

Sachdokumentation:

Signatur: DS 3967

Permalink: www.sachdokumentation.ch/bestand/ds/3967



Nutzungsbestimmungen

Dieses elektronische Dokument wird vom Schweizerischen Sozialarchiv zur Verfügung gestellt. Es kann in der angebotenen Form für den Eigengebrauch reproduziert und genutzt werden (private Verwendung, inkl. Lehre und Forschung). Für das Einhalten der urheberrechtlichen Bestimmungen ist der/die Nutzer/in verantwortlich. Jede Verwendung muss mit einem Quellennachweis versehen sein.

Zitierweise für graue Literatur

Elektronische Broschüren und Flugschriften (DS) aus den Dossiers der Sachdokumentation des Sozialarchivs werden gemäss den üblichen Zitierrichtlinien für wissenschaftliche Literatur wenn möglich einzeln zitiert. Es ist jedoch sinnvoll, die verwendeten thematischen Dossiers ebenfalls zu zitieren. Anzugeben sind demnach die Signatur des einzelnen Dokuments sowie das zugehörige Dossier.



Branchenübergreifende Vereinbarung Food Waste

Testimonials der unterzeichnenden Unternehmen und Verbände

«Ambitionierte Zielsetzungen im Bereich Nachhaltigkeit haben bei der Migros-Gruppe eine lange Tradition. Als Detailhändlerin und Lebensmittelproduzentin nehmen wir unsere Verantwortung für die Vermeidung von Lebensmittelverlusten sehr ernst. Konkret verfolgen wir in den Migros-Filialen das Ziel, bis Ende 2025 den Anteil an Food Waste um 20% auf 1.07% zu reduzieren. Kooperationen mit karitativen Organisationen und Branchennetzwerken wie *United Against Waste* sowie Investitionen in Innovationen bei der Migros Industrie unterstützen uns dabei. »

Sarah Kreienbühl, Leiterin Department HRM,
Kommunikation und Engagement Migros-Gruppe, Mitglied
der Generaldirektion, Migros-Genossenschafts-Bund

«Unsere Mitgliedfirmen legen seit Jahren einen Fokus darauf, Lebensmittelverschwendung zu minimieren, und wir unterstützen daher auch das vom Bund gesetzte Reduktionsziel betreffend Lebensmittelverlusten. Wichtig ist, dass die auf allen Stufen, vom 'Feld bis zum Teller' bereits getroffenen Massnahmen in der gemeinsamen Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette und der Konsumenten verbleiben, aber noch zusätzlich ausgebaut werden. Die fial erachtet die branchenübergreifende Vereinbarung daher als sinnvolles, wettbewerbsneutrales Anreizsystem und als zielführenden Weg zur Reduktion von Lebensmittelverlusten. »

Dr. Lorenz Hirt, Geschäftsführer der Foederation der
Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (fial)

«Wir streben eine nachhaltige Branchenlösung an, um die Gemüseproduktion noch ressourceneffizienter und somit auch wirtschaftlicher zu gestalten. Die Witterungsabhängigkeit und sehr kurze Haltbarkeit unserer Produkte ist eine grosse Herausforderung und macht eine Optimierung und Flexibilisierung der partnerschaftlichen Zusammenarbeit über die ganze Wertschöpfungskette notwendig. Zielkonflikte müssen identifiziert und Lösungsansätze harmonisiert werden, um zu verhindern, dass eingesparte Foodwastekilos zur Verschlechterung der Gesamtökobilanz führen. In einem ersten Schritt werden wir die Branchen-Qualitätsnormen überprüfen. »

Matija Nuic, Direktor Verband Schweizer Gemüseproduzenten

«Als derzeit einziges Schweizer Unternehmen im Bereich Betriebsgastronomie haben wir uns bis 2030 zu Net Zero (Scope 1 + 2) verpflichtet. Die Reduktion von Lebensmittelabfällen ist ein zentraler Pfeiler unseres Umsetzungsplans. Schon heute messen und analysieren wir Lebensmittelabfälle in jedem Betrieb. Der Fokus auf das Thema motiviert unsere Mitarbeitenden. Sie sind stolz, in einem verantwortungsvoll handelnden Unternehmen zu arbeiten und mit einer guten Planung und modernen Rezepten den Genuss unserer Gäste sicherzustellen. »

Thomas Truttmann, Managing Director der
Compass Group (Schweiz) AG

«Als Gründungsmitglied von *United Against Waste* setzt sich GastroSuisse seit 2013 für gemeinsame Aktionen gegen Lebensmittelabfälle ein. Die branchenübergreifende Vereinbarung stärkt das Gastgewerbe in seinen bisherigen Bemühungen. Sie ermöglicht es der Branche, auf dem eingeschlagenen Weg schneller voranzukommen. Als grösster gastgewerblicher Branchenverband zählen wir auf unsere 20 000 Mitglieder sowie deren Mitarbeitenden und integrieren «Food Save» in unsere vielfältigen Bildungsangebote – denn Food Save zahlt sich ökologisch und ökonomisch aus. »

Casimir Platzer, Präsident GastroSuisse

«Unser Engagement gegen Food Waste ist vielfältig: Wir kalkulieren die Bestellmengen, und Produkte, die sich dem Ende ihrer Haltbarkeit nähern, werden zum reduzierten Preis angeboten. Wir spenden Lebensmittel und füllen damit jährlich über 16 Millionen Teller von armutsbetroffenen Menschen. Mit unserer Eigenmarke *Ünique* vermeiden wir Food Waste direkt beim Produzenten. Wir sensibilisieren zudem unsere Kundenschaft. Mit unserer Mitgliedschaft bei *United Against Waste* und dem Einsatz im Rahmen des Aktionsplans des Bundes leisten wir erneut einen wichtigen Beitrag. »

Philipp Wyss, Vorsitzender der Geschäftsleitung,
Coop Genossenschaft

«Als Food and Beverage Gruppe verarbeiten wir viele wertvolle Rohstoffe zu unseren Spezialitäten. Wir erachten es als unsere Pflicht, den dabei entstehenden Food Waste kontinuierlich und wo immer möglich zu reduzieren. Mit der Zusammenarbeit innerhalb von *United Against Waste* (UAW) und der Unterzeichnung der Branchenvereinbarung wird eine wichtige Grundlage geschaffen, um systematisch und im direkten Austausch mit Vertretern der gesamten Wertschöpfungskette die Herausforderungen zu diskutieren und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten. »

Milena Mathiuet, Chief Corporate Affairs Officer,
Mitglied der erweiterten Konzernleitung, ORIOR AG

«Wir alle müssen uns bemühen, die Lebensmittelverluste gemeinsam einzudämmen. Für uns als Schweizer Detailhandelsverband ist der verantwortungsbewusste Umgang mit Ressourcen eine zentrale Leitlinie. Mit der branchenübergreifenden Vereinbarung zur Reduktion der Lebensmittelverluste leistet die Swiss Retail Federation einen weiteren Beitrag zum nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln. Wir unterstützen wirkungsvolle Massnahmen, die uns dem Ziel näher bringen und sind mit Überzeugung Teil dieses Aktionsplans. »

Dagmar T. Jenni, Direktorin Swiss Retail Federation

«Manor liegt das nachhaltige Engagement für die Reduktion der Lebensmittelverluste am Herzen. Nebst der Unterstützung von Initiativen gegen Food Waste wie z.B. *Too Good to Go* oder Warenspenden für soziale Organisationen (Schweizer Tafel, Tischlein deck dich) unterstützen wir mit unserem Programm «Lokal» bei Manor Food regionale Produzenten und optimieren auch Transportwege und Mengenplanung. Es ist uns wichtig, gemeinsam mit der Branche weiterhin aktiv einen Beitrag gegen die Lebensmittelverschwendung zu leisten. »

Jérôme Gilg, CEO, Manor AG

«Der ZFV verpflegt täglich tausende von Gästen und trägt dementsprechend eine grosse Verantwortung. Als Gründungsmitglied von *United Against Waste* arbeiten wir aktiv mit unseren Partnerinnen und Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette für die Halbierung von Food Waste bis 2030. Dabei setzen wir auf verschiedene Massnahmen wie regelmässige Messungen in unseren Betrieben, Anwendung von Menüplanungstools, interne Ausbildungsprogramme, Sensibilisierung der Gäste sowie spezielle Angebote zur Verwertung von Resten oder ungenormtem Obst und Gemüse. »

Nadja Lang, CEO, Genossenschaft ZFV-Unternehmungen

«Es gibt gute Gründe, alle essbaren Teile eines Tieres zu konsumieren: es ist besser für das Klima, vielfältiger auf dem Teller und respektvoller gegenüber dem Tier. Mit dem Projekt «Savoir-Faire» zeigt Proviande, wie den Konsumentinnen und Konsumenten andere Fleischstücke als Filets und Plätzli schmackhaft gemacht werden können. Zudem will sich die Branche dafür einsetzen, dass alle wertvollen Inhaltsstoffe eines Schlachtkörpers sinnvoll genutzt werden. »

Markus Zemp, Präsident und Heinrich Bucher, Direktor
Proviande die Branchenorganisation der Fleischwirtschaft

«Als einer der weltweit grössten Konsumgüterhersteller will Unilever bis 2025 die Lebensmittelverschwendung von der Fabrik bis ins Regal halbieren. Wir rufen zudem Lieferanten und Partner auf, Food Waste in ihren eigenen Betrieben zu vermeiden und unterstützen Kunden dabei, durch Präventionsmassnahmen Abfälle zu verhindern. Unsere Marken unterstützen Konsument*innen, zuhause weniger Essen zu verschwenden. Nur gemeinsam können wir den Wandel im Ernährungssystem vorantreiben – zum Wohle der Menschen, der Umwelt und unseres Geschäfts. »

Thierry Mousseigne, Country Lead, Unilever Schweiz

«Bei Nestlé arbeiten wir seit vielen Jahren daran, Lebensmittelabfälle auf ein absolutes Minimum zu reduzieren. Wir sehen dies als unsere soziale, ökologische und wirtschaftliche Verantwortung. Wir freuen uns darauf, mit unseren Partnern aus der Industrie und dem öffentlichen Sektor zusammenzuarbeiten, um Lebensmittelabfälle entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu reduzieren. »

Eugenio Simioni, CEO Nestlé Suisse SA

«Lidl Schweiz verfolgt das langfristige Ziel, den Foodwaste in der Schweiz um 50 % zu reduzieren. Wir finden es grossartig, dass wir dieses ambitionierte Ziel mit einem branchenübergreifenden Netzwerk erreichen können und sehen die Mitgliedschaft bei UAW dafür als zentrales Instrument. Wir freuen uns auf die Umsetzung spannender Projekte und dass wir ein Teil der Lösung sind. »

Torsten Friedrich, CEO Lidl Schweiz

«Bei ARYZTA Schweiz steht Nachhaltigkeit im Fokus, wie in unserer Vision festgehalten: „Wir stellen mit unserem Handeln sicher, dass Umwelt, Natur und Gesellschaft langfristig eine Zukunft haben“. Bei der Reduktion von Abfall und Foodwaste haben wir Fortschritte erzielt und werden mit Prozessverbesserungen und Produktoptimierungen weitere wichtige Massnahmen umsetzen. »

Dieter Salzmann, Geschäftsleiter,
Aryzta Food Solutions Schweiz AG

«Seit 10 Jahren steht das Thema Foodwaste auf der Agenda der fenaco Lebensmittelindustrie. Wir haben mit dem speziellen Abpacken von Waren mit kosmetischen Mängeln begonnen, um diese spenden zu können. Zudem besteht seit 2017 ein fenaco-Nachhaltigkeitsziel zur Reduktion von Foodwaste. Die aktive Mitarbeit der fenaco in nationalen Projekten wie Foodbridge-Spendendatenbank, ZHAW-Spende- und Datierungsleitfäden sowie dem Konzept «Mindesthaltbarkeit-Plus Abgabegrenzen» unterstreicht unser grosses Engagement für dieses Thema. »

Christian Consoni, Leiter Division Lebensmittelindustrie,
fenaco

«Bei Danone ist die Reduktion der Lebensmittelverschwendung ein Thema, das uns sehr am Herzen liegt. Wir arbeiten kontinuierlich an neuen Lösungsansätzen, um Food Waste zu reduzieren. Daher begrüssen wir von Danone Schweiz den Aktionsplan des Bundes und freuen uns, gemeinsam mit allen Unterzeichnenden weiter gegen Lebensmittelverschwendung vorzugehen. »

Sandro Tichelli, Country Manager Danone Schweiz

«SWISSCOFEL arbeitet in der branchenübergreifenden Vereinbarung sehr gerne mit und begrüsst vor allem auch die Möglichkeit, Ziele und Massnahmen sektorspezifisch und gemeinsam zu definieren. So sind wir überzeugt, griffige und umsetzbare Massnahmen zu erreichen und sehr gute Ergebnisse bei diesem wichtigen Vorhaben erzielen zu können. »

Christian Sohm, Direktor SWISSCOFEL- Verband des schweizerischen Früchte-, Gemüse- und Kartoffelhandels,
Bern

«Die Reduktion von Lebensmittelverlusten ist uns eine Herzensangelegenheit. Klar, dass wir als Mitglied von *United Against Waste* bei der branchenübergreifenden Vereinbarung mitwirken. Unsere Prozesse sind bereits so optimiert, dass möglichst keine Lebensmittel verloren gehen. Zudem stärken wir auch künftig die Sensibilisierung der Bevölkerung und bauen die Zusammenarbeit beispielsweise mit unseren karitativen Partnern aus. Gemeinsam gelingt es uns, tagtäglich Lebensmittel zu retten. Vereint erreichen wir unser Ziel, die Lebensmittelverluste bis 2030 zu halbieren. »

Jérôme Meyer, Country Managing Director, ALDI SUISSE

«Für die Vermeidung von Lebensmittelverlusten reichen die Anstrengungen von einzelnen Firmen oftmals nicht aus, da wirkungsvolle Ansätze über die Unternehmensgrenzen hinausgehen. Es braucht die Zusammenarbeit von mehreren Akteuren entlang der Wertschöpfungskette. Als Branchenverband bieten wir eine geeignete Plattform, um das Thema breit abgestützt in der Kartoffelwirtschaft zu diskutieren und Lösungen zu erarbeiten. Damit wollen auch wir einen aktiven Beitrag gegen Food Waste leisten. Unterstützung erhalten wir dabei auch von *United Against Waste*. »

Christian Bucher, Geschäftsführer, swisspatat
(Branchenorganisation der Schweizer Kartoffelwirtschaft)

«IKEA hat sich das Ziel gesetzt, die Lebensmittelabfälle in seinen neun Schweizer Standorten bis Ende 2022 um 50% zu reduzieren. Die Umsetzung begann im September 2021; im März 2022 wurde das Ziel bereits erreicht. Massgeblich war ein Tool, mit dem gemessen wird, wo die Lebensmittelabfälle anfallen. Die gewonnenen Erkenntnisse wurden dann wiederum bei der Planung berücksichtigt. So können aufs Jahr gerechnet über 120'000 Mahlzeiten und 215 Tonnen CO₂-Äquivalente eingespart werden. »

Jessica Anderen, CEO & CSO IKEA Switzerland

«Wir haben uns bei der Emmi verpflichtet, unser Geschäft möglichst ressourceneffizient und ökologisch zu betreiben. So ist auch die Reduktion von Lebensmittelverschwendung ein Fokusbereich des Emmi Nachhaltigkeitsmodells und ein wichtiger Hebel im Kampf gegen den Klimawandel. Der Aktionsplan des Bundes erlaubt es, dieses gemeinsame Anliegen im Interesse kommender Generationen mit vereinten Kräften weiter voranzutreiben. Seit wir im Jahre 2017 zusammen mit dem WWF Schweiz das Programm «Food Loss & Waste Protocol» eingeführt haben, reduzierten wir bei Emmi den Food Waste bereits um 11 Prozent. »

Marc Heim, Leiter Emmi Schweiz

«Die Reduktion von Food Waste ist ein zentraler Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie von Valora als führende Foodvenience-Anbieterin. Mit zielgerichteten präventiven wie auch absatzfördernden Massnahmen übernimmt Valora bereits heute Verantwortung und verhindert, dass Lebensmittel unnötig weggeworfen werden müssen. Valora verpflichtet sich mit Unterzeichnung der Vereinbarung dazu, ihren Beitrag zu leisten, damit die Ziele im Aktionsplan des Bundesamts für Umwelt erreicht werden können. »

Roger Vogt, CEO Valora Retail und Mitglied der Konzernleitung der Valora Group

«Ziel von Denner ist es, Foodwaste zu verhindern, weshalb diverse Massnahmen definiert wurden, um die Foodwaste-Quote laufend zu senken, wie beispielsweise die schrittweise Preisreduktion der Produkte via Rabattkleber, wenn sie ans Ende der Haltbarkeit gelangen. Dies ist ein erprobtes Mittel gegen Foodwaste. Eine weitere Massnahme ist die Weitergabe nicht verkaufter Ware an karitative Organisationen. Wir sind davon überzeugt, dass wir gemeinsam etwas gegen Foodwaste unternehmen können, weshalb wir den Aktionsplan unterstützen. »

Mario Irminger, CEO Denner AG

«Die Reduktion von Lebensmittelabfällen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist eine der wichtigsten Massnahmen, um ein nachhaltiges Ernährungssystem zu etablieren. Dabei steht die Gastronomie als einer der Akteure besonders in der Pflicht. Bei der SV Group messen wir seit 2006 die in unseren Restaurants anfallenden Lebensmittelabfälle und konnten diese von 60 auf 36 Gramm pro Hauptmahlzeit reduzieren. Auch künftig möchten wir tatkräftig zur Reduktion von Food Waste beitragen - deshalb beteiligen wir uns an der branchenübergreifenden Vereinbarung. »

Patrick Camele, CEO SV Group

«Um der Lebensmittelverschwendung im Gastgewerbe zielgerichtet entgegenzuwirken, setzt sich HotellerieSuisse gemeinsam mit dem Bundesamt für Umwelt für die Reduktion der Lebensmittelverluste ein. Das reduziert nicht nur den ökologischen Fussabdruck, sondern spart auch 24 Franken pro Kilogramm Lebensmittel, welches nicht verschwendet wurde. »

Andreas Züllig, Präsident HotellerieSuisse

«Seit Jahren engagieren wir uns mit zahlreichen Massnahmen gegen Lebensmittelverschwendung. So unterstützen bspw. unsere Verteilzentren verschiedene Schweizer Tafeln, die Verkaufsstellen bestellen täglich in Kleinstmengen und mit *Too Good To Go* leisten auch unsere Kundinnen und Kunden gerne ihren Beitrag zur Reduzierung von Food Waste. Wir werden mittels vielfältiger Aktivitäten und Optimierungen die Rettung von Lebensmitteln weiter vorantreiben. Dies gelingt im Verbund mit Gleichgesinnten besser als alleine. »

Philipp Zraggen, Vorsitzender der Geschäftsleitung
Volg Konsumwaren AG

«Die Nachhaltigkeit ist uns in allen Bereichen enorm wichtig – so auch bei Lebensmitteln. Daher unterstützen wir die branchenübergreifende Vereinbarung zur Reduktion von Lebensmittelverlusten. »

Beat Helfenstein
Leitung Verkauf, Marketing, Beschaffung
Pistor AG
