

# Aus der Praxis:

## Pia Bonke, HSEQ-Specialist bei der Compass Group



**„Es geht vor allem darum, Mitarbeiter wie Gäste für das Thema Food Waste zu sensibilisieren. Und aufzuzeigen, was man aus Lebensmittelresten alles machen kann.“**

Pia Bonke ist HSEQ-Specialist bei der Compass Group Deutschland GmbH. Sie ist Nachhaltigkeitsexpertin und begleitete den Stop Food Waste Day.

*Sie haben mit United Against Waste den Stop Food Waste Day durchgeführt, wie kam es dazu?*

Diese Initiative ist aus den USA zu uns übergeschwappt. 2017 haben wir den Stop Food Waste Day zum ersten Mal in kleinem Rahmen durchgeführt. Weil die Resonanz sehr positiv war, wollten wir den Aktionsradius erweitern. In diesem Jahr unterstützten zahlreiche Betriebe aus Deutschland, Österreich und der Schweiz den Aktionstag.

*Was konkret verbirgt sich dahinter?*

Es geht vor allem darum, Mitarbeiter wie Gäste für das Thema Food Waste zu sensibilisieren. Und aufzuzeigen, was man mit Lebensmittelresten Schmackhaftes machen kann. Auch die zielgruppengerechte Kommunikation spielt dabei eine große Rolle. Wir haben versucht, so viele Unternehmen wie möglich für den Aktionstag zu mobilisieren (aus dem Bereich Care und B&I). Obwohl wir ein enges Zeitfenster hatten, haben fast 140 Betriebe teilgenommen.

*Wie wurde der Aktionstag umgesetzt?*

Zunächst arbeiteten wir für diesen Tag gemeinsam mit unserem Menümanagement-Team zwei „from nose to tail-Gerichte“ aus. Wir haben uns dann für ein Kalbsleber- und ein klassisches Schmorgericht (Ossobuco) entschieden.

*Erläutern Sie uns die from nose to tail-Idee?*

Beim nose to tail-Prinzip geht es darum, die genießbaren Stücke von der „Nase bis zum Schwanz“ wiederzuentdecken. Dabei zeugt die Verarbeitung von Innereien wie Leber, Herz, Lunge und Zunge oder Beinscheiben, Ochenschwanz und Markknochen nicht nur von Wertschätzung und Respekt dem Tier gegenüber, sondern auch von traditionsbewusster Küche.

# LOVE FOOD NOT WASTE!



**WIR FÜLLEN  
TELLER  
STATT TONNEN**

**WELTWEITER AKTIONSTAG GEGEN  
LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG**

STOPFOODWASTEDAY.COM  
VISIT SAVETHEFOOD.COM

IN KOOPERATION MIT:  
**UNITED  
AGAINST  
WASTE**  
GEMEINSAM GEGEN VERSCHWENDUNG



*Wie sahen die Kommunikationsmaßnahmen aus?*

Wir wollten vor allem ein Bewusstsein für Lebensmittelverschwendung (LMV) schaffen und zeigen, was mit sogenanntem Lebensmittelabfall möglich ist.

*Die Maßnahmen im Detail:*

- Infokampagne in den Betrieben mittels Plakaten
- 3 Rezeptkarten zum Mitnehmen für die Gäste (Rinderragout, Verlustfreies Gratin und Bananen-Brotauflauf). Die Rückseiten enthielten Hintergrundinformationen: Fakten zur LMV, 10 Tipps zur Abfallvermeidung, das nose to tail-Prinzip
- Impulsvortrag LMV von Torsten v. Borstel im Betriebsrestaurant der Hauptverwaltung
- Beiträge zum Compass Web Blog (<https://www.stopfoodwasteday.com/new-blog/>)

