

So senken Biohofläden *mit einfachen Mitteln* ihren Food Waste

Ein Drittel aller Lebensmittel landet im Abfall, auch Bio kennt Foodwaste. Eine Kampagne unterstützt die Hofläden und regt die Kundschaft an, bei Ablaufdaten selbst mitzudenken.

Marina Steinmann steht im Hofladen auf ihrem elterlichen Demeter-Betrieb im luzernischen Roggliswil und dreht sanft ein Glas Himbeermarmelade in den Händen. Die Konfi hat sie selbst gemacht, letztes Jahr in der Adventszeit, als die Arbeit auf den Feldern ruhte und das Vieh seine Runden im Laufstall drehte. Geerntet hatte sie die Beeren im Spätsommer, anschliessend kamen sie in den Tiefkühler. «Nimmt man sich dann mal Zeit zum Konfimachen, erledigt man natürlich am liebsten alles aufs Mal», sagt die diplomierte Landwirtin, die in drei Jahren den Hof von Vater Josef übernehmen wird.

Alles im selben Aufwasch zu machen habe aber einen Nachteil: «Ich habe dann eine grosse Menge Konfis, die alle zum selben Zeitpunkt ablaufen.» So riskiere sie, dass ein Teil der Ware zu Food Waste verkomme. Deshalb versuche sie heute, solche Produktionen und damit auch die Haltbarkeit der Erzeugnisse besser zu staffeln. Dasselbe gelte auch beim Fleisch, wo nach jedem Metzgertermin eine grosse Charge mit identischem Verbrauchsdatum anfalle. «Aber im Winter will logischerweise niemand grillieren», sagt die Bäuerin schmunzelnd.



Eingemachtes und Sirup reduzieren Food Waste ebenfalls.

Mit dieser Haltung zeigt die 32-Jährige, wie sehr sie für die Food-Waste-Problematik sensibilisiert ist. Das beginnt bereits beim Standort des Hofladens: Er befindet sich an der Dorfstrasse im Kellerlokal ihres alten Bauernhauses, wo es auch im Sommer dunkel und kühl ist. Das Gemüse, das sie von einem benachbarten Biobauern zukaufte, wird dadurch weniger welk, auch die Früchte bleiben frisch. Marina Steinmann zeigt

auf zwei Körbe mit Kartoffeln, die sie mit Sacktuch abgedeckt hat. «Hier ist auch die Sorte entscheidend», betont die Landwirtin. So würden sie vorwiegend Sorten wie Vitabella pflanzen, die gegen Kraut- und Knollenfäule tolerant sind. Daneben kultivieren die Steinmanns Lein, Dinkel, Weizen, Hafer und Mais, aus denen sie Mehl oder anderes herstellen lassen und teils im Hofladen verkaufen. Von den Hochstammbäumen kommen Äpfel, Birnen, Kirschen und Zwetschgen. Auch Nektarinen und Pflaumen bauen sie an. Neben den Kühen für Milch und Fleisch halten sie auch Schweine und Hühner.

Gerade tierische Produkte wie Milch, Fleisch oder Eier würden oft Fragen aufwerfen, sagt Marina Steinmann. Ihre Eier kämen so frisch in die Auslage und würden so rasch verkauft, dass es sich nicht lohne, ein Legedatum aufzustempeln; auf Anfrage teile man dieses aber gerne mit. Ein Ei sei ein Frischprodukt, weise aber mit rund einem Monat dennoch eine recht lange Haltbarkeitszeit auf. Solche Zusammenhänge seien der Kundschaft nicht immer bewusst: «Beim Einkauf im Supermarkt ist man es sich gewohnt, dass alles fein säuberlich datiert ist und man sich selbst keine Gedanken machen muss.»

Zum Beispiel sei die frische, unbehandelte Demeter-Milch von ihrem Hof mindestens eine Woche im Kühlschrank haltbar, falls man ein paar Grundregeln beachte: «Am besten verwendet man ein Glasgebinde, das absolut sauber sein muss. Zudem spielen die Kühltemperatur und das weitere Kühlgut eine Rolle.» Weil die Kundschaft die Milch direkt ab Hof hole, erübrige sich das Anbringen einer Datierung. Allerdings informiere man die Käuferschaft über den Umgang mit Rohmilch, wie es auch von Gesetzes wegen vorgeschrieben ist.

Fürs Fleisch lassen Steinmanns ihre Tiere bei einem befreundeten Metzger in der Nähe schlachten. Dann erhalten sie das Fleisch mit einem Verbrauchsdatum (VD) zurück. Ist dieses Datum erreicht, wollen Kundinnen und Kunden die Ware meist nicht mehr kaufen, obschon sie – eingefroren – noch mindestens 90 Tage einwandfrei wäre. Bei Frischfleisch und Würsten, die nicht tiefgeköhlt sind, gibt es auch ein VD auf der Packung. Läuft dieses ab, muss die Ware sofort tiefgeköhlt werden, um ebenfalls noch 90 Tage genussfähig zu bleiben. Ein VD tragen auch ihre Spezialitäten aus Trockenfleisch, die ohne Nitrat, nur mit Salz, haltbar gemacht werden.

Jährlich Fleisch für 100 000 Personen im Abfall

Fleisch, das sein VD erreicht hat, bleibt tatsächlich oft im Kühler liegen und muss entsorgt werden. Laut «K-Tipp» (2022) werden schweizweit jährlich 5000 Tonnen solches Fleisch vernichtet – das entspricht etwa dem jährlichen Fleischkonsum von 100 000 Personen. Dabei hat der Bund schon längst einen Aktionsplan erlassen, mit dem die Verschwendung von Lebensmitteln bis 2030 halbiert werden soll. Ein möglicher Schritt dazu: Soziale Organisationen wie Tischlein deck dich oder Schweizer Tafel holen das gefrorene Fleisch an den Verkaufspunkten ab und lassen es Bedürftigen zukommen.

Direkt beim Ursprung des Problems auf Stufe Verkauf setzt die Kampagne «Länger geniessen ohne Risiko» von



Marina Steinmann will mit dem Ansatz «MHD+/VH+» Food Waste verringern und ihre Kundschaft sensibilisieren. Bilder: Beat Grossrieder

Foodwaste.ch an. Beteiligt daran ist auch der Hofladen der Steinmanns, dazu ein Dutzend weitere Biobetriebe. Direktvermarktende Knospe- und Demeter-Höfe können sich um ein kostenloses Starterset (Infobox) mit farblich abgestimmten Klebeetiketten bewerben, die zum Beispiel auf Tiefkühlfleisch angebracht werden. Sie informieren die Kundschaft,

«Beim Einkauf im Supermarkt ist man es gewohnt, dass alles datiert ist und man sich keine Gedanken machen muss.»

Marina Steinmann, Landwirtin

dass die Ware problemlos bis zu drei Monate nach Ablauf des VD geniessbar ist. Aber nur, wenn die Kühlkette lückenlos funktioniert hat; einmal aufgetautes Fleisch ist sofort zu verzehren. Andere Etiketten liefern Hinweise auf das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD), die für Produkte wie Teigwaren, Mehl, Eingemachtes von Relevanz ist. Zusammengefasst geht es beim Projekt um die Zauberformel «MHD+/VD+».

Lebensmittelämter sind involviert

Projektleiterin Erika Bauert von Foodwaste.ch sagt, die Kampagne umfasse derzeit «4500 kleine und mittelgrosse Detailhändler und Hofläden». Das Projekt zielt darauf ab, dass «20 000 bis 30 000 Tonnen Food Waste vermieden werden». Nebst Hofläden aus dem biologischen wie dem konventionellen Bereich würden auch Manufakturen, Kleinstbetriebe und Hofverarbeiter mitwirken. «Sogar ein Denner-Satellit ist dabei», freut sich Erika Bauert. Grosses Potenzial gibt es allein bei den Hofläden. Deren Zahl wächst von Jahr zu Jahr. Aktuell betreibt rund ein Viertel aller Bauernbetriebe Direktvermarktung, was einer absoluten Zahl von gut 12 700 entspricht.

Die Plattform biomondo.ch weist aktuell 478 Hofläden auf Knospe- und Demeter-Betrieben auf.

Als Motivation, jetzt beim Food-Waste-Projekt einzusteigen, nennt Erika Bauert das kostenlose Starterset im Wert von 200 Franken, das an Neueinsteiger verlost werde. Die Projektleiterin betont, man arbeite mit Branchenverbänden und Kantonen zusammen und beachte das Lebensmittelgesetz strikt. «Ziel ist es, endlich den erlaubten Verkauf von Produkten mit verlängerter Haltbarkeit in die Umsetzung zu bringen. Damit vermeiden wir Food Waste und erreichen eine nachhaltige Sensibilisierung der Kundschaft.» Beat Grossrieder



Startersets zu gewinnen

Foodwaste.ch verlost unter Knospe- und Demeter-Betrieben mit Hofläden zum Einstieg in die Kampagne «Länger geniessen ohne Risiko» 100 Startersets im Wert von je 200 Franken. Nebst Klebeetiketten umfassen sie Merkblätter für die Kundinnen und Kunden, einen Auszeichnungskleber für die Ladentüre, Vorlagen für Plakate und Flyer und weiteres Infomaterial in analoger wie digitaler Form. Wer seinen Hofladen bei diesem Projekt anmeldet, kann auch von einem Werbeeffect profitieren. Jeder Laden wird auf der Projektwebseite mit Namen und Ortschaft gelistet. Man erhält einen Kleber für die Eingangstüre, der sofort anzeigt, dass Food Waste hier ernst genommen wird. Eine Auswahl der Hofläden wird ausführlich mit Text, Bild und allenfalls Video porträtiert. Diese Porträts erscheinen auf der Projektwebsite in in den Gefässen der Verbände sowie bei Veranstaltungen.

foodwaste.ch/detailhandel



Ein Drittel aller Lebensmittel landet im Abfall, auch Bio kennt Foodwaste. Eine Kampagne unterstützt die Hofläden und regt die Kundschaft an, den Spielraum beim Ablaufdatum zu nutzen.

Marina Steinmann steht im Hofladen auf ihrem elterlichen Demeterbetrieb im luzernischen Roggliswil und dreht sanft ein Glas Himbeermarmelade in den Händen. Die Konfi hat sie selbst gemacht, letztes Jahr in der Adventszeit, als die Arbeit in den Feldern ruhte und das Vieh seine Runden im Laufstall drehte. Geerntet hatte sie die Beeren im Spätsommer, anschliessend kamen sie in den Tiefkühler. «Nimmt man sich dann mal Zeit zum Konfi machen, erledigt man natürlich am liebsten alles aufs Mal», sagt die diplomierte Landwirtin, die in drei Jahren den Hof von Vater Josef übernehmen wird. Alles im selben Aufwasch zu machen habe aber einen Nachteil: «Ich habe dann eine grosse Menge Konfis, die alle zum selben Zeitpunkt ablaufen.» So riskiere sie, dass ein Teil der Ware zu Foodwaste verkomme. Deshalb versuche sie heute, solche Produktionen und damit auch die Haltbarkeit der Erzeugnisse besser zu staffeln. Dasselbe gelte auch beim Fleisch, wo nach jedem Metzgertermin eine grosse Charge mit identischem Ablaufdatum anfalle. «Aber im Winter will logischerweise niemand grillieren», sagt die Landwirtin schmunzelnd.

Mit dieser Haltung zeigt die 77-Jährige, wie sehr sie für die Problematik des Foodwastes sensibilisiert ist. Das beginnt bereits beim Standort des Hofladens: Er befindet sich an der Dorfstrasse im Kellerlokal ihres alten Bauernhauses, wo es auch im Sommer dunkel und kühl ist. Das Gemüse, das sie von einem benachbarten Biobauern zukaft, wird dadurch weniger rasch welk, auch die Früchte bleiben knackig. Marina Steinmann zeigt auf zwei Körbe mit Kartoffeln, die sie mit Sacktuch abgedeckt hat. «Hier ist auch die Sorte entscheidend», betont die Landwirtin. So würden sie nur Sorten wie Vitabella pflanzen, die gegen Kraut- und Knollenfäule tolerant sind. Daneben kultivieren die Steinmanns Lein, Dinkel, Weizen, Hafer, Gerste und Mais, aus denen sie Mehl oder anderes herstellen lassen und teils direkt verkaufen. Von den Hochstammbäumen kommen Äpfel, Birnen, Kirschen, Pflaumen und Zwetschgen. Neben den Kühen für Milch und Fleisch halten sie auch Schweine und Hühner.

Fleisch für 100'000 Personen im Abfall

Gerade tierische Produkte wie Milch, Fleisch oder Eier würden oft Fragen aufwerfen, sagt Marina Steinmann. Ihre Eier kämen so frisch in die Auslage und würden so rasch verkauft, dass es sich nicht lohne, ein Legedatum aufzustempeln. Ein Ei sei ein Frischprodukt, weise aber mit rund einem Monat dennoch eine recht lange Haltbarkeitszeit auf. Solche Zusammenhänge seien der Kundschaft nicht immer bewusst: «Beim Einkauf im Supermarkt ist man es sich gewohnt, dass alles fein säuberlich datiert ist und man sich selbst keine Gedanken machen muss.» Zum Beispiel sei die frische, unbehandelte Demetermilch von ihrem Hof mindestens eine Woche im Kühlschrank haltbar, falls man ein paar Grundregeln beachte: «Am besten verwendet man ein Glasgebinde, das absolut sauber sein muss. Zudem spielen die Kühltemperatur und das weitere Kühlgut eine Rolle.» Weil die Kundschaft die Milch direkt ab Hof hole, erübrige sich das Anbringen einer Datierung.

Beim Fleisch ist das anders. Steinmanns lassen bei einem befreundeten Metzger in der Nähe schlachten und erhalten die Stücke und Würste mit einem Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) zurück. Ist dieses Datum erreicht, wollen Kundinnen und Kunden die Fleischware meist nicht mehr kaufen, obschon sie noch mindestens 90 Tage einwandfrei wäre.

Fleisch, das sein MHD erreicht hat, bleibt tatsächlich oft im Kühler liegen und muss entsorgt werden. Laut «K-Tipp» (2022) werden schweizweit jährlich 5000 Tonnen solches Fleisch vernichtet – das entspricht etwa dem jährlichen Fleischkonsum von 100 000 Personen. Dabei hat der Bund schon längst einen Aktionsplan erlassen, mit dem die Verschwendung von Lebensmitteln bis 2030 halbiert werden soll. Ein möglicher Schritt dazu: Soziale Organisationen wie Tischlein deck dich oder Schweizer Tafel holen das gefrorene Fleisch an den Verkaufspunkten ab und lassen es Bedürftigen zukommen.

Lebensmittelämter der Kantone sind involviert

Direkt beim Ursprung des Problems setzt die Kampagne «Länger geniessen ohne Risiko» von Foodwaste.ch an. Beteiligt daran ist auch der Hofladen der Steinmanns im Luzernischen, dazu ein Dutzend weitere Biobetriebe. Diese können sich um ein kostenloses Starterset (Infobox) mit Klebeetiketten bewerben, die zum Beispiel auf Tiefkühlfleisch angebracht werden. Sie informieren die Kundschaft, dass die Ware problemlos auch bis zu drei Monate nach Ablauf des MHD geniessbar ist. Natürlich nur, wenn die Kühlkette lückenlos funktioniert hat; einmal aufgetautes Fleisch ist sofort zu verzehren. Andere Etiketten liefern Hinweise auf das Verbrauchsdatum (VD) von leicht verderblichen Produkten. Hier geht es etwa um unverpacktes Frischfleisch oder eierhaltige Patisserie. Zum Starterset gehören auch Merkblätter, die im Laden für die Kundinnen und Kunden ausgelegt werden. Zudem gibt es Vorlagen für Plakate und Flyer und weiteres Infomaterial, in analoger wie in digitaler Form.

Projektleiterin Erika Bauert von Foodwaste.ch sagt, die Kampagne umfasse derzeit «4500 kleine und mittelgrosse Detailhändler und Hofläden». Das Projekt ziele darauf ab, dass «20'000 bis 30'000 Tonnen Foodwaste vermieden werden». Neben Hofläden sowohl aus dem biologischen wie dem konventionellen Bereich würden auch Manufakturen, Kleinstbetriebe und Hofverarbeiter mitwirken. «Sogar ein Denner-Satellit ist dabei», freut sich Erika Bauert. Als Motivation, beim Foodwaste-Projekt einzusteigen, nennt sie das kostenlose Starter-Set im Wert von 200 Franken, das an Neueinsteiger verlost werde. Die Projektleiterin betont, man arbeite mit Branchenverbänden und Kantonen zusammen und beachte das Lebensmittelgesetz strikt. «Ziel ist es, endlich den erlaubten Verkauf von Produkten mit verlängerter Haltbarkeit in die Umsetzung zu bringen. Damit vermeiden wir Foodwaste und erreichen eine nachhaltige Sensibilisierung der Kundschaft.»

Beat Grossrieder

Infobox

Starterset für 200 Franken zu gewinnen

Foodwaste.ch verlost zum Einstieg in die Kampagne «Lebensmittel länger geniessen ohne Risiko» 200 Startersets im Wert von je 200 Franken. Die Sets werden unter den verschiedenen Kantonen und Branchenverbänden aufgeteilt. Wer seinen Hofladen bei diesem Projekt anmeldet, kann auch von einem Werbeeffect profitieren. Jeder Laden wird auf der Projektwebseite mit Namen und Ortschaft gelistet. Man erhält einen Kleber für die Eingangstüre, der sofort anzeigt, dass Foodwaste hier ernst genommen wird. Eine Auswahl der Hofläden wird ausführlich mit Text, Bild und allenfalls Video porträtiert. Diese Porträts erscheinen nicht nur auf der Projektwebseite, sondern auch in den Gefässen der Verbände sowie bei Präsentationen auf diversen Veranstaltungen.

<https://foodwaste.ch/detailhandel>