

Interview

Zero Foodprint: *1 Prozent* fürs Klima

Greentable-Gründer
Matthias Tritsch im Gespräch

D

urch eine Spende von einem Prozent des Rechnungsbetrags ermöglichen Gastgeber und die Initiative Zero Foodprint Landwirten die Umstellung auf klimaschonende Anbaumethoden. Die Umstellung auf regenerative Landwirtschaft gilt als eine der wirksamsten und unmittelbarsten Lösungen gegen den Klimawandel. Wir sprachen mit dem Greentable Gründer Matthias Tritsch. Er hat die weltweite Initiative Zero Foodprint nach Deutschland geholt. Nun sucht er Mitstreiter, „um mit Zero Foodprint die Landwirtschaft zukunftsfähig zu machen“.

Zero Foodprint packt das Übel an den Wurzeln: Unser Ernährungssystem ist eine der Hauptursachen der Erderwärmung. Lieber Matthias Tritsch: Können Sie uns das erklären?

Die globale Erwärmung wird durch erhöhte Konzentrationen von Treibhausgasen in der Atmosphäre verursacht, die hauptsächlich auf menschliche Aktivitäten wie die Verbrennung fossiler Brennstoffe, die Entwaldung und die industrielle Landwirtschaft zurückzuführen sind.

Wo setzt Zero Foodprint an?

Zero Foodprint, kurz ZFP, entstand vor etwa drei Jahren in Kalifornien. Überall auf der Welt entstehen gerade Initiativen unter diesem Dach, derzeit in Hongkong für Asien und in Kopenhagen. Auch Gastronomen in

Deutschland sammeln von ihren Gästen ein Prozent der Rechnungssumme ein. Dieses Geld wird an den Guter Boden-Fond gespendet, der bei Greentable beheimatet ist. Wir unterstützen damit Landwirte in der Umstellung auf regenerative Landwirtschaft, insbesondere den Humusaufbau auf den Ackerflächen. Humus ist ein CO₂- und Wasserspeicher und braucht weniger Dünger. Gesunde, humusreiche Böden sind voller Mikroorganismen und fördern die Biodiversität. Das Ergebnis sind bessere Lebensmittel – geschmackvoller, nahrhafter, widerstandsfähiger.

1 Prozent – das sind bei 12 Euro fürs Schnitzel 12 Cent – das kann ein Gast wohl erübrigen, wenn man ihn ins Boot holt

Ja, das wird einfach einkalkuliert, die Gewinnspanne für den Gast-

geber bleibt unangetastet, oder der Gastgeber übernimmt das. Wir stellen Schulungsmaterial zur Verfügung, damit alle Mitarbeiter die Initiative verstehen, außerdem geben wir Infos für die Gästekommunikation heraus.

Welche Art Gastronomie kann hier mitmachen?

Jeder Gastgeber kann mitmachen! Wenn allein das schwedische Möbelhaus, das viel Geld mit Fleischbällchen umsetzt, mitmachen würde, käme man geschätzt auf drei Millionen Euro Spendengeld im Jahr. Davon kommen 92 Prozent auf dem Acker an, wenn man den vergleichsweise geringen Verwaltungskostenanteil abgezogen hat. Systemer stehen ganz oben auf unserer Wunschliste, aber jeder Individualgastronom kann hier Gutes bewirken.





Wie wird man Greentable-Mitglied?

Es gibt 12 Kriterien, von denen man mit seinem Betrieb mindestens sechs erreichen muss. Viele staunen, dass sie diese sowie so schon erfüllen. Darauf baut Greentable auf. Einfach mal anschauen, was alles weggeworfen wird und überlegen, wie man das vermeiden kann.

Aus abgeschnittenen Gemüseresten vom Brokkoli und von der Petersilie lässt sich noch ein Süppchen kochen. Nachhaltigkeit ist eigentlich ein Thema, das in jede Ausbildung gehört, wie bei Köchen „nose to tail“ und „leaf to root“.

Da es in der Gastronomie viele Seiteneinsteiger ohne spezifisches Know-how gibt, hilft Greentable.

Greentable ist bekannt für kreative Gastronomie-Aktionen. Ich denke gerade an den KlimaTeller ...

Der funktioniert leider nicht so gut wie erhofft, weil die Berechnung des CO₂-Ausstoßes recht aufwändig ist. Bei Zero Foodprint sind Sinn und Zweck viel besser vermittelbar. Hinzu kommt, dass das Bewusstsein für den Klimaschutz gewachsen ist. Da haben wir uns gesagt: Es gibt nichts Gutes, außer man tut es, und haben den Kontakt zu Zero Foodprint aufgenommen, für die Vertretung im ganzen deutschsprachigen Raum. Die Förderung vom Umweltbundesamt bekommen wir auch.

Was ist Ihr persönlicher Beweggrund für Ihr Engagement in Sachen Nachhaltigkeit?

Das liegt 14 Jahre zurück und hat mit der Geburt meines Sohnes Max zu tun. Als Vater denkt man neu darüber nach, was man der nachfolgenden Generation hinterlässt. Als er in den Waldkindergarten ging, versuchten wir, ein nachhaltiges Kindergartenkonzept unter dem Begriff Mehrwert-Kita zu realisieren, was am Geld scheiterte. Aber die Idee der Nachhaltigkeit hatte sich bei mir festgesetzt. Später kam ich mit der Initiative Regionale Esskultur Lüneburger Heide in Kontakt, saß mit Gastwirten und Erzeugern zusammen, da entstand die Idee für Greentable als Initiative für Nachhaltigkeit in der Gastronomie.

Warum lohnt sich Nachhaltigkeit für mich als Gastgeber?

Ich weiß von vielen Greentable Mitgliedern, dass sie mehr im Portemonnaie haben, seit sie ihren Betrieb nachhaltig führen. Sie haben ihre Preise angepasst, und der Gast honoriert Qualität, gerade jetzt, nach Corona. Wir sehen das Interesse an Nachhaltigkeit an den Mitgliederzahlen. In den ersten drei Monaten 2021 – im Lockdown! – begrüßten wir 23 neue Mitglieder, so viele wie früher in einem ganzen Jahr. Immer mehr Menschen wollen wissen, was sie aufgetischt bekommen – darauf stellen sich die Gastgeber ein.

Wenn ich als Gründer ein nachhaltiges Konzept auf die Beine stellen will – wo fange ich an?

Hier steht Greentable mit Rat und Tat zur Seite. Eine saisonale Speisekarte, ein überschaubares Angebot, regional einzukaufen –



12 Ziele einer nachhaltigen Gastronomie

Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen helfen Unternehmen, sich nachhaltig auszurichten. In Anlehnung daran hat Greentable e.V. 12 Ziele für eine nachhaltige und somit zukunftsfähige Gastronomie definiert.



1 LOKAL UND SAISONAL



Wer regionale und saisonale Produkte verwendet, spart CO₂, unterstützt Erzeuger vor Ort und bringt besonders viel Frische und Geschmack auf den Teller.

2 ARTGERECHTE TIERHALTUNG



Wenn Fleisch, dann von Züchtern, bei denen sich die Tiere im Leben wohlfühlen dürfen. Das ist verantwortungsvoller und leckerer.

3 NACHHALTIGER FISCHFANG



Fisch aus nachhaltig zertifiziertem Fang (z. B. mit MSC-Siegel) oder nachhaltiger Zucht (z. B. mit ASC-Siegel) schützt die Bestände und die marine Umwelt.

4 FAIRER HANDEL



Ob Kaffee, Tee, Rohzutaten oder Arbeitskleidung: Gerechte Löhne und Preise für die Produzenten sorgen für Chancengleichheit und werden von Gästen wertgeschätzt.

5 ABFALL-VERMEIDUNG



Wer Abfall reduziert, von Lebensmitteln bis zu Verpackungen, schont die Umwelt und den Geldbeutel.

6 KLIMASCHUTZ



Jeder Betrieb kann einen Beitrag gegen den Klimawandel leisten. Ob mit kurzen Lieferwegen, klimafreundlichen Speisen oder Energieeffizienz in Küche und Gastraum.

7 REDUCE, REUSE, RECYCLE



Die Wieder- und Weiterverwendung von z. B. Behältern, Gläsern und Verpackungsmaterialien verkleinert die Müllmenge und spart Kosten.

8 RESSOURCENSCHONUNG



Eine Verbesserung der Energieeffizienz und eine Verringerung des Wasserverbrauchs sind gut für die Umwelt und das Budget.

9 GESUNDE ERNÄHRUNG



Gesunde Zutaten, angemessene Portionen und Know-how (Warenkunde, Zubereitung) führen zu besserer Ernährung und sind ein Vorbild fürs Kochen zu Hause.

10 MITARBEITERFAIRNESS



Chancengleichheit, Schulung und klare Richtlinien sorgen für motivierte und produktive Teams.

11 SOZIALES ENGAGEMENT



Betriebe, die sich in die lokale Gemeinschaft einbringen, Schulen, Wohltätigkeitsorganisationen und Initiativen unterstützen, zeigen Verantwortung und werden dafür honoriert.

12 TRANSPARENZ IM DIALOG



Klare Kommunikation mit dem Kunden, z. B. zu Umweltschutz-Maßnahmen und zur Herkunft der Zutaten, schafft Vertrauen und Verbundenheit.



#gastroforfuture



„Jeder Gastgeber kann mitmachen!“

das kostet alles nicht mehr, im Gegenteil, das spart sogar Geld. Wir kennen sehr schöne Lokale mit Second-Hand-Möbeln. Und natürlich unsere Initiative Beste-Reste-Box. Bei Greentable halten wir viele Anregungen dieser Art bereit!

Lieber Matthias, herzlichen Dank für das Gespräch!

Interview: Ann-Christin Zilling

greentable.org
zerofoodprint.de



Matthias Tritsch

Einpacken aktiv anbieten, für den Hunger zu Hause: Mit der Beste-Reste-Box, in der Nichtaufgegessenes mit nach Hause genommen wird, statt in die Mülltonne zu wandern, ist Matthias Tritsch bekannt geworden.

