

Medienmitteilung

Schweizweite Kampagne «SAVE FOOD, FIGHT WASTE.»

Die SV Group sagt Food Waste den Kampf an

Heute lancierte die Stiftung PUSCH ihre nationale Kampagne «SAVE FOOD, FIGHT WASTE». Unter den teilnehmenden Organisationen ist auch die SV Group eine wichtige Partnerin. Damit will die Schweizer Marktführerin in der Gemeinschaftsgastronomie ihre Abfälle von essbaren Lebensmitteln noch weiter reduzieren. Dies dank griffigen Massnahmen, die jetzt als Teil einer breiten Kampagne zusätzlich gepuscht werden.

Dübendorf, 28. November 2019 – Bereits 2006 begann die SV Group ihre eigenen Lebensmittelabfälle systematisch zu messen. Dank einer Vielzahl von Massnahmen gelang es ihr, den Food Waste um 40 Prozent zu reduzieren. Konkret von 64 g (2006) auf 36 g (2019) pro Hauptmahlzeit. Wenn man bedenkt, dass der Durchschnittswert in der Gastronomie bei 124 Gramm pro Hauptmahlzeit¹ liegt, ist das Resultat sehr erfreulich. Ebenfalls positiv: Diese Menge ist kein wertloser Abfall: So wird aus Bioabfällen Ökostrom und aus altem Frittieröl Biodiesel hergestellt.

Gäste in die Pflicht nehmen

So ermutigend die Einsparungen an Food Waste sind, so enttäuschend ist der Umstand, dass der Wert seit 2015 stagniert. Die SV Group will deshalb in Zukunft vermehrt auch ihre Gäste in Mitarbeiterrestaurants und Mensen für das wichtige Thema sensibilisieren und ihnen zeigen, wie auch sie einen Beitrag gegen Food Waste leisten können. Und was damit jede und jeder Einzelne auslöst. «Wer nur so viel auf dem Teller hat, wie er oder sie wirklich mag, verursacht automatisch weniger Food Waste. Bei über 22 Millionen Mahlzeiten pro Jahr allein in der Schweiz multipliziert sich das sehr schnell», sagt Patrick Candrian, Geschäftsführer Gemeinschaftsgastronomie der SV Group.

Laufende Massnahmen verstärken

Die SV Group wird ihre bisherigen Massnahmen permanent verbessern. Dazu zählen die sorgfältige Planung des Angebots und der darauf abgestimmte Einkauf. Weiter das aufmerksame Befüllen der Selbstbedienungs-Buffets und die genaue Mengenabstimmung für die verschiedenen Menus. Zudem werden übrig gebliebene Angebote stark vergünstigt verkauft, zum Beispiel Sandwichs, Müeslis und Salate, oder Hauptgänge und Desserts. Das alles braucht Wissen und Überzeugung, weshalb auch viel Wert auf die Schulung der Mitarbeitenden gelegt wird.

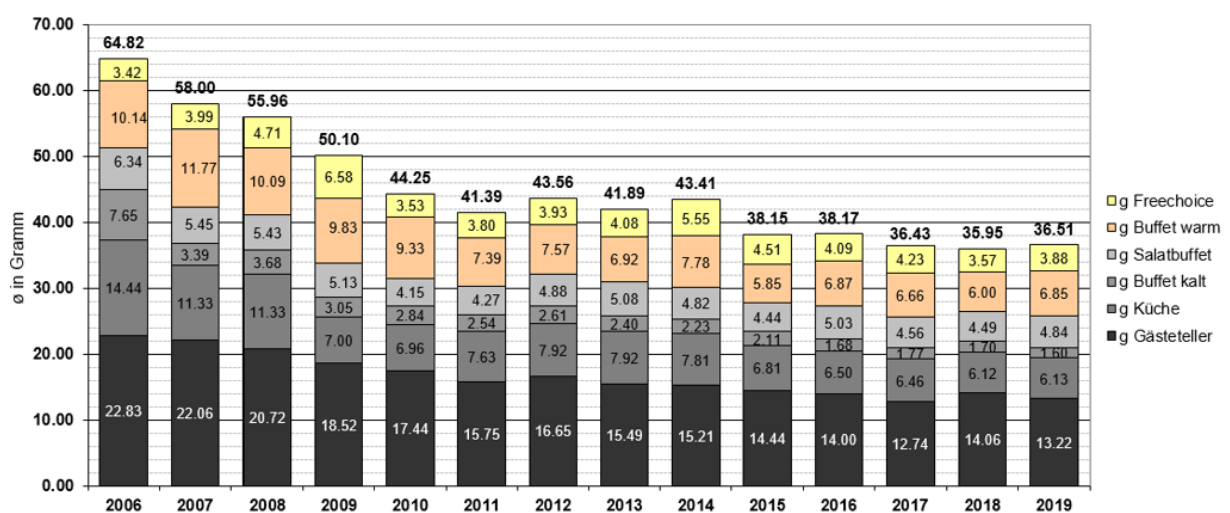
Ebenso wichtig: Plastic Waste

Als Gastronomieunternehmen setzt die SV Group nicht nur bei Food Waste an. Ebenfalls im Bewusstsein angekommen ist der Plastic Waste. Auch hier engagiert sich die SV Group. Etwa mit dem Konzept reCIRCLE. Damit werden in über 140 SV Restaurants wiederverwendbare Behälter und Becher aus Kunststoff eingesetzt. Und 70 SV Restaurants bieten ihr Take-away-Angebot in

¹ <https://www.srf.ch/news/schweiz/food-waste-in-der-schweiz-schweizer-haushalte-werfen-eine-million-tonnen-lebensmittel-weg>

Mehrweggläsern an. Beide Konzepte sind sehr erfolgreich unterwegs und werden laufend ausgebaut. Patrick Candrian: «Plastic Waste beschäftigt uns ebenso wie Food Waste. Wir haben den Kampf dagegen bereits aufgenommen, und zwar in der ganzen Gruppe, auch in unseren Restaurants in Deutschland und Österreich.»

Übersicht Food Waste Reduktion 2006-2019, Mengen in Gramm pro Hauptmahlzeit (Durchschnitt)



Schweizweite Kampagne «SAVE FOOD, FIGHT WASTE.»

In der Schweiz geht ein Drittel aller essbaren Lebensmittel verloren. Jährlich fallen 2,8 Millionen Tonnen Food Waste vom Feld bis zum Teller an. Das entspricht 4,5-mal dem Gewicht der Schweizer Bevölkerung. Diese Verschwendung belastet nicht nur das Portemonnaie, sondern schadet auch der Umwelt. Unter der Leitung der Stiftung Pusch will eine breite Allianz von Bund, Kantonen, Gemeinden, Unternehmen und Verbänden diesen Zustand ändern. Die rund 70 Allianzpartner haben heute in Bern eine nationale Kampagne gegen die Lebensmittelverschwendung lanciert. Damit wollen sie die Öffentlichkeit für die Problematik von Food Waste sensibilisieren und Konsumentinnen und Konsumenten motivieren, «Food Ninjas» zu werden. Denn wenn alle einen Beitrag leisten, kann der Anteil essbarer Lebensmittel im Abfall reduziert werden. www.savefood.ch

Weitere Auskünfte

Manuela Stockmeyer, Group Communications Manager
 Telefon +41 43 814 11 23, Mobile +41 79 201 82 20, manuela.stockmeyer@sv-group.ch

Über die SV Group

Die SV Group ist eine innovative Gastronomie- und Hotelmanagement-Gruppe mit den drei Geschäftsfeldern Gemeinschaftsgastronomie, öffentliche Gastronomie und Hotel. Unter der Marke SV RESTAURANT betreibt das Unternehmen mehr als 300 Mitarbeiterrestaurants und Mensen in der Schweiz und gehört damit zu den führenden Anbietern. Gemeinsam mit dem WWF Schweiz entwickelte die SV Group das Klimaschutzprogramm ONE TWO WE.

Die SV Group geht auf die 1914 von der Pionierin Else Züblin-Spiller gegründete Non-Profit-Organisation «Schweizer Verband Soldatenwohl» zurück, welche Soldatenstuben betrieb und dort ausgewogene und preiswerte Verpflegung anbot. Die ideellen Werte des Gründervereins werden heute von der SV Stiftung weitergeführt. Die gemeinnützig ausgerichtete Stiftung ist Mehrheitsaktionärin der SV Group und setzt ihre Dividende für Projekte im Bereich der gesunden Ernährung und für das Gemeinwohl ein.
www.sv-group.ch, www.one-two-we.ch