

„Teller statt Tonne“

## **BIO COMPANY setzt Zeichen gegen Müll**

**Gemeinsam mit der foodsharing-App will das Unternehmen gegen Lebensmittelverschwendung angehen**

**Knapp 82 Kilo Lebensmittel wirft jeder Bundesbürger pro Jahr in den Müll, obwohl sie noch genießbar wären. Nicht zuletzt machte die Aufklärungsaktion „Teller statt Tonne“ von Bundesverbraucherministerin Aigner auf vermeidbare Lebensmittelverschwendung aufmerksam. Auch die Berliner BIO COMPANY will jetzt intensiver gegen Essen im Müll vorgehen. „Mein Ziel ist es, möglichst wenig in die Tonne zu schmeißen.“, bekannte Geschäftsführer Georg Kaiser kürzlich in einem Spiegel TV-Interview. Und unterstützt daher unter anderem jetzt die „foodsharing app“, eine interaktive Plattform für den Austausch von übrig gebliebenen Lebensmitteln.**

Selbst in einem Biosupermarkt fällt überschüssige Ware an. Zwar kaufte die erste Öko-Generation der 80er Jahre in ihren grünen Lädchen noch die schrumpeligsten Karotten aus Solidarität auf. Doch heutige Bioladenkunden achten auf eine frische und auch optisch ansprechende Ware. Lebensmittel, die nicht mehr so schön anzusehen sind, müssen Bioläden daher als nicht verkaufsfähige Ware aussortieren. „Nicht verkaufsfähig ist bei uns aber nicht gleichbedeutend mit Müll. Wir verwenden diesen Terminus nicht“, erläutert Georg Kaiser, Geschäftsführer der BIO COMPANY den Umgang mit der Ware. „Es heißt nur, dass wir eine andere Verwendung für die Lebensmittel finden müssen. Die Waren werden bei uns als verzehrfähig, aber nicht verkaufsfähig deklariert“, so Kaiser.

### **Nicht in den Müll**

Dies tut man bei der BIO COMPANY sehr bewusst. Zum einen hebt man das Angebot doch noch mal an den Kunden heran. Je nach Artikel wird teils schon vier Tage vor Ablauf des Verfallsdatums eine Reduzierung von 20 Prozent vorgenommen. Am Ende des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) reduziert die BIO COMPANY dann auf 50 Prozent. Vielen Verbrauchern ist mittlerweile bewusst: **Mindesthaltbarkeitsdatum ist nicht gleich Verfallsdatum.** Es heißt nur, dass der Hersteller bis zu diesem Zeitpunkt die Güte und Frische seiner Ware garantieren muss. Viele Lebensmittel sind aber auch nach dem Ablauf des MHD noch gut. Und so kauft der Kunde noch einen guten Teil der übrig gebliebenen Ware.

**Verschenkt, geteilt, gewürdigt: nichts geht verloren**

Wird die Ware nicht mehr verkauft, stellt die BIO COMPANY die Waren sozialen Organisationen zur Verfügung wie beispielsweise der Berliner Tafel, der Kirchengemeinde, der Samaritergemeinde „Verein für Obdachlosenarbeit“, oder den Organisationen Wildwasser sowie Laib und Seele, gibt zudem abgeschriebenes Brot an Tierheime ab. Auch die Mitarbeiter dürfen sich nach Bedarf etwas aussuchen. Was selbstverständlich klingt – ist nicht überall so. Viele Lebensmittel-Einzelhändler verbieten das aus Angst vor Manipulationen.

**BIO COMPANY unterstützt die foodsharing app**

Um aber noch mehr zu tun – und auch viele Verbraucher für das Thema und das Teilen zu sensibilisieren, unterstützt die BIO COMPANY jetzt die „foodsharing app“. Diese interaktive Plattform für einen Lebensmittelaustausch von übrig gebliebener Ware, auch aus privaten Kühlschränken, soll im September an den Start, sprich: online gehen.

Ins Leben gerufen haben die Plattform **Valentin Thurn** und **Sebastian Engbrocks**, die mit ihrem Dokumentarfilm „**Taste The Waste**“ wichtige Impulse zur Debatte über Lebensmittelverschwendung in Deutschland gesetzt haben.

Die Idee ist eine Tauschbörse von Lebensmitteln im Internet, die man sich auch als „App“ auf sein Smartphone runterladen kann. Jeder kennt das: nach einer Party ist ein unangetasteter Salat übrig geblieben, oder man blickt kurz vor seinem Urlaub schlechten Gewissens in einen noch vollen Kühlschrank. Dann kann man diese Ware auf foodsharing.de einstellen – und wer als erstes zuschlägt, erhält die Adresse und darf sich den Leibesschmaus dann abholen. Dies funktioniert per elektronischem Ticket – damit nicht 10 Leute auf einmal vor der Tür stehen.

Die BIO COMPANY möchte sich hier zum einen mit übrig gebliebener Ware aus den Läden einklinken. Zum anderen unterstützt sie das über Crowdfunding finanzierte Modell aber auch finanziell. Zunächst fließen 2.000 Euro, damit das Modell auch erstmal an den Start gebracht wird. Ein weiteres Engagement zu einem späteren Zeitpunkt schließt man bei der BIO COMPANY nicht aus.

„**Eine Überproduktion von Lebensmitteln geht immer zu Lasten der Umwelt** – und nicht zuletzt auch der Tiere.“, begründet Georg Kaiser sein Engagement. „Wir müssen zu mehr Würdigung des Essens zurückkehren und zur Wertschätzung gegenüber Bauern, Tieren und der Natur. Lebensmittel nicht in die Tonne zu werfen, sondern respektvoll zu verwerten, ist ein erster Weg dazu. Wenn ich das ganz einfach per App mobil einstellen kann und die Leute holen das dann ab, haben wir schon viel gewonnen.“, so Kaiser. Und einstellen kann jeder: auch wenn ein Bauer bei der Ernte Kartoffeln aussortieren muss – oder der Kirschbaum im Garten so viel trägt, dass man sie nicht alle alleine essen kann.

[www.biocompany.de](http://www.biocompany.de)

[www.foodsharing.de](http://www.foodsharing.de)

*27. August 2012*

**Pressekontakt:**

*STURM!* Public Relations

Beratung für strategische Kommunikation

Imke Sturm , Knesebeckstr. 92, 10623 Berlin

Tel.: 030 - 347 05 177, Fax: 030 - 347 05 178

E-Mail: [sturm@sturm-pr.de](mailto:sturm@sturm-pr.de)