

Ergebnisse der Tagung: „Lebensmittel sind wertvoll!“ 13.10.2014



Arbeitsgruppen zu „Lebensmittel aus verschiedenen Perspektiven“

Lebensmittel & Werbung: Bernadette KAMLEITNER (WU Wien)

- Wer ist für die Werbung zuständig und wie wird kommuniziert? Erwartungshaltung bei KonsumentInnen wird erzeugt: bspw. schöne Almlandschaft, Berge, perfekte Formen und Farben bei Obst und Gemüse
- KonsumentInnen könnten aber Nachfrage beeinflussen
- „Wenn Werbung ehrlich wäre ...!“ Projektidee: Karikatur-Stream über Youtube
- Vertrauensvolle Testimonials zur Vermittlung des Werts von Lebensmitteln
- Verwendungswissen fehlt oft: was kann man damit tun/kochen?
- Cleveres Verpackungsdesign
- Qualitätskriterien lockern (unterschiedliche Größen) Verkauf nach kg statt Stück
- Qualitätskriterien (z.B. kleine Punkte = weniger Pestizide)
- Infos zu richtiger Lagerung, Einfrieren und Einkochen
- Vorrechnen, Vorzeigen
- Mengenrabatte und Multipackaktionen sind sozial unerwünscht
- Multimodale Multi-Stakeholder-Kampagne



Kinder & Essen: Claudia ERTL-HUEMER (Gourmet)



- Essen erlebbar machen
- Ernährungserziehung als Bildungsauftrag
- kleinere Einheiten für Kinder: dadurch mehr Flexibilität
- Speisen von Kindern verkosten lassen
- Speisen, die übrig bleiben als Nachmittagsjause anbieten
- Gemeinsames Essen in der Familie und im Kindergarten
- Vorbildwirkung der Erwachsenen wichtig
- pädagogisches Kochen
- Elternbildung
- Kochkurse zum Restlverwerten

Gastronomie & Innovation: Christian PLADERER (Österreichisches Ökologie-Institut)

- Problem der **Standardpraktiken** in der Gastronomie (speziell in der Individualgastronomie): Routine muss neu bewertet werden
- Abfallsammlung:
 - Brot für die Verfütterung
 - Biotonne (organisches, nicht Verkochtes)
 - Küchentonne (Speisereste)
 - Verpackungen aus Glas, Metall, Papier, Kunst- und Verbundstoffe für Altstoffrecycling
 - Restmüll



- **Bestellsysteme im just-in-time-Prinzip:** kleine Einheiten, Kalkulation und Kommunikation
- **First-in-first-out-System** in der Lagerung
- **Personal:** Checkliste und Schulung zum Thema Abfallvermeidung und Abfalltrennung
- **Berichtswesen** und Benchmarks führen zu Referenzwerten wie bspw. spezifische Abfallmenge
- Fleischwolf und Turmmixer sind nützliche Tools zur Abfallvermeidung
- **Gartechniken** wie Sous-Vide-Methode oder Niedertemperaturgaren: geringere Gewichtsverluste um -20% bis -30% möglich
- **Zielgruppenspezifische Essensausgabe:** Portionsausgabe in PensionistInnenwohnheimen und Spitälern, in Schulen besser Buffet
- **Front-Cooking** im Catering trägt zur Abfallvermeidung bei
- **Transportverpackung:** umweltschonende Mehrwegvarianten
- Auch Take away in Mehrwegbehältern aus Edelstahl oder Glas möglich
- **Kommunikation auf der Speisekarte:**
 - Unterschiedliche Portionsgrößen
 - Statt SeniorInnensteller besseren Begriff finden, inkl. angemessener Preisreduktion
 - Anbieten von Nachschlag
 - Kommunikation: Saisongemüse, Frühlingsgemüse statt Brokkoli und Fenchel (Einschränkung vermeiden)
- **Catering/Großküche:** „All You Can Eat“ Restaurants mit Strafe, wenn Reste am Teller bleiben
- Vorschlag für eine neue Österreichische Richtlinie zur empfohlenen Portionsgröße anhand von Kernspeisen und Beilagen
- Wahl der **Tellergröße**
- Wie kann **B-Ware** in der Gastronomie vermehrt verwendet werden, Anbieternetzwerk aufbauen
- **Weitergabe** von Speisen aus der Gastronomie an karitative Einrichtungen

Lebensmittel & (Aus)Bildung: Werner SEDLACEK (GAFA)

Wertschätzung beginnt mit **Wissen** über Lebensmittel:

- **Abfallvermeidung in der Ausbildung**
 - Systemgastronomie und Ausbildung (1J)
 - Koch an der Abfallentsorgung teilhaben lassen
- **Abfallvermeidung in der Bildung**
 - Es beginnt Zuhause, Bildung endet nie
 - Kochen im Kindergarten (?)
 - Schule, Volksschule und Unterstufe: [Infomaterial im Download des BMLFUW](#)
 - Wir vergessen die Kinder zwischen 11-13 Jahren: Hauptschule/ NMS (kein oder fast kein Unterricht – fehlende Rahmenbedingungen)
 - Lebensmittelkunde, Bewusstsein schaffen (kritische Gegenüberstellung schaffen)
 - fachübergreifende) Lehrfächer
- **Information über geeignete Verwertungswege (Haltbarmachungsmethoden)**



Schlussfolgerungen

1) Good Practice Beispiele

Viele Akteure entlang der gesamten **Wertschöpfungskette** führen Vermeidungsmaßnahmen durch und nehmen an Initiativen teil.

Viele **Good Practice Beispiele** zeigen ein umfassendes Portfolio an Maßnahmen auf, um Lebensmittelabfälle zu vermeiden und zu reduzieren, bspw.

- Optimierung des Bestellwesens (inkl. Flexibilität)
- Just-in-time-Prinzip
- First-in-frist-out-System, kleines Lager im Restaurant
- Kooperation aller Beteiligten
- Vorbestellungen und Reservierungen
- Erhebung der Beliebtheit von Speisen
- kleine Speisekarte bedeutet höhere Qualität der Speisen
- die Karte kann öfters gewechselt werden
- Überarbeitung der Rezepte
- Vegetarische und vegane Speisen integrieren
- Optimierung der Portionsgrößen
- Verwendung von einheitlichem Geschirr
- Frühstücksbuffet: Essen portionsweise in Gläsern
- Mittagsbuffet: kleine Einheiten, öfters nachgefüllt

2) Vernetzung

- **Vernetzung** und Kooperationen von AkteurInnen sind wichtige Schritte zu Veränderungen entlang der Wertschöpfungskette
- **Branche sehr inhomogen**: Jedes Restaurant hat sein eigenes System und ist individuell zu betrachten:
 - Portionsgröße je Gastronomiebetriebsart analysieren
 - Entwicklung einer einheitlichen Methodik ist daher schwierig
- **Bauern und Bäuerinnen** könnten sich mehr zusammenschließen, Ziel: weniger Uniformität, keine Konformität

3) Abfallaufkommen und Mülltrennung

- **Mülltrennung** kommunizieren (Biotonne und Küchentonne)
- in der klassischen Gastronomie sind vermehrt **Beilagen** im Abfall zu finden
- Viele **Köche und Köchinnen bzw. Küchenpersonal kennen Abfallaufkommen** nicht, Personalschulung wichtig hinsichtlich Abfallvermeidung, aber auch Mülltrennung
- **Abfalltrennung** in der Gastronomie verbessern
- Fehlende **Referenzwerte** wie bspw. spezifische Abfallmenge

4) Kommunikation und Bewusstseinsbildung

- Wien ist die einzige europäische Metropole mit namhafter **innerstädtischer Landwirtschaft**
- **Regionalität** führt zu Wertschöpfung und zu Wertschätzung
- Wichtig ist der **Unterschied zwischen vermeidbaren und nicht vermeidbaren Lebensmittelabfällen**
- Richtige Wahl der **Verpackung** führt zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen
- **Mehrweg-Transportverpackung** auch für Take away möglich
- Bewusstsein schaffen bei den Gästen: mehr **Aufklärungsarbeit** notwendig
- Interesse der **Medien zum Thema vorhanden**
- **KonsumentInnen können Nachfrage** beeinflussen, aber es wird falsche Erwartungshaltung generiert, Stichwörter: Schöne Almlandschaft, Berge, perfekte Formen und Farben bei Obst und Gemüse, etc.
- Fehlendes Bewusstsein beim **Küchenpersonal**
- **Kommunikation** auf der Speisekarte wichtig, bspw. unterschiedliche Portionsgrößen

5) (Aus)Bildung

- **Ernährungserziehung** als Bildungsauftrag
- **Vorbildwirkung** der Erwachsenen wichtig: Gemeinsames Essen zuhause
- Wertschätzung beginnt mit **Wissen** über Lebensmittel: Lebensmittelkunde, Bewusstsein schaffen (kritische Gegenüberstellung)
- **Abfallvermeidung und -trennung in der Ausbildung der KöchInnen** zu wenig integriert
- Noch geringes Angebot für Kinder zwischen 11-13 Jahren!

6) Infrastruktur, Techniken, Innovationen

- **Effizienteste Geräte** in jeder Küche sind Voraussetzung zur Abfallvermeidung
- **Schonende Gartechniken wie Niedertemperaturgaren** und **Sous-Vide-Methode** führen zur Reduktion von Lebensmittelabfällen
- **Zielgruppenspezifischen Essensausgabe** ist gefragt
- **Front-Cooking** im Catering eine Alternative
- Fehlende Empfehlung für **Portionsgröße** in Österreich



Weitere Maßnahmen zur Steigerung der Wertschätzung von Lebensmitteln

1) Bewusstseinsoffensive

- Zielgruppe: Haushalte, MitarbeiterInnen im Handel
- **Weitere Bewusstseinsänderung** hinsichtlich der Abkehr von vollen Regalen bis Ladenschluss
- Werbung ist ein sensibles Thema und eine Schraube bei der Bewusstseinsbildung
- **Regionalität** der Lebensmittel forcieren
- Zur Bewusstseinsarbeit: **Kooperationen** an den Schnittstellen und entlang der Wertschöpfungsketten forcieren
- Informationen über Herkunft und Produktionsart bei verarbeiteten Lebensmitteln in der Gastronomie, Catering und Gemeinschaftsverpflegung
- Kommunikation zur Möglichkeit des **ehrenamtlichen Engagements** (Lebensmittelweitergabe)
- „Wenn Werbung ehrlich wäre!“ **Karikatur-Stream über Youtube**
- **Kochkurs** für Restküche
- Speisen von Kindern in Kinderbetreuungsstätten und Schulen **verkosten** lassen
- **Testimonials** für richtige Emotionen und Bilder zur Steigerung der Wertigkeit von Lebensmitteln
- Verbreitung von „Good Practice Beispielen“ bei der Kommunikation auf der **Speisekarte**

2) Vernetzen

- Weiter hin **Vernetzung und Erfahrungsaustausch** sind wesentlich für Verbreitung der Maßnahmen
- Ausbau und Optimierung der bestehenden Kooperationen und Netzwerke im System zur **Lebensmittelweitergabe**

3) Projekte

- Erhebung von **Referenzwerten**, bspw. spezifische Abfallmengen
- Konzept für den Einsatz von **B-Ware** in der Gastronomie
- Konzept für die **Weitergabe von Speisen** aus der Gastronomie an karitativen Einrichtungen, Möglichkeit in der Gastronomie schaffen, Restln mitzunehmen (Figlmüller, Wiener Tafel)
- Tool oder Checkliste zur Analyse der **Portionsgröße**
- Empfehlung für **Portionsgrößen** in Österreich erarbeiten

4) (Aus)Bildungsoffensive

- Mehr Abfallvermeidung und -trennung in der **Ausbildung der KöchInnen**
- **Info- und Bewusstseinskampagne beim Küchenpersonal:** Checkliste und Schulung zum Thema Abfallvermeiden und -trennung
- Infokampagne zur **besseren, umfassenden Abfalltrennung** in der Gastronomie
- **Verbreitung von Gartechniken wie Niedertemperaturgaren und Sous-Vide-Methode**
- **Zielgruppenspezifischen Essensausgabe** kommunizieren
- Lebensmittelkunde in Lehrpläne der allgemeinen Bildungseinrichtungen aufnehmen