

Kreativ

WIRTSCHAFT
MODE,
DESIGN UND
SO WEITER

Das Brot, das keine Brösel macht

Die Bäckerei Felzl aus Wien-Neubau holt sich eine Designerin ins Haus: um den täglichen **Brotabfall** zu reduzieren. Im Geschäft genauso wie zu Hause bei den Konsumenten. »I love Brot« heißt das Projekt, das mit einem Brottagebuch begann.

VON CHRISTIAN LENOBLE

An der Ecke Schottenfeldgasse und Bernadinegasse im siebten Bezirk in Wien und die Sessel und Tische rund und bunt, die Tischblumen weiß und das Bambusgras zartgrün. Das Angebot der Bäckerei Felzl – zwei weitere Filialen befinden sich in der Kaiserstraße und der Pilgramgasse – richtet sich eher an die junge, kreative Szene als an die cremeschneitten-Fraktion mit Tendenz zum kleinen Brauen mit Schlag. »Wir verstehen uns als typisches Grätzellokal mit einem für jede Filiale eigens entwickelten Designkonzept«, verrät der Inhaber Horst Felzl.

Brotabfälle als Designthema. Dass sich jemand wie Katharina Dankl, Designerin mit Ausbildung an der Fachhochschule Joanneum Graz und der Universität für angewandte Kunst Wien, hier wohlfühlt, ist nicht überraschend. Seit Kurzem ist sie nicht nur Kundin, sondern auch Projektpartnerin der Bäckerei Felzl. Das liegt an ihrem Arbeitsschwerpunkt Social Design. Und daran, dass sie der Focus Call »Kooperation« der Wiener Kreativagentur Departure und der Wirtschaftsagentur Wien zusammengespannt hat. »I love Brot« heißt das aktuelle Projekt, das daraus entstand. Ziel ist es, Brotabfall zu reduzieren. Mithilfe einer Designstrategie.

Wie relevant das Thema ist, zeigen die Zahlen: Rund 100.000 Tonnen genießbare Lebensmittel landen allein in Österreich jährlich in den Abfallmüllern. Die Gründe dafür sind mannigfaltig. Sie liegen beim Handel und bei den Konsumenten. Überproduktion, Fehllektürentypen, Überschneidung der Ablaufdaten oder Sortimentswechsel sind schuld. Und auch die Haushalte tragen zum Food Waste, so nennt man das Phänomen auf Neudeutsch, bei: Ob Zuberreinstück, die beim Putzen und Schneiden von Obst, Gemüse und Fleisch anfallen, Tellerreste nach der

Mahlzeit oder angebrochene Lebensmittel wie halb volle Packungen oder angeschnittene Laibe Brot – im Schnitt werfen Frau und Herr Österreicher Jahr für Jahr zehn bis 20 Kilo Lebensmittel, die zum Verzehr geeignet wären, in den Müll. In Städten wie Wien sind es bis zu 40 Kilo.

Die ökologischen Folgen sind gravierend: »Wenn etwa, wie in vielen Ländern üblich, unbehandelt depo-

Der erste Schritt bei der Abfallreduktion: die Bewusstseinsbildung.

nierte Lebensmittel durch Mikroorganismen abgebaut werden, entsteht das Klimagas Methan, das als Treibhausgas bei der Erderwärmung 25 Mal stärker wirkt als Kohlendioxid«, erläutert Felicitas Schneider vom Institut für Bodenkultur Wien. Auch der Produktions-, Verarbeitungs-, Lagerungs- und Transportaufwand der energie- und

ressourcenintensiven Produktgruppe der Lebensmittel müsse bei der Berechnung der Umweltschäden durch Food Waste in die Rechnung miteinbezogen werden. Und nicht zuletzt leidet die Brieftasche des Konsumenten. So könnten laut Boku-Auskunft bei bestmögkstem Umgang mit Lebensmitteln rund 300 Euro gespart werden.

Das täglich Brot: Die Kunden der Bäckerei Felzl führten Tagebuch.

»Genau hier setzt das Projekt »I love Brot« an. Es geht zunächst einmal darum, die Menschen für dieses Thema zu sensibilisieren«, sagt Dankl. Bäckereien, die mit dem Problem kämpfen, kurz vor Ladenschluss noch das volle Sortiment anbieten zu wollen, aber schon am nächsten Vormittag die nicht mehr frischen Brotwaren nicht verkaufen können, eignen sich ideal als kreatives Experi-



Horst Felzl und Designerin Katharina Dankl lächeln gemeinsam daran, die Brotabfälle zu reduzieren.

wertung sowie Marketing an einem Strang. »Eco-Design-Experten unterstützen den Designprozess mit Umweltbewertung sowie Unternehmensberatung und bewerten Konzepte und Entwürfe in Hinblick auf den gesamten Produktlebenszyklus. Durch die Zusammenarbeit von Marketing und Sales mit dem

Aus den Brotresten könnten einmal Brotchips werden. Oder Panierbrösel.

Unternehmen Felzl wird die wirtschaftliche Relevanz der Ideen bewertet. »I Love Brot folge allen Aspekten der Nachhaltigkeit – ökologisch, sozial und ökonomisch, meint Dankl.

Chips, Brösel und Konsumrabbat. Erste Ideen wurden jedenfalls bereits geboren. In Aussicht stehen beispielsweise die Verarbeitung der täglichen Brot-Restware zu feinen geschnittenen, gerösteten Brotchips oder zu Panierbröseln. Gefördert wird auch an der Idee, jenen Kunden, die durch bessere Planung ihres Konsums und ihrer Einkäufe in der Lage sind, der Bäckerei wöchentliche oder monatliche Abnahmep Mengen zu kommunizieren, Rabatte zu gewähren. »Wir werden sehen, was am Ende herauskommt. Unser erstes Ziel haben wir durch die »Social-Design-Näherung« schon erreicht. Die Leute wurden hier das Thema Lebensmittelabfall sensibilisiert«, so Dankl und Felzl unisono.

GUTE IDEE

I AM FROM AUSTRIA

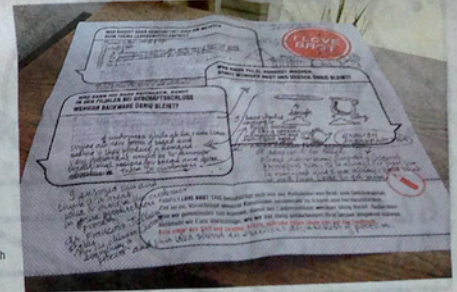
Der Online-Shop fromaustria.com bietet Produkte mit kulinärischem, inhaltlichem oder gestalterischem Anspruch. Hauptsache, sie kommen aus Österreich.

WWW.FROM-AUSTRIA.COM

»Dankl selbst sieht sich in diesem Prozess als Autodesignerin und Moderatorin, die auf Ko-Kreation setzt. In ihrem Projektteam ziehen Experten aus dem Bereich Social Design, Nachhaltigkeitsberatung, Umwelthe-

mentierfeld. Bei der Fallstudie »I love Brot« wurden in einem ersten Schritt die Felzl-Kunden eingeladen, ihren Brotkonsum über den Zeitraum einer Woche zu dokumentieren und im sogenannten Brottagebuch festzuhalten. »Es ist ein Instrument, um festzustellen, wie viel Brot jede Woche benötigt wird, wie es aufbewahrt wird und wie viel davon übrig bleibt. Diese Informationen helfen uns, Lösungen für die Abfallproblematik zu finden«, so Felzl. 50 der befragten 250 Kunden haben das Tagebuch vollständig ausgefüllt, knapp 90 Prozent der Beteiligten finden das Projekt »sympathisch« oder »sehr gut«.

Es sei wichtig, nicht nur die Kunden, sondern auch Mitarbeiter und Lieferanten miteinzubeziehen, betont Dankl. »Jene Menschen, die tagtäglich Brot verkaufen oder essen, sind genauso Experten wie der Designer mit dem Wissen um erfolgreiche Produktgestaltung. Ihre Sichtweisen sind zentral, um Aufgabenstellungen zu konkretisieren und Produktlösungen so zu gestalten, dass sie später auch erfolgreich genutzt



Der Brottag wurde von den Kunden der Bäckerei Felzl in einem Brottagebuch dokumentiert.

DAR
Bel
bet

Blum
im H
Sam
Selle
den
Bett
auf
Zw
Ges

Blu
Se
Je
die

V
F