssektors. In diesem Kontext verfolgt United Against Waste einen Supply-Chain-Ansatz innerhalb der Ausser-Haus-Branche. Dies ermöglicht Lösungsansätze an allen Schnittstellen zwischen Feld und Teller und verspricht somit das grösste Wirkungspotential. Der Verein wird damit zu einer innovativen Plattform mit übergreifendem Charakter. Die Website enthält ein Fallbeispiel für Bäckereien.



Ein Viertel der Backwaren wird von den Kunden nicht konsumiert und landet im Abfall

In der Schweiz konsumieren wir pro Kopf und Jahr rund 51,5 Kilogramm Brot- und Backwaren. Dies entspricht auf die Gesamtbevölkerung einem jährlichen Konsum von etwa 422,3 Mio. Kilogramm. Rund die Hälfte wird zu Hause verzehrt, die andere Hälfte unterwegs oder im Büro, zum Frühstück oder zwischendurch. Aber 26% aller Backwaren werden aber von den Konsumenten nicht gegessen und landen im Abfall. Jährlich werden so in der Schweiz rund 100 Mio. Kilogramm Brot- und Backwaren weggeworfen.

Rund 40% der konsumierten Menge werden bei den gewerblichen Bäckerei- & Konditoreibetrieben eingekauft. Dazu werden ca. 170'000 Tonnen Produkte hergestellt. Der Anteil der nicht konsumierten Backwaren dürfte auch hier bei rund einem Viertel liegen. Der Anteil der Lebensmittelabfälle durch die Konsumenten belaufen sich bei gleicher Verlustquote auf ca. 42'500 Tonnen. Dies entspricht ca. 10'500 LKW-Ladungen mit einem Wert von rund Fr. 220 Mio.

Im zweiten Halbjahr 2014 initialisierte der Verein United Against Waste gemeinsam mit Pistor eine Arbeitsgruppe Brot- & Backwaren.

Die Arbeitsgruppe bietet praxisnahe Unterstützung, damit Retouren reduziert werden und Betriebe effizienter arbeiten können. Jedes Mitglied bringt dabei sein Wissen ein. Gemeinsam werden neue Lösungen entwickelt, welche der gesamten Branche zur Verfügung gestellt werden.

Reduktion der Überschüsse um 30-40%

Durch transparente Erhebungen der anfallenden Mengen entlang der Wertschöpfungskette wird die Basis für Verbesserungen gelegt. United Against Waste hat für die gewerblichen Betriebe einfache und praxisorientierte Erhebungswerkzeuge erarbeitet, mit welchen Überschüsse während 4 Wochen erfasst und mit anderen Betrieben verglichen werden können.

Wo entsteht Überschuss in Betrieben? Erhebungen mit Pilotbetrieben im Oktober/November 2014 haben gezeigt, dass in deren Wertschöpfungskette die Retouren aus nicht verkauften Waren zwischen 8-15% betragen und in der Produktion und Lager weitere 2-5% anfallen.

Von den gesamten Retouren entstehen anteilmässig:

- 71% aus nicht verkauften Produkten, diese betragen je Sortimentgruppe
 - 37% Brot & Kleinbrote
 - 19% Take Away Artikel
 - 15% Patisserie Artikel
- 23% aus Produktionsabfällen
- 6% aus Lagerabfällen (abgelaufene Produkte)

Weshalb entsteht so viel Überschuss? Als Hauptverursacher fallen folgende Punkte ins Gewicht:

- Hohe Sortimentsbreite bis Ladenschluss
- Kundenerwartungen & Einkaufsgewohnheiten
- Verlorengegangene Wertschätzung zum Lebensmittel von Seite der Kunden

Konkrete Lösungen

Mit gezielten Lösungen können die Überschüsse reduziert und somit Sparpotential genutzt werden: Durch eine transparente Erhebung und Analyse der anfallenden Nahrungsmittelabfälle wird die Basis für Verbesserungen gelegt (Standortbestimmung). Gleichzeitig gilt es, die Sortimentsbreite zu untersuchen und zu bestimmen, welche Produkte bis Ladenschluss verfügbar sein sollen. Durch eine Optimierung und Anpassung des Sortiments auf die Kundschaft sowie der Steuerung der Angebote über den Tag werden weitere Verbesserungen erreicht.

Mit einer ganzheitlichen Sortimentssteuerung können die Überschüsse somit reduziert und Sparpotential genutzt werden. Hierfür ist es zentral, konkrete Ziele zu definieren, und laufend zu prüfen, ob diese erreicht werden.

Ein weiterer Aspekt ist die verstärkte Sensibilisierung der Kunden für die Wertschätzung der handwerklich hergestellten Produkte. Der Mehrwert der Backwaren, die wertvollen Rohstoffe und Ressourcen, das Handwerk und Genuss stehen dabei im Vordergrund und sollen den Konsumenten positiv vermittelt werden.



Fehlende Kommunikation als Hauptursache

In einem zweijährigen wissenschaftlichen Projekt analysierte die Fachhochschule Münster Lebensmittelabfälle in der Gemeinschaftsverpflegung. Ziel war, Überschüsse zu vermindern, Kosten zu sparen und Ressourceneffizienz zu steigern. Die Ergebnisse zeigen: Abfälle und somit unnötige Kosten sind erheblich, können aber auf einfache Weisen eingespart werden. Mögliche Massnahmen reichen von der Vereinheitlichung der Produktions- und Ausgabemengen, bis hin zu verbesserter Kommunikation im Team. Innerhalb eines Jahres konnte so 15% des ursprünglichen Lebensmittelabfalls eingespart werden.

Als primäre Ursache für Überschüsse nennt die Fachhochschule Münster die fehlende Kommunikation zwischen den unterschiedlichen Stellen. Einerseits beinhaltet dies einen mangelnden Informationsfluss zwischen Produktion, Ausgabe und Entsorgung, was zu geringer Rückmeldung bezüglich anfallender Lebensmittelreste führt.

Andererseits besteht auch eine Kommunikationslücke zwischen Zentralküche und Kunden. Aufgrund fehlender Informationen führen hier regelmässige, kleine Abweichungen in der Ausgabemenge oder auch der Anzahl Gäste zu grossen Nahrungsmittelverlusten.

Sieben Optimierungsschritte sollen dem entgegenwirken:

1. Relevanz von Lebensmittelabfällen erkennen
2. Den Status Quo analysieren und Mengen erheben
3. Ursachen identifizieren und Massnahmen entwickeln
4. Schnittstellen zu vorherigen und nachfolgenden Wertschöpfungsstufen optimieren
5. Mitarbeiter schulen
6. Thema gegenüber Kunden und Öffentlichkeit kommunizieren
7. Mit anderen Küchen vernetzen

Nicht jedes Unternehmen produzierte denselben Anteil Lebensmittelabfälle. Während einige einen Anteil von 8 % aufwiesen, zeigen andere Werte bis zu 30 %. Diese breite Spannweite lässt sich durch die verschiedenen Betriebsstrukturen und Zielgruppen erklären. Die Aufteilung nach Abfallarten zeigt: Bei weitem am meisten Optimierungspotential besteht bei den Ausgabe- und Tellerresten. Hier fielen rund 95% des gesamten Überschusses an. (Volltext: www.united-against-waste.ch)

Weiterlesen: [Lebensmitteltag 2015 im Rückblick](#)