



Nachhaltigkeitsengagement der Bayer Gastronomie

Nachhaltigkeit wird ein immer wichtigerer Teil unseres Alltags. Nicht nur im privaten Umfeld begegnet uns das Thema, auch für die Unternehmensstrategie wird es immer wichtiger. Die Bayer AG setzt sich im Sinne ihrer Vision „*Health for All, Hunger for None*“ für inklusives Wachstum und den verantwortungsbewussten Einsatz von Ressourcen ein – zum Wohle der Menschen und unseres Planeten. Mit dieser Ausrichtung unterstützen wir tatkräftig die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen. (Quelle & weitere Informationen unter <https://www.bayer.com/de/nachhaltigkeit>)

Als 100%ige Tochter der Bayer AG zeigt die Bayer Gastronomie ein hohes Engagement für das Erreichen der gemeinsamen Ziele. Bereits 2018 wurde das *Green Team* gebildet, eine Projektgruppe, die sich aus den Fachbereichen Marketing, Einkauf, HSQ und F&B Management zusammensetzt. Gemeinsam wurden strategische Schritte sowie Zielwerte verfasst, um ein nachhaltiges agieren und verantwortungsvollen Ressourcenumgang sicherzustellen. Was erst nur im Hintergrund geplant wurde, findet nun in immer mehr sichtbaren und messbaren Produkten und Prozessen Anwendung.





Was heißt Nachhaltigkeit konkret für die Bayer Gastronomie GmbH?

Digitale Lieferantenrechnungen und umfassende virtuelle Kommunikation sind hier nur ein kleiner Part unseres Beitrages zur Schonung von wertvollen Ressourcen. Wir verbessern uns stetig in allen Bereichen – am Gast, in der Zubereitung sowie gemeinsam mit unseren Lieferanten und Partnern. So stärken wir kontinuierlich die Einbindung von regionalen Produkten, setzen auf nachhaltigen Fischfang und kreieren genussvolle Gerichte mit fleischlosen Rezepturen für unsere Speisepläne.





Einweg: Konsequent reduzieren, plastikfrei wo immer es geht

Gemeinsam mit unseren Gästen sparen wir 556.000 Plastikeinwegartikel pro Jahr ein, indem wir auf diese komplett verzichten oder diese durch Produkte aus nachhaltigen Rohstoffen ersetzt haben. Bei der Auswahl der nachhaltigen Einwegartikel verzichten wir vollständig auf die Verwendung von Produkten, deren Grundmaterialien auf Lebensmittelrohstoffen z.B. Stärke oder Eiweiß basieren und setzen dagegen auf zertifizierte holzbasierte Artikel.

Unser Angebot zur Mitnahme von Speisen in unseren *kantinas* sowie unsere Menülinie *Ready2Finish – Vitale Gerichte für Zuhause* bieten wir zu 100% in einem Mehrweg-Pfandsystem an. Mit unserem Partner stellen wir hier hochwertige Mehrwegbehälter zur Verfügung, welche per App ausgeliehen und bei uns als Bayer Gastronomie, bei externen teilnehmenden Restaurants oder auch in Rücknahmeboxen dem Nutzungskreislauf (unter Einhaltung strikter Reinigungs- und Hygieneauflagen) zurückgeführt werden.

In allen *kantinas* reduzieren wir im Bereich der To Go Snacks den Einsatz von Plastikschutzverpackung, wo immer dies ohne Verlust von Genussqualität und Hygieneschutz für unsere Gäste möglich ist.





Lebensmittel retten, dank Mitarbeiterkompetenz und KI-basierter Planung

In Deutschland fallen rund 14 %¹ der Lebensmittelabfälle in der Außer-Haus-Versorgung an, das sind rund 1,7¹ Millionen Tonnen. Mit Hilfe einer KI-basierten Software (KI=künstliche Intelligenz) konnten wir bereits seit 2020 unsere Lebensmitteleinsätze effizienter gestalten.

Dank dieser KI gelingt es uns, im Rahmen unserer Speisekarten, den Angebotsumfang noch detaillierter zu kalkulieren und somit Überproduktion auf ein Minimum zu reduzieren. Verschiedene Faktoren wie Wetter, Ferienzeiten, Menükombinationen und Lieblingsgerichte unserer Gäste fließen zusätzlich in die Planung ein.

Basierend auf einer kontinuierlichen Datenanalyse, kombiniert mit den Erfahrungen unserer Küchenchefs, konnten bereits in der Pilotphase Lebensmittel mit einem Volumen für 3.500 Tellerportionen vor der Vernichtung gerettet werden. Dies gelang durch punktuelle Prozessanpassungen in der Disposition, vorrangig erfolgte die Reduzierung der Lebensmittelverluste jedoch durch eine Intensivierung der „Just in Time Produktion“ vor den Augen der Gäste sowie durch eine Reduzierung der Bereitstellungszeiten und -mengen der einzelnen





Reduzierung von Lebensmittelvernichtung

Wir setzen auf „Krumme Dinger“ und „Second Love Ware“: Eine Vielzahl an Obst und Gemüse schaffen es wegen „gewachsener Fehler“ oder schlicht aufgrund von Übergröße nicht in den Einzelhandel. Dies geschieht, obwohl all dieses Obst & Gemüse knackig-frisch zum geschmackvollen Verzehr geeignet ist.

In den von unserem Partner verarbeiteten Salaten, Gemüsemischungen und Snacks sieht und schmeckt man von diesen augenscheinlichen „Fehlern“ natürlich nichts. Dank des gemeinsamen Engagements gelangen geschmackvolle Gurken, Kohlsorten, Möhren, Paprika, Salate, Süßkartoffeln und Zucchini perfekt zubereitet auf die Teller und in die Snacks unserer Gäste – eine 100% geschmackvolle Liebe auf den zweiten Blick.





So regional wie möglich

Wir beziehen mittlerweile bis zu 50 % unserer Kartoffel-, Gemüse- und Obstprodukte aus einem Radius von ca. 150 km um den jeweiligen Produktionsbetrieb². In Zukunft werden wir diesen Anteil gemeinsam mit unseren Lieferanten und Partnern für unsere Gäste durch noch stärkere Ausrichtung auf Regionalität und Saisonalität erhöhen.





Konsequenter Einsatz für nachhaltigen Fischfang

Bereits seit Jahren achten wir auf den Einkauf von Fischen- und Fischeinzelprodukten aus nachhaltigem Fischfang, um gefährdete Fischarten und -gebiete konsequent vor Überfischung zu schützen. Hierbei setzen wir auf entsprechend zertifizierte Produkte unserer Partner, wie auf die kontinuierliche Kontrolle der Empfehlungen entsprechender NGO's³.

Komplettiert wird das Engagement durch die Zusammenarbeit mit regionalen Anbietern, z.B. im Bereich von Räucherfischware.





Und noch viel mehr

Wir haben konkrete Strategien entwickelt, die wir in den nächsten Jahren – weit vor dem von der UN gesetzten Ziel 2030 – umsetzen werden. Neben den bereits genannten Fortschritten gehören auch der weitere Ausbau von fleischlosen Alternativen auf dem Speiseplan sowie noch mehr Regionalität und Saisonalität zur Reduzierung des CO₂ Abdrucks bei allen frischen Lebensmitteln dazu. Denn: Nachhaltigkeit ist unser aller Verantwortung und dies wollen wir mit Innovation, Leidenschaft und unserem bekannten höchsten Qualitätsanspruch gemeinsam mit unseren Partnern, Auftraggebern und Gästen voranbringen.





Unsere bisher erreichten Ziele:

- // Einweg reduzieren, Plastik vermeiden
- // Lebensmittelabfälle reduzieren
- // Einsatz „krummer Dinger“ und Ware, die im Einzelhandel aussortiert würde
- // Regionalität stärken
- // Einkauf von Fischen aus nachhaltigem Fischfang

An diesen Zielen arbeiten wir kontinuierlich, um uns zu verbessern. Zudem nehmen wir uns weitere Ziele vor, um Nachhaltigkeit voranzubringen.

Aktuelle Infos finden Sie auf der Seite

<https://www.bayer-gastronomie.de/de/nachhaltigkeit>.

Sie haben Fragen oder Anregungen?

Kontaktieren Sie uns unter: gastronomie.online@bayer.com

Stand: August 2021

¹ Quelle: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Johann Heinrich von Thünen-Institut (TI) im Auftrag des Bundesernährungsministeriums zusammen mit der Universität Stuttgart in der Studie "Lebensmittelabfälle in Deutschland – Baseline 2015". Im September 2019.

² Gilt aus logistischen und wirtschaftlichen Gründen derzeit für unsere Standorte in NRW.

³ NGO – Non-Governmental Organization, welche Empfehlungen für einen nachhaltigen Fischfang publizieren.

