



S&F WEBing

Nachhaltigkeit in der Gemeinschaftsverpflegung

Balázs Tarsoly, CEO & CCO Branding Cuisine
23.02.2021

Ablauf

1. Vorstellung Weltverbesserer-Wettbewerb
2. Nachhaltigkeit: Trend oder Notwendigkeit?
3. GV: Gastgeber oder Gast-Inspirator?

Austausch





Weltverb**Esserer**
Wettbewerb



**DAS
GRÜNE
SCHAF.DE**

Mentor @



ab Ende April



Was uns antreibt

**Branding Cuisine möchte
den Wandel zu nachhaltiger
Ernährung mitentwickeln,
vorantreiben und beschleunigen
und damit einen Beitrag zu
einer enkeltauglichen Zukunft
leisten.**



1 Speisenkonzept

Internationale Trends
+ deutsche Heimat



2 Produktentwicklung

30 pflanzenbasierte Speisen,
von Wrap, Bowl bis Dessert



3 Marke

Kreation
BIO COMPANY
Untermarke

BIO COMPANY®

Take it
Easy

Leckere Bio-Speisen
zum Mitnehmen

To Go
or not
To Go?

4 Verpackung

Biologisch abbaubare
Verpackungslinie



5 Point of Sale Kommunikation

Umsatz- und Nachhaltigkeits-
kommunikation



1. Vorstellung Weltverbesserer-Wettbewerb





Weltverb**Esserer**
Wettbewerb
2021

Let's make it a
**FOODIFUL
WORLD!**





Branding Cuisine ist seit 2018 Veranstalter des WeltverbEsserer-Wettbewerbs – damals Deutschland erster Wettbewerb für nachhaltige Food- und GastroKonzepte.





Viola Bärwald

Too Good To Go
Strategische Partnerschaften
Food Waste Expertin



Serena Carloni

Branding Cuisine
Partnerin
Ernährungsexpertin



David Diallo

Good Impact, enorm Magazin, Noah
Geschäftsführer, Vorstand
Seriengründer und Nachhaltigkeitsexperte



Boris Lauser

Rohkost Koch und kulinarischer Berater
Ernährungsexperte



**WeltverbEsserer
Wettbewerb
2021**

DIE JURY

- **Bewertung in drei Jury-Runden**
- **Finale mit Pitch-Präsentation**
- **Hochwertige Preise**



Balázs Tarsoly

Branding Cuisine
CEO & CCO
Food-Markenexperte



Prof. Dr. Jan Wirsam

HTW Berlin
Professor
Innovationsexperte



Caroline Zimmer

Simply V
Geschäftsführerin
Innovations- und Ernährungsexpertin



Wettbewerbskriterien Restaurants



Verwendung von Bio-Zutaten



Verwendung frischer Zutaten und gering verarbeiteter Lebensmittel



Umsetzung pflanzenbasierter Ernährung



Respekt für Tier und Umwelt



Verwendung regionaler Produkte



Verwendung saisonaler Produkte



Vermeidung von Lebensmittelverschwendung



Vermeidung von Müll, insbesondere Plastikmüll



Bewusster Umgang mit Wasser



Verwendung nachhaltiger Spül- und Putzmittel



Energieeffiziente, nachhaltige Prozesse in Restaurant und Lieferservice



Faire Arbeitsbedingungen und soziale Innovation



Faire Partnerschaften und fair gehandelte Produkte



Nachhaltige Ausstattung Kleidung, Interiors



Aufklärung in Ernährung und Umweltschutz



Aufklärung in Ernährung und Gesundheit



biond: 1. Platz, Kategorie Betriebsrestaurants (2020)

- Bio-Qualität
- Regionalität / Logistik
- Reduktion Lebensmittelverschwendung
- Spielerische Angebote
- Gamification
- Workshops
- etc.



innogy: 2. Platz, Kategorie Betriebsrestaurants (2020)

- Nachhaltigkeitskonzept basierend auf den vier Säulen Gesundheit, Ökologie, soziale Verantwortung und Ökonomie
- Regionalität / Logistik
- Reduktion Lebensmittelverschwendung
- Workshops / Besuche bei Lieferanten
- Wachsendes veganes Angebot
- Mehrweg
- Eigene Bienenvölker
- etc.



Warum macht es Sinn, teilzunehmen?

- Imagebaustein
- Erhöhung der Reichweite
- Potenzial zur Umsatzsteigerung

Preise zu gewinnen (2020):

Restaurants: Branding Cuisine Agenturleistung / Nachhaltigkeitskommunikation
im Wert von 10.000 EUR

Food-Produkte: Medienleistung vom Nachhaltigkeitsmagazin enorm
im Wert von 15.000 EUR

Gemeinschaftsverpflegung: nachhaltige Speisenentwicklung von
10 Rezepten + zwei Schulungs-Workshops mit Giulia Raw Chef
im Wert von 7.500 EUR.





Weltverb**Esserer**
Wettbewerb
2021

Finale: 23.03.2021

Als Zuschauer*in anmelden:

brandingcuisine.com/weltverbesserer/

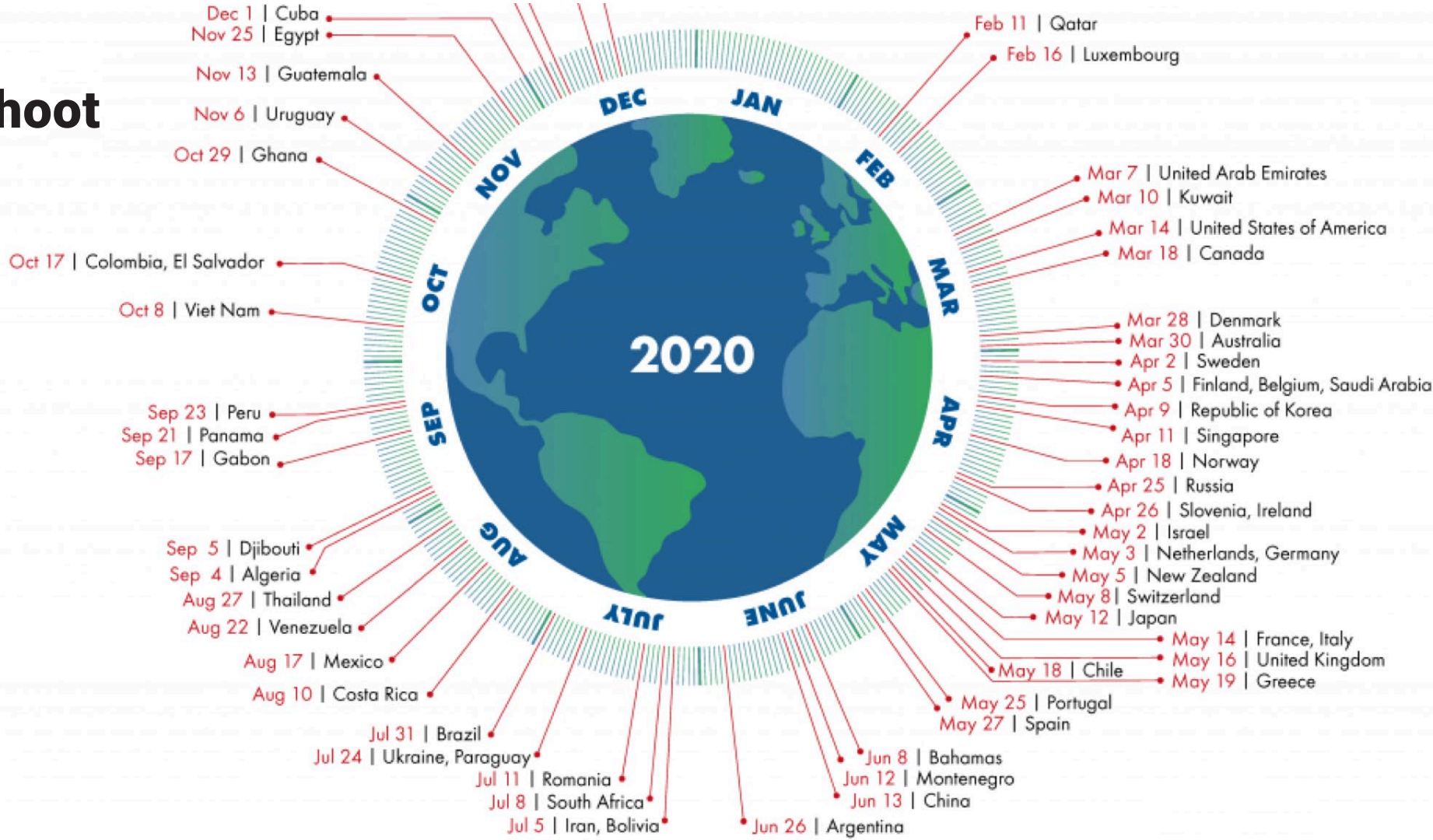


2.

Nachhaltigkeit: Trend oder Notwendigkeit?



Earth Overshoot Day



Quelle: <https://www.overshootday.org/newsroom/country-overshoot-days/>

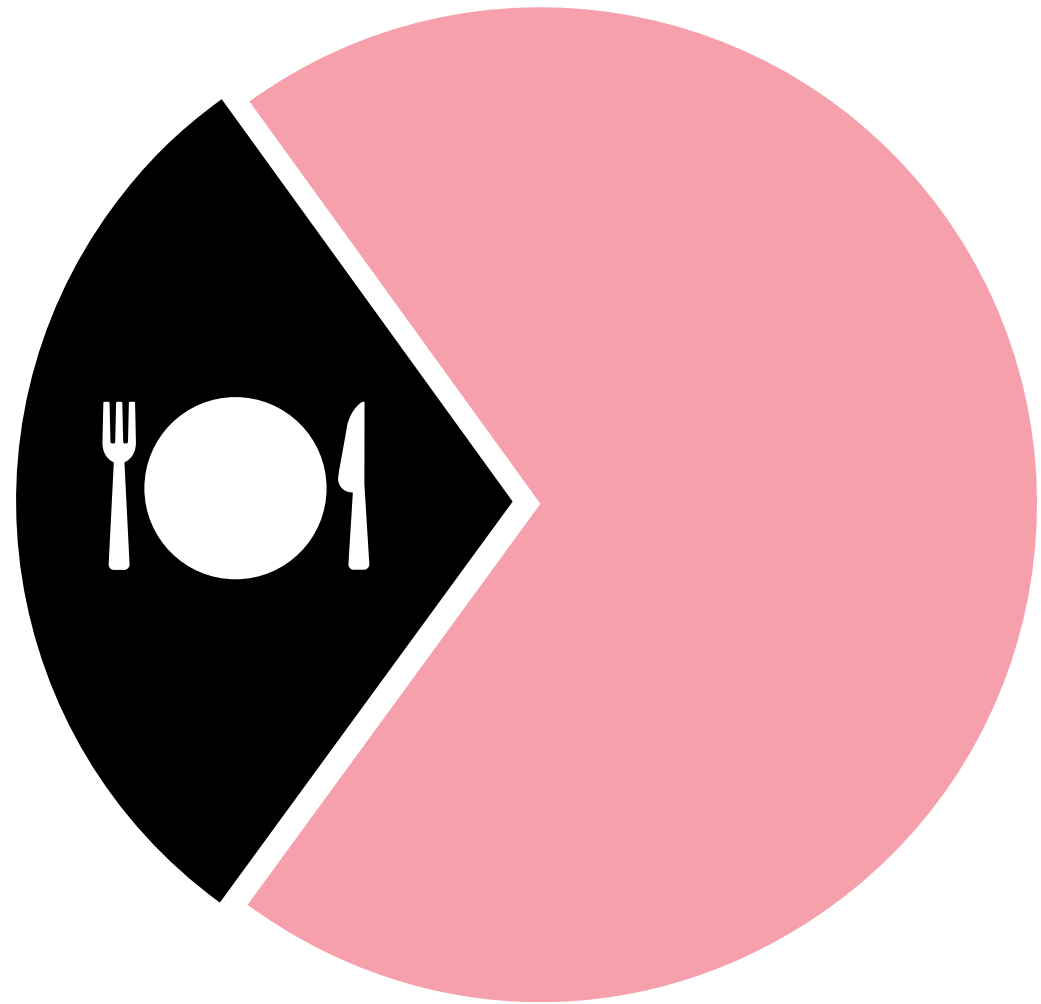


Earth Overshoot Day?



Globale CO₂-Emissionen / Anteil Ernährungsindustrie

30%

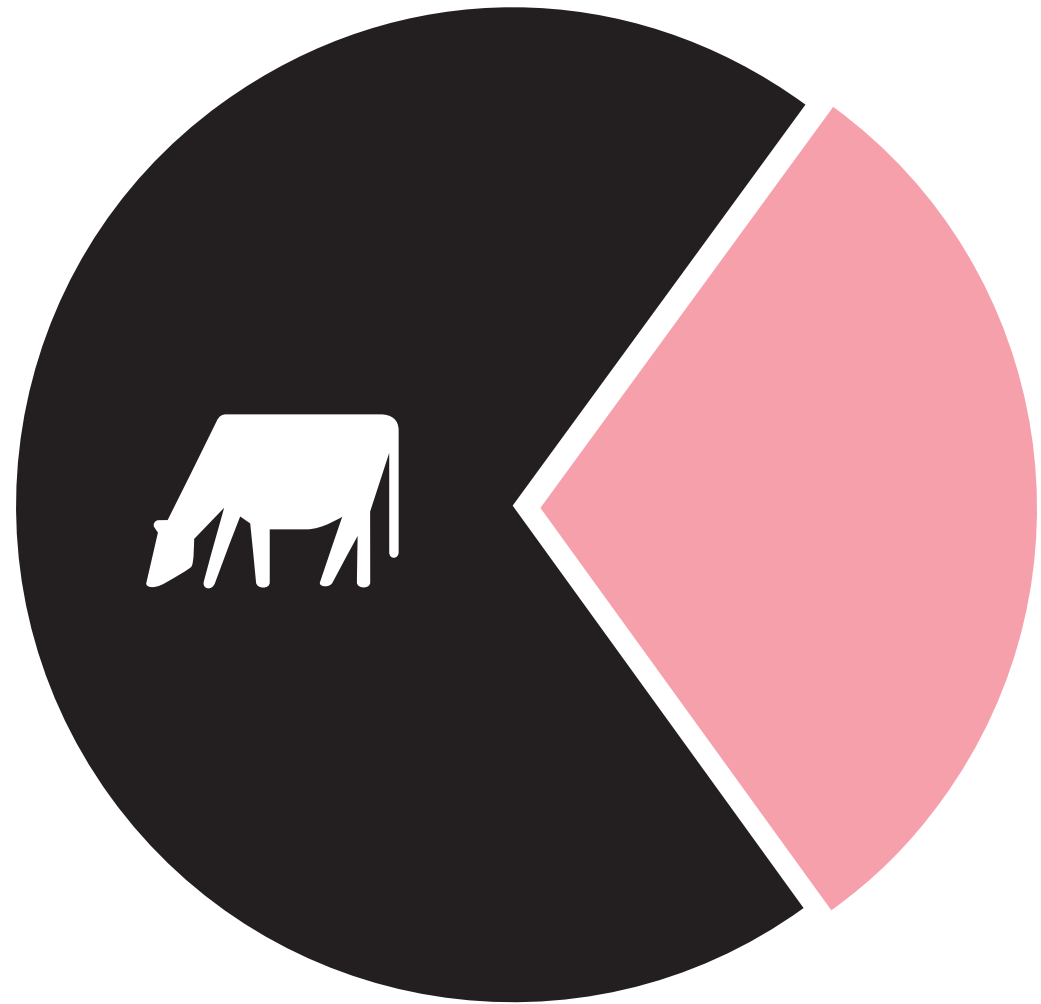


Quelle: <https://eaternity.org/foodprint/>



CO₂-Emissionen der Ernährungsindustrie / Anteil Fleischproduktion

70%



Quelle: https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/Klimawandel_auf_dem_Teller.pdf



In der Außer-Haus-Verpflegung konsumieren die Deutschen 70,5 kg Lebensmittel pro Jahr.

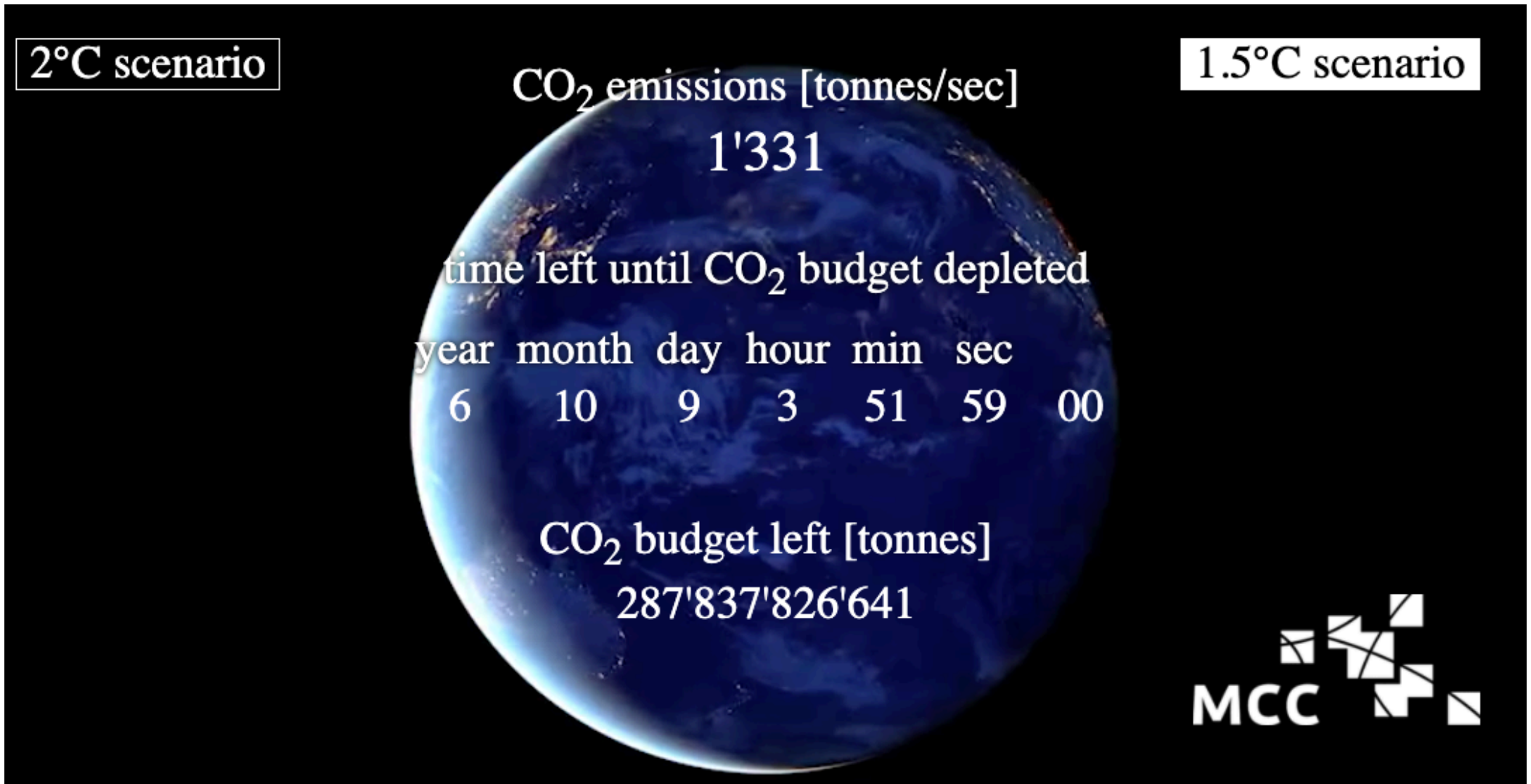
Davon werden 23,6kg (35%) entsorgt.

**In der Produktion gehen 15,8%
des Wareneinsatzes verloren.**

Dies ist vermeidbar.



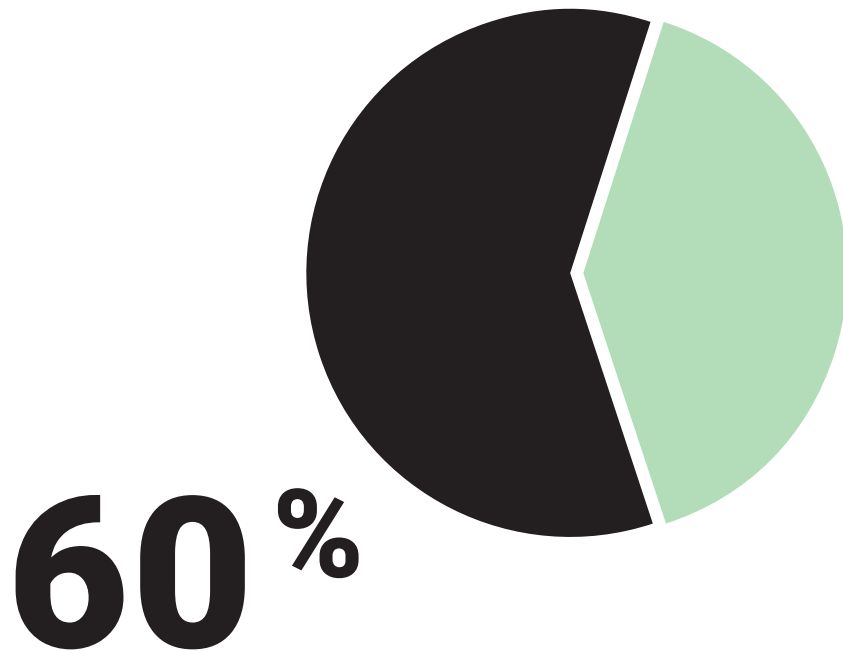
CO₂-Budget / Screenshot heute früh



Quelle: <https://www.mcc-berlin.net/forschung/co2-budget.html>

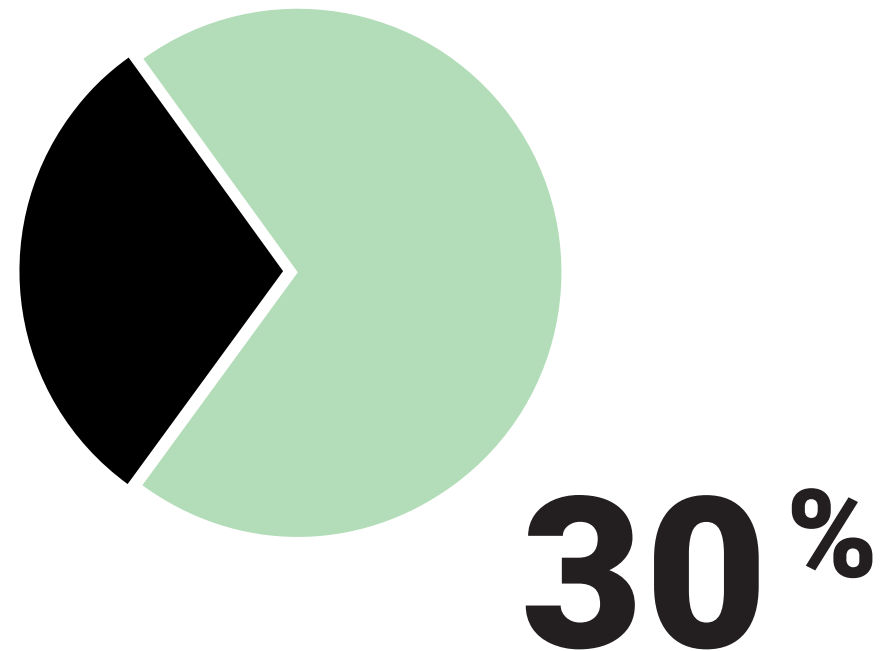


Ursachen von Pandemien



Nutz- und Wildtiere

verursachen 60 Prozent aller Krankheiten des Menschen.



Entwaldung

wird mit 30 Prozent der Ausbrüche neuer Krankheiten COVID-19 in Verbindung gebracht.

Quelle: <https://www.tagesspiegel.de/wissen/woher-kommen-coronavirus-pandemien-wenn-ein-schuppentier-plotzlich-die-ganze-welt-ins-chaos-stuerzt/25765860.html>
<http://www.mightyearth.org/video-protecting-forests-to-prevent-pandemics/>



3.

GV: Gastgeber oder Gast-Inspirator



” **Menschen
kaufen, warum
Du etwas tust.**

Simon Sinek



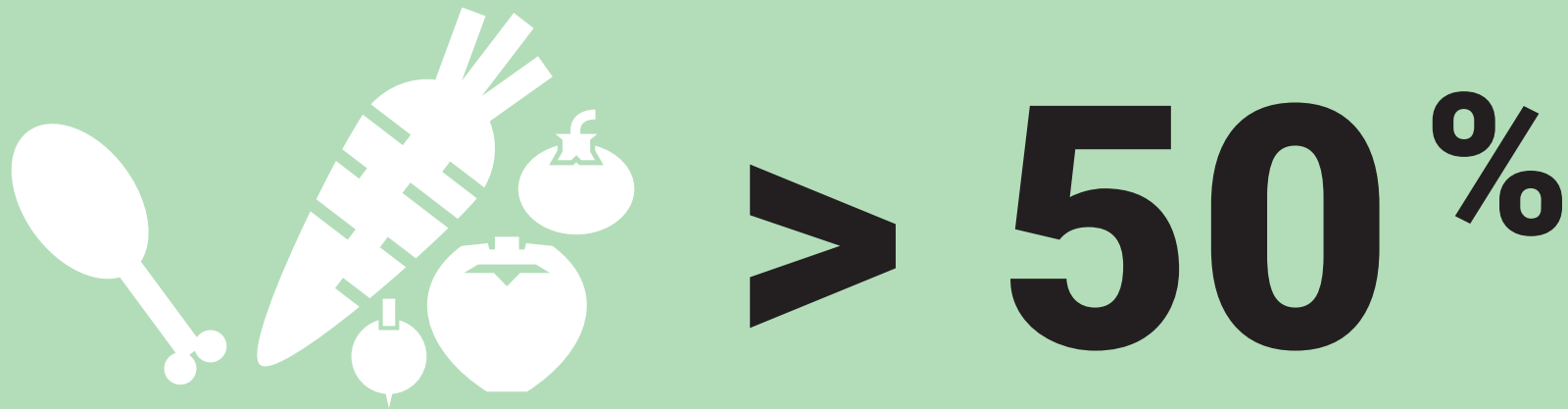
Bevormundung ? Verantwortung



**echte
Nachhaltigkeit
=
glaubwürdige
Kommunikation**



Potenzial: Die Menschen sind bereit



**Über 50 Prozent der Deutschen
bezeichnen sich als Flexitarier**

Quelle: <https://www1.wdr.de/nachrichten/zahl-der-flexitarier-steigt-100.html>



Potenzial: Menschen wollen mehr



Werte-Index 2020:

Menschen wollen in Bezug auf Ökologie
konkrete Maßnahmen und Lösungen

Quelle: Peter Wippermann, Jens Krüger (Hrsg.), Veröffentlicht über den Deutschen Fachverlag. Werte-Index 2020 <https://www.kantardeutschland.de/werte-index-2020/>



Potenzial: Umweltfreundliches Wachstum



14 x

Indikator pflanzebasierter
Ernährungsmarkt wächst um ein
Vielfaches schneller als der Rest
(+ Bonus Marge)

Quelle: <https://www.gfi.org/files/GFI-RetailReport-2019.pdf>



Potenzial: Gemeinschaftsverpflegung

Das Betriebsrestaurant als Nachhaltigkeitsmotivation und Tool zur Verhaltensänderung vieler Menschen



„ **Jedem Anfang
wohnt ein
Zauber inne.**

Hermann Hesse





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Balázs Tarsoly
CEO & CCO

+49 (0)160 947 640 57
tarsoly@brandingcuisine.com
www.brandingcuisine.com