

Lebensmittel „retten“

Einsatz gegen Lebensmittelverschwendung in Bayreuth

Enorme Mengen an Lebensmitteln werden täglich im Einzelhandel aussortiert, weil sie der Norm der makellosen Optik nicht entsprechen. In Ländern ohne gesetzliche Regelung, z.B. Deutschland, hängt es stark vom Engagement von foodsavern wie Manuel ab, ob diese Lebensmittel weggeworfen oder sinnvoll genutzt werden.



Was war die Motivation zur Verwirklichung dieses Projektes?

„In Ruanda habe ich mitbekommen, wie wertvoll Essen für viele Menschen ist. Manche in meinem Umfeld hatten kein Geld, um sich deutlich mehr als Essen und ein Haus zu leisten. Deswegen haben dort fast keine Läden Essen weggeschmissen. Dass wir in Deutschland Essen nicht mehr als WERTvoll betrachten und es stattdessen wegschmeißen, obwohl es noch genießbar ist, schockiert mich. Ich möchte dazu beitragen, dass in Bayreuth weniger noch genießbare Lebensmittel weggeworfen werden – beim Containern bin ich jedes Mal schockiert, wie viel (kommerzielles) Essen in der Mülltonne landet.“

Was sollte erreicht werden?

- ✓ In Deutschland ist die Lebensmittelverschwendung so groß, dass bis zu 50 Prozent der Lebensmittel auf dem Müll landen, ein weiterer Teil wird an Tiere verfüttert. Ein Großteil davon ist nach wie vor genießbar. Das Projektziel war es, diese Lebensmittel zu „retten“.
- ✓ Es sollten Kooperationen mit mindestens drei Läden in verschiedenen Bereichen (z.B. Brot, Obst, Gemüse) aufgebaut werden. Es sollte ein Netzwerk aus mindestens zehn Foodsaver*innen in Bayreuth auf der Plattform lebensmittelretten.de aufgebaut werden, wobei es sich nicht nur um Studierende, sondern um Menschen aus verschiedenen Bevölkerungsschichten handeln sollte. Die durch die Foodsaver*innen „geretteten“ Lebensmittel sollten die Öffentlichkeit erreichen und nicht nur von den Foodsaver*innen selbst oder durch deren Freund*innen verwertet werden. Das heißt, dass sie entweder weitergegeben werden (z.B. online, an Volksküchen, an Bedürftige) oder an „fairteiler“-Stationen gelangen sollten.

Wer sollte erreicht werden?

- ✓ Direkte Zielgruppe: Mindestens drei Unternehmen in Bayreuth, die Lebensmittel verkaufen oder produzieren; mindestens zehn aktive Foodsaver*innen
- ✓ Indirekte Zielgruppe: Kund*innen der kooperierenden Unternehmen; Freund*innen der Foodsaver*innen

Was ist konkret passiert? Was wurde erreicht?

„Wir haben in Bayreuth eine Gruppe für's foodsharing gebildet. Bei den ersten Treffen waren wir ca. 6 Leute, beim letzten sogar über 30. Anfangs haben wir die foodsharing-Treffen vor allem über Mundpropaganda organisiert und auf facebook veröffentlicht. Foodsharing scheint inzwischen so bekannt zu sein, dass Interessierte von sich aus kommen, ohne dass wir groß Werbung machen müssen. In der Bayreuther foodsharing-Gruppe auf facebook sind ca. 1300 Leute aktiv am Lebensmittel teilen. Auf der

Website „lebensmittelretten.de“ haben sich für Bayreuth innerhalb der letzten 6 Monate über 70 Leute angemeldet.

In der Anfangszeit lag mein Schwerpunkt sehr auf dem Ansprechen von Betrieben. Die Betriebe kommen dadurch ethischen Zielen (wie dem, keinen Lebensmittelmüll zu verursachen) näher. Außerdem haben sie den Vorteil, dass Kund*innen von dem Engagement mitbekommen durch Aufkleber im Eingang oder die Nennung in Interviews. Für Unternehmen, die viel wegschmeißen, sinken außerdem Müllkosten und die Arbeitszeit für die Sortierung. Insgesamt haben wir Bayreuth-weit ca. 60 Lebensmittelläden angesprochen – von Ständen auf dem Wochenmarkt über Bäckereien, das Reformhaus und Biomärkte. Das Feedback war insgesamt sehr positiv: Die meisten Läden schmeißen kein Essen in den Müll, was noch genießbar ist - was bestimmt auch sehr an der Art der angesprochenen Läden liegt.

Im Juni habe ich dann den BioBio, einen Bio-Supermarkt mit drei Filialen in Bayreuth, angesprochen und die Chefin war sofort von foodsharing begeistert und bereit, uns alles zu geben, was normalerweise in der Tonne landet. Seitdem haben sich pro Filiale Teams gebildet, die dort täglich Lebensmittel abholen – vorausgesetzt, es wurde etwas abgeschrieben. Das waren seit Kooperationsbeginn in den letzten 5 Monaten schon ca. 3,5 Tonnen an Lebensmitteln, die verwertet anstatt weggeschmissen wurden. Zwei der kooperierenden Läden haben sogar Konsequenzen gezogen, dadurch dass sie regelmäßig gesehen haben, wie viel Essen nicht verwertet wird. Sie haben sich neue Strategien überlegt, wie sie deutlich mehr Essen weiterverwenden.

Inzwischen sind einige Medien auf unsere Initiative aufmerksam geworden und haben Beiträge veröffentlicht, u.a. eine lokale Zeitung, ein Radiosender und das Uni-Fernsehen. So konnten wir weitere Leute erreichen, die kein facebook haben, und auch dort auf das Problem der Lebensmittelverschwendung aufmerksam machen.

Die deutschlandweite foodsharing – Initiative hat mir bei der Realisierung des Projektes sehr geholfen. Aktiv war insbesondere das Koordinations-Team aus Nürnberg. Außerdem hat Fiona Bunge aus Bayreuth, eine Freundin, viel mitgeholfen neben einigen anderen Bayreuther*innen, die von Anfang an dabei waren. Für die Zukunft sind jetzt noch weitere Projekte geplant, u.a. ein Infostand in der Stadt und ein Fair-Teiler, also ein Ort, an dem man Lebensmittel verschenken und bekommen kann.“



Bemerkungen zur Umsetzung

Besonderheiten: Zu sehen, dass wir etwas erreichen können und ein Bewusstsein schaffen können.

Bemerkung zur Zielgruppe: Foodsaver können prinzipiell alle werden, wobei es besser geht, wenn mensch Internet hat. D.h. es spielt keine Rolle, ob PoC (People of Color), Weiß, Asylbewerber*in (die haben wir z.B. versucht, zu integrieren). Zumindest ist das das Ideal, ob's immer klappt, ist die Frage: denn vielleicht spielt es doch gerade da eine Rolle, wenn nicht aktiv darüber nachgedacht wird. Mit den Asylbewerbenden war's schwierig, weil wir nicht "Bedürftige" beliefern wollten, sondern die Asylbewerbenden ins Team integrieren wollten, so dass sie selber abholen können und das selbstständig und unabhängig von uns machen können. Das hat leider nicht so ganz funktioniert, steht aber noch auf dem Plan für die nächste Zeit. Wir möchten dabei sicher gehen, dass die Asylbewerbenden das auch wirklich wollen - und es nicht darum geht, dass wir uns gut fühlen, weil wir "Bedürftige" beliefern. Mit Asylbewerbenden ist die Kommunikation gerade noch ein Hindernis, was die Zusammenarbeit schwierig macht.

Probleme & ihre Überwindung: Es war schwierig, Betriebe zu finden, die etwas wegschmeißen und kooperieren wollen. Die einzige Lösung war, weitere Betriebe anzusprechen.



Eckdaten

Der Projektorganisator: Manuel Wiemann (m-wiemann@posteo.de) war mit der Vereinten Evangelischen Mission (VEM) in Ruanda.

Projektdatum/-ort: 2014 / Bayreuth

Stichworte: Lebensmittel, Konsum, foodsharing, Ernährung