Zu schade für die Tonne

04.12.19

Zu schade für die Tonne

Wie Start-ups gegen die Verschwendung von Lebensmitteln kämpfen – und damit Geld verdienen.

Energie sparen, Müll vermeiden, das Klima schonen – das sind heute die Mega-Trends für Unternehmen. In der Ernährungsindustrie kümmern sich viele Start-ups um diese Themen. Essen wegzuwerfen ist beispielsweise für viele Menschen ein Tabu. ,,Unsere Mission ist es, Essen wieder zu mehr Wertschätzung zu verhelfen“, sagt Thomas Bjørn Momsen. Zusammen mit vier Freunden hat der Däne das Unternehmen Too Good to go gegründet. Das Ziel: Bäckereien, Caterer und Supermärkte sollen überschüssiges Essen verkaufen, statt es in die Mülltonne zu befördern.

Gerettete Lebensmittel zum Durchschnittspreis von 3,70 Euro

Per App können Kunden die in Tüten verpackten Gerichte kaufen und direkt abholen – für einen Durchschnittspreis von 3,70 Euro. Bisher beteiligen sich fast 32.000 Partnerbetriebe an dem Netzwerk. Sie haben nach Angaben von Too Good to go bislang mehr als 53 Millionen Mahlzeiten gerettet und so 58.000 Tonnen Kohlendioxid eingespart.

Rettermärkte bewahren Lebensmittel mit abgelaufenem Haltbarkeitsdatum vor

der Tonne

Schätzungen zufolge wird in jeder Minute eine Lkw-Ladung Lebensmittel weggeworfen – allein in Deutschland. Das treibt auch den Gründer Raphael Fellmer um. Mit seinem Unternehmen Sirplus versucht er, Waren mit abgelaufenem Haltbarkeitsdatum zu vermarkten. Per Onlineshop und in bereits vier so genannten Rettermärkten verkauft Sirplus die Produkte – Pralinen, Tee, Nudeln, Suppe und vieles mehr. Alles wird regelmäßig von Lebensmittelkontrolleuren überprüft. „Wir haben die Vision von einer Welt, in der alles produzierte Essen gegessen wird und niemand Hunger leiden muss“, sagt Fellmer.

Trend zur Nachhaltigkeit

Der Trend zu mehr Nachhaltigkeit spielt in der Food-Start-up-Branche eine wichtige Rolle. Original Unverpackt etwa will Verpackungsmüll vermeiden. In Prenzlauer Berg findet sich einer der ersten Supermärkte in Deutschland, der komplett auf Einwegverpackungen verzichtet. „Wir glauben, der Plastikwahnsinn ist nur durch eine zukunftsfähige Lösung zu stoppen“, meint OU-Geschäftsführerin Milena Glimbovski. Finanziert hat sich das Unternehmen, das 2013 mit einem 1. Platz beim Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg in die Gründung startete, vor allem durch eine Crowdfunding-Kampagne, die 25.000 Euro eingebracht hat. Der Wunsch der Gründer ist es, eine Alternative zum alltäglichen Konsum anzubieten – natürlich auch per Online-Shop.

Naschen nachhaltig gemacht

Ein anderes Start-up aus Berlin will das Naschen nachhaltiger machen. Das Unternehmen Dörrwerk verwertet Obst und Gemüse, das aufgrund ästhetischer Mängel nicht mehr in den Handel kommt und dem die Tonne droht. Dörrwerk verarbeitet etwa Äpfel zu Fruchtpapier. In kleine Streifen geschnitten, ist es dann mehrere Monate haltbar. 2018 gewann das Unternehmen mit dieser Idee den Start-Up Wettbewerb Young Taste of Convenience Award.

- Auf Xing teilen
- Auf Facebook teilen
- Auf X teilen
- Auf LinkedIn teilen

- Drucken
- Als PDF speichern

Ihre Ansprechpartner

Geschäftsführer

Klaus

Jeske

Telefon:
+49 30 31005-127

Telefax:

+49 30 31005-240

E-Mail:
Jeske [at] wveb.de

Download VCF