

Was kann weg? Was muss anders?

Im Semesterprojekt „Was kann weg? Was muss anders?“ beschäftigten sich die Teilnehmer mit folgenden Fragen: Welche Methoden und Konzepte sind robust genug, um auch weiter in der Zukunft bestehen zu können? Was ist zu fragil und somit nicht mehr beständig? Wofür müssen neue Lösungen gefunden werden? Was kann sich unsere Gesellschaft nicht mehr leisten?

Nach einem kurzen Brainstorming fiel meine Entscheidung schnell auf das Thema „Lebensmittelverschwendung“, ein Themenfeld, das weltweit jede Person betrifft. Wir leben in einer Konsum-, Überfluss- und Wegwerfgesellschaft, da Lebensmittel für uns überall und zu jeder Zeit zur Verfügung stehen. Durch den Import von Lebensmitteln Anfang der sechziger Jahre, sowie die immer größer werdende Vielfalt des Warenangebots, verloren die nachfolgenden Generationen den Bezug zu Lebensmitteln. Dies betrifft zum einen die Regionalität sowie Saisonalität von Produkten. Zum anderen die Wertschätzung, wie viel Arbeit und Ressourcen in der Ware stecken, da schnelle Mahlzeiten und ungeplante Einkäufe zwischendurch den heutigen Alltag bestimmen. Durch die Corona-Pandemie wurde das Thema aktueller denn je, denn viele Menschen hamsterten sich planlos und ohne Struktur große Lebensmittelvorräte an. Doch nach dem großen Hamstern stellt sich die Frage: „Wie verbrauche ich alle Produkte rechtzeitig und ist die Ware schlecht, sobald das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten ist?“

Doch wieso werden jährlich rund 12 Millionen Lebensmittel, allein nur in Deutschland weggeworfen? Zum einen planen viele ihren Einkauf nicht richtig, schreiben sich keinen Einkaufszettel, lassen sich von großen Sparangeboten verlocken, kaufen deshalb zu viel, planen auch ihre Mahlzeiten während der Woche nicht und können die gekauften Produkte meistens nicht rechtzeitig verarbeiten. Andererseits verwechseln viele Verbraucher das Mindesthaltbarkeitsdatum mit dem Verbrauchsdatum. Hat die verschlossene Milch das Mindesthaltbarkeitsdatum schon ein paar Tage überschritten, landet sie eher in der Tonne als sich auf seine 3 Sinne – sehen, riechen, schmecken – zu verlassen.

Was tun, wenn man wieder zu viel eingekauft hat? Wie organisiere ich meinen Einkauf? Wie lagere ich Produkte und wie kann ich erkennen, ob Lebensmittel noch gut sind? Auf genau diese Fragen bin ich während meines Semesterprojekts näher eingegangen und hab versucht Lösungsansätze herauszuarbeiten.

Daraus resultierend entstand unter dem Namen „Fussy Food“ – was so viel wie pingeliges Essen bedeutet – ein Blog, der zum einen als Nachschlagewerk eine Genießbarkeit-Checkliste mit über 30 Lebensmittelkategorien beinhaltet und den Verbraucher über die Haltbarkeit nach dem Mindesthaltbarkeitsdatum, prüfbare Faktoren über die Genießbarkeit und richtige Lagerung von Produkten informiert. Des Weiteren wurden Begrifflichkeit wie das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) und



Infografik die das Ausmaß von jährlich entstehenden Lebensmittelabfällen in Deutschland veranschaulicht.



Der entstandene Blog „Fussy Food“, der als Nachschlagewerk und Dokumentation des Projekts fungiert.

Verfallsdatum geklärt, dazu die Geschichte des MHD näher erläutert und ein kleiner Online-Guide für das MHD in verschiedenen Sprachen entstand. Die richtige Lagerung von Lebensmitteln im Kühlschrank wurde thematisiert sowie visualisiert. Zudem wurden Zahlen und Fakten anhand von selbsterstellten Infografiken veranschaulicht, um so das Thema an den Verbraucher heranzuführen und das Ausmaß an Lebensmittelverschwendung bewusst zu machen.

Im Zuge der Distribution entstand außerhalb des Blogs die Idee, ungenutzte Flächen im Supermarkt zu bespielen. So entstanden Informations-Etiketten, die

den leeren Raum zwischen den Preisetiketten füllen. Durch Teaser wie „Geld im Müll“ soll die Aufmerksamkeit des Konsumenten auf die Etiketten gezogen werden, ein QR-Code ermöglicht eine unkomplizierte Weiterleitung zu verschiedenen Artikeln auf dem Blog. Zusätzlich entstanden 3 Einleger für Einkaufskörbe die, mit Texten wie „Nobody is perfect! Kleine Macken und Druckstellen an Obst und Gemüse ändern nichts am Genuss – einfach wegschneiden statt wegwerfen. Gib extravagantem Obst und Gemüse eine Chance.“, den Kunden zum nachdenken anregen und an



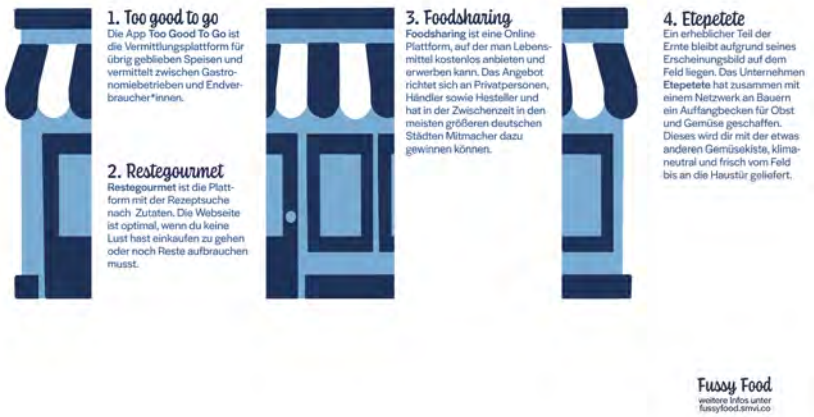
Informations-Etikett „Geld im Müll?“.



Einkaufskorb-Einleger „Nobody is perfect!“.

eine gesunde Wertvorstellung erinnern sollen. Außerdem entstand auch eine Papiertüte mit Tipps für den nächsten Einkauf, diese wirbt nicht nur innerhalb des Ladens für „Fussy Food“, sondern auch zu Hause sowie an anderen Orten bei der weiteren Verwendung der Tasche. Weiterhin entstanden vier Faltplyer – die verschiedene Arten der Lebensmittel-Rettung vorstellen, die Planung eines Einkaufs sowie die richtige Lagerung von Lebensmitteln im Kühlschrank thematisieren – und ein Manifest, welche auf einer zusätzlichen, auf dem Blog verlinkten, Download-Seite heruntergeladen und ausgedruckt werden können.

Unternehmen als Lebensmittelretter



Faltflyer „Unternehmen als Lebensmittelretter“.

So kann auf das Thema auch außerhalb eines Supermarktes aufmerksam gemacht werden, indem der Flyer und das Manifest an Bekannte weitergereicht, an schwarze Bretter gepinnt, in Briefkästen geworfen und in Zeitungen beim Friseur, Arzt oder an Tankstellen eingelegt wird. Des Weiteren entstand ein Saisonkalender, der

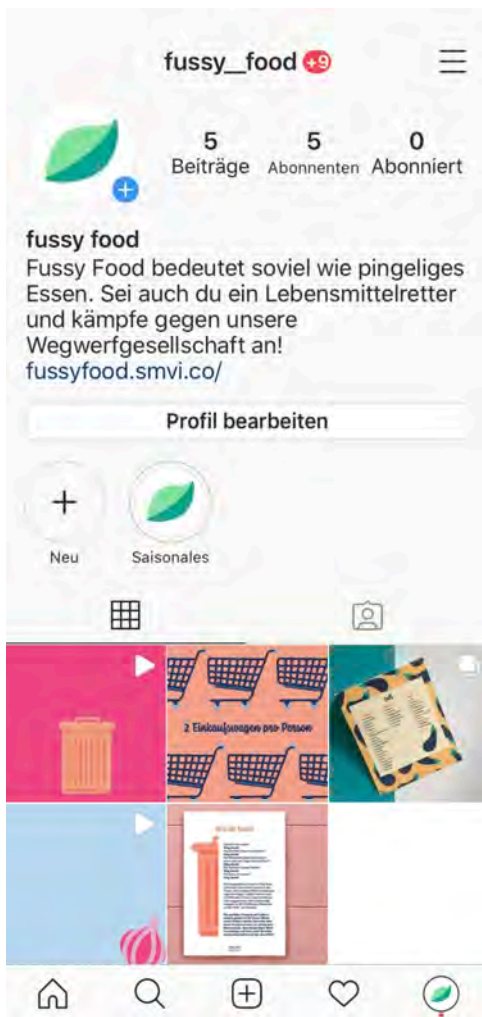


Manifest „Ab in die Tonne“.

ebenfalls zum Download bereitsteht und das Bewusstsein zu regionalen Produkten sowie deren Saison stärken soll. Um die Reichweite zu vergrößern und die sozialen Medien zu bespielen, entstand ein Account auf Instagram, der in Form von Illustrationen und kurzen Animationen, sowie Fotos von entstanden Produkten, z. B. dem Saisonkalender, immer wieder auf den Blog verweist.



Die Monate Oktober bis Dezember aus dem „Saisonkalender“.



Instagram Account „fussy food“.