

Universität Stuttgart
Institut für Sozialwissenschaften

Bachelorarbeit zur Erlangung des Hochschulgrades Bachelor of Arts (B.A.) in
Sozialwissenschaften (deutsch-französisch)

Lebensmittelverschwendung effektiv eindämmen: sozialen Innovationen zur Lebensmittelrettung und Potenzial des Foodsharings in Deutschland und in Frankreich

Eine qualitative Analyse anhand Experteninterviews
in Frankreich und in Deutschland

Gutachterin:

Prof. Dr. Kathrin Braun
Akademische Mitarbeiterin
Institut für Sozialwissenschaften
Lehrstuhl für Technik- und Umweltsoziologie

Vorgelegt von:

Orphée Daillet

Abgabe: 31. Oktober 2022

Abstract

Diese Bachelorarbeit untersucht das Potenzial von Foodsharing bei der Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung anhand eines Vergleichs von sozialen Innovationen aus Deutschland und Frankreich. In beiden Ländern wurden Experteninterviews mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse mit verschiedenen Akteuren des Foodsharings durchgeführt, von zivilgesellschaftlichen Initiativen über Unternehmen und Lebensmittelbanken bis hin zu Aktivisten¹. Die Ergebnisse dieser Forschung sind die wichtige Frage nach der Relevanz einer Monetarisierung unverkaufter Lebensmittel und nach den Potenzialen und Hemmungen oder Hindernisse dieser Initiativen in der Auseinandersetzung mit der Lebensmittelverschwendung sowie Lösungsvorschläge und Forderungen der Lebensmittelretter. Es gibt kaum Forschungsergebnisse zum nicht-monetären Teilen. In dieser Arbeit wird versucht, diese Lücke zu schließen, indem insbesondere die deutsche Initiative *foodsharing* untersucht wird, die von Verbraucher zu Verbraucher stattfindet, und ihre Anwendbarkeit in Frankreich hinterfragt wird. Darüber hinaus zeigt diese Arbeit das Paradoxon des Konflikts zwischen Lebensmittelverschwendung und Ernährungsunsicherheit auf, die beide voneinander abhängig sind und eine umfassendere gesamtgesellschaftliche Koordinierung erfordern.

Ce mémoire de Bachelor s'intéresse au potentiel du partage alimentaire dans la lutte contre le gaspillage alimentaire par le biais d'une comparaison d'innovations sociales franco-allemandes. Des interviews d'experts combinées à une analyse de contenu qualitative ont été menées dans les deux pays avec des acteurs divers du partage alimentaire, d'initiatives émanant de la société civile à des entreprises, en passant par des banques alimentaires et de réels activistes². De cette recherche émane l'importante question de la pertinence d'une monétarisation des denrées alimentaires invendues et des potentiels et freins de ces initiatives dans la lutte contre le gaspillage alimentaire ainsi que des propositions de solutions et des revendications des récupérateurs de nourriture. Il existe peu de recherches sur le partage non monétaire. Nous tentons de combler cette lacune en explorant notamment une initiative allemande, *foodsharing*, qui fonctionne de consommateur à consommateur et questionnons son applicabilité en France. Qui plus est, ce travail a mis en évidence le paradoxe des luttes entre gaspillage alimentaire et insécurité alimentaire, qui sont dépendantes l'une de l'autre, et qui nécessite une coordination plus globale de la société.

¹ Der Einfachheit halber wird im weiteren Verlauf dieser Arbeit das generische Maskulinum verwendet, doch dadurch sollen sich Menschen jeden Geschlechts angesprochen fühlen.

² Dans la suite de ce travail, l'écriture inclusive n'est pas utilisée par souci de simplicité, mais cela ne doit pas empêcher les personnes de tout sexe de se sentir concernées.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Das Foodsharing, eine soziale Innovation für den Wandel.....	7
2.1. Das Foodsharing als soziale Bottom-up-Innovation.....	7
2.2. Eine noch recht unklare Verbindung zwischen dem Foodsharing und der Reduzierung von Lebensmittelverschwendung.....	8
2.3. Sharing economy und das Foodsharing	9
3. Das Foodsharing im deutsch-französischen Kontext	11
3.1. Richtlinien zum Foodsharing in Frankreich und in Deutschland.....	11
3.1.1. In Frankreich: Finanzielle Anreize für Spenden	11
3.2.1. In Deutschland: Das Containersverbot	12
3.2. Initiativen zum Foodsharing in Frankreich und Deutschland.....	13
3.2.1. Sharing for money: kostenpflichtig, für alle	14
3.2.2. Sharing for charity: (quasi)gratis, für Bedürftige	14
3.2.3. Sharing for the community: gratis, für alle	16
4. Das Foodsharing: Von der Veränderung von Praktiken zur Mobilisierung .	19
4.1. Politisierte Verbraucherpraktiken: Konzept der Consumer Citizenship.....	19
4.2. Zwischen Lebensstilen und sozialen Bewegungen	21
4.3. Lebensstilbewegung: die Fallstudie <i>foodsharing</i>.....	22
5. Methodisches Vorgehen	26
5.1. Erhebungsmethode: leitfadengestützte Experteninterviews	26
5.2. Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse.....	27
5.3. Vorstellung und Auswahl der Experten	28
6. Analyseergebnisse der Interviews.....	32
6.1. Monetarisierung von Lebensmitteln.....	32
6.2. Potenziale und Hemmnisse von Foodsharing-Initiativen.....	37
Zwischen Lebensstil und Mobilisierung	37
Die gesetzliche Bremse und das Lebensmittelrisiko	38
Image.....	38
Konkurrenz um kostenlose Nahrungsressourcen.....	40
Ein viel tieferes Problem: Kritik am kapitalistischen System und der Konsumgesellschaft.....	40
6.3. Lösungsansätze und Forderungen von den Lebensmittelrettern	41
Bedarf an Struktur und Risiken des Foodsharings.....	41
Sensibilisierung.....	42
Politische Unterstützung	44
7. Diskussion und kritische Betrachtung.....	45
8. Fazit und Ausblick	47
Literaturverzeichnis	51
Anhang	57
Erklärung über die Eigenständigkeit.....	176
Danksagung	177

1. Einleitung

Weltweit geht ein Drittel der für den menschlichen Verzehr produzierten Lebensmittel verloren oder wird verschwendet, wobei jährlich etwa 1,3 Milliarden Tonnen weggeworfen werden (vgl. Gustavsson et al., 2012, S. 5). Aulakh und Regmi (vgl. Aulakh und Regmi 2013, S. 1) betonen die negativen externen Effekte der Lebensmittelverschwendung in dreierlei Hinsicht: Kosten für die Entsorgung und das Management von Abfällen, zusätzliche Treibhausgasemissionen und der Verlust von knappen natürlichen Ressourcen. Während in Ländern mit niedrigem Einkommen Lebensmittelverluste vor allem am Anfang und in der Mitte der Lebensmittelversorgungskette auftreten, wird in Ländern mit mittlerem und hohem Einkommen ein Großteil der Lebensmittel bereits beim Verzehr verschwendet (vgl. Gustavsson et al. 2012, S. 5). In dieser Studie wird einen Vergleich zwischen zwei Ländern gezogen: Frankreich und Deutschland. Abgesehen davon, dass Frankreich und Deutschland für mich als Studentin eines deutsch-französischen Studiengangs zwei mir vertraute europäische Systeme sind, handelt es sich um zwei industrialisierte, moderne und kapitalistische europäische Länder mit einer relativ vergleichbaren Bevölkerungszahl und Wirtschaftskraft. Der Vergleich ist also in Bezug auf die Lebensmittelverschwendung aufgrund des Lebensstandards der Verbraucher aufschlussreich: In Frankreich zeigt eine Studie der *Agence de la transition écologique* über den Stand der Lebensmittelverschwendung und den Umgang damit in den verschiedenen Phasen der Lebensmittelkette, dass 33% der Verluste und Verschwendung in der Phase des Verzehrs auftreten (vgl. ADEME 2016, S. 7). Für Deutschland zeigt die Studie „Lebensmittelabfälle in Deutschland-Baseline 2015“ des Thünen-Instituts, dass 52% der Lebensmittelabfälle in der Phase des Verzehrs weggeworfen werden (vgl. Schmidt et al. 2019, S. 1). Dies könnte auf ein schlechtes Einkaufsmanagement und ein mangelndes Bewusstsein der Verbraucher für die Bedeutung des Mindesthaltbarkeitsdatums zurückzuführen sein, das durch einen sorglosen Umgang mit Lebensmitteln in Verbindung mit einem hohen Lebensstandard verstärkt wird (vgl. Gustavsson et al. 2012, S. 5). Der ökologische Wandel geht mit einem gesellschaftlichen Wandel einher. In einer Zeit, in der Ernährungsunsicherheit und ungleicher Zugang zu Ressourcen greifbarer sind denn je, ist die Feststellung der Lebensmittelverschwendung umso tragischer: In dem Film *Taste the Waste* wird berichtet, dass die Lebensmittel, die generell in Europa und Nordamerika weggeworfen werden, ausreichen würden, um die Hungernden auf der Welt dreimal

zu ernähren (vgl. Thurn 2011). Die Verschwendung von Lebensmitteln wirft also ein doppeltes Problem auf: Während einigen Menschen die finanziellen Mittel fehlen, um die notwendigen Lebensmittel zu kaufen, kaufen andere zu viel ein, was zu einer unvernünftigen Verwendung und zur Entstehung von Abfall führt. Dabei haben soziale Bottom-up-Innovationen zur gemeinsamen Nutzung von Lebensmitteln, die seit einigen Jahren aus der Zivilgesellschaft hervorgehen, ein großes Potenzial zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung: Sie setzen direkt bei den alltäglichen Praktiken an und machen den Verbraucher mit seiner Kaufkraft zu einem Akteur, der direkten Einfluss auf das Angebot im Lebensmittelsektor hat. Zum einen liegt es im Gegensatz zu den Impulsen von oben in erster Linie an den Verbrauchern, ihre Konsumgewohnheiten zu ändern, noch bevor die Unternehmen mit ihrer Verantwortung konfrontiert werden. Es geht also darum, das Bewusstsein in der Gesellschaft zu schärfen, das notwendig ist, um einen nachhaltigen Wandel im Lebensmittelsektor zu bewirken. Andererseits wird das Interesse auf die Ebene des engagierten Verbrauchers gerichtet sein, auf die Ebene des Aktivisten, der sich gegen die Lebensmittelverschwendung engagiert. Mit anderen Worten: das Potenzial von Bottom-up-Innovationen zu diesem Thema wird aufgezeigt und es wird nach Möglichkeiten gesucht, diese bei den institutionellen Strukturen geltend zu machen. Obwohl das Thema Lebensmittelverschwendung in beiden Ländern gleichermaßen wichtig ist, verfolgen Frankreich und Deutschland deutlich unterschiedliche Strategien in Bezug auf die Rettung und das Teilen von Lebensmitteln. Das Ziel ist es, die bestehenden sozialen Innovationen im Bereich der gemeinsamen Nutzung von Lebensmitteln zu vergleichen und insbesondere die Anwendbarkeit der deutschen Initiative *foodsharing*³ für die kostenlose und für alle zugängliche Verwertung und gemeinsame Nutzung von Lebensmitteln in Frankreich zu hinterfragen. Dies wird Fragen aufwerfen wie die Monetarisierung von unverkauften Lebensmitteln und die damit verknüpfte Zugänglichkeit der Initiative für die Menschen. Die Forschungsfrage dieser Arbeit lautet: Welche Veränderungspotenziale bringt die Praxis des Foodsharings in Frankreich und Deutschland in Bezug auf den gesellschaftlichen Umgang mit Lebensmittelverschwendung? In Verbindung mit dieser

³ Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird immer wieder auf den Begriff *foodsharing* Bezug genommen. Um die deutsche Initiative *foodsharing* von dem Foodsharing, das als Lebensmittelrettung und -weitergabe verstanden wird, zu unterscheiden, wird der Unterschied durch den kleinen Buchstaben f und das kursiv gesetzte Wort hervorgehoben, wenn es sich um die soziale Innovation handelt.

Hauptforschungsfrage werden die folgenden Fragen auch gestellt: Welche Potenziale haben Bottom-up-Initiativen zum Teilen von Lebensmitteln aus der Perspektive der Sensibilisierung für Lebensmittelverschwendung? Und in Bezug auf die Anerkennung durch die Politik: Inwieweit spielt der gesetzliche Rahmen in jedem der beiden Länder eine Rolle bei der Wahrnehmung von Foodsharing und dessen Umsetzung?

In der Auseinandersetzung mit der Lebensmittelverschwendung gibt es in Frankreich und Deutschland eine unglaubliche Anzahl an sozialen Initiativen. In dieser Arbeit habe ich mich auf diejenigen konzentriert, die mich am repräsentativsten erscheinen. Da die Praxis des Containerns oder *Dumpster Divings* in Deutschland gesetzlich verboten ist (vgl. Wahlen 2017), werde ich mich in dieser Arbeit vor allem mit den formellen sozialen Innovationen zum Teilen von Lebensmitteln beschäftigen. Aus offensichtlichen Zeitgründen habe ich darauf verzichtet, Akteure der Produktionsketten zu interviewen, und wollte damit diese Studie hauptsächlich auf Verbraucher und zivilgesellschaftliche Aktivisten konzentrieren.

Die Arbeit ist wie folgt aufgebaut: Im folgenden Kapitel 2 wird die vorhandene Literatur zum Thema Foodsharing als soziale Innovation vorgestellt, wobei ein Ansatz aus der Sharing Economy aufgegriffen wird. Im darauffolgenden Kapitel wird das Thema Foodsharing auf den deutsch-französischen Kontext angewendet: Nach einer kurzen Darstellung des rechtlichen Kontextes in Frankreich und Deutschland in Bezug auf den Umgang mit Lebensmittelverschwendung schließt dieser Teil mit einer Kategorisierung bestehender sozialer Initiativen auf beiden Seiten des Rheins, die sich für das Foodsharing engagieren. In den Kapiteln 4 und 5 werden soziologische Konzepte diskutiert, die sich auf diese verschiedenen Formen des Foodsharings und ihr Veränderungspotenzial beziehen können. In Kapitel 4 wird versucht, das Potenzial von konsumbezogenen Lebensstilen als Mobilisierungsmittel herauszuarbeiten, während Kapitel 5 eine detaillierte Darstellung der Erhebungs- und Auswertungsmethode enthält. In Kapitel 6 werden schließlich die Ergebnisse der Interviews vorgestellt, bevor sie in Kapitel 7 diskutiert werden. Schließlich mündet diese Arbeit in einem Ausblick.

Eine gewisse Verzerrung muss in dieser Studie zugegeben werden: Als französische Studentin in einem deutsch-französischen Studiengang war ich selbst zum Zeitpunkt des Schreibens mehrere Monate lang für den Verein *foodsharing* in Deutschland aktiv. Obwohl ich dieses System zur Verwertung von unverkauften Lebensmitteln sehr bewundert habe, war ich bisher noch in keinem französischen Verein aktiv, der sich

gegen Lebensmittelverschwendung einsetzt. Das Ziel dieser Arbeit ist es nicht, eines der beiden Modelle hervorzuheben, sondern zu untersuchen, inwiefern die deutsche soziale Innovation *foodsharing* ein Potenzial hat, das in Frankreich genutzt werden könnte. Die Studie zeigt, wie die Gesellschaft durch einen sorgsameren Umgang mit verschwendeten Lebensmitteln Ressourcen einsparen und gleichzeitig zum Klimaschutz beitragen kann. Ich hoffe, dass diese Arbeit zu einem Wandel hin zu einem nachhaltigeren Lebensmittelsystem beitragen wird und vielleicht zu interessanten zukünftigen Forschungsarbeiten über Nachhaltigkeitsfragen im Lebensmittelsektor anregen wird.

2. Das Foodsharing, eine soziale Innovation für den Wandel

Dieser Teil beschreibt den aktuellen Stand der Forschung zum Veränderungspotenzial von sozialen Innovationen des Foodsharings anhand von drei Ansätzen: Zunächst wird gezeigt, wie das Foodsharing in das Konzept der sozialen Innovationen eingeordnet werden kann (2.1.), dass die Verbindung zwischen dem Foodsharing und der Reduzierung von Lebensmittelverschwendung noch relativ unklar ist und einen Lebensstilansatz erfordert (2.2.). Anschließend wird gezeigt, wie das Konzept der Sharing Economy eine Typologie sozialer Innovationen im Bereich des Foodsharings ermöglicht (2.3.), die im folgenden Kapitel auf den deutsch-französischen Kontext angewendet wird.

2.1. Das Foodsharing als soziale Bottom-up-Innovation

Die Definition dessen, was eine soziale Innovation ist, insbesondere ihre Fähigkeit, zu einem sozialen Wandel zu führen, ist in Politik und Wissenschaft umstritten (vgl. Howaldt und Schwarz 2021, S. 249). Die Kontroverse betrifft sowohl die Frage, was in diesem Zusammenhang unter sozial zu verstehen ist, als auch die Frage, was innovativ ist (vgl. Howaldt und Schwarz 2021, S. 249). Im politischen und zivilgesellschaftlichen Diskurs herrscht die Position vor, dass soziale Innovationen Problemlösungen, Lebensstile, Projekte und Praktiken sind, die gesellschaftlich wünschenswert sind (vgl. Howaldt und Schwarz 2021, S. 249). Zapf definiert das Foodsharing als *„neue Wege, Ziele zu erreichen, insbesondere neue Organisationsformen, neue Regulierungen, neue Lebensstile, die die Richtung des sozialen Wandels verändern, Probleme besser lösen als frühere Praktiken, und die deshalb wert sind, nachgeahmt und institutionalisiert werden“* (Zapf 1994, S. 33, Hervorhebungen im Original; die Verf.).

Im Rahmen dieses sozialen Innovationsprozesses hat das wachsende Interesse an nachhaltigeren Ernährungspraktiken zur Entwicklung einer Reihe von neuen Initiativen, Strategien, Formen der Zusammenarbeit und Kooperation im Bereich der lokalen Ernährung geführt. Das Ergebnis ist eine Vielzahl von „alternativen Lebensmittelnetzwerken“, die in der Literatur häufig unter dem Begriff Alternative Food Networks konzeptualisiert werden (vgl. Corsi et al. 2018). Diese Innovationen haben beispielsweise Prozesse der Diversifizierung von kulturellen Mustern und Ernährungspraktiken initiiert und damit eine größere Ernährungsdemokratie eingeführt (vgl. Hassanein 2003). Auf diese Weise konnten die Bemühungen der Lebensmittelbewegungen gestärkt werden, auf die Missstände und Mängel der

vorherrschenden Modelle der Lebensmittelproduktion und des Lebensmittelkonsums und die Notwendigkeit von Alternativen aufmerksam zu machen (vgl. Rossi 2017, S. 1). Aus wissenschaftlicher und politischer Sicht wird sozialen Innovationen das Potenzial zugeschrieben, nicht nur Impulse für die gesellschaftliche Entwicklung zu geben, sondern auch die Konsumenten zu aktivieren, da sie in ihrem Alltag direkter angesprochen und erreicht werden können (vgl. Rückert-John et al. 2014). Über die Alltagspraxis hinaus wurde auch der Gemeinschaftsaspekt von sozialen Innovationen des Foodsharings hervorgehoben: Community-basierte Formen des Konsums, in der Literatur teilweise als „Do-it-together“ bekannt (vgl. Jaeger-Erben et al. 2017, S. 38), erscheinen nun als soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum (vgl. Jaeger-Erben et al. 2017). Dieses Phänomen wurde in der Literatur unter Begriffen wie „grassroots initiatives for sustainable consumption“ (Grabs et al. 2016) oder „sustainable consumption communities“ (Seyfang 2007) erörtert. Darüber hinaus wurden diese Initiativen auf ihre potenzielle Fähigkeit hin untersucht, einen gesellschaftlichen Wandel zu fördern, der über die Produktions-Konsum-Dimension selbst hinausgeht (vgl. z. B. Renting et al. 2012 oder Hassanein 2003). An diesem Punkt ist es notwendig, das Potenzial dieser sozialen Innovationen „von unten“ (Zapf 1989, S. 177) bei der Reduzierung von Lebensmittelverschwendung zu hinterfragen. Während das Potenzial sozialer Innovationen für einen nachhaltigen Konsum klar ist, ist der Zusammenhang zwischen dem Foodsharing und der Reduzierung von Lebensmittelverschwendung komplexer und wird nicht durch genügend empirische Ergebnisse belegt.

2.2. Eine noch recht unklare Verbindung zwischen dem Foodsharing und der Reduzierung von Lebensmittelverschwendung

Bislang wurde der Frage, ob das Teilen von überschüssigen Lebensmitteln auf Verbraucherebene effektiv ist, nur wenig Aufmerksamkeit beigemessen. In diesem Zusammenhang wurde ein erster Versuch, die Existenz eines potenziellen Zusammenhangs zwischen dem Foodsharing und der Abfallreduzierung zu untersuchen, von Morone et al. (2016, S. 4) geliefert. Die Autoren bewerteten die Auswirkungen von dem Foodsharing auf die Abfallproduktion, indem sie mehrere andere Variablen kontrollierten, die das Verhalten der Probanden beeinflussten. Die Ergebnisse zeigen, dass Sharing-Praktiken in Verbindung mit dem Kauf und Verzehr von Lebensmitteln in Haushalten mit einem gewissen Maß an Umwelt- und Wirtschaftsbewusstsein, angemessenen Haushaltskompetenzen und kollaborativen

Verhaltensweisen zu einer Verringerung der Menge an organischen Lebensmittelabfällen führen können (vgl. Morone et al. 2016, S. 1). Autoren haben darauf aufmerksam gemacht, dass konsumbezogene Entscheidungen und Handlungen stark von Gewohnheiten und Routinen geprägt, in alltägliche individuelle Prozesse eingebettet und somit schwer veränderbar seien (vgl. Jaeger-Erben und Schäfer 2010, S. 7 oder vgl. Lazell 2016, S. 7). Die Persistenz und Abhängigkeit von etablierten Alltagsroutinen geht in der wissenschaftlichen Reflexion sogar so weit, dass sie als „locked-in“-Umstände bezeichnet werden (vgl. Sanne 2002, S. 273). Darüber hinaus scheint es eine Diskrepanz zwischen Anspruch und Handeln zu geben (vgl. Diekmann und Preisendörfer 1992): Ein Umweltbewusstsein geht nicht zwangsläufig mit einem konsequenten Umweltverhalten einher. Wissenschaftliche Beiträge zum Thema Foodsharing werden häufig mit dem Konzept der Sharing Economy in Verbindung gebracht. Im Folgenden wird dieses Konzept näher betrachtet, um eine Klassifizierung sozialer Innovationen vorzuschlagen.

2.3. Sharing economy und das Foodsharing

Die Sharing Economy ist ein Konzept, das häufig mit anderen Begriffen wie Peer Economy, Collaborative Economy oder Collaborative Consumption in Verbindung gebracht wird (vgl. Falcone und Imbert 2017, S. 199). Im Zentrum des Konzepts der Sharing Economy steht der monetäre Aspekt: Die Forscher scheinen sich nicht einig zu sein, ob sie sich auf den monetären oder nicht-monetären Austausch oder auf beides konzentriert und ob sie P2P-Modelle (peer-to-peer) oder auch B2C- (business-to-consumer) und B2B-Modelle (business-to-business) umfasst. Mehrere Studien (vgl. z. B. Micheli et al. 2018 oder vgl. Galdini 2021) haben ideologische Spannungen in den Praktiken der Sharing Economy zwischen Gewinnmaximierung, Eigennutz und Utilitarismus und nicht-marktorientierten sozialen Normen mit Elementen der Solidarität, Gegenseitigkeit, allgemeinen Reziprozität und Gemeinschaftsfähigkeit beschrieben (vgl. Albinsson und Perera 2012). Während es also keine allgemein anerkannte Definition der Sharing Economy gibt, definiert Rachel Botsman, die Pionierautorin in diesem Feld, wie folgt: „an economic model based on sharing underutilized assets from spaces to skills to stuff for monetary or non-monetary benefits“ (Botsman 2013). Schor et al. (2015) betrachten „the sharing economy as economic activity that is Peer-to-Peer, or person-to-person, facilitated by digital platforms“ (Schor et al. 2015, S. 14) und eliminieren damit den in der Definition von Botsman dargestellten B2C-Teil. Obwohl Schor et al. (2015) von wirtschaftlicher

Aktivität spricht, schließt sie auch Plattformen ein, die keinen Geldaustausch beinhalten (vgl. Schor et al. 2015, S. 14). Wie der Name und die Definition bereits andeuten, ist das Foodsharing Teil der Sharing Economy, da es aus dem Sammeln und Teilen von Lebensmitteln besteht, wobei diese monetarisiert werden oder nicht. Das Konzept der Sharing Economy könnte eine neue Denkweise bieten, die im Wesentlichen auf wirtschaftlicher und ökologischer Effizienz beruht und potenziell eine nachhaltige Entwicklung beschleunigen kann (vgl. P.M. Falcone and E. Imbert 2017, S. 198). Diese Verankerung des Foodsharings in der Sharing Economy ermöglicht es, sich der monetären Bedeutung für den Untersuchungsgegenstand bewusst zu werden. In der Folge wurde in der Typologie der sozialen Innovationen des deutsch-französischen Foodsharings das theoretische Modell gewählt, das diese Herausforderung meiner Meinung nach am besten veranschaulicht.

3. Das Foodsharing im deutsch-französischen Kontext

In diesem Teil wird das Foodsharing auf den deutsch-französischen Kontext angewendet. Dies erfordert einen Überblick über die mit Lebensmittelverschwendung verbundenen Gesetzgebungen in beiden Ländern. Anschließend wird eine Typologie der sozialen Innovationen zum Foodsharing in Frankreich und Deutschland skizziert.

3.1. Richtlinien zum Foodsharing in Frankreich und in Deutschland

Im Folgenden soll ein Überblick über die bestehende Gesetzeslage in Bezug auf Lebensmittelspenden gegeben und die relevanten Gesetze in beiden Ländern diskutiert werden. Während Frankreich (vgl. Ademe Expertises. o. J. Économie circulaire) und Deutschland (vgl. Schmidt et al. 2019, S. 1) das gleiche Ziel verfolgen, die Lebensmittelverschwendung auf Verbraucherebene bis 2030 um 50% zu reduzieren, verfolgen beide Länder sehr unterschiedliche Strategien, um das Foodsharing zu fördern.

3.1.1. In Frankreich: Finanzielle Anreize für Spenden

Im französischen Recht ist Abfall eine *res derelicta*, d. h. er wird als eine „nichtige Sache“ oder „aufgegebene Sache“ betrachtet (vgl. WD 2022, S. 11). Dies erklärt, warum in Frankreich viele Jahre lang Personen, die auf öffentlichen Straßen abgestellte Container durchsuchten, nicht als Diebe galten und nicht verfolgt wurden, da sie zurückgelassene Gegenstände entnahmen, was eine Strafbarkeit wegen Diebstahls ausschließt (vgl. WD 2022, S. 11f). Aus Gründen der öffentlichen Hygiene oder manchmal auch aus Angst des Betreibers, im potenziellen Fall einer Lebensmittelvergiftung für Menschen, die containern (vgl. Garot 2015, S. 29), der Fahrlässigkeit beschuldigt zu werden, wurde die Chlorierung jedoch gesetzlich erlaubt. Das Gesetz stellte damals klar, dass ein Produkt, das als gefälscht, korrumpiert oder giftig erkannt wurde, von dem Beamten, der seinen Zustand als für den menschlichen Verzehr ungeeignet erkannt hatte, zerstört oder denaturiert werden konnte (vgl. Garot 2015, S. 29). Dies ermöglichte es dann, sich gegen das Risiko einer Vergiftung durch einen Verbraucher, der diese Waren zurückerhalten hatte, abzusichern (vgl. Garot 2015, S. 29). Obwohl das Containern in Frankreich also nicht grundsätzlich verboten ist, wurde er stark beeinträchtigt, wobei Lebensmittel, die noch für den Verzehr geeignet waren, vernichtet wurden. Im Jahr 2016 wurde mit dem Garot-Gesetz ein großer Fortschritt bei der Reduzierung der Lebensmittelverschwendung erzielt und insbesondere die Chlorierung von

Lebensmitteln gestoppt, indem sie verboten wurde (vgl. WD 2018, S. 6). Mit diesem Gesetz wurden in Frankreich auch steuerliche Anreize zur Unterstützung von Lebensmittelspenden eingeführt. Frankreich war damit das erste Land der Welt, das eine so starke Gesetzgebung gegen Lebensmittelverschwendung hatte (vgl. Ministère de l'Agriculture et de la souveraineté alimentaire 2020): Es verpflichtete Supermärkte, Vereinbarungen mit gemeinnützigen Organisationen zu treffen, um überschüssige Lebensmittel an diese zu spenden. Unternehmen, die Lebensmittel an eine Lebensmittelhilfeorganisation spenden, können dann eine Steuerermäßigung in Höhe von 60 % des gespendeten Betrags erhalten (vgl. WD 2018, S. 9). Auf diese Weise werden die eingeführten Bestimmungen zur Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung auf Seiten der Produzenten, aber auch auf Seiten der Verbraucher verstärkt. Wie sieht es in Deutschland aus?

3.2.1. In Deutschland: Das Containersverbot

In Deutschland ist das Containern verboten und kann als Diebstahl, Bandendiebstahl, Sachbeschädigung oder Hausfriedensbruch angeklagt werden (vgl. Hoffmeister et al. 2015, S. 258). Lebensmittelverluste wurden zwar in das Abfallvermeidungsprogramm des Bundes und der Länder aufgenommen (vgl. BMU 2013), dieses fordert dies jedoch nicht verbindlich ein und bezieht sich im Kontext von Lebensmittelabfällen auch nicht auf die tatsächlich anfallenden Gewerbeabfälle (vgl. Ilchmann et al. 2018, S. 14). Vor diesem Hintergrund scheint es, dass die Bundesregierungen eher auf kooperative Verhandlungen und Informationsinstrumente setzen, wie etwa die Informationskampagne des BMEL „Zu gut für die Tonne“ (vgl. Ilchmann et al. 2018, S. 14-15).

Ein Blick in das deutsche Steuerrecht lässt vermuten, dass die Weitergabe von Lebensmitteln für gemeinnützige Zwecke schwieriger ist als in Frankreich, da es für Händler und Hersteller eher Anreize gibt, überschüssige Waren zu vernichten, als sie zu spenden. Wenn ein Händler seinen Warenbestand an eine gemeinnützige Organisation abgibt, ohne eine Gegenleistung zu erhalten (sog. Sachspenden), muss er Umsatzsteuer zahlen (vgl. WD 2020, S. 4). Werden die Produkte jedoch zerstört, anstatt sie zu spenden, gelten sie nach dem Steuerrecht als wertlos und es wird keine Umsatzsteuer fällig (vgl. WD 2020, S. 15). Umgekehrt ist die Umsatzsteuer auf eventuelle Vernichtungskosten als Vorsteuer abzugsfähig (vgl. WD 2020, S. 4). Die Konsequenz aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist, dass, wenn die Entsorgung weniger kostet als die Steuerausgabe, die Entsorgung der Spende vorgezogen wird. Auf diese

Weise wird die Umsatzsteuer auf der Grundlage des Handelspreises berechnet, was sich umgekehrt negativ auf die Lebensmittelspende auswirken kann.

Zwar gibt es in Deutschland keine strengen Vorschriften, die das Spenden von Lebensmitteln im Handel fördern, doch ist das Teilen von Lebensmitteln dank der Arbeit der Tafeln und des *foodsharings*, das als letzte Instanz fungiert, besonders stark ausgeprägt. Statt auf verbindlichen Instrumenten scheint das Foodsharing eher auf Engagement zu basieren.

Nachdem der rechtliche Hintergrund des Foodsharings in Deutschland und Frankreich dargelegt wurde, werden nun die bestehenden Initiativen in beiden Ländern vorgestellt.

3.2. Initiativen zum Foodsharing in Frankreich und Deutschland

Wie in 2.3. erwähnt, ist der monetäre Aspekt und die daraus resultierende Zugänglichkeit ein wichtiger Faktor, der bei der Klassifizierung sozialer Innovationen berücksichtigt werden muss: Je nach Monetarisierungsansatz kann eine soziale Innovation zur gemeinsamen Nutzung von Lebensmitteln unterschiedliche Ziele verfolgen und unterschiedliche Adressaten haben. Ein Modell hat diesen Faktor sehr treffend berücksichtigt, das hier auf den deutsch-französischen Kontext angewendet wird. Die Studie von Micheline et al. (2017) versuchte, die Grundlagen der Sharing Economy mit dem Lebensmittelsektor zu konfrontieren. Anhand einer Stichprobe von 52 Fällen von Foodsharing wurden verschiedene Modelle des Foodsharings herausgearbeitet: das „Sharing for money“-Modell, das „Sharing for charity“-Modell und das „Sharing for the community“-Modell. Die gleiche Studie schlägt vor, den Wertbeitrag jedes dieser Modelle nach Händlern, Gesellschaft und Verbrauchern zu klassifizieren und kommt zu folgendem Ergebnis (vgl. Micheline et al. 2017, S. 212): Das „Sharing for money“-Modell nützt vor allem den Anbietern, d. h. privilegierten Landwirten, Produzenten und Händlern, die hauptsächlich aus Profitgründen teilen. Das Modell „Sharing for Charity“ hingegen scheint vor allem Vorteile für die Gesellschaft zu bringen, da es in der Lage ist, Lebensmittelverschwendung und Armut zu reduzieren und gleichzeitig das Bewusstsein für diese Probleme zu schärfen. Das Modell „Sharing for the community“ schließlich bringt vor allem Vorteile für den Endverbraucher durch Möglichkeiten, kostenlose oder verbilligte Lebensmittel zu erhalten und gleichzeitig die Bindungen innerhalb der lokalen Gemeinschaften zu stärken, aber auch auf gesellschaftlicher Ebene, da es die Lebensmittelverschwendung reduzieren und das Bewusstsein dafür schärfen kann. In den folgenden Abschnitten

werden Beispiele für französische und deutsche Initiativen nach diesem Modell vorgestellt.

Da die Monetarisierung ein Aspekt ist, den ich als relevant für die Analyse in dieser Studie erachte, haben ich mich entschieden, auch das dritte Modell „Sharing for money“ zu behandeln, um einen aufschlussreichen Vergleich über die Relevanz einer Monetarisierung zu ermöglichen.

3.2.1. Sharing for money: kostenpflichtig, für alle

Diese Art des Austauschs erfolgt mit Geldausgleich. Sie ist vom Typ B2C, die Lebensmittel werden also von Händlern oder Produzenten gesammelt, und der Empfänger ist der Endverbraucher (vgl. Micheline et al. 2017, S. 210). Dies geschieht in der Regel auf Plattformen, auf denen die Produkte mit einem prozentualen Rabatt auf den ursprünglichen Preis verkauft werden, z. B. Produkte, deren Mindesthaltbarkeitsdatum kurz bevorsteht (vgl. Micheline et al. 2017, S. 210). Die Plattformen sind sowohl für die Anbieter als auch für die Empfänger kostenlos und ermöglichen es den Anbietern, einen Prozentsatz für jeden Verkauf zu vergüten (vgl. Micheline et al. 2017, S. 210). Die Begünstigten können zu reduzierten Preisen einkaufen, während die Anbieter den Vorteil haben, ihr Image zu verbessern und Gewinn zu machen (vgl. Micheline et al. 2017, S. 210). Dies ist der Fall bei *TooGoodToGo* in Frankreich und Deutschland oder bei Vereinen wie *OptiMiam* in Frankreich und *SIRPLUS* in Deutschland.

3.2.2. Sharing for charity: (quasi)gratis, für Bedürftige

Das Modell „Sharing for charity“ umfasst hauptsächlich gemeinnützige oder gemeinnützige Organisationen. Das Modell ist hauptsächlich B2B und C2B (consumer-to-business), sodass Lebensmittel von allen Arten von Anbietern gesammelt und überwiegend kostenlos (in einigen Fällen zu einem reduzierten Preis) an gemeinnützige Organisationen auf lokaler oder nationaler Ebene abgegeben werden (vgl. Micheline et al. 2017, S. 211). Dieses Modell nutzt Lebensmittelabfälle also als Mittel zur Bekämpfung von Ernährungsunsicherheit und macht Lebensmittelverschwendung damit a fortiori zu einem zweiten Ziel. Dieses Ziel verfolgen die französischen „banques alimentaires“ oder die Tafeln in Deutschland, oder in Frankreich die *Restos du Coeur* oder *Secours Populaire*, in Deutschland z. B. die *Caritas*. Sie können die Monetarisierung nicht zu einem Mittel machen, denn ihr

Ziel ist es, den Zugang zu bedürftigen Menschen zu gewährleisten, denen per Definition die monetäre Ressource fehlt.

Es ist jedoch zu beachten, dass die Lebensmittelbanken keine Lebensmittelüberschüsse auf Haushaltsebene verarbeiten. Darüber hinaus müssen sich die Tafeln an umfangreiche Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit halten, was bedeutet, dass auch die Menge der eingesammelten Lebensmittel begrenzt ist.

Das Konzept in Frankreich ist das einer Lebensmittelbank (Modell A, Abbildung 1: Modell der Lebensmittelbank und der lokalen Tafel-Arbeit, in Anlehnung an Schulz 2020, S. 2). Die *Fédération Française des Banques Alimentaires* betreibt große Lagerflächen und nimmt hauptsächlich Großspenden von Herstellern und Produzenten entgegen (vgl. Schulz 2020, S. 3). Freiwillige bereiten die Lebensmittel vor und andere Institutionen verteilen die Spenden in enger Zusammenarbeit mit den Herstellern und Produzenten über soziale Einrichtungen an Bedürftige (vgl. Schulz 2020, S. 3). Das Garot-Gesetz aus dem Jahr 2016 sollte unter anderem Einzelhändler zum Spenden motivieren und diese Lücke schließen (vgl. Schulz 2020, S. 3).

In Deutschland organisieren die lokalen Tafeln die Abholung von Lebensmitteln selbst. Die Tafeln arbeiten direkt mit allen Lebensmittelhändlern und ihren lokalen Filialen in Deutschland zusammen (vgl. Schulz 2020, S. 2) (Modell B, Abbildung 1). Nur ein kleiner Teil der von den Tafeln verteilten Waren wird in Form von Großspenden von Herstellern oder Produzenten beschafft (vgl. Schulz 2020, S. 2). Die deutschen Tafeln sind jedoch der Meinung, dass für den Handel kein Gesetz notwendig sei, sondern die Zusammenarbeit mit den Herstellern ausgebaut werden müsse (vgl. Schulz 2020, S. 3). Die *Tafel Deutschland* arbeitet bislang ausschließlich auf Spendenbasis (vgl. Schulz 2020, S. 4). Nun wird das dritte Sharingmodell vorgestellt, das im Gegensatz zu den beiden anderen Modellen aufgrund der völlig fehlenden Monetarisierung auch das inklusivste sein soll.

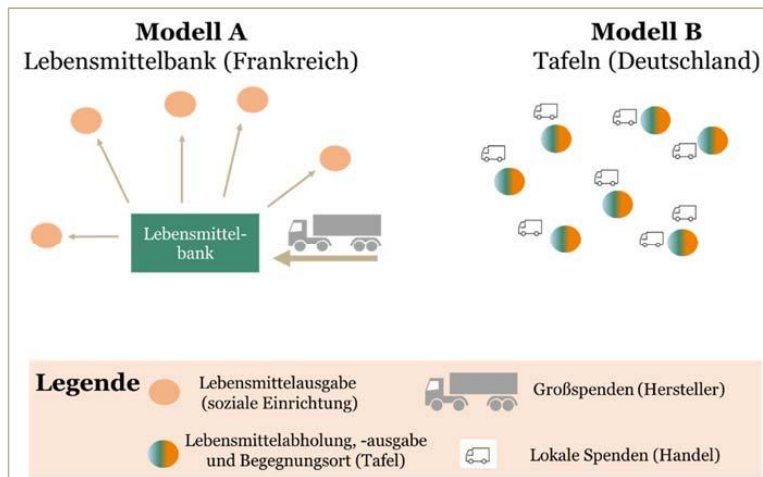


Abbildung 1: Modell der Lebensmittelbank und der lokalen Tafel-Arbeit, in Anlehnung an Schulz 2020, S. 2

3.2.3. Sharing for the community: gratis, für alle

Das Modell „Sharing for the community“ umfasst sowohl profitorientierte als auch nicht-profitorientierte Organisationen (vgl. Micheline et al. 2017, S. 211). Das Modell ist P2P, d. h. Lebensmittel werden hauptsächlich von Verbrauchern gesammelt und auf lokaler Ebene kostenlos mit anderen Verbrauchern geteilt, um eine Gemeinschaft zu schaffen, die sich für die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung einsetzt (vgl. Micheline et al. 2017, S. 211).

Im deutsch-französischen Kontext kann hier das Beispiel der öffentlichen Kühlschränke oder von *foodsharing* auch Fairteiler genannt, angeführt werden. Dabei handelt es sich um Lebensmittelspendenstellen, zu denen jeder seine überschüssigen Lebensmittel bringen kann. Dieses Modell kann von Personen genutzt werden, die ihre überschüssigen Lebensmittel spenden möchten, oder von Händlern, die mit überschüssigen Lebensmitteln auskommen müssen. Auf diese Weise ermöglicht das Modell, bedürftigen Menschen Lebensmittel zur Verfügung zu stellen, ohne dabei auf Wohltätigkeitsorganisationen zurückgreifen zu müssen und durch die Sensibilisierung der Öffentlichkeit die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Der Verein *Hop Hop Food* ist ein konkretes Beispiel für Lebensmittelspenden zwischen Privatpersonen in Verbindung mit einem Netzwerk solidarischer öffentlicher Kühlschränke (vgl. Hop Hop Food o. J. Favoriser les dons des commerces et des particuliers pour aider les personnes fragilisées). Diese Funktionsweise ist auch in Deutschland zu finden, insbesondere durch *foodsharing*. *Foodsharing* hat Sharingpunkte eingeführt, an denen überschüssige Lebensmittel, die von Freiwilligen gesammelt wurden, abgegeben

werden und frei und anonym abgeholt werden können. Die Nutzer dieses Systems sind von *foodsharing* als „Foodsharer“ bezeichnet. Über die öffentlichen Kühlschränke hinaus ermöglicht *foodsharing* Verbrauchern, Landwirten, Organisationen und Einzelhändlern, Lebensmittel zur Verfügung zu stellen und zu sammeln, damit sie nicht verschwendet werden, also im Grunde allen Akteuren der Lebensmittelkette. Das Einzigartige an dieser Form des Foodsharings ist, dass es sowohl P2P als auch B2C ist. Freiwillige, sogenannte „Foodsaver“, holen überschüssige Lebensmittel von kooperierenden Unternehmen ab und verteilen sie auf eigene Verantwortung mit dem Ziel, sie schnell und so gut wie möglich zu verzehren. Um dies zu erreichen, ist *foodsharing* sehr strikt organisiert: „Betriebsverantwortliche“ kümmern sich z. B. um die Zusammenarbeit zwischen den Foodsavern und den Supermärkten, aktive Arbeitsgruppen kümmern sich um neue Kooperationen. Es gibt eine interne Organisation, die die Foodsaver überprüft, ihre Lebensmittelabholung betreut und das Foodsharing ermöglicht. Darüber hinaus kann jeder privat überschüssige Lebensmittel als Foodsharer auf der Online-Plattform [foodsharing.de](https://www.foodsharing.de) in Form von virtuellen Essenskörben mit Essensresten aus dem Haushalt einstellen und an diejenigen weitergeben, die sie haben möchten (vgl. Morrow 2019, S. 202), während die registrierten Foodsaver die Abholungen bei den kooperierenden Unternehmen planen können. Insofern bilden die Gesamtheit der Foodsharer und der aktiven Foodsaver eine echte Sharing-Community, die die beiden anderen Formen des Foodsharings durch die fehlende Monetarisierung und die erweiterte Zugänglichkeit für alle übertrifft. Als diese Worte geschrieben wurden, engagierten sich 132.423 Foodsaver in Deutschland ehrenamtlich, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren und 527.863 Foodsharer waren auf der *foodsharing*-Plattform registriert. 12.472 Unternehmen arbeiten kontinuierlich mit *foodsharing* zusammen und 81,7 Millionen Kilogramm Lebensmittel wurden bereits vor der Verschwendung gerettet (vgl. [foodsharing](https://www.foodsharing.de). o. J. Gesamtstatistik⁴).

Das ist das Innovative an der *foodsharing*-Initiative: Sie geht über die Stufe des Foodsharings, das in Frankreich bekannt ist (öffentliche Kühlschränke), hinaus, indem sie diese Foodsaver ausbildet, die sich selbst engagieren, um unverkaufte Lebensmittel zu sammeln, ohne einen Vermittler einzuschalten, der nebenbei eine Kommission nimmt. Darüber hinaus sind die durch *foodsharing* geretteten Lebensmittel völlig

⁴ Stand: 20. Oktober 2022.

kostenlos und allen zugänglich. Das Retten und Teilen von Lebensmitteln geschieht ohne Geld. Das ist die Grundidee von Valentin Thurm, der sich in einem Ted Talk wie folgt ausdrückt: „Wir hatten aber von vornherein das Prinzip, es muss alles umsonst sein. Jeder darf Zugang haben, die Transaktionen sollen umsonst sein, auch das Essen, das geteilt wird, soll ja umsonst sein, weil der Hintergedanke ist: Essen hat mehr Wert als nur dieser rein monetäre Wert und deswegen soll es geteilt werden“ (TEDx Talks, 2013, 9:56-10:14). Tatsächlich geht es bei *foodsharing* nicht darum, wer von unverkauften und verschwendeten Lebensmitteln profitieren kann, sondern darum, so viel wie möglich zu retten (wie). Deshalb rettet *foodsharing* Lebensmittel und andere überschüssige Waren vor der Verschwendung und verteilt sie an bedürftige und nicht bedürftige Personen, Gruppen und Institutionen.

Aus dieser Klassifizierung geht also hervor, dass das Foodsharing zwei verschiedene Kämpfe widerspiegelt: den Kampf gegen Lebensmittelverschwendung, bei dem die Monetarisierung ein Mittel sein kann, und den Kampf gegen Ernährungsunsicherheit; Lebensmittelbanken, die darauf abzielen, Ernährungsunsicherheit als primären Kampf zu bekämpfen, nutzen Lebensmittelverschwendung als Mittel oder Ressource, um dies zu erreichen, bevor sie gegen die Verschwendung kämpfen. Soziale Ziele haben hier Vorrang vor Umweltzielen, obwohl es in der Praxis auch um die Rettung und die Verteilung von Lebensmitteln geht. Das nächste Kapitel befasst sich mit einem weiteren theoretischen Konzept, dem der Consumer Citizenship, in Verbindung mit Lebensstilen und Bewegungen. Dabei wird deutlich, dass *foodsharing* tatsächlich über diesen Rahmen hinausgeht und sich als Lebensstilbewegung illustrieren lässt.

4. Das Foodsharing: Von der Veränderung von Praktiken zur Mobilisierung

An dieser Stelle soll die Kategorisierung der Foodsharingsformen über die Monetarisierung erweitert werden, indem das Potenzial einer Politisierung des Konsums für die Bewusstseinsbildung und die Mobilisierung der Gesellschaft untersucht wird. Dazu wird zum einen das Konzept der Consumer Citizenship vorgestellt (4.1.), zum anderen die wissenschaftliche Auseinandersetzung zwischen Lebensstilen und sozialen Bewegungen (4.2.). Schließlich wird anhand des deutschen *foodsharings* gezeigt, dass Lebensstile und soziale Bewegungen in diesem Fall zu einer sogenannten Lebensstilbewegung verflochten sein können (4.3.).

4.1. Politisierte Verbraucherpraktiken: Konzept der Consumer Citizenship

Die Rollen des Verbrauchers und des Bürgers wurden traditionell als unverbindlich beschrieben: Verbraucher maximieren ihren persönlichen Nutzen auf dem Markt, indem sie immer mehr konsumieren, um die durch die Konsumkultur geschaffenen unendlichen Bedürfnisse zu befriedigen (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 267). Die Bürger hingegen, die eine Wahl treffen können, fühlen sich für ihre Handlungen stärker verantwortlich: Sie müssen ihre Standpunkte argumentieren und sich auf die Standpunkte anderer einlassen und versuchen dadurch, sich moralisch zu verhalten (vgl. Gabriel und Lang 2006, S. 174). Heute scheinen die Rollen des Verbrauchers und des politischen Bürgers immer stärker miteinander verknüpft zu sein, was unter dem Begriff Consumer Citizen theoretisiert wurde (vgl. Gabriel, und Lang 2015). Den Autoren zufolge impliziert die Reduzierung von Lebensmittelabfällen durch die Consumer Citizens einen evolutionären Wandel, der von nachhaltigeren Kaufentscheidungen über die Neugestaltung von Alltagspraktiken bis hin zur Mobilisierung anderer Verbraucher, sich der Bewegung anzuschließen, führt (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 263). Dieses Kontinuum lässt sich anhand von drei Rollen darstellen.

Die erste Rolle spiegelt die Rolle des Consumer Citizens als Entscheidungsträger (choice-maker) wider und könnte der in 3.2.1 betrachteten Sharingmodells „Sharing for money“ nahekommen. Der Markt wird als politische Arena betrachtet, in der jeder Verbraucher „abstimmt“, indem er etwas kauft oder nicht kauft (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 268). Beispielsweise trifft er die Wahl, indem er Lebensmittel kurz vor dem Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums verbilligt kauft oder indem er über mobile

Apps vergünstigte Essensreste von Restaurants erwirbt (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 269). Als Entscheidungsträger spiegeln diese individuellen Entscheidungen für einen nachhaltigen Konsum jedoch nicht die täglichen Routinen und Praktiken wider, wie Lebensmittelverschwendung entsteht (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 269f). Folglich akzeptiert der Entscheidungsträger das Lebensmittelsystem mehr oder weniger so, wie es ist (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 271).

Die zweite Rolle konzentriert sich auf die Consumer Citizens als Praxisträger (carriers of practices). Sie verändern ihre Konsumpraktiken im Alltag auf holistischere Weise (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 268). Der Fokus liegt hier nicht mehr auf dem Verbraucher als „Käufer“ mit seiner Kaufkraft, sondern auf seinem Alltag (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 268). Statt Lebensmittel wegzuworfen, beginnen Verbraucher, ihre Sinne wie Sehen, Schmecken und Riechen zu nutzen, um zu beurteilen, ob Lebensmittel noch genießbar sind (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 272), in ähnlicher Weise wie *foodsharing*⁵. Die Consumer Citizens sind auch in der Lage, völlig neue Praktiken anzunehmen, wie etwa das Anbieten von Essensresten (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 272). Sie beginnen zu teilen und nutzen öffentliche Kühlschränke, was mit der Rolle des Foodsharers verglichen werden könnte. Sie machen einen weiteren Schritt in Richtung Lebensmittelteilung, ohne jedoch den Willen zu haben, durch das Kollektiv einen gesellschaftlichen Wandel herbeizuführen.

Die dritte Rolle spiegelt die Consumer Citizens als Treiber des Wandels (leaders of change) wider. Hier gehen sie einen Schritt weiter: Sie verpflichten sich nicht nur dazu, ihre eigenen Praktiken zu ändern, sondern auch die Lebensmittelkonsumpraktiken anderer Verbraucher mit dem Ziel, einen Systemwandel herbeizuführen (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 273). Um diese Kritik auf die Spitze zu treiben, gehen die Freiwilligen des *foodsharings*, sofern sie sich Foodsaver nennen, beispielsweise so weit, dass sie den Begriff der Konsumenten verweigern (vgl. Wahlen 2017, S. 24f.). Da das Teilen von einem Konsumenten zum anderen erfolgt (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 274), handelt es sich hierbei durchaus um ein P2P-Modell. Das Ausmaß der Veränderung in dieser Rolle ist mit dem Ernährungssystem und der Gesellschaft als Ganzes verbunden, was den Bereich des sozialen Wandels im Vergleich zur ersten und

⁵ Der Augen-, Nasen- und Mundtest, auch sensorische Prüfung oder Sensorik-Test genannt, dient dazu, vorhandene Anzeichen zu bewerten, die Zweifel an der Genießbarkeit begründen. Foodsaver schützen sich so, indem sie ihrer Sorgfaltspflicht vor dem Vertrieb (zusammen mit der Kontrolle und Einhaltung der erforderlichen Lagerungsbedingungen) nachkommen (vgl. Foodsharing wiki. o. J. Auge-Nase-Mund-Test für Lebensmittel).

zweiten Rolle erweitert (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 273). Diese Rolle wird sowohl durch das Sammeln von Lebensmittelüberschüssen und die Umverteilung an Bedürftige (typischerweise die Arbeit von Lebensmittelbanken) als auch durch Plattformen wie *foodsharing* verdeutlicht (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 274).

Es ist zu beachten, dass es sich bei den identifizierten Rollen um Idealtypen handelt und diese in der Realität nicht vollständig sind. Die in der Studie vorgeschlagenen Typologien Praxisträger und Treiber des Wandels überschneiden sich insbesondere mit dem Konzept Lebensstile, der im Falle eines politisierten Konsums in eine Bewegung münden kann. An dieser Stelle ist es wichtig, eine Abgrenzung zwischen Lebensstilen und Bewegungen vorzunehmen.

4.2. Zwischen Lebensstilen und sozialen Bewegungen

Die Forscher haben in der Regel klare Unterscheidungen zwischen sozialen Bewegungen und Lebensstilen getroffen, wobei sie Bewegungen als organisierte, auf Veränderung ausgerichtete kollektive Aktionen konzeptualisieren, die auf den Staat oder andere Autoritätsstrukturen abzielen, und Lebensstile als diffusere, innengerichtete, stilorientierte Gruppierungen, die durch Konsum und Volkskultur motiviert sind (vgl. Haenfler et al. 2012, S. 1). In der Forschung zu sozialen Bewegungen werden diese oft auf *contentious politics* (CP) beschränkt, d. h. sie werden vor allem mit öffentlichen Protesten und politischen Aktionen gleichgesetzt (vgl. z.B. Haenfler et al. 2012). Daher neigen Forscher dazu, Bewegungen als nach außen gerichtete kollektive „politische“ Aktionen zu konzeptualisieren, während sie Lebensstile häufig als egozentrische, weitgehend individualistische Projekte des persönlichen Ausdrucks und der Selbstbehauptung betrachten, was Bewegungen zu ernsthaften Anwärtern auf sozialen Wandel und Lebensstile zu vergleichsweise unbedeutenden Elementen macht (vgl. Haenfler et al. 2012, S. 1f). Doch sind die Lebensstile durch den Individualismus der Konsumhandlungen so losgelöst von der Politik, wie es scheint? Haenfler et al. (2012, S. 3) sind der Ansicht, dass der CP-Ansatz für soziale Bewegungen die auf den Lebensstil fokussierten Bewegungen, die persönliche und soziale Transformation miteinander verbinden, nicht angemessen erklären würde. Das Konzept „lifestyle politics“ (vgl. z. B. De Moor 2016) oder Politik der Lebensstile (vgl. Wahlen 2017) steht im Mittelpunkt dieser Debatte. Konsumenten werden politisch aktiv in dem Sinne, dass sie nach (sozialen) Veränderungen suchen (vgl. Wahlen und Laamanen 2015, S. 397). Lifestyle-politisch orientierte Gruppen würden ihre alternativen Praktiken dann oft als Beispiele nutzen, um sich bei

Entscheidungsträgern zu engagieren, um umfassendere soziale und wirtschaftliche Veränderungen aufzubauen (vgl. Schlosberg und Coles 2015, S. 175). Wahlen zufolge kann dies zwischen Verbraucherpolitik und Verbraucheraktivismus angesiedelt sein (vgl. Wahlen 2017, S. 20), wodurch der Begriff über die individuelle Ebene ausgeweitet wird. Es ist wichtig, diese Trennung im Zusammenhang mit dem Foodsharing wieder aufzugreifen, da sie einen blinden Fleck geschaffen hat, der die Überschneidungen zwischen privatem Handeln und der Teilnahme an einer Bewegung, persönlichem Wandel und sozialem Wandel, persönlicher und kollektiver Identität verdeckt (vgl. De Moor 2016). In der Tat gibt es eine wachsende Zahl von Veröffentlichungen, die die Verbindung zwischen sozialen Bewegungen und „lifestyle politics“ hervorheben und zeigen, dass die Politik im Bereich der Lebensstile sowohl eine individuelle als auch eine kollektive Dimension hat (vgl. Wahlen und Laamanen 2015). Zum Beispiel, wenn eine Person ihre eigene Lebensstiländerung nutzt, um andere zu mobilisieren, ähnliche Entscheidungen zu treffen, und so Lebensstiländerung und Lebensstilmobilisierung in einer einzigen Handlung vereint, was der Rolle des Consumer Citizen Leader of Change nahe kommen könnte.

Auf dieser Grundlage kann die Frage nach den Potenzialen gestellt werden, die mit politischen Lebensstilen im Sinne eines sozialen Wandels und einer Mobilisierung verbunden sind. Zu diesem Zweck wird einen Blick auf die deutsche Fallstudie *foodsharing* gerichtet.

4.3. Lebensstilbewegung: die Fallstudie *foodsharing*

Wahlen (2017) möchte diese binäre Sichtweise zwischen sozialen Bewegungen und Lebensstilen überwinden. Er schlägt vor, dass eine Politik der Lebensstile sich in Lebensstilbewegungen widerspiegelt (vgl. Wahlen 2017, S. 24) und versucht durch eine empirische Analyse, *foodsharing* zwischen sozialer Bewegung und Lebensstilbewegung zu verorten (vgl. Wahlen 2017, S. 26). Um diese Kontroverse zwischen Individuum und Kollektiv zu überwinden und die Potenziale einer solchen Verschränkung zu sehen, werden im Folgenden die empirischen Ergebnisse dieser Fallstudie vorgestellt und das Potenzial einer solchen Initiative zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung hinterfragt. Wahlen zufolge ist *foodsharing* ein neuer Fall von Politisierung des Konsums (vgl. Wahlen 2017, S. 23), da es als eine Lebensstilbewegung betrachtet werden kann (vgl. Wahlen 2017, S. 17). Dazu übernimmt er die von Haenfler et al. (2017) dargestellten charakteristischen Merkmale von Lebensstilbewegungen zwischen Strategien, Zielen und Partizipation (vgl.

Haenfler et al. 2017, S. 6): individuelle (vs. kollektive) und private (vs. öffentliche) Aktivität, kulturelle (vs. politische) Ziele und kontinuierliche (vs. episodische) Partizipation.

Im Rahmen einer Politik der Lebensstile oder einer Lebensstilbewegung stehen individuelle und private Aktivitäten im Vordergrund, was im Gegensatz zur Konzeption traditioneller sozialer Bewegungen stehen würde, in denen kollektive und öffentliche Aktivitäten herrschen (vgl. Wahlen 2017, S. 26). Da Lebensstilbewegungen in erster Linie auf die Konsumpraktiken von Individuen abzielen, geht es bei *foodsharing* eben um Konsumpraktiken wie den täglichen Kauf, die Beschaffung, die Umgestaltung und die Entsorgung von Lebensmitteln (vgl. Wahlen 2017, S. 26). Insofern sind die mit *foodsharing* verbundenen Praktiken nicht ausschließlich als Marktentnahme zu verstehen (vgl. Wahlen 2017, S. 26). Die Tatsache, dass *foodsharing* Ziele verfolgt, die auf das Gemeinwohl im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung abzielen, verweist auf die bestehende Spannung zwischen Individuum und Kollektiv (vgl. Baringhorst 2015, S. 20). In Bezug auf *foodsharing* stellt Wahlen fest, dass es sich um „individualisierte Aktivitäten in einem kollektiven Rahmen“ (Wahlen 2017, S. 27) handelt. Und das aus gutem Grund: Foodsaver, Foodsharer und die aufnehmende Partei stehen sich oft als Anbieter und Nachfrager gegenüber (vgl. Wahlen 2017, S. 27).

Im Unterschied zu klassischen sozialen Bewegungen, deren Ziel es ist, politischen Einfluss auszuüben, versuchen Lebensstilbewegungen, in die Wahlen *foodsharing* einbindet, dieses Ziel nicht oder nicht in erster Linie durch politische, sondern vielmehr durch kulturelle Ziele zu erreichen (vgl. Wahlen 2017, S. 29). Während Wahlen hier antimaterialistische Tendenzen sowie eine anti-kommerzielle Haltung gegenüber der klassischen Lebensmittelversorgung über (Super-)Märkte identifiziert (vgl. Wahlen 2017, S. 28), würde *foodsharing* eher zu einem Wandel der Esskultur einladen (vgl. Wahlen 2017, S. 29). Obwohl sich das Ziel an Einzelpersonen richtet, zielt es darauf ab, Lebensmittelabfälle auf gesellschaftlicher (kollektiver) Ebene zu reduzieren. Beispielsweise hinterfragt *foodsharing* das Mindesthaltbarkeitsdatum und versucht aus seiner Sicht, einen Beitrag zum Sinn und Unsinn staatlicher Regelungen und deren von Lebensmittelproduzenten umgesetzten Praktiken zu leisten (vgl. Wahlen 2017, S. 31). In diesem Sinne handelt *foodsharing* politisch (vgl. Wahlen 2017, S. 31). Allerdings würde *foodsharing* bei einer Politisierung des Alltagslebens nicht direkt die traditionelle Art der Versorgung in Frage stellen, sondern vielmehr

versuchen, Alternativen aufzuzeigen (vgl. Wahlen 2017, S. 28), insbesondere in Bezug auf die Monetarisierung von Lebensmitteln. Hier macht er jedoch deutlich, dass diese Abgrenzung zweifelhaft ist (vgl. Wahlen 2017, S. 29). Denn *foodsharing* unterzeichnet bereits Petitionen, hat Kontakte zu Politikern, gibt Interviews oder nimmt an Demonstrationen teil (vgl. Foodsharing. o.J. Vision) und tendiert sogar dazu, sich in seinen Aktionen weiter zu politisieren, insbesondere durch die Überlegungen zur Einführung von Wahlen (vgl. Foodsharing. o.J. Arbeitsgruppe Wahlen). Er kommt zu dem Schluss, dass es ein Kollektiv gibt: „Als solche engagieren sich einzelne Teilnehmer von *foodsharing* im Rahmen der privaten und individuellen Lebensführung an dem Kollektiv der Foodsharing-Gemeinschaft“ (Wahlen 2017, S. 28). Als Beispiel dafür, dass *foodsharing* auch das Potenzial hat, einen politischen Wandel zu initiieren, der über die Individuum-Kollektiv-Debatte hinausgeht, nennt er die Konfrontation mit der Berliner Lebensmittelbehörde, die versuchte, das Kollektiv als Unternehmen zu qualifizieren, um die Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten (vgl. Wahlen 2017, S. 28). Denn die Konzeption des *foodsharing*-Kollektivs als Unternehmen impliziert die Verantwortung einer juristischen Person und deren zivilrechtliche Haftung, was sehr wohl im Widerspruch zum Haftungsausschluss von *foodsharing* steht (vgl. Foodsharing wiki 2015. Rechtsvereinbarung). Hier ist der Übergang zwischen kulturellen und politischen Zielen offensichtlich (vgl. Wahlen 2017, S. 31): Es geht darum, gesetzliche Regelungen und deren Angemessenheit in Frage zu stellen.

Im Gegensatz zur traditionellen Forschung zu sozialen Bewegungen, in der die Beteiligung als episodisch betrachtet wird, ist sie hier kontinuierlich (vgl. Wahlen 2017, S. 32). Diese dauerhafte Beteiligung ist - im Gegensatz zu den öffentlichen Protestaktionen der traditionellen sozialen Bewegungen - in der Regel konfliktarm (vgl. Haenfler et al. 2012, S. 8), was ihre Stärke ausmacht. *Foodsharing* entspricht nach diesem Kriterium auch der Idee von Lebensstilbewegungen, da mit einer gewissen Regelmäßigkeit Aktionen zur Rettung von Lebensmitteln stattfinden (vgl. Wahlen 2017, S. 32). Wahlen schlägt daraufhin vor, politische Verbraucherinitiativen im Rahmen eines partizipativen Prozesses in politische Entscheidungen einzubeziehen, um ihr Potenzial voll auszuschöpfen (vgl. Wahlen 2017, S. 34).

An diesem Punkt, an dem die bestehende Literatur zum Thema Foodsharing und die damit verbundenen Herausforderungen vorgestellt wurden, wird nun die Forschungsmethode dieser Arbeit behandelt. In Kapitel 5 werden die Methode der

Datenerhebung und der Datenauswertung sowie die für die Untersuchung herangezogenen Akteure vorgestellt.

5. Methodisches Vorgehen

In diesem ersten Unterabschnitt wird die verwendete Erhebungsmethode, ihre Relevanz im wissenschaftlichen Kontext und für die Forschungsfrage vorgestellt.

5.1. Erhebungsmethode: leitfadengestützte Experteninterviews

Um das Veränderungspotenzial von dem Foodsharing in Frankreich und Deutschland im Hinblick auf die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit Lebensmittelverschwendung zu untersuchen, erschien es mir sinnvoll, die Erfahrungen der Befragten mit dem Foodsharing und ihre Positionierung zur Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung zu hinterfragen. Dieser Ansatz ist in der qualitativen Forschung verankert, die es ermöglicht, die Bedeutung oder die subjektiven Sichtweisen (vgl. Helfferich 2011, S. 21) der Befragten zu rekonstruieren. Das gesamte Forschungsprozess folgte dem Prinzip der Offenheit, d. h. dem Prinzip, dem Untersuchungsgegenstand gegenüber offen zu bleiben und etwas Neues zu entdecken. Gemäß Lamnek wende ich das Prinzip der Offenheit an, d. h. gegenüber den befragten Personen, der Befragungssituation und den verschiedenen Methoden (vgl. Lamnek 1995, S. 22). Für die Erarbeitung des Schwerpunktthemas dieser wissenschaftlichen Arbeit wurde die Forschungsmethode des Experteninterviews gewählt. In der wissenschaftlichen Literatur gibt es verschiedene Varianten von Experteninterviews, hier wird die Typologie von Bogner et al. (2014, S. 23) vorgeschlagen:

	Explorative Experteninterviews	Fundierende Experteninterviews
<i>Informatorische Experteninterviews</i>	Experteninterview zur explorativen Datensammlung	Systematisierendes Experteninterview
<i>Deutungswissensorientierte Experteninterviews</i>	Experteninterview zur Exploration von Deutungen	Theoriegenerierendes Experteninterview

Abbildung 2: Varianten von Experteninterviews, in Anlehnung an Bogner et al. 2014, S. 23

Gemäß dem Prinzip der Offenheit wurden sogenannte explorative Experteninterviews durchgeführt. Das Ziel explorativer Interviews ist nicht Informationslücken zu schließen, sondern vielmehr Zugang zu einer breiten Palette an Informationen und Wissen zu erhalten (vgl. Bogner et al. 2014, S. 24). Die Art von Wissen, die hier von Interesse ist, wird von denselben Autoren als Interpretationswissen bezeichnet und umfasst „die subjektiven Relevanzen, Sichtweisen, Interpretationen, Deutungen,

Sinnentwürfe und Erklärungsmuster der Expertinnen“ (Bogner et al. 2014, S. 18f). Diese Arbeit befindet sich also in der Kategorie „Experteninterview zur Exploration von Deutungen“ gemäß Abbildung 2: Varianten von Experteninterviews, in Anlehnung an Bogner et al. 2014, S. 23. Das Expertenwissen bietet ein Potenzial, das im Hinblick auf die Forschungsfrage besonders relevant erscheint, nämlich von *„nicht allein aus systematisiertem, reflexiv zugänglichem Fach- oder Sonderwissen [zu bestehen], sondern [...] zu großen Teilen den Charakter von Praxis- oder Handlungswissen auf[zuweisen], in das verschiedene und durchaus disparate Handlungsmaximen und individuelle Entscheidungsregeln, kollektive Orientierungen und soziale Deutungsmuster einfließen“* (Bogner et al. 2002, S. 46, Hervorhebung im Original; die Verf.). Experten wurden u. a. befragt, weil *„ihre Handlungsorientierungen, ihr Wissen und ihre Einschätzungen die Handlungsbedingungen anderer Akteure in entscheidender Weise (mit-)strukturieren“* (Bogner et al. 2014, S. 13). Ein solches Wissen wäre den Autoren zufolge relevant für seine soziale Wirkmächtigkeit (vgl. Bogner et al. 2014, S. 13). Zudem bezeichnet Expertenwissen nicht nur das Wissen von Personen, die im Alltag als Experten auf ihrem Gebiet gelten, sondern auch das Wissen über die sozialen Kontexte, in denen gehandelt wird (vgl. Gläser und Laudel 2009, S. 11), hier das gesellschaftliche Verhältnis zur Lebensmittelverschwendung. Was das Ziel der vorliegenden Arbeit betrifft, sind die Interviewpartner Experten im Bereich Foodsharing, unabhängig von ihrem Rang oder ihrer Tätigkeit (ehrenamtlich oder beruflich).

Da die Forschungsfragen ziemlich gezielt sind, wurde entschieden, dass halbstrukturierte Interviews besser geeignet sind als unstrukturierte Interviews. Die Interviews wurden auf Deutsch und Französisch geführt (und ggf. übersetzt) und über das Mikrofon meines Telefons oder über Zoom aufgezeichnet und mit Notizen versehen. Die Transkription der Interviews erfolgte mithilfe der Anwendung Descript.com, die mir die Wiedergabe der Interviews sehr erleichtert hat. Im Folgenden wird die Methode der Datenauswertung erläutert.

5.2. Auswertungsmethode: Qualitative Inhaltsanalyse

Die qualitative Inhaltsanalyse hat sich als Methode der Datenauswertung durchgesetzt. Die in den Interviews gesammelten Daten wurden mithilfe eines Kategoriensystems ausgewertet. Im Gegensatz zu der Idee der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015, S. 13), die sich aus der Theorie ableitet (vgl. Mayring 2015, S. 13) und somit induktiv vorgeht, wurde das Kategoriensystem in dieser Arbeit offen während des

Auswertungsprozesses entwickelt (vgl. Gläsel und Laudel 2009, S. 201). Gläser und Laudel (2009, S. 112) halten die „Differenz zwischen den Kontexten der beiden Gesprächsteilnehmer“ (Gläsel und Laudel 2009, S. 199) bei fragebogenbasierten Experteninterviews für problematisch und hinterfragen die Relevanz eines solchen Ansatzes aufgrund der Unveränderbarkeit der gebildeten Kategorien (vgl. Gläser und Laudel 2009, S. 199). Stattdessen schlagen sie vor, die Kategorien als flexibles „Suchraster“ (Gläser und Laudel 2009, S. 200) zu betrachten, das es ermöglicht, Informationen aus Texten zu extrahieren. Mit ihrem Ansatz überwinden Gläser und Laudel somit die induktiv-deduktive Unterscheidung. Darüber hinaus macht Kuckartz deutlich, wie überflüssig die Unterscheidung zwischen deduktiv und induktiv (vgl. Kuckartz 2019, S. 185) für eine solche Forschungsmethode ist: Während Induktion in der wissenschaftlichen Literatur darauf abzielt, aus dem empirischen Material Theorien oder Hypothesen zu generieren, hat dies wenig mit der Bildung von Kategorien auf der Grundlage empirischer Daten zu tun (vgl. Kuckartz 2019, S. 185). Ähnlich verhält es sich mit der Deduktion, die in der wissenschaftlichen Logik auf die Überprüfung von Hypothesen oder Theorien anhand des empirischen Materials abzielt oder auf die Verwendung von theoretischen Annahmen oder des Modells zur Interpretation des empirischen Materials (vgl. Kuckartz 2019, S. 185). Kuckartz merkt an, dass die Bildung von Kategorien, die auf dem Stand der Forschung, einer Theorie oder einer vorgebrachten Hypothese beruhen, sehr unterschiedlich ist (vgl. Kuckartz 2019, S. 185). So entstehen die Kategorien nicht notwendigerweise aus einer systematischen Literaturübersicht oder einer Forschungsfrage (vgl. Kuckartz 2019, S. 185). In dieser Forschungsarbeit wurde das ursprüngliche Kategoriensystem, welches ich gebildet habe, aus den Themen der Interviews abgeleitet - die wiederum durch den theoretischen Ansatz bestimmt wurden - und dann an die Informationen angepasst, die aus den Interviews gewonnen wurden. Die Bildung des Kategoriensystems erfolgte computergestützt mithilfe der qualitativen Analysesoftware MAXQDA (s. Anhang Codesystem).

5.3. Vorstellung und Auswahl der Experten

Der Gegenstand der Studie war ursprünglich so gedacht, dass er auf soziale Innovationen im Bereich Foodsharing ausgerichtet ist, d. h. im soziologischen Sinne aus der Zivilgesellschaft kommt. Ich habe mich bei der Auswahl der zu interviewenden Experten an der Typologie der Initiativen nach Micheline (2017) (3.2.) orientiert. *Foodsharing*, die öffentlichen Kühlschränke oder Lebensmittelbanken haben es uns

ermöglicht, dieses Konzept zu veranschaulichen: die ersten beiden funktionieren durch die Aktion der Verbraucher selbst, manchmal sogar Aktivisten (P2P), die zweiten als Vermittler zwischen den Großhändlern (B2C oder C2B) und den Verbrauchern. Während diese Wahl relativ schnell klar war, wurde mir im Laufe der Literaturrecherche jedoch bewusst, dass der monetäre Aspekt eine sehr wichtige Rolle spielt und damit auch die Zugänglichkeit zu solchen Initiativen bestimmt. Um das Potenzial dieser Bottom-up-Initiativen voll auszuschöpfen, habe ich daher beschlossen, sie mit Foodsharing-Unternehmen zu vergleichen. Nachdem ich die meiner Meinung nach repräsentativsten Akteure in beiden Ländern herausgearbeitet hatte, gelangte ich zu dieser Klassifizierung (Tabelle 1: Erste Auswahl der Interviewpartner (eigene Darstellung). Stand: 20. Juli 2022).

	Kostenlos, gezielte Nutzer	Kostenlos, eingeschränkter Zugang	Kostenpflichtig, für alle	Kostenpflichtig, für alle
FR	Banque alimentaire	<i>Partage ton frigo</i>	<i>TooGoodToGo</i> <i>OptiMiam/Zéro- Gâchis</i>	<i>Expliceat</i>
DE	<i>Die Tafel</i>	<i>foodsharing</i> (Bieb)	<i>TooGoodToGo</i> <i>SIRPLUS</i>	<i>foodsharing</i> (Nutzer)

Tabelle 1: Erste Auswahl der Interviewpartner (eigene Darstellung). Stand: 20. Juli 2022

Aus diesem Grund haben ich mich bei der Auswahl der Akteure bewusst für den Consumer Citizen/Aktivisten entschieden, d. h. am Ende der Lebensmittelkette, und aus offensichtlichen Zeitgründen nicht für die Befragung von Produzenten, Großhändlern und großen Einzelhandelsketten. Ich habe meine Umfrage in Frankreich und Deutschland in mehreren Städten über einen Zeitraum von etwa sechs Wochen durchgeführt, vom 10. August 2022 für das erste Interview bis zum 23. September 2022 für das letzte Interview. Eine der größten Schwierigkeiten war die Kontaktaufnahme mit diesen Experten, die per E-Mail (oder über die *foodsharing* Plattform) erfolgte. Während der Sommerpause war die Rücklaufquote gering und der Aufwand, die Aussagen zusammenzutragen, war besonders zeitraubend für die Planung der Bachelorarbeit. Für *foodsharing* war es einfach, Kontakte zu knüpfen, da ich selbst aktiv war und bereits über ein Netzwerk von Kontakten verfügte. Als

Interviewerin, die den anderen Initiativen relativ fremd war, gelang es mir jedoch oft, Gesprächspartner von Fall zu Fall, nach dem Schneeball-Prinzip (vgl. Hildebrandt 2015, S. 244), zu finden, indem ich von meinen Befragten an potenzielle Befragte verwiesen wurde. Um das Prinzip der Offenheit in meiner gesamten Analyse zu wahren, wurde diese Kategorisierung der Akteure (Tabelle 1: Erste Auswahl der Interviewpartner (eigene Darstellung). Stand: 20. Juli 2022) nicht als starr konzipiert, sondern die Interviews ermöglichten es mir, andere Akteure des Foodsharings (*Les Restos du Coeur*, *Phénix*, *La fée maraichère*) zu kontaktieren, was leider erfolglos blieb. Schließlich führte ich insgesamt zehn semi-strukturierte Interviews mit drei Lebensmittelbanken, zwei Betriebsverantwortliche von *foodsharing*, zwei Foodsaver, einer Mitarbeiterin von *TooGoodToGo* France, einer Mitarbeiterin von *Partage ton frigo* und dem Gründer von *Expliceat*. Leider konnte ich in der Kategorie „kostenpflichtig und für alle“ keine Interviews mit den profitorientierten Unternehmen *OptiMiam* oder *Zéro-Gâchis* führen. Ich bin jedoch der Meinung, dass *TooGoodToGo* ein recht repräsentatives Bild dieser Art des Foodsharings in beiden Ländern wiedergeben kann. Aufgrund der Länge der Interviews habe ich mich entschieden, nur sechs Interviews zu transkribieren.

Da die Funktionsweise von Lebensmittelbanken, *foodsharing* und *TooGoodToGo* bereits weiter oben (3.2.) erwähnt wurde, gehe ich an dieser Stelle kurz auf *Partage ton frigo* und *Expliceat* und die Relevanz für meine Arbeit ein.

Bei der Suche nach Akteuren, die ich interviewen wollte, stellte sich *Expliceat* als Pendant zum deutschen *foodsharing* dar (vgl. *Expliceat*. o. J. Foodsharing) und so kategorisierte ich diesen Akteur unter den Initiativen „kostenlos und für alle“, in der Annahme, in Frankreich vielleicht eine ähnliche Funktionsweise des *foodsharings* zu finden. Bei der Analyse des Interviews stellte sich dennoch heraus, dass *Expliceat* heute nicht als Pendant zu *foodsharing*⁶ bezeichnet werden kann, auch wenn dies vielleicht das Ziel war, das das Projekt bei seinem Start getragen hat. Auch wenn *Expliceat* insofern nicht „sozial“ ist, als das Produkt nicht direkt oder auf Anregung der Zivilgesellschaft an Bedürftige abgegeben wird, zielt es doch auf Veränderungen ab, indem es Teil einer globalen gesellschaftlichen Bewegung zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen und -verschwendung ist. Neben der Sensibilisierung für

⁶ Ich habe versucht, eine andere Initiative zu kontaktieren, die sich auf lokaler Ebene (Nantes) als *foodsharing* bezeichnet, den Verein *Détournement Libre de Consommables*, leider ohne Antwort im Zeitraum meiner Abschlussarbeit.

Lebensmittelverschwendung durch verantwortungsvolle Buffets, Kochworkshops und Anti-Verschwendungsschulungen (vgl. Expliceat. o. J. Startseite) ist das Unternehmen insbesondere für seinen „Crumbler“ bekannt, eine Maschine, die Bäckern angeboten wird, um überschüssiges Brot in Mehl zu verwandeln und das ansonsten verschwendete Brot in neuen Rezepten für den Kunden wiederzuverwenden. Schließlich ist es auch die Zusammenarbeit mit Vereinen, mit Lebensmittelbanken, die die Initiative über ihre Akteure an sozialen Projekten teilhaben lässt. *Partage ton frigo* bezeichnet sich selbst als „Inkubator von Initiativen zur Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung“ (vgl. *Partage ton frigo*. o. J. Facebook). Auch hier gab es eine Verzerrung im Verständnis der Initiative: Das Interview war von Anfang an auf die Einrichtung von öffentlichen Kühlschränken ausgelegt, wie der Name schon sagt. Im Laufe des Interviews stellte sich jedoch heraus, dass das ursprüngliche Projekt aufgegeben worden war und eine andere Initiative desselben Vereins, die *Conserverie locale*, ins Leben gerufen worden war. In der *Conserverie locale* werden Lebensmittel, die nicht in den Handel oder die Produktion gelangen, zu Konserven verarbeitet (vgl. *La Conserverie locale*. o. J. Startseite). Auch hier wurde entschieden, die Aussage wegen ihrer für andere Fragestellungen relevanten Elemente beizubehalten. Die Interviews wurden anonymisiert (Name des Befragten, Ort, Position).

6. Analyseergebnisse der Interviews

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Interviews aus drei Blickwinkeln vorgestellt: die Monetarisierung von unverkauften Lebensmitteln, die Potenziale und Hemmnisse von Foodsharing-Initiativen sowie die Lösungsvorschläge und Forderungen der Lebensmittelretter.

6.1. Monetarisierung von Lebensmitteln

Die Initiative *Expliceat* betreibt zwar kein Foodsharing an sich, aber das Interview hat mir einige Informationen über die Monetarisierung von unverkauften Lebensmitteln geliefert. Der Gründer der Initiative nannte vier Gründe, warum es wichtig wäre, unverkaufte Lebensmittel zu monetarisieren. Erstens würde dies den Lebensunterhalt der Händler sichern (vgl. Anhang 3, S. 81). Wenn alles kostenlos wäre, würde niemand mehr in den Supermärkten einkaufen gehen, so der Befragte (vgl. Anhang 3, S. 81). Er geht sogar so weit, von einem Verlust zu sprechen (vgl. Anhang 3, S. 85). Das erklärt für ihn, dass dies bei Großhändlern auch zu einer Abneigung führen kann, unverkaufte Waren an die breite Öffentlichkeit zu geben (vgl. Anhang 3, S. 82). Zweitens würde die Monetarisierung dieser Lebensmittel es ermöglichen, ihnen wieder einen wirtschaftlichen Wert zu verleihen. Seiner Meinung nach ist es gesund und verpflichtend, Lebensmittel zu monetarisieren, da sie dadurch in einen Kreislauf zurückgeführt werden könnten, der sie wirtschaftlich aufwertet (vgl. Anhang 3, S. 81). Drittens sollten sie monetarisiert werden, da Lebensmittel, wenn sie kostenlos sind, seiner Meinung nach als weniger gut angesehen werden (da sie mit weniger frischen Produkten vom Vortag in Verbindung gebracht werden) (vgl. Anhang 3, S. 81). Diesen Produkten einen Preis und damit einen wirtschaftlichen Wert zu geben, hieße, ihre Qualität im Vergleich zu kostenlosen Produkten vollständig zu akzeptieren (vgl. Anhang 3, S. 81). Daraus leitet sich das vierte Argument ab, dass die breite Öffentlichkeit durch die finanzielle Aufwertung unverkaufter Waren besser erreicht werden kann, während bei einer kostenlosen Weitergabe nur Bedürftige erreicht werden, die dadurch kategorisiert werden (vgl. Anhang 3, S. 81).

Wenn das Unternehmen *TooGoodToGo* nach dem Nutzen der Monetarisierung befragt wird, sieht es darin eher Vorteile für seine eigene Funktionsweise. *TooGoodToGo* nennt drei Gründe für die monetarisierte Weitergabe von Lebensmitteln: Erstens scheint die Monetarisierung für das Funktionieren des Unternehmens und seine Aktivitäten, insbesondere die Aufklärungsarbeit in großem Maßstab, unerlässlich zu sein (vgl. Anhang 4, S. 104). Zweitens sei die Monetarisierung die einzige

Möglichkeit, Geschäfte und Partner dazu zu bewegen, sich der App anzuschließen (vgl. Anhang 4, S. 103). Und schließlich schließt sich die Befragte der Argumentation von *Expliceat* an, dass dadurch unverkaufte Lebensmittel aufgewertet werden könnten, indem ihnen ein monetärer Wert verliehen wird (vgl. Anhang 4, S. 103).

Partage ton frigo positioniert sich in dieser Frage deutlich anders: Die Mitarbeiterin erklärt, dass die Organisation Überschüsse von lokalen Erzeugern aufkauft, diese verarbeitet und die Verarbeitung unverkaufter Lebensmittel schließlich zum Selbstkostenpreis an diese weiterverkauft (vgl. Anhang 2, S. 64). Sie bekräftigt: „Wir sind immer noch im Vereinsformat und alle unsere Aktivitäten bringen uns eigentlich nicht unbedingt Geld ein. Das ermöglicht es uns, den Betrieb am Laufen zu halten und über die Zeit die Verarbeitung für die Lebensmittelbank zu finanzieren⁷“ (Anhang 2, S. 63).

Bei der *Conserverie locale* sieht sie im Gegenteil einen Vorteil für die lokalen Produzenten, warnt aber vor den Risiken einer übermäßigen Monetarisierung, die die Initiative in eine Geschäftslogik verfallen lassen könnte (vgl. Anhang 2, S. 67). Die Funktionsweise von profitorientierten Foodsharing-Organisationen wie *TooGoodToGo* sieht sie kritisch, genauer gesagt die Provision, die beim Verkauf eines Überraschungskorbs an die App zurückfließt (vgl. Anhang 2, S. 67).

Für die Foodsaverin und Betriebsverantwortliche ist das Geld ein echtes Problem. Dies würde einen anspruchsvollen Verbraucher ergeben, der nicht über seinen Geldbeutel hinaussieht (vgl. Anhang 7, S. 162) und der die Lebensmittelverschwendung nicht richtig verstehen kann. Diese Anspruchshaltung zeigt sich darin, dass er sich das, was er will, in der gewünschten Menge und zum gewünschten Preis beschaffen kann. Was Foodsharing-Initiativen betrifft, die auf diese Monetarisierung zurückgreifen, wie *TooGoodToGo*, indem sie dem Verbraucher Körbe zu reduzierten Preisen anbieten, scheint dies diese Forderungen noch zu verstärken. Dies fasst sie mit „ich will viel, es darf aber nichts kosten“ (Anhang 7, S. 170) zusammen. Angesichts des völligen Verzichts auf Monetarisierung im *foodsharing* könnte gemeint werden, dass *foodsharing* diese Mentalität überwinden könnte, indem es zeigt, dass ja alles kostenlos ist und dass es mehr als genug für alle gibt. Die Interviewpartnerin erklärt, dass es eine große Kluft zwischen Foodsharer (unverbindliche Abholung, z. B. von den Fairteilern) und Foodsaver (verstanden als Engagement in einem Kollektiv) gibt

⁷ Alle französischen Zitate ins Deutsche sind, wenn nicht anders vermerkt, von der Verfasserin übersetzt.

(vgl. Anhang 7, S. 167). Bei ersteren ist die Hauptmotivation, kostenlose Lebensmittel zu erhalten, die Konfrontation mit der Lebensmittelverschwendung findet jedoch nicht statt.

Die Lebensmittelbanken unterscheiden sich von anderen Initiativen des Foodsharings darin, dass sie den Kampf gegen Lebensmittelverschwendung nicht als oberste Priorität, sondern als Mittel zur Bekämpfung von Ernährungsunsicherheit betrachten. Die Verschwendung wird also als Ressource genutzt, um die Bedürfnisse der Bedürftigen zu befriedigen. In Bezug auf die kostenlose Weitergabe von Lebensmitteln äußerte die französische Lebensmittelbank im Interview ihre Besorgnis über die Empfänger (vgl. Anhang 5, S. 126). Nach Aussage des Interviewpartners sollten die vor der Lebensmittelverschwendung geretteten Produkte in erster Linie an bedürftige Menschen mit geringen finanziellen Mitteln und nicht an finanziell wohlhabende Personen weitergegeben werden (vgl. Anhang 5, S. 126). Im Zusammenhang mit dem deutschen *foodsharing* befürchtet der Befragte sogar, dass die geteilten, unverkauften Lebensmittel weiterverkauft werden könnten: „Unsere Sorge ist, dass die Leute das, was sie quasi umsonst bekommen haben, weiterverkaufen. [...] Deshalb habe ich sofort reagiert, als Sie sagten, dass die Leute es mitnehmen können, für alle zugänglich, unabhängig von der Menge, aber Vorsicht, Vorsicht vor dem Wiederverkauf!“ (Anhang 5, S. 129).

Fast schockiert von diesem Argument beschloss ich, die Positionierung von *foodsharing* zu dieser Frage zu befragen, die mir wie folgt antwortete: „Ich persönlich kann natürlich die Bedenken der Banken verstehen und alles Unheil liegt meiner Meinung nach in diesem blöden MHD. Es braucht ganz viel Überzeugungsarbeit von Seiten von *foodsharing* [...]. Das MHD müsste umgewandelt werden [...] in sowas wie ‚best before end‘, besser noch abgeschafft. Das ist es glaube ich, was die Banken befürchten lässt, dass sie in Regress genommen werden, falls die Ware über das MHD hinaus verkauft werden soll. Das ist dasselbe, was jeder Betrieb befürchtet nur im Kleinen. Vielleicht wäre eine Art ‚Absicherung‘ eine Lösung. Also die bekämen von *foodsharing* so eine Art Versicherungsformular mit einem formulierten Text, bei jeder Lieferung oder bei den Belieferungsdeals, die vorher abgeschlossen werden, in dem von *foodsharing* die volle Verantwortung getragen wird. Das kann man mit gutem Gewissen machen, denn wie wir wissen, ist die Ware weit über das MHD hinaus haltbar. Bei Molkereiprodukten könnte eine Bedingung sein (die vorher ausgehandelt wird), dass die Ware noch, sagen wir mal 2 Tage, haltbar sein müsste, so hätten sie die

Menschen vielleicht am Tag des Ablaufs bei sich und die Verantwortung obläge dann ihnen“. (Foodsharing, Gespräch auf der Plattform foodsharing.de, 9. Oktober 2022). Die Befragte spricht hier zwei grundlegende Punkte an: die fehlende Kenntnis des MHD und die Verantwortung, die beim Teilen von Lebensmitteln übernommen wird. Dies ist der Hauptunterschied zwischen Lebensmittelbanken und *foodsharing*. Nach europäischem Recht gilt nämlich: „Die Hauptverantwortung der Lebensmittelunternehmer für die Sicherstellung der Einhaltung des [...] Lebensmittelrechts (d. h. nicht nur der Lebensmittelsicherheitsbestimmungen, sondern auch anderer Bestimmungen des Lebensmittelrechts) entsprechend Artikel 17 des allgemeinen Lebensmittelrechts bezieht sich auf alle Tätigkeiten unter ihrer Kontrolle und gilt für die gesamte Lebensmittelversorgungskette“ (Europäische Kommission 2017, S. 13). So verpflichten sich Lebensmittelbanken, die die unverkauften Waren der Betreiber einsammeln, gegenüber ihren Kunden genauso viel Verantwortung zu tragen wie die Betreiber. *Foodsharing* hingegen, das unverkaufte Lebensmittel einsammelt, verpflichtet sich, die Verantwortung dafür zu tragen (vgl. Foodsharing wiki 2015. Rechtsvereinbarung), wodurch die Betreiber völlig entlastet werden. De facto liegt die Verantwortung bei jedem Einzelnen, wenn es zu einem Weiterverkauf kommt.

Für die deutsche *Tafel* ist die Monetarisierung beim Foodsharing aus zwei Gründen unerlässlich: Dasselbe Argument wie bei der französischen Lebensmittelbank, wenn alles kostenlos wäre, würde dies zu Preisverzerrungen oder Wettbewerb führen und den Status der Gemeinnützigkeit untergraben (vgl. Anhang 6, S. 154). Es erscheint daher wesentlich, Lebensmittel durch kleine symbolische Beträge zu monetarisieren, um zu verhindern, dass sie mit dem Einzelhandel konkurrieren (vgl. Anhang 6, S. 154). Aus Sicht der Großhändler kann der finanzielle Vorteil zwar ein Anreiz sein, sich an der Lebensmittelverteilung zu beteiligen, da in beiden Ländern die Kosten für die Abfallentsorgung eingespart werden oder in Frankreich seit dem Garot-Gesetz die Spende an Vereine steuerlich begünstigt wird, doch der Vorteil, der mit der Spende an die Lebensmittelbanken verbunden ist, ist nicht derselbe. In Deutschland erklärt die Befragte von der *Tafel*, dass sie große Mengen unverkaufter Lebensmittel ohne Einschränkungen akzeptiert (vgl. Anhang 6, S. 152), und erklärt dies auch damit, dass Lagern teurer ist als Wegwerfen, was ein Anreiz zum Spenden sein kann (vgl. Anhang 6, S. 153). Auf der französischen Seite ist eine ganz andere Position vertreten. Der Freiwillige der Lebensmittelbank scheint die Menge an unverkauften Lebensmitteln,

die die Bank einzieht, viel kritischer zu sehen: „Wir dürfen nicht alles annehmen, was uns die großen Einzelhandelsunternehmen geben. Was wir nicht wollen [...] ist, der Mülleimer der großen Einzelhandelsunternehmen zu sein, d. h. ganze Pakete zu erhalten, die nicht verwendbar sind. Im Grunde übertragen sie uns die Vernichtung des Produkts!“ (Anhang 5, S. 119). Wie lässt sich dieser große Unterschied erklären, wenn die französische Lebensmittelbank gleichzeitig ihre Sorge zum Ausdruck bringt, weniger kostenlose Lebensmittel zu erhalten (vgl. Anhang 5, S. 116)? Wäre es für eine deutsche Lebensmittelbank einfacher, verschwendete Lebensmittel in großen Mengen zu sammeln, als für französische Lebensmittelbanken? Tatsächlich kann dies durch den in 3.2.1. vorgenommenen Ansatz zum französischen und deutschen Steuerrecht erklärt werden, der gezeigt hat, dass die beiden Länder einen unterschiedlichen Ansatz zum Spenden haben: Auf Seiten der deutschen Tafeln, die die Abholungen durchführen, kann der Anreiz auf Seiten der Spender verringert werden, da die gespendeten Lebensmittel einen kommerziellen Wert nachweisen können müssen. In Frankreich hingegen haben Unternehmen durch die Spende einen Steuervorteil, was dazu führt, dass die Industrie die Spende von überschüssigen Lebensmitteln fördert. Supermärkte und Unternehmen, die ihre unverkauften und unverkäuflichen Lebensmittel spenden, können sich durch diesen Abzug von den Kosten für die Abfallentsorgung befreien und scheinen diese an die Lebensmittelbanken weiterzugeben, die immerhin noch 400 Tonnen Lebensmittel wegwerfen, was einem Zehntel der Abholungen entspricht (vgl. Anhang 5, S. 118). Umgekehrt erklärt die *foodsharing*-Interviewpartnerin, dass die Großhändler lediglich eine Steuerquittung erhalten, die die Spende bestätigt, dass dies aber außer dem Engagement keinen weiteren Nutzen hat (vgl. Anhang 7, S. 168). Dennoch kritisiert sie diesen durch das Garot-Gesetz geförderten Steuervorteil, der nicht so sehr zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung anregt, wie es den Anschein hat: „Im Gegenteil, wahrscheinlich noch mehr, damit sie mehr abgeben können. [...] Jeder sucht seinen Vorteil. Ein Unternehmen, ja, muss wirtschaftlich arbeiten, sehe ich ein. Aber das Zeug hätten sie weggeworfen. [...] Das ist eigentlich Müll!“ (Anhang 7, S. 168) Und weiter: „Warum sollten sie nicht einfach sagen, ‚ja, ich engagiere mich und schmeißt es nicht weg. Ich gebe es den Leuten‘. Warum?“ (Anhang 7, S. 168)

An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass auch das französische Spendensystem seine Grenzen hat, da die Quittungen für den Spender, die in Frankreich „CERFA⁸“ genannt werden, weniger attraktiv sind als der Verkauf eines Produkts zu einem reduzierten Preis, so der Befragte der französischen Lebensmittelbank (vgl. Anhang 5, S. 118). Über den monetären Aspekt hinaus kristallisierten sich in den Interviews Potenziale und Hemmnisse für das Teilen von Lebensmitteln heraus; dies ist Gegenstand des nächsten Abschnitts.

6.2. Potenziale und Hemmnisse von Foodsharing-Initiativen

Zwischen Lebensstil und Mobilisierung

Das Interview mit der Foodsaverin zeigte das Potenzial von *foodsharing*, eine Veränderung des Lebensstils herbeizuführen. Die Interviewte erzählt von ihrem Engagement im *foodsharing* und den Veränderungen, die dies in ihrem Alltag bewirkt hat: „Ich habe alles anders gesehen als vorher und habe auch alles umgestellt. Also in diesem Sinne, umwelttechnisch, essenstechnisch, ich bin vegan geworden, alles“ (Anhang 7, S. 160).

Letztendlich scheint dies, auch wenn es nicht die ursprüngliche Absicht von *foodsharing* ist, eine der positiven Konsequenzen zu sein, die das Teilen von Lebensmitteln mit sich bringt (vgl. Anhang 7, S. 172). Das Potenzial von *foodsharing*, zum Nachdenken und gegebenenfalls zu einer radikalen Änderung des Lebensstils anzuregen, ermöglicht es ihrer Meinung nach, durch die Beiträge, die es zur Lebensmittelverschwendung liefert, die wichtigsten Schlüssel zu erhalten, um andere dafür zu gewinnen (vgl. Anhang 7, S. 160). Das Interview hat auch gezeigt, dass das Sammeln und Teilen von Lebensmitteln nach dem Schritt vom Foodsharer zum Foodsaver sogar in einen aktivistischen Ansatz fallen kann. Konkret erklärt die Interviewte, dass sie sich der Demonstrationskultur angeschlossen hat (vgl. Anhang 7, S. 160). Auf die Frage nach der Politisierung von *foodsharing* antwortet sie „höchstpolitisch, auf allen Bereichen und auf jeden Fall eine Umweltbewegung“ (Anhang 7, S. 161). Mehr als alle anderen Initiativen scheint *foodsharing* also ein großes Potenzial auf der Ebene der Konsumenten zu haben, indem es sie durch die Wiederbeschaffung von Lebensmitteln dazu bringt, ihren Lebensstil zu überdenken und sich zu mobilisieren. Allerdings ist dies nicht ohne Hindernisse möglich.

⁸ Im Französischen das sogenannte Centre d'Enregistrement et de Révision des Formulaires Administratifs (Zentrum für die Registrierung und Überprüfung von Verwaltungsformularen)

Die gesetzliche Bremse und das Lebensmittelrisiko

Das Engagement bei den Lebensmittelbanken ist in erster Linie ein sozialer und solidarischer Ansatz. Sie unterscheidet sich von *foodsharing* dadurch, dass die dort tätigen Freiwilligen nicht für sich selbst sammeln, sondern an Bedürftige weitergeben, und ist in dieser Hinsicht auf Bedürftige beschränkt, die nach regelmäßig überprüften Auswahlkriterien der öffentlichen Behörden ausgewählt werden. Die Herausforderung für die Tafeln besteht also darin, täglich und kontinuierlich Bedürftige zu versorgen, und die Unvorhersehbarkeit der eingesammelten Mengen hat direkte Auswirkungen auf die Empfänger von Nahrungsmittelhilfe (vgl. Anhang 6, S. 152). Für die *Tafel* bedeutet dies, dass dem Kunden diese Vielfalt an Produkten nicht zur Verfügung steht (vgl. Anhang 6, S. 152). Hinzu kommen die gesetzlichen Bestimmungen, die die Tafeln dazu verpflichten, sehr strenge Gesundheitskriterien einzuhalten, wenn die geretteten Lebensmittel für andere Menschen bestimmt sind. Die Befragte von *foodsharing* verglich die *Tafel* aufgrund ihrer Bürokratie und der Regeln für die Vergabe von Lebensmittelpaketen mit dem Staat (vgl. Anhang 7, S. 165).

Für die Lebensmittelbanken ist die Lebensmittelsicherheit von entscheidender Bedeutung, was den Befragten der französischen Lebensmittelbank dazu veranlasst, den Vorteil der Qualifizierung als Foodsaver aufgrund seiner beruhigenden Wirkung zu erkennen (vgl. Anhang 5, S. 128). Im Gegensatz zu den anderen Initiativen scheint *foodsharing* viel flexibler zu sein, da jeder für sich selbst sammelt und die Verantwortung für die gesammelten Lebensmittel trägt. *Foodsharing* kann also Produkte, die nicht der Norm entsprechen, für die Lebensmittelbanken sammeln und in letzter Instanz dazu beitragen, die unverkauften Lebensmittel ein zweites Mal zu sortieren.

Für *Expliceat* und *TooGoodToGo* scheinen die Vorschriften auch ein Hindernis für das Engagement zu sein, insbesondere in Bezug auf die Menge an frischen Produkten (Fleisch, Erbsen, Milchprodukte), die nicht verteilt werden dürfen. *TooGoodToGo* sieht dies auch als ein Problem, da die Großhändler die Weitergabe von Lebensmitteln an Wohltätigkeitsorganisationen nicht kontrollieren (vgl. Anhang 4, S. 102).

Image

Die Frage des Images (im Sinne von Ruf) wurde in den Interviews mit *Expliceat* und *TooGoodToGo* angesprochen und kann sowohl als Hemmnis als auch als Potenzial betrachtet werden. Er scheint ein unternehmensspezifischer Aspekt zu sein. So ist bei *Expliceat* einer der Gründe, der die Einführung des „Crumblers“ bremsen kann, die

Zurückhaltung der Großhändler gegenüber Veränderungen, d. h. das Risiko, das mit der Investition in die Maschine verbunden ist, um das Brot vom Vortag aufzuwerten, ohne im Voraus zu wissen, ob die Kunden das Verfahren unterstützen werden (vgl. Anhang 3, S. 80). Es ist eine unbestreitbare Frage des Rufs, den es bei den Kunden zu wahren gilt. Bei Bäckereien, die mit *Expliceat* zusammenarbeiten, kann der Grund dafür sein, dass sie eher Geld sparen als weniger verschwenden wollen. Bei *TooGoodToGo* hingegen scheint dies ein inhärentes Ziel des Unternehmens selbst zu sein. Das Unternehmen versucht, proaktiv zu handeln, indem es Journalisten Nachrichten anbietet und sie davon überzeugt, die Informationen zu übernehmen (vgl. Anhang 4, S. 102). Mit anderen Worten, diese Geschäftsstrategie ist ein Mittel, um das Image des Unternehmens zu verschönern oder eine "Form der Lobbyarbeit", wie die Interviewpartnerin es nannte (vgl. Anhang 4, S. 105). Das Vorhaben des Unternehmens, den Kampf gegen Lebensmittelverschwendung mit dem Kampf gegen Ernährungsunsicherheit zu verbinden, indem es Partnerschaften mit den *Restos du Coeur* und den Lebensmittelbanken eingeht (vgl. Anhang 4, S. 102), könnte auf denselben Ansatz zurückzuführen sein.

Laut der Befragten von *TooGoodToGo* sind Imagepflege und die Reduzierung der Lebensmittelverschwendung nicht von vornherein unvereinbare Ziele; die Befragte möchte die binäre Sichtweise zwischen profitorientierten Unternehmen und gemeinnützigen Vereinen überwinden: „Ohne jetzt von einer Bewegung zu sprechen, ist es eine neue Generation von Unternehmen. [...] Das ist interessant, weil es ein neues Modell ist, das seine wirtschaftliche Basis nutzt, um eine Wirkung zu erzielen, und nur zu diesem Zweck. Es geht darum, wirtschaftliche Rentabilität mit positiven Auswirkungen auf die Gesellschaft zu verbinden. Und das ist ein sehr interessantes Modell, das noch wenig verstanden wird und dem gegenüber ziemlich misstrauisch sind“ (Anhang 4, S. 104). Dies scheint jedoch relativ zu sein, denn als die Befragte von *TooGoodToGo* nach der Einstellung bezüglich *foodsharing* gefragt wurde, blieb sie skeptisch hinsichtlich der Bereitschaft zur Kooperation der französischen Supermärkte (vgl. Anhang 4, S. 106).

Während es also einerseits als kommerzieller Vorteil für Großhändler verstanden werden kann, einen Anti-Verschwendung-Ansatz einzuführen und ihr Image durch die Aufwertung ihres Engagements bei den Kunden verbessern zu können, scheint die Tatsache, unverkaufte Lebensmittel den Foodsaver zur Verfügung zu stellen, gleichzeitig eine Bremse für das Teilen zu sein, da sie das Image der Supermärkte

verschlechtern würde. Angesichts der Antworten scheint die Entscheidung der Unternehmen, Lebensmittel zu teilen, also eher vom Image als vom Engagement gegen Lebensmittelverschwendung bestimmt zu sein.

Konkurrenz um kostenlose Nahrungsressourcen

Aus den Gesprächen mit französischen und deutschen Lebensmittelbanken ergab sich ein wichtiges Paradoxon: Eine erfolgreiche Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung ist nicht unbedingt förderlich für die Aufrechterhaltung eines Lebensmittelsystems (vgl. Anhang 5, S. 130). Eine erfolgreiche Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung führt nämlich dazu, dass die kostenlosen Ressourcen aus den Supermärkten eingeschränkt werden. Dieses Paradoxon wird von dem interviewten Freiwilligen der französischen Lebensmittelbank wie folgt dargestellt: „Wir wissen sehr wohl, dass die Ressource, die mit unverkauften Produkten aus der Lebensmittelverschwendung verbunden ist, aus x Gründen, [...] auch wenn sie nie null sein wird, immer geringer werden wird. Und da wir andererseits wissen, dass unsere Zahl der Empfänger nicht sinken wird, werden wir das ausgleichen müssen“ (Anhang 5, S. 131). Als Beispiel seien die von den Geschäften kurz vor Ladenschluss angebotenen Warenkörbe für auslaufende Produkte die Ressource, die die Bank am nächsten Morgen abgeholt hätte und die ihr nun entzogen wird (vgl. Anhang 5, S. 133). Er weist auf den Konflikt hin, ob die Lebensmittelverschwendung getrennt von der Lebensmittelhilfe behandelt werden sollte (vgl. Anhang 5, S. 120). Generell äußerte er die Sorge, weniger finanzielle Unterstützung zu erhalten. Da etwa 40% der Produkte, die die französischen Lebensmittelbanken erhalten, aus diesen Kreisen stammen (vgl. Anhang 5, S. 117), und angesichts des Rückgangs der Spenden aufgrund der Bemühungen, die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren, könnten sich die Lebensmittelbanken gezwungen sehen, in Zukunft weniger zu spenden (vgl. Anhang 5, S. 118). Seiner Meinung nach spenden Produzenten und Großhändler weniger und vor allem später, um zu versuchen, so viele Produkte wie möglich zu verkaufen, bevor sie sie entsorgen müssen (vgl. Anhang 5, S. 118). Dadurch leidet die Qualität der Produkte, die an die Lebensmittelbanken gespendet werden.

Ein viel tieferes Problem: Kritik am kapitalistischen System und der Konsumgesellschaft

Mehrere Interviews (*Expliciteat*, Lebensmittelbanken, *foodsharing*) bleiben jedoch pessimistisch, was die Zukunft der Lebensmittelverschwendung und das Potenzial

sozialer Innovationen zum Teilen von Lebensmitteln angeht, und kritisieren das System auf breiterer Basis. Beispielsweise liegt für den Gründer von *Expliceat* die Ursache des Problems im kapitalistischen System und der daraus resultierenden Konsumgesellschaft (vgl. Anhang 3, S. 87). Bevor versucht wird, dieses Übel mit "Pflaster"-Innovationen zu beheben, gilt es, die breite Öffentlichkeit zu sensibilisieren und über eine Lösung für die Fachleute nachzudenken, die in erster Linie nach Profit streben (vgl. Anhang 3, S. 79). Was *foodsharing* betrifft, so legitimiert sie seiner Meinung nach die Tatsache, dass so viele unverkaufte Lebensmittel übrig bleiben, und damit die Konsumgesellschaft und ermutigt die Unternehmen nicht, weniger zu produzieren (vgl. Anhang 3, S. 87). Die Lösung für die Verschwendung liegt seiner Meinung nach nicht im Spenden, sondern darin, weniger zu produzieren, wieder zu verwerten und an die Öffentlichkeit zu appellieren (vgl. Anhang 3, S. 88). Dies ist die Aufgabe des Gründers von *Expliceat*.

Angesichts dieser Potenziale und Hemmnisse soll nun auf die Lösungsvorschläge und Forderungen der Befragten eingegangen werden.

6.3. Lösungsansätze und Forderungen von den Lebensmittelrettern

Bedarf an Struktur und Risiken des Foodsharings

Ein Aspekt, der von den Befragten angesprochen wurde, ist die Bedeutung einer Strukturierung von Foodsharing-Initiativen. Dies steht in direktem Zusammenhang mit den verwertbaren Mengen. *Partage ton frigo* betont die geringe Größe der Organisation und die daraus resultierenden geringen Verwertungskapazitäten wie „ein kleiner Tropfen auf dem heißen Stein“ (Anhang 2, S. 67), die es nicht erlauben, die gesamte Nachfrage zu befriedigen. Für *foodsharing* ist die Strukturierung sehr wichtig. Die Befragte sieht darin eine große Schwierigkeit, die die Bewegung selbst in ihren Anfängen erlebt hat, und ein wesentliches Kriterium, damit die Bewegung sich stabilisieren kann: Es geht darum, die Graswurzelbewegungen in Vereinen zu strukturieren (vgl. Anhang 7, S. 167). Sie weist darauf hin, dass der Mangel an Struktur weitere Risiken mit sich bringen kann, insbesondere im Hinblick auf gemeinschaftlich genutzte Kühlschränke, die von Privathaushalten aufgestellt wurden (vgl. Anhang 7, S. 166). Sie warnt davor, dass die Lebensmittelsicherheit nicht mehr gewährleistet ist, da es an Engagement mangelt, den öffentlichen Kühlschrank sauber zu halten. Ein großes Problem des *foodsharings* besteht ihrer Meinung nach darin, dass zwar jeder die Vorteile des öffentlichen Kühlschranks nutzen, ihn teilen und wiederverwenden möchte, aber niemand ihn verwalten will (vgl. Anhang 7, S. 166.).

Sensibilisierung

Für *Partage ton frigo* ist die Bewusstseinsbildung ein wesentlicher Schritt zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung, sowohl in den Gliedern der Produktion und des Vertriebs als auch auf der Ebene der Verbraucher. Aus diesem Grund engagiert sich *Partage ton frigo* im Rahmen der Partnerschaft mit dem Projekt von europäischem Interesse *FRUGAL*⁹, das die Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung durch lokalen Konsum, durch die Erstellung einer Bestandsaufnahme der Lebensmittelverschwendung und die Vernetzung mit einer grenzüberschreitenden Tauschzentrale fördern soll (vgl. Anhang 2, S. 64). Durch dieses Projekt arbeitet *Partage ton frigo* also an den Gliedern der Produktion und des Vertriebs. Dennoch, was die vereinseigene Sensibilisierung angeht, hat *Partage ton frigo* offenbar nicht mehr so viele Aktivitäten daneben (vgl. Anhang 2, S. 64). Das Interview ergab, dass die Sensibilisierung somit weniger durch Engagement als durch punktuelle Aktionen erfolgte: durch öffentliche Veranstaltungen wie zum Beispiel „Disco-Soupes“, bei denen die Menschen eingeladen werden, um mit Gemüse aus der Lebensmittelbank eine Suppe zu kochen und sich dabei zu unterhalten (vgl. Anhang 2, S. 63). Heute, im Rahmen der *Conserverie locale*, werden die Consumer Citizens durch den Kauf von Anti-Verschwendungs-Produkten sensibilisiert, sind aber in keiner Weise führend in Bezug auf Veränderungen.

Die interviewte Foodsaverin sieht drei Maßstäbe für die Sensibilisierung. Erstens geht es darum, das Engagement der Foodsaver zu einem echten Hebel für die Bewusstseinsbildung zu machen, der weit über das bloße Sammeln oder Teilen von Lebensmitteln hinausgeht (vgl. Anhang 7, S. 164). Sie ist außerdem der Meinung, dass auf den höheren Ebenen der Politik und schließlich auf der Ebene der Unternehmen gehandelt werden muss. Sie sagt diesbezüglich: „Ich würde noch viel stärker an die Firmen herantreten. Ich würde da noch versuchen [...] beim Vorstand oder irgendwie in den Firmenzentralen [...] auf allerhöchster Ebene [...]. Es musste ein Gremium geben, bei *foodsharing*, das sich nur um die Firmen kümmert“ (Anhang 7, S. 163). Mit anderen Worten: Es geht darum, diese Sichtweise von *foodsharing* als Mittel zur Entsorgung von unverkauften Lebensmitteln zu überwinden und sie stärker für das Thema Lebensmittelverschwendung zu sensibilisieren, mit einer Sensibilisierung, die direkt von *foodsharing* angestoßen wird. Die Lebensmittel würden scheinbar nur

⁹ Favoriser la Réduction du Gaspillage Alimentaire (Förderung der Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung, die Verf.).

„negiert“ ohne die Initiative wirklich zu verstehen (vgl. Anhang 7, S. 163). Die Befragte sagt jedoch, dass Veränderungen möglich sind: z. B. wenn der Händler selbst den Schritt in Richtung *foodsharing* unternimmt, um seine unverkauften Waren aufzuwerten (vgl. Anhang 7, S. 172), so eine Art Kettenreaktion. In der Praxis sind die Tafeln nicht so sensibilisierend für das Thema Lebensmittelverschwendung wie andere Initiativen, Vereine und Unternehmen. Das liegt daran, dass die Tafeln das soziale Ziel, Menschen in Not zu unterstützen, über den Kampf gegen Verschwendung stellen. So würde der Mangel an finanziellen Ressourcen verhindern, dass eine umfassende Sensibilisierung eingeleitet wird (vgl. Anhang 6, S. 157). Dies führt zu der Schlussfolgerung der deutschen *Tafel*: „Also ich wüsste nicht, wo sich da was verändert hat, gar nicht. Die [Supermärkte; die Verf.] sind froh, dass es uns gibt, dass sie uns anrufen können, dass sie das Zeug loswerden, und wir geben es weiter“ (Anhang 6, S. 156).

Im Vergleich zu dem, was in 4.1. mit dem Consumer Citizen als Treiber des Wandels gesagt wurde ist hier eine Präzisierung notwendig: es wurde darauf hingewiesen, dass die Arbeit der Tafeln sich in dieser Rolle durch ihr Bestreben, einen Systemwandel herbeizuführen, veranschaulicht und dass dieser soziale Wandel umfassender ist als die beiden anderen Rollen (vgl. Närvänen et al. 2019, S. 273). Mit Blick auf die Ergebnisse zu den Lebensmittelbanken ist es hilfreich, dies zu relativieren: in Wirklichkeit gibt es tatsächlich einen beabsichtigten Wandel, der aber eher sozial als ökologisch ist. Die Priorität der Lebensmittelbanken ist es, das System in Bezug auf prekäre Ernährungssituationen oder Ressourcengleichheit zu verändern. Auch wenn die Freiwilligen bei *foodsharing* direkt mit Lebensmittelverschwendung konfrontiert sind, sehen sie darin eine Ressource, die sie an Bedürftige verteilen können. Daher scheinen Lebensmittelbanken nicht für einen Wandel im gesellschaftlichen Umgang mit Lebensmittelverschwendung zu stehen. Foodsharing-Initiativen könnten stattdessen die Überproduktion legitimieren, indem sie eine Notlösung darstellen, auf die jeder zurückgreifen kann.

Für den Befragten der französischen Lebensmittelbank geht es bereits vor der Umverteilung darum, die Einstellung des Verbrauchers gegenüber Lebensmitteln zu ändern:

„Die ganze Debatte ist vielleicht der mangelnde Respekt vor dem Produkt. Der Verbraucher, so denke ich, gibt Lebensmitteln keinen außerordentlichen Wert“ (Anhang 5, S. 121).

Politische Unterstützung

Da *TooGoodToGo* sowohl von den Medien als auch von der Regierung als Hauptakteur zum Thema Lebensmittelverschwendung identifiziert wurde, scheint es, dass den Betrieb bei der Gesetzgebung gegen Lebensmittelverschwendung ein gewichtiges Wort mitzureden hat. Und als Beweis dafür wird mir mitgeteilt, dass die Initiative bei jedem neuen Gesetz gegen Lebensmittelverschwendung systematisch konsultiert wird (vgl. Anhang 4, S. 101). Es geht also darum, als Akteur anerkannt zu werden, um seine Legitimation zu finden; in diesem Sinne benötigt das Unternehmen die Unterstützung der Politiker in Bezug auf den regulatorischen Aspekt (vgl. Anhang 4, S. 104). Insgesamt ergab sich aus den Interviews die Notwendigkeit einer (größeren) Anerkennung durch die Politik: Soziale Innovationen führen zwar auf ihrer Ebene zu einer Änderung des Verbraucherverhaltens und der Mentalität, diese ist jedoch auf eine Minderheit von engagierten Verbrauchern beschränkt. Was den Einfluss auf die Gesetzgebung angeht, haben soziale Innovationen im Bereich Foodsharing nur einen geringen Handlungsspielraum. Nur die Politik hat die Macht, die Normen für den Umgang mit Lebensmittelverschwendung zu ändern, insbesondere in Bezug auf das Mindesthaltbarkeitsdatum, das für so viel Verwirrung sorgt.

7. Diskussion und kritische Betrachtung

In den letzten Jahren wurde Kritik an den Verbrauchern laut, die sie zunehmend für die Lebensmittelverschwendung verantwortlich machen. Die Produzenten machen diese Kritik gerne mit und tragen dazu bei, sie von ihrer Verantwortung zu entbinden. Obwohl es stimmt, dass der Verbraucher eine zentrale Rolle bei der Lebensmittelverschwendung spielt, war es hier interessant zu sehen, dass soziale Innovationen von unten diese Kritik wiederum umkehren: Das kapitalistische System und die Konsumgesellschaft werden für die Übel verantwortlich gemacht, die mit der Lebensmittelverschwendung einhergehen. Es scheint, als würde jeder den anderen beschuldigen und die Schuld auf den anderen schieben. Einigen Befragten zufolge würde dieser Fatalismus verhindern, dass soziale Innovationen des Foodsharings einen bedeutenden Wandel herbeiführen. Der Gründer von *Expliceat* argumentiert, dass diese Initiativen nur ein „Pflaster“ für das System seien, oder, schlimmer noch, dass sie den perversen Effekt hätten, die Überproduktion zu legitimieren. In diesem Zusammenhang behauptet er, dass die Lösung für die Verschwendung nicht Spenden sei, „denn auch wenn man allen etwas gibt, wird es immer noch Verschwendung geben. Die Lösung ist, weniger zu produzieren. Und dann wieder zu verarbeiten und vor allem die breite Öffentlichkeit einzubeziehen, denn wir brauchen sie, um zu absorbieren. Es gibt so viele Überschüsse, dass wir die breite Öffentlichkeit brauchen, um alles zu konsumieren“ (Anhang 3, S. 88). Er betont einerseits die verschwendeten Mengen und andererseits den Bedarf der Öffentlichkeit, diese durch Konsum zu resorbieren, schließt aber das Spenden als Mittel zur Behebung aus. Aber wenn Spenden nicht ausreicht, um die Lebensmittelverschwendung zu beheben, würde dann die Monetarisierung von Spenden das Problem lösen? Denken wir einen Moment über den Prozess nach: Wie alle Befragten einräumen, muss das Verhältnis der Verbraucher zur Lebensmittelverschwendung geändert werden. Wenn dieser Wandel stattfindet, könnte er sich in einer Veränderung der Konsumpraktiken äußern: weniger konsumieren, um mehr unverkaufte Lebensmittel zu verwerten, die sonst verschwendet würden, was das Ziel von *foodsharing* ist. Dieser Konsumrückgang hätte direkte Auswirkungen auf die Großhändler und in der Folge auch auf die Produzenten, die sehen, dass die Nachfrage sinkt, und aus finanziellen Gründen gezwungen wären, ihre Produktion entsprechend anzupassen. Die Produktion, die sich der Nachfrage anpasst, würde gebremst und somit langfristig die Lebensmittelverschwendung reduziert. Wenn dieser Prozess in großem Maßstab und

über einen längeren Zeitraum stattfinden würde, könnte sich das System m. E. selbst regulieren. Da die Verbraucher weniger bei den großen Einzelhandelsketten kaufen, würden die Supermärkte ihre Lagerbestände an die Nachfrage anpassen. Leider ist dies nicht so einfach. Da die Episoden bekannt sind, in denen unverkaufte Lebensmittel in Containern gebleicht wurden, oder das Verbot des Containers in Deutschland, ist es vorstellbar, dass Großhändler einen Anreiz hätten, den Zugang zu unverkauften, verschwendeten Lebensmitteln zu blockieren, damit niemand davon satt wird und zu der Konsumgesellschaft zurückkehren. Wenn die Änderung des Systems ein utopisches Projekt mit geringen Erfolgsaussichten ist, sollte dann daraus geschlossen werden, dass das Potenzial sozialer Innovationen im Bereich des Foodsharings zu gering ist, um das Problem an der Wurzel zu packen?

8. Fazit und Ausblick

Bei der Frage nach der Bedeutung der Monetarisierung von unverkauften Lebensmitteln gab es zwei Positionen: Unternehmen, die in erster Linie von Profitinteressen motiviert sind, und gemeinnützige Organisationen, die von einem gemeinsamen Interesse motiviert sind. Auf Unternehmensseite wird die Monetarisierung von unverkauften Waren als Anreizvorteil gesehen: Sie ermöglicht es Großhändlern, ihren unverkauften Waren wieder einen wirtschaftlichen Wert zu verleihen, indem sie einen finanziellen Verlust durch Spenden vermeiden. Auf Verbraucherebene wird für eine Monetarisierung unter anderem argumentiert, dass die kostenlose Abgabe von unverkauften Waren zu einer Stigmatisierung der als „weniger gut“ angesehenen unverkauften Waren führen würde. Non-Profit- und gemeinnützige Organisationen und Bewegungen haben in dieser Frage eine ganz andere Position. Für die Tafeln kommt es aus zwei Gründen nicht in Frage, Lebensmittel kostenlos und für alle zugänglich zu machen: Da die soziale Priorität am dringlichsten ist, geht es in erster Linie darum, eine wachsende Zahl von Bedürftigen versorgen zu können. Ein weiteres Argument der Lebensmittelbanken ist, dass dies zu einer Verzerrung der Marktpreise führen und den gemeinnützigen Status der Lebensmittelbanken untergraben würde. Ein zentraler Unterschied, der sich aus den Interviews ergab, ist, dass in Deutschland die Spende von unverkauften Lebensmitteln an die Tafeln, die zum Teil besteuert wird, eher aus einem Engagement heraus erfolgen würde, während in Frankreich die Supermärkte aufgrund des Steuervorteils, der ihnen durch die Spende entsteht, daran interessiert wären. Die Einzelhändler würden dann offenbar vor einer Spende ohne Vorteil zögern. Laut *foodsharing* ist diese Sorge um das Image und den Wettbewerb an sich jedoch nicht so negativ, da sie zu einer Angleichung der Praktiken der Supermärkte oder einer Art Kettenreaktion führen könnte, was wiederum zu einer Verringerung der Lebensmittelverschwendung führen würde. Die Relevanz eines solchen Steuerinstrumentes in Frankreich ist jedoch fraglich, da es das Produktionssystem in keiner Weise verändern scheint, sondern im Gegenteil den perversen Effekt haben kann, die Produktion zu fördern, da die Supermärkte in jedem Fall einen Vorteil haben, unabhängig von der Menge, die sie abgeben. *Foodsharing* sieht Geld als ein echtes Problem für den Verbraucher, das ihn davon abhält, das eigentliche Thema der Lebensmittelverschwendung zu sehen: Im Gegenteil, es verschärft die Ansprüche des Verbrauchers, der sich in der heutigen Konsumgesellschaft in seinem Recht sieht, Produkte zu erhalten, die seinem

Einkaufskorb entsprechen. *Foodsharing* hat dieses Potenzial, durch die direkte Konfrontation mit der Lebensmittelverschwendung, sowohl die Verbraucher als auch die Großhändler zu sensibilisieren. Mehr noch, es ist ein Anstoß für eine Veränderung des Lebensstils, die zu einem aktivistischen Engagement führen kann. Es zeigt, dass eine kostenlose Verwertung von Lebensmitteln funktionieren kann, ohne diskriminierend zu sein, da es allen offen steht, Bedürftigen und Nicht-Bedürftigen. Auch in Bezug auf die Anforderungen der Verbraucher hat dies positive Auswirkungen: Allein was die Menge oder die Sorten der unverkauften Lebensmittel angeht, die verwertet werden können, sind die Foodsaver völlig unberechenbar und müssen bei der Verwertung von Lebensmitteln flexibel sein. In Bezug auf die Regulierung ermöglicht die Tatsache, dass *foodsharing* die Verantwortung für die geretteten Lebensmittel übernimmt, eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Einzelhändlern. In den Interviews wurde auch das Paradoxon zwischen dem Kampf gegen Lebensmittelverschwendung und Ernährungsunsicherheit angesprochen, die beide voneinander abhängig sind: *foodsharing* hat sich erneut als Initiative hervorgetan, die diese beiden scheinbar gegensätzlichen Kämpfe überbrückt. *Foodsharing* will zwar keine Versorgungssicherheit für Bedürftige bieten, ermöglicht aber a fortiori, dass auch sie davon profitieren, wodurch die Typologie von Monetarisierung und Erreichbarkeit aufgehoben wird. Die Studie über das Potenzial von dem Foodsharing in Frankreich und Deutschland im Hinblick auf den gesellschaftlichen Umgang zur Lebensmittelverschwendung ergab, dass das Foodsharing ein großes Potenzial hat, das Verhältnis der Verbraucher zur Lebensmittelverschwendung zu verändern. Auf der Seite der Produktion und des Vertriebs, die dem Wandel eher zögerlich gegenüberstehen, erwiesen sich der finanzielle Aspekt und das Image als ausschlaggebend für ihre Motivation, sich am Foodsharing zu beteiligen. Um der Lebensmittelverschwendung Einhalt zu gebieten, müssen die Bemühungen zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung nun auf allen Ebenen koordiniert werden. Die Verarbeitung von unverkauften Produkten, wie *Expliceat* mit seinem „Crumbler“ oder die *Conserverie locale*, haben ebenfalls ein großes Potenzial, da sie eine Verbindung zwischen Produzenten und Verbrauchern herstellen. Wenn diese Art von Initiativen auf lokaler Ebene gut funktioniert, wäre es sehr interessant, sie auf nationaler Ebene zu vervielfältigen. Was die zurückgewonnenen Mengen betrifft, ist die Strukturierung ebenfalls ein grundlegendes Kriterium, das die Ernährungssicherheit gewährleistet. In Bezug auf die

Bewusstseinsbildung haben Bottom-up-Initiativen das Potenzial, durch individualisierte Konsumpraktiken in einem kollektiven Rahmen das Produktionssystem in den Griff zu bekommen. In der Analyse wurden die langfristigen, nachhaltig institutionalisierten Praktiken hervorgehoben, die das Potenzial haben, den Lebensstil tiefgreifend zu verändern und sich durch ihre mobilisierende und politisierende Wirkung als noch vielversprechender erweisen können, um einen Wandel herbeizuführen. Dies ist der Unterschied zwischen einem passiven, entscheidungsfreudigen Verbraucher und einem Verbraucher, der sich durch seine Praktiken engagiert und zum Treiber von Veränderungen werden kann. Die Interviews haben zwar nicht unbedingt eine Antwort auf die Frage gegeben, welche Rolle die Unterstützung durch die Politik für die allgemeine Wahrnehmung der Lebensmittelweitergabe auf gesellschaftlicher Ebene spielt, aber sie haben dennoch gezeigt, dass dies eine der Hauptforderungen der Lebensmittelretter ist. Die Bewusstseinsbildung spielt eine Schlüsselrolle: aus der Sicht der Verbraucher und der Firmen, ohne die Politik zu vernachlässigen. Zum Beispiel, um neue Gesetze oder Überarbeitungen bestehender Gesetze im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung zu erreichen, insbesondere in Bezug auf die Verbrauchsdaten, die so viel Verwirrung stiften. Das Problem der Lebensmittelverschwendung ist zwar kolossal - die Vielfalt der interviewten Akteure zeugt davon -, doch eines ist sicher: Eine Veränderung ist möglich, so klein sie auch sein mag. Und als Beweis dafür, dass sie diese Kritik überwindet, hat sich die *foodsharing*-Initiative als vielversprechend erwiesen: Sie ist für keinen Akteur bindend, im Gegenteil: Engagierte Foodsaver und Foodsharer haben den Vorteil, dass sie kostenlose, frei zugängliche Lebensmittel in der gewünschten Menge und Häufigkeit genießen können, ohne dass es irgendeine Form von Konkurrenz oder Interessenkonflikt gibt. *Foodsharing* ruft durch aktives Handeln zur Konfrontation mit der Verschwendung auf. Das sensibilisiert, belastet den Verbraucher nicht mit Anordnungen oder Vorwürfen, sondern ermutigt ihn, durch Selbstbelohnung Lebensmittel zu retten, was jede Monetarisierung überflüssig erscheinen lässt. Es funktioniert, und das Potenzial wurde bereits in anderen Ländern aufgezeigt. Die Entwicklung eines französischen *foodsharings* in denselben Dimensionen wie in Deutschland ist ein ehrgeiziges Projekt, das Zeit brauchen wird. Die lokale Ebene zeigt sich jedoch als aussichtsreich für die Entwicklung solcher Initiativen. Jetzt geht es darum, diese Initiativen mit einer anerkannten Struktur auszustatten, um daraus etwas Großes zu machen.

Es ist offensichtlich, dass eine Analyse, die sich mehrheitlich auf den Verbraucher beschränkt, nicht ausreicht, um die gesamte Herausforderung der Lebensmittelverschwendung zu erfassen. Auch in Bezug auf die Repräsentativität können sechs Interviews kein besonders getreues Bild der Realität vermitteln; es wäre daher sinnvoll, die Untersuchung auf eine größere Anzahl von Akteuren auszudehnen. Ebenso wäre es interessant gewesen, ein Interview mit dem Verein *DLC Nantes* zu führen, um die Schwierigkeiten des Vereins bei der Einführung von *foodsharing* in Frankreich anhand einer konkreten Situation zu verstehen. Weitere Untersuchungen, in denen Händler und Produzenten interviewt werden, wären besonders interessant, um beispielsweise ihre Motivation für die Zusammenarbeit mit Lebensmittelrettungsinitiativen wie *foodsharing*, insbesondere in Frankreich, herauszuarbeiten.

Literaturverzeichnis

- Ademe. 2016. *Pertes et gaspillages alimentaires : état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire*. Dossier de presse.
- Ademe Expertises. o. J. Économie circulaire. Réduire le gaspillage alimentaire. <https://expertises.ademe.fr/economie-circulaire/dechets/passer-a-l'action/eviter-production-dechets/dossier/reduire-gaspillage-alimentaire/enjeux>. Zugegriffen: 12. Oktober 2022.
- Albinsson, Pia A. und Perera, B. Yasanthi. 2012. Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of Consumer Behavior* 11 (4): 303–315.
- Aulakh, Jaspreet, Regmi, Anita. 2013. Post-Harvest Food Losses Estimation-Development of Consistent Methodology. Rome: FAO.
- Baringhorst, Sigrid. 2015. Konsum und Lebensstile als politische Praxis – Systematisierende und historisch kontextualisierende Annäherungen. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* 28 (2): 17–27.
- Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. o. J. Staatsministerin Michaela Kaniber. <https://www.stmelf.bayern.de/ministerium/000634/index.php>. Zugegriffen: 26. Oktober 2022.
- BMU. 2013. Abfallvermeidungsprogramm des Bundes unter Beteiligung der Länder, 1. Aufl. Bonn: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU).
- Bogner, Alexander, Littig, Beate und Menz, Wolfgang (Hrsg.). 2002. *Das Experteninterview. Theorien, Methode, Anwendung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Bogner, Alexander, Littig, Beate und Menz, Wolfgang. 2014. *Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Botsman, Rachel. 2013. The sharing economy lack a shared definition: giving meanings to the terms. <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition#https%3A%2F%2Fwww.fastcompany.com%3A443>. Zugegriffen: 11. Oktober 2022.
- Corsi, Alessandro, Barbera, Filippo, Dansero, Egidio und Peano, Cristiana (Hrsg.). 2018. *Alternative Food Networks. An Interdisciplinary Assessment*. Cham: Springer Nature Switzerland AG
- De Moor, Joost. 2017. Lifestyle politics and the concept of political participation. *Acta Politica* 52 (2): 179-197.

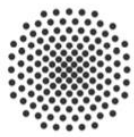
- Diekmann, Andreas und Preisendörfer, Peter. 1992. Persönliches Umweltverhalten - Diskrepanzen zwischen Anspruch und Wirklichkeit. *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 44 (2): 226-251.
- Europäische Kommission. 2017. Mitteilungen der Organe, Einrichtungen und sonstiger Stellen der Europäischen Union, Bekanntmachung der Kommission, EU-Leitlinien für Lebensmittelspenden. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC1025\(01\)&from=PT](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52017XC1025(01)&from=PT). Zugegriffen: 28. Oktober 2022.
- Explicéat. o. J. Accueil. <https://www.explicéat.fr>. Zugegriffen: 20. Oktober 2022.
- Explicéat. o. J. Foodsharing. <https://www.explicéat.fr/foodsharing/>. Zugegriffen: 20. Oktober 2022.
- Falcone, Pasquale Marcello und Enrica Imbert. 2017. Bringing a Sharing Economy Approach into the Food Sector: The Potential of Food Sharing for Reducing Food Waste. In *Food Waste Reduction and Valorisation*, hrsg. Piergiuseppe Morone, Franka Papendiek und Valentina Tartiu, 197-214. Cham: Springer International Publishing.
- Foodsharing. o.J. Arbeitsgruppe Wahlen. (privat) Zugegriffen: 12. Oktober 2022.
- Foodsharing wiki. o.J. Auge-Nase-Mund-Test für Lebensmittel (Sensorische Prüfung). [https://wiki.foodsharing.de/Auge-Nase-Mund-Test-für-Lebensmittel-\(Sensorische-Prüfung\)#Quellen](https://wiki.foodsharing.de/Auge-Nase-Mund-Test-für-Lebensmittel-(Sensorische-Prüfung)#Quellen). Zugegriffen: 12. Oktober 2022.
- Foodsharing. o.J. Gesamtstatistik. <https://foodsharing.de/statistik>. Zugegriffen: 12. Oktober 2022.
- Foodsharing wiki 2015. *Rechtsvereinbarung*. <https://wiki.foodsharing.de/Rechtsvereinbarung>. Zugegriffen: 20. Oktober 2022.
- Foodsharing. o.J. Vision. <https://foodsharing.de/ueber-uns>. Zugegriffen: 12. Oktober 2022.
- Gabriel, Yiannis und Lang, Tim. 2006. *The Unmanageable Consumer*, 2. Aufl. London: SAGE Publications.
- Gabriel, Yiannis und Lang, Tim. 2015. *The Unmanageable Consume*, 3. Aufl. London: SAGE Publications.
- Galdini, Rossana. 2021. Not Only For-Profit, Sharing Solidarity and Promoting Opportunities. A Case Study in Rome. In *Sharing Economy at the Base of the Pyramid. Opportunities and Challenges*, hrsg. Israr Qureshi, Babita Bhatt und Dharendra Mani Shukla, 27-52. Singapore: Springer.
- Garot, Guillaume. 2015. Lutte contre le gaspillage alimentaire : propositions pour une politique publique. <https://www.vie->

- publique.fr/sites/default/files/rapport/pdf/154000257.pdf. Zugegriffen: 28. Oktober 2022.
- Gläser, Jochen und Laudel, Grit. 2009. *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen*. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Grabs, Janina, Nina Langen, Gesa Maschkowski, und Niko Schäpke. 2016. Understanding role models for change: a multilevel analysis of success factors of grassroots initiatives for sustainable consumption. *Journal of Cleaner Production* 134 (A): 98-111.
- Gustavsson, Jenny, Cederberg, Christel und Sonesson, Ulf. 2012. *Pertes et gaspillages alimentaires dans le monde – Ampleur, causes et prévention*. Rome: FAO.
- Haenfler, Ross, Johnson, Brett und Jones, Ellis. 2012. Lifestyle Movements: Exploring The Intersection of Lifestyle and Social Movement in the Voluntary Simplicity and Social Responsibility Movements. *Social Movement Studies* 11 (1): 1-20.
- Hassanein, Neva. 2003. Practicing food democracy: a pragmatic politics of transformation. *Journal of Rural Studies* 19 (1): 77–86.
- Helfferich, Cornelia. 2011. *Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews*, 4. Aufl. Wiesbaden: Springer VS.
- Hildebrandt, Achim. 2015. Experteninterviews. In *Methodologie, Methoden, Forschungsdesign. Ein Lehrbuch für fortgeschrittene Studierende der Politikwissenschaft*, 241-253. Wiesbaden: Springer VS.
- Hoffmeister, Friederike, Marggraf, Rainer und Noack, Eva Maria. 2015. Lebensmittelverwertung erwünscht, doch Containern verboten? In *Jahrbuch der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie*, hrsg. Josef Hambrusch, Jochen Kantelhardt, Theresia Oedl-Wieser und Tobias Stern, 255-265. Wien: Facultas Verlag.
- Hop Hop Food. o. J. Favoriser les dons des commerces et des particuliers pour aider les personnes fragilisées. <https://www.hophopfood.org>. Zugegriffen: 12. Oktober 2022.
- Howaldt, Jürgen et Schwarz Michael. 2021. Soziale Innovation. In *Handbuch Innovationsforschung Sozialwissenschaftliche Perspektiven*, hrsg. Birgit Blättel-Mink, Ingo Schulz-Schaeffer und Arnold Windeler, 247–262. Wiesbaden: Springer VS.
- Illmann, Stefan, Schwerdtfeger, Jörg, Szycher, Nathalie, Heil, Miriam. 2018. Rechtliche Regelungen zur Weitergabe unverkäuflicher Lebensmittel in der EU. Kurzstudie zur Reduktion der Lebensmittelverschwendung in Deutschland. https://www.clean-air-farming.eu/fileadmin/user_upload/CAF_Legal_Study_on_Food_Waste_new.pdf. Zugegriffen: 28. Oktober 2022.

- Jaeger-Erben, Melanie. 2010. *Zwischen Routine, Reflektion und Transformation – die Veränderung von alltäglichem Konsum durch Lebensereignisse und die Rolle von Nachhaltigkeit. Eine empirische Untersuchung unter Berücksichtigung praxistheoretischer Konzepte*. Brandenburg University of Technology Cottbus: Dissertation.
- Jaeger-Erben, Melanie, Rückert-John, Jana und Schäfer, Martina (hrsg). 2017. Do-it-yourself oder do-it-together? - Eine Typologie sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum. In *Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Wissenschaftliche Perspektiven, Strategien der Förderung und gelebte Praxis*, hrsg. Melanie Jaeger-Erben, Melanie, Jana Rückert-John, und Martina Schäfer, 23-51. Wiesbaden: Springer VS.
- Kuckartz, Udo. 2019. Qualitative Text Analysis: A Systematic Approach. In *Compendium for Early Career Researchers in Mathematics Education*, hrsg. G. Kaiser and N. Presmeg, 181-199. Hamburg: Springer Open
- La Conserverie locale. o. J. Accueil. <https://laconserverielocale.fr>. Zugegriffen: 20. Oktober 2022.
- Lamnek, Siegfried. 1995. *Qualitative Sozialforschung*, 3. Aufl. Weinheim: Beltz, PsychologieVerlagsUnion.
- Lazell, Jordon. 2016. Consumer food waste behaviour in universities: Sharing as a means of prevention. *Journal of Consumer Behaviour* 15 (5): 430-439.
- Mayring, Philipp. 2015. *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 12. Aufl. Weinheim: Beltz Verlag.
- Michellini, Laura, Principato, Ludovica und Iasevoli, Gennaro. 2017. Understanding Food Sharing Models to Tackle Sustainability Challenges. *Ecological Economics* 145 (C): 205-217.
- Ministère de l'Agriculture et de la souveraineté alimentaire. 2020. La France pionnière de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Info +. <https://agriculture.gouv.fr/la-france-pionniere-de-la-lutte-contre-le-gaspillage-alimentaire>. Zugegriffen : 12. Oktober 2022.
- Morone, Andrea, Moronne, Piergiuseppe, Morone, Marcello, Falcone Pasquale Marcello. 2016. *Tackling Food Waste through a sharing economy approach: an experimental analysis*. University Library of Munich: Dissertation.
- Morrow, Oona. 2019. Sharing food and risk in Berlin's urban food commons. *Geoforum* 99 (7): 202-212.
- Närvänen, Elina, Mattila, Malla und Mesiranta, Nina. 2019. Consumer-Citizens as Leaders of Change: The Case of Food Waste. In *Leading Change in a complex world: transdisciplinary perspectives*, hrsg. Anni Kangas, 263-280. Tampere: Tampere University Press

- Partage ton frigo. o. J. Facebook. <https://www.facebook.com/PartageTonFrigo/>.
Zugegriffen: 20. Oktober 2022.
- Renting, Henk, Schermer, Markus und Rossi, Adanella. 2012. Building Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship. *Journal of Sociology of Agriculture and Food* 19 (3): 289–307.
- Rossi, Adanella. 2017. Beyond Food Provisioning : The Transformative Potential of Grassroots Innovation around Food. *Agriculture* 7 (1): 1-21.
- Rückert-John, Jana, Jaeger-Erben, Melanie, Schäfer, Martina. 2014. *Soziale Innovationen im Aufwind. Ein Leitfaden zur Förderung sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum*, 1. Aufl. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt (UBA).
- Sanne, Christer. 2002. Willing consumers – or locked in? Policies for a sustainable consumption. *Ecological Economics* 42 (1-2): 273–287.
- Schlosberg, David und Coles, Romand. 2015. The new environmentalism of everyday life: Sustainability, material flows and movements. *Contemporary Political Theory* 15 (2): 160-181.
- Schmidt, Thomas, Schneider Felicitas, Leverenz, Dominik, Hafner, Gerold. 2019. Lebensmittelabfälle in Deutschland – Baseline 2015. Braunschweig: Johann Heinrich von Thünen-Institut.
- Schor, Juliet B., Walker, Edward T., Lee, Caroline W. und Parigi Paolo. 2015. On the Sharing Economy. *Contexts* 14 (1): 12-19.
- Schulz, Evelin. 2020. Stellungnahme der Einzelsachverständigen für die 56. Sitzung des Ausschusses für Ernährung und Landwirtschaft. Öffentliche Anhörung zu dem Antrag der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN „Lebensmittelverschwendung stoppen“. https://www.tafel.de/fileadmin/media/2020-06-29_Stellungnahme_Einzelsachv._Evelin_Schulz.pdf. Zugegriffen: 28. Oktober 2022.
- Seyfang, Gill. 2007. Growing sustainable consumption communities: The case of local organic food networks. *International Journal of Sociology and Social Policy* 27 (3-4): 120–134.
- TEDx Talks. 2013. Foodsharing: Sharing food instead of throw it away: Valentin Thurn at TEDxKoeln, 9 :56-10 :14.
- Thurn, Valentin (Regie) (2011): *Taste the Waste* [Film]. Köln: Schnittstelle Film und Video/Thurnfilm.
- Wahlen, Stefan und Laamanen, Mikko. 2015. Consumption, lifestyle and social movements. *International Journal of Consumer Studies* 39 (5): 397-403.

- Wahlen, Stefan. 2017. Foodsharing: Unscharfe Grenzen einer Lebensstilbewegung. In *Pack ein, schmeiß weg? Wegwerfkultur und Wertschätzung von Konsumgütern*, hrsg. Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski, 15-34. Düsseldorf: Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.
- WD. Deutscher Bundestag. 2018. Rechtliche Vorgaben in Frankreich gegen Lebensmittelverschwendung. <https://www.bundestag.de/resource/blob/568808/21ec9f0fbd1bce3c48c063f24498428e/wd-5-095-18-pdf-data.pdf>. Zugegriffen: 28. Oktober 2022.
- WD. Deutscher Bundestag. 2020. Umsatzsteuerliche Behandlung von Sachspenden. <https://www.bundestag.de/resource/blob/817270/d627be08ef36ff077654b3a71fbc37f0/wd-4-128-20-pdf-data.pdf>. Zugegriffen: 28. Oktober 2022.
- WD. Deutscher Bundestag. 2022. Strafrechtliche Aspekte des sogenannten „Containers“ in Deutschland, Frankreich, Niederlande und Schweden. <https://www.bundestag.de/resource/blob/897204/acbfe3e8186f60d9a1a204b034bbf81b/wd-7-017-22-pdf-data.pdf>. Zugegriffen: 28. Oktober 2022.
- Zapf, Wolfgang. 1989. Über soziale Innovationen. *Soziale Welt* 40 (1-2): 170–183.
- Zapf, Wolfgang. 1994. Über soziale Innovationen. In *Modernisierung, Wohlfahrtsentwicklung und Transformation: soziologische Aufsätze 1987 bis 1994*, hrsg. Wolfgang Zapf, 23-40. Berlin: Edition Sigma.



Universität Stuttgart
Institut für Sozialwissenschaften

Bachelorarbeit zur Erlangung des Hochschulgrades Bachelor of Arts (B.A.) in
Sozialwissenschaften (deutsch-französisch)

Lebensmittelverschwendung effektiv eindämmen: sozialen Innovationen zur Lebensmittelrettung und Potenzial des Foodsharings in Deutschland und in Frankreich

Eine qualitative Analyse anhand Experteninterviews in
Frankreich und in Deutschland

Erstgutachterin:
Prof. Dr. Kathrin Braun
Akademische Mitarbeiterin
Institut für Sozialwissenschaften
Lehrstuhl für Technik- und Umweltsoziologie

Vorgelegt von:
Orphée Daillet

Abgabe: 31. Oktober 2022

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Modell der Lebensmittelbank und der lokalen Tafel-Arbeit, in Anlehnung an Schulz 2020, S. 2	16
Abbildung 2: Varianten von Experteninterviews, in Anlehnung an Bogner et al. 2014, S. 23.....	26
Tabelle 1: Erste Auswahl der Interviewpartner (eigene Darstellung). Stand: 20. Juli 2022.....	29

Abkürzungsverzeichnis

Bieb	Betriebsverantwortliche
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
CP	Contentious politics
EinAb	Einführungsabholung
FAO	Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (Food and Agriculture Organization of the United Nations)
MHD	Mindesthaltbarkeitsdatum
UBA	Umweltbundesamt

Anhang

Anhang 1 : Interview-Leitfaden

Name*	Land	Initiative	Datum	Weise	Dauer [min]
Amandine	FR	<i>Partage ton frigo</i>	16.08.2022	online	34
Nicolas	FR	<i>Expliceat</i>	2.09.2022	online	36
Nadine	FR	<i>TooGoodToGo</i>	23.09.2022	online	41
François	FR	Lebensmittelbank	18.08.2022	online	100
Petra	DE	<i>Die Tafel</i>	10.08.2022	in Person	29
Nicole	DE	<i>Foodsharing</i>	13.08.2022	in Person	61

*anonymisiert

Vorbereitung und Durchführung

Begrüßung:

Interviewpartner begrüßen und für die Teilnahme bedanken

Vorstellung:

Name, Studiengang, Zweck des Interviews (Bachelorarbeit)

Relevanz für die Arbeit:

Mit diesem Interview unterstützen Sie mir bei meiner Bachelorarbeit über soziale Innovationen zur Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung in Frankreich und Deutschland.

Ziel des Interviews:

Ziel dieses Interview ist es, Ihre Erfahrungen, Eindrücke, evtl. Schwierigkeiten oder Hürden zu hinterfragen bei der Lebensmittelrettung, um diese sozialen Initiativen anschließend zwischen den beiden Ländern zu vergleichen und das

Veränderungspotenzial einer solchen Praxis zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung zu hinterfragen.

Zeitraumen:

Ungefähr 30 Minuten

Aufzeichnung:

Sind Sie damit einverstanden, dass dieses Interview zu Forschungszwecken aufgezeichnet und transkribiert wird?

Interviewfragen

Insgesamt folgen die Interviews alle demselben Fragemuster, das darauf abzielt, die Erfahrungen, Eindrücke und Schwierigkeiten der Befragten beim Teilen von Lebensmitteln zu analysieren.

Nach einer kurzen Vorstellung des Forschungsgegenstandes meiner Bachelorarbeit und nachdem ich mich vergewissert hatte, dass die Befragten mit der Aufzeichnung einverstanden waren (nicht transkribierter Teil), begann ich das Gespräch, indem ich zunächst nach den persönlichen und beruflichen Erfahrungen der Befragten fragte, um ihr Engagement im Foodsharing zu einzuordnen. Als Leitmotiv der Interviews beschloss ich, die Aspekte Sensibilisierung, Monetarisierung unverkaufter Lebensmittel und die daraus resultierende Zugänglichkeit anzusprechen, wobei ich je nach Befragtem einige Anpassungen vornahm (z. B. mehr Betonung auf Monetarisierung bei *TooGoodToGo*).

In einigen Interviews kommt die Frage der politischen Anerkennung und der gemeinschaftlichen Kühlschränke hinzu. Bei allen Interviews auf deutscher Seite, mit Ausnahme der Initiative selbst, habe ich mich dafür entschieden, *foodsharing* zu erwähnen, insbesondere um seine potenzielle Anwendbarkeit in Frankreich herauszuarbeiten und eine erste Rezeption in der Öffentlichkeit und in den Unternehmen herauszuarbeiten. Die Interviews endeten mit einer vorausschauenden Reflexion und einer Positionierung zur Zukunft der betreffenden Initiative und der Lebensmittelverschwendung. Ich stelle hier alle Fragen vor, die ich auf der Grundlage dieser verschiedenen Kategorien stellen konnte.

Eigene Erfahrung

- Wie kam es eigentlich, dass Sie sich für (Initiative) engagiert haben?
- Erzählen Sie mir doch bitte mal, welche Erfahrungen Sie so mit der Lebensmittelrettung bisher gemacht haben.
- Fallen Ihnen Probleme ein, die Sie/Ihre Organisation bei der täglichen Arbeit einschränken?
- Welche Möglichkeiten gibt es, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren? Was sind Ihrer Ansicht nach die wichtigsten?

Frage der Zugänglichkeit/Sensibilisierung

- Glauben Sie, dass Initiativen für Bedürftige wie die Ihre ein echtes Bewusstsein für Lebensmittelverschwendung schaffen? Sehen Sie Verbesserungsmöglichkeiten?
- Sind Sie der Meinung, dass (Initiative) etwas gesellschaftlich bewegt hat, ist ein anderer Umgang mit Lebensmitteln zu beobachten?
- Was macht Ihrer Meinung nach den Erfolg von (Initiative) aus?

Monetarisierung von Lebensmitteln

- Sollte das Teilen von Lebensmitteln auf alle ausgeweitet werden, nicht nur für Bedürftige, was spricht dagegen oder dafür...? (eher gemeinnützig, Lebensmittelbank)
- Sollte die Verteilung von Lebensmitteln kostenpflichtig gemacht werden? Eine Kritik dafür ist, dass alles zu einem späteren Zeitpunkt sowieso im Müll landet, wie denken Sie darüber...? (eher profitorientiert)

Fairteiler: Kostenlos, aber eingeschränkt zugänglich

- Wie stehen Sie zu Fairteiler (öffentlichen Kühlschränke), die für alle Menschen kostenlos und ohne Bedürftigkeit zugänglich sind? Siehst du darin Schwierigkeiten?

Politisierung/Relevanz der politischen Anerkennung von Foodsharing

- Welche Rolle spielen politische Rahmenbedingungen für den Erfolg von (Initiative)?

- Würden Sie sagen, dass die Aktionen von (Initiative) zu einer sozialen Bewegung gegen die Lebensmittelverschwendung gehören?

Foodsharing in Frankreich?

- In Deutschland gibt es die Initiative *foodsharing*: Überschüssige und unverkaufte Lebensmittel werden direkt von Produzenten, Supermärkten und anderen abgeholt, bevor sie an die Verbraucher weitergegeben werden. Die Lebensmittel werden also wie bei *TooGoodToGo* in den Kreislauf zurückgeführt. Hier liegt der Hauptunterschied: *foodsharing* verlangt von den Empfängern nichts, alles ist kostenlos und für alle zugänglich. Wie bei *Partage ton frigo* werden nur die überschüssigen Lebensmittel, die abgeholt, aber nicht zwischen Foodsaver (den Freiwilligen, die unverkaufte Lebensmittel abholen) umverteilt wurden, in öffentlichen Kühlschränken gefüllt, zu denen jeder Zugang hat, egal ob er Mitglied ist oder nicht. Wie sehen Sie eine solche Initiative, die kostenlos und für alle ist? Wäre das Potenzial auch in Frankreich nutzbar?

Lebensmittelrettung seitens des Einzelhandels: Garot-Gesetz in Frankreich

- In Frankreich sind mit dem 2016 verabschiedeten Garot-Gesetz alle Akteure des Einzelhandels dazu verpflichtet, ihre unverkauften Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen zu spenden. Was halten Sie von einem solchen Gesetz? (Könnten Sie sich vorstellen, dass es auch in DE sinnvoll wäre?)

Abschluss

- Wie sehen Sie da die Zukunft?
 - Gibt es noch etwas, dass Ihnen zu diesem Interview einfällt und dass Sie gerne noch mitteilen möchten?
-

Anhang 2: Interview-Transkription 1

Initiative: *Partage ton frigo*

Befragte: Amandine (anonymisiert), Beauftragte

Land: Frankreich (online)

Datum: 16.08.22

Seiten: 63-76

Interviewerin: Also, um mit Ihrer persönlichen Erfahrung zu beginnen, warum und wie haben Sie sich entschieden, sich für *Partage ton frigo* zu engagieren?

Amandine: Also, ich arbeite hier seit anderthalb Jahren. Ich habe mein sechsmonatiges Abschlusspraktikum von März bis August letzten Jahres absolviert. Und dann wurde ich eingestellt, weil es mir wichtig war, ein berufliches Projekt zu haben, das sich für die Umwelt und auch im Sozialen einsetzt. Und hier war das möglich.

Interviewerin: Okay, erzählen Sie mir bitte mal, welche Erfahrungen Sie bisher mit diesem Verein und insbesondere mit der *Conserverie locale* gemacht haben.

Amandine: Ich kann Ihnen vielleicht ein wenig über die Tätigkeiten des Vereins erzählen. *Partage ton frigo* wurde 2012 gegründet und war ein Inkubator für Experimente und Ideen gegen die Lebensmittelverschwendung. Es gab die Einrichtung von gemeinschaftlichen Kühlschränken in den Hallen von Gebäuden oder dergleichen und das Experimentieren mit Veranstaltungen wie z. B. Disco-Suppen. Das heißt, man organisiert eine Veranstaltung mit Musik und lädt die Leute ein, beim Suppenkochen mitzumachen, also Gemüse zu schälen, es zuzubereiten usw. Das ist die Gelegenheit, mit den Leuten zu diskutieren und sie für die Lebensmittelverschwendung zu sensibilisieren, da das Gemüse meistens von der Lebensmittelbank kommt. Die Leiterin merkte also, dass es einfach war, sehr schnell zu mobilisieren, und nutzte die Gelegenheit, dass es in der Lebensmittelbank große Mengen an Obst und Gemüse gab, die nicht unbedingt an die Empfänger von Lebensmittelhilfen verteilt wurden, einfach weil es zu viel gab. Und daraus entstand die Idee der *Conserverie locale*, diese Überschüsse, diese unverkauften Produkte in Konserven umzuwandeln, um ihnen ein zweites Leben zu geben und sie aufzuwerten. Es ging von dieser Feststellung aus, also die *Conserverie locale*, das Projekt wurde 2019 gestartet. Es waren Seecontainer (ÜBERLEGT), die zu einer Großküche umgebaut wurden. Und so hat es angefangen und letztendlich ist es eine Dienstleistungsort für lokale Produzenten, wo sie mit ihren Überschüssen hinkommen, wir sie in Konserven umwandeln und mit der Menge an Konserven wieder verlassen, um sie dann an die großen Einzelhandelsketten zu vertreiben. Das ist die Hauptaktivität der *Conserverie locale* zu etwa 60-70% geworden, denn eigentlich war die Idee, ein Wirtschaftsmodell zu haben, das ausgeglichen ist, das sich an der Basis hält, die Idee, zum Beispiel 50% der Konserven von der Lebensmittelbank zu bekommen und 50% zu verkaufen und, dass die verkauften 50% die Spende der Lebensmittelbank finanzieren. Aber das funktioniert nicht, es ist unmöglich, so zu funktionieren und ein Geschäftsmodell zu haben, das so funktioniert. Also sind wir heute eher bei 10% Spenden an die Lebensmittelbank, und wir sind immer noch im Vereinsformat und alle unsere Aktivitäten bringen uns eigentlich nicht unbedingt Geld ein. Das ermöglicht es uns, den Betrieb am Laufen zu halten und über die Zeit die Verarbeitung für die Lebensmittelbank zu finanzieren.

Interviewerin: Okay, also wenn ich das richtig verstanden habe, dann geht ein großer Teil, der größte Teil, direkt an die Produzenten zurück, also an letztendlich die, die die verarbeiteten Produkte weiterverkaufen.

Amandine: Richtig. Wir verkaufen ihnen die Verarbeitung zum Selbstkostenpreis und den Rest kaufen wir von den lokalen Produzenten und verarbeiten sie oft unter unserer Marke. Das sind immer Überschüsse (ÜBERLEGT) von lokalen Produzenten. Das bedeutet, dass wir mit diesem Verkauf auch diese ganze Aktivität finanzieren können.

Interviewerin: Okay. Und wenn Sie sagen, Überschuss, dann ist das alles, was an unverkauften Waren übrig bleibt, usw.? Aber das sind nicht die Produkte oder Obst und Gemüse zum Beispiel, die ein bisschen beschädigt sind, die nicht verkauft werden können?

Amandine: Das kann es sein. Es geht oft um die Menge, zum Beispiel im August, der hier ziemlich intensiv ist, weil die Leute im Urlaub sind und die Produktion von Zucchini, Auberginen, Tomaten, sehr, sehr viele Tomaten, ihren Höhepunkt erreicht. Nur werden die Erzeuger es nicht schaffen, sie frisch zu verwerten. Das ist der Bereich, in dem sie ihr Geld verdienen. Also kommen sie zu uns, um sie zu verarbeiten. Tatsächlich hat die *Conserverie locale* an sich kein Rechtsanspruch. Aber es ist jetzt ein Projekt, das von dem Verein *Partage ton frigo* getragen wird, aber *Partage ton frigo* hat sonst nicht mehr allzu viele Aktivitäten. Wir haben immer noch Sensibilisierungsworkshops mit den Köchen, z.B. Karottenkraut, Radieschenkraut, altes Brot, Bananenschalen, solche Sachen, zu verarbeiten, es gibt immer noch ein bisschen Sensibilisierungsaktivitäten, aber viel weniger als früher.

Interviewerin: Und die Veranstaltung zum Beispiel, die Sie vorhin erwähnt haben, in Bezug auf die Suppen, war die grundsätzlich eher für Bedürftige gedacht? Oder war es für alle zugänglich?

Amandine: Ja, letztendlich wurde die Suppe, die produziert wurde, tatsächlich für Bedürftige verwendet, aber die Idee hinter dieser Art von Veranstaltung ist es, die Leute, die auf der Straße unterwegs sind, einzuladen, um mit ihnen zu diskutieren und sie für die Lebensmittelverschwendung zu sensibilisieren und ihnen zu sagen: „Schaut euch dieses Gemüse an, es kommt von der Lebensmittelbank, jeden Tag gibt es Hunderte von Kilogramm, die nicht verteilt werden können, die einfach weggeworfen werden“, um einen kleinen Dialog in Gang zu setzen.

Interviewerin: Und was ist Ihre Arbeit als Beauftragte?

Amandine: Also ich mache viele verschiedene Dinge. Ich begleite Projektträger dabei, ihre Verarbeitungsanlagen so aufzubauen, dass sie mit der Umgebung, in der sie sich niederlassen wollen, kohärent sind, die Akteure und Interessengruppen zu berücksichtigen, die es dort gibt, die vorhandenen Mengen, ob die lokalen Erzeuger an dieser kleinen Anlage interessiert sind, wenn ja, an welcher Art von Produkt sind sie interessiert? Wir müssen ein offenes Ohr für ihre Umgebung haben, damit das Projekt funktioniert und die Investition nicht verloren geht. Wir sind auch Partner eines Projekts von europäischem Interesse in der Region, wir arbeiten also auch mit Deutschland, belgischen und luxemburgischen Partnern zusammen, und das Projekt heißt *FRUGAL*, und es geht darum, den Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung

durch lokalen Konsum zu fördern. Die Idee ist also, eine Bestandsaufnahme über die Lebensmittelverschwendung in XXX (Ort) zu machen, die Initiativen, die es gibt, die Überschüsse, die es geben kann. Das heißt, ein Netzwerk aufzubauen, eine überregionale Handelszentrale einzurichten und herauszufinden, ob es möglich ist, überregional zu handeln. Wenn ein Supermarkt zum Beispiel eine Spende an eine Lebensmittelbank leistet, kann er diese Spende steuerlich absetzen und diese Summe von der Steuer absetzen. Das ist in Frankreich der Fall, nicht aber beispielsweise in Deutschland oder Belgien. Es stellt sich also die Frage, ob ein Supermarkt, der an eine luxemburgische Organisation spendet, das steuerlich (in Frankreich) geltend machen kann. Diese Art von Dingen.

Interviewerin: Okay. Es ist also eine sehr abwechslungsreiche und vielseitige Arbeit.

Amandine: Wir sind vier Festangestellte und drei Leute, die einen befristeten Arbeitsvertrag haben, also sind wir weniger als zehn Personen im Tagesgeschäft. Das ist ziemlich intensiv.

Interviewerin: Vielleicht noch eine Frage zu Ihrer Erfahrung. Sind Sie jemals mit Problemen konfrontiert worden, die Ihre tägliche Arbeit einschränken?

Amandine: Nein, nicht mehr als das. Ich würde sagen, dass wir in den Sommermonaten nicht alle Anfragen beantworten können, aber das ist eine Frage der Saisonalität.

Interviewerin: Was sind Ihrer Meinung nach die Lösungen, um Lebensmittelverschwendung zu reduzieren? Welche sind die Wichtigsten? Ihr richtet zum Beispiel gemeinschaftliche Kühlschränke ein. Ich weiß nicht, wie viel Prozent Ihrer Arbeit das in Anspruch nimmt, aber das ist ein Aspekt, der mich interessiert.

Amandine: Im *FRUGAL*-Projekt arbeiten wir vor allem an der Produktion und dem Vertrieb. Wir stellen fest, dass es dort die größte Verschwendung gibt. Es muss also wirklich an diesem Glied gearbeitet werden. Wir haben also schon ein bisschen angefangen, aber wir sind noch lange nicht am Ziel. Ansonsten denke ich, dass es um Sensibilisierung und Aufklärung für jeden Einzelnen geht.

Interviewerin: Alles klar. Organisiert ihr auch Sensibilisierungsworkshops oder seid ihr zum Beispiel schon in Schulen gewesen?

Amandine: Ja, oft werden wir von Gemeinden gebeten, Workshops zu organisieren. Oft geht es um Laktofermentation, das heißt, die Leute werden eingeladen, Gemüse zuzubereiten und es in Gläser mit Salzlake zu füllen. Und dann ist es eine Gelegenheit, sich mit ihnen auszutauschen und durch Gespräche das Bewusstsein zu schärfen.

Interviewerin: In Bezug auf gemeinschaftliche Kühlschränke...

Amandine: Wir machen das nicht mehr. Das waren sozusagen die ersten Experimente des Vereins. Es ist eigentlich von diesem Verein ausgegangen, aber es wurde von anderen übernommen. Es gibt andere, die das machen, es ist ihre Hauptaktivität. Und für uns, das ist nicht mehr unsere Priorität. Denn es gab auch das Projekt *Conserverie locale*, die zur Hauptaktivität des Vereins geworden ist. Ich bin seit anderthalb Jahren hier und der Verein stammt aus dem Jahr 2013. Als ich ankam, gab es die *Conserverie* bereits. Und sie war bereits aktiv. Die gemeinschaftlichen Kühlschränke sind eine

Lösung, die auf den ersten Blick einfach erscheinen mag, aber das ist sie nicht so sehr. Wenn wir das zum Beispiel in einem Wohnhaus einrichten, müssen alle mitspielen. Es darf nicht sein, dass die Leute dort einfach irgendetwas hinstellen. Es muss ein Verfallsdatum erkennbar sein und es muss regelmäßig gereinigt werden. Und ich denke, es ist eine Menge Arbeit, das einzurichten und wenn nicht alle mitspielen, dann funktioniert es nicht.

Interviewerin: Verstehe ich. Sind Sie der Meinung, dass diese Initiative, dieser Verein wirklich etwas gesellschaftlich bewirkt hat? Gibt es zum Beispiel ein anderer Umgang zu Lebensmitteln? Ein echtes Bewusstsein?

Amandine: Ich weiß es nicht. Es ist nicht offensichtlich. Ich denke, es hat die Dinge für die lokalen Produzenten ein wenig in Bewegung gebracht, tatsächlich.

Interviewerin: Weil die Hauptproduzenten, die mit euch zusammenarbeiten, das ist wirklich auf regionaler Ebene?

Amandine: Ja, es gibt etwa vierzig Produzenten, die mit uns zusammenarbeiten.

Interviewerin: Sehen Sie auf nationaler Ebene eventuell Wege, wie sich diese Initiative auf nationaler Ebene entwickeln könnte?

Amandine: Eigentlich ist das nicht unbedingt von großem Interesse, denn alles, was wir auf lokaler Ebene gewinnen, würden wir durch die Logistik des internationalen Transports verlieren. Die Idee ist, das Projekt auszuweiten und mehrere kleine Konservenfabriken in ganz Frankreich zu errichten. Jeder soll eine Konservenfabrik haben, die an seine Umgebung angepasst ist und aus lokalen Initiativen besteht. Es würde keinen Sinn machen, wenn wir zum Beispiel für bretonische Produzenten verarbeiten würden.

Interviewerin: Wie sehen Sie die Zukunft der Lebensmittelverschwendung?

Amandine: Ich hoffe, dass es weniger wird (LACHT).

Interviewerin: Wie ist das Feedback, das Sie von den Produzenten bekommen? Ist es eher ein positives Feedback, das dazu führt, dass sich wirklich etwas bewegt?

Amandine: Natürlich ist das positiv, jedes Jahr kommen neue Leute zu uns, um sich umzuwandeln, wir sind nicht in der Lage, alle Anfragen zu beantworten, die es gibt. Also ja, zwangsläufig. Aber (ÜBERLEGT) aus einer Makroperspektive ist es nicht leicht, das zu sagen. Wir erreichen schließlich nur einen sehr kleinen Teil der Produktionen. Denn der größte Teil liegt vor allem in der großen Verteilung. Da haben wir nichts damit zu tun.

Interviewerin: Sie zielen also eher auf die Produktion als auf den Konsum ab. Letztendlich sind die Konsumenten nicht so sehr... (ÜBERLEGT) [beansprucht, die Verf.]

Amandine: Nicht so sehr, nein.

Interviewerin: Okay. Ein weiteres Thema oder eine weitere Perspektive, die mich in dieser Arbeit sehr interessiert, ist die Monetarisierung von unverkauften Waren oder auch die damit verbundene Zugänglichkeit. Sie sprachen davon, dass Sie die unverkauften Waren von den Produzenten zum Selbstkostenpreis zurückkaufen. Nach dem Vorbild von Initiativen wie z.B. *TooGoodToGo* oder *OptiMiam*, die ebenfalls unverkaufte Waren einsammeln, sie aber schließlich zu einem niedrigeren Preis an den Verbraucher weiterverkaufen. Wie stehen Sie dazu, unverkaufte oder überschüssige Lebensmittel zu monetarisieren, die dann zu niedrigeren Preisen an die Verbraucher verkauft werden?

Amandine: Das kommt darauf an. Denn wenn wir zum Beispiel Lebensmittel verarbeiten, die von der Lebensmittelbank gesammelt wurden, können wir das nicht monetarisieren, weil es eine Spende ist und steuerlich abgesetzt wurde und wir das Produkt nicht weiterverkaufen dürfen. Aber wenn wir Überschüsse für z.B. einen Euro pro Kilo aufkaufen, ist das für die lokalen Produzenten ein Gewinn und verhindert, dass sie auf dem Kompost oder in der Biogasanlage landen und somit ein Totalverlust entstehen würde. Ich denke, das ist eine ziemlich gute Sache, aber es muss intelligent gemacht werden und darf nicht zu einem Nebengeschäft werden, das mehr Platz einnimmt. Ich hoffe, dass es den lokalen Produzenten gelingt, möglichst viel Frisches zu verwerten, direkt für die Verbraucher, da sie dort am besten ihr Brot verdienen können.

Interviewerin: Sie sprechen von lokalen Produzenten, aber es ist also wirklich eine kleine bäuerliche Landwirtschaft, ihr arbeitet überhaupt nicht mit Supermärkten und Produktionsketten zusammen?

Amandine: Nein. Es ist sowieso kein Gemüseanbaugebiet in XXX (Ort), es sind vor allem kleine Gemüsebauern und die kommen zu uns. Wenn wir Überschüsse von hundert, zweihundert Kilo haben, ist das letztlich nicht so groß wie es aussieht. Wenn Sie ein bisschen mit großen Produzenten sprechen, die mit Großhändlern arbeiten, die mit Supermärkten arbeiten, dann ist das in der Größenordnung von einer Tonne. Es ist also eigentlich ein kleiner Tropfen auf dem heißen Stein. Wir haben nicht die Möglichkeiten, solche Mengen umzusetzen. Die Supermärkte wollen auf jeden Fall steuerfrei arbeiten, so wenig Geld wie möglich verlieren, sie haben nicht den gleichen Ansatz.

Interviewerin: Also, im Gegensatz zu *TooGoodToGo*, gibt es bei der Einrichtung von gemeinschaftlichen Kühlschränken keine direkte Zusammenarbeit mit den Unternehmen, sondern alles geschieht auf der Ebene des Verbrauchers. Und so finanziert sich *TooGoodToGo*, da die Verbraucher für die Produkte, die sie wählen, geringere Preisen bezahlen müssen...

Amandine: Ja, ganz klar. Und ich denke, dass *TooGoodToGo* auch eine gute Gewinnspanne hat. Ich habe im Rahmen des EU-Projekts Interviews mit Einzelhändlern geführt, um herauszufinden, ob es Vereine oder Unternehmen gibt, mit denen sie zusammenarbeiten, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Sie nehmen Margen von 20-25% und am Ende verdient die Person, die diese Anti-Verschwendungs-Körbe aufstellt, nichts daran. Es geht oft nur um Image oder Ethik, aber der Einzelhändler als solcher wird nichts verdienen. Es ist die App, die das Geld verdienen wird.

Interviewerin: Wir haben also *TooGoodToGo*; vom Produzenten zum Konsumenten, und die gemeinschaftlichen Kühlschränke; vom Konsumenten zum Konsumenten. Ich möchte Ihnen von einer Initiative in Deutschland erzählen, die diese beiden Aspekte miteinander verbindet: *foodsharing*. Das heißt, dass überschüssige und unverkaufte Lebensmittel von Freiwilligen, die in Hygiene, Kühlketten usw. geschult sind, direkt bei Supermärkten, in Restaurants, Bäckereien, Kantinen abgeholt werden, bevor sie an die Verbraucher weiterverteilt werden. Sie nehmen also von dieser Menge an unverkauften Waren, was sie wollen, und die Lebensmittel werden in den Kreislauf zurückgeführt, also wie bei *TooGoodToGo*, nur dass der Hauptunterschied darin besteht, dass alles kostenlos ist. Schließlich wird der Überschuss, der eingesammelt, aber nicht innerhalb der Freiwilligen weiterverteilt wurde, in die gemeinschaftlichen Kühlschränke gefüllt, zu denen jeder Zugang hat, egal ob er Mitglied des Vereins ist oder nicht. Es ist also im Grunde genommen die gleiche Funktionsweise. Nur dass die Einrichtung kostenlos ist und somit für viel mehr Menschen zugänglich ist. Es gibt eine kleine Ausbildung, um "Foodsaver" zu werden, man macht drei Lebensmittelabholungen, mit ausgebildeten "Foodsavern", die diese Ausbildung gemacht haben und bereit sind, ihr Wissen weiterzugeben. Und danach wird es so koordiniert, dass die Verbraucher selbst in den Supermärkten sammeln. Es gibt diese ganze Sensibilisierung dahinter, dieses ganze Bewusstsein für Lebensmittel, denn wir selbst sind es, die in die Supermärkte gehen, um zu sammeln und dann auszusortieren, was essbar ist und was nicht. Die Tatsache, dass alles kostenlos ist, verhindert, dass viele Verbraucher sich nicht an dieser Initiative beteiligen.

Amandine: *Foodsharing*, wir haben im Rahmen des Projekts auch ein wenig mit denen gearbeitet, ich finde, dass die Funktionsweise eher der Funktionsweise einer Lebensmittelbank ähnelt als der von *TooGoodToGo*. Es funktioniert mit Freiwilligen, die die unverkauften Waren einsammeln und sie weiterverteilen, entweder an solidarische Lebensmittelläden oder an Vereine, die an die Empfänger von Nahrungsmittelhilfe verteilen. Aber ich finde, das ist näher an der *foodsharing*-Aktivität als *TooGoodToGo*, die wirklich in einer Business-Logik ist.

Interviewerin: Wie groß ist Ihrer Meinung nach das Potenzial einer solchen Initiative, die kostenlos und für alle zugänglich ist, in Frankreich?

Amandine: Ich habe nur meine Sicht als Verbraucher. Ich weiß es nicht. Es gibt auch noch die Sache mit der Besteuerung, die ein bisschen zweiseitig ist. Denn das würde bedeuten, dass der Verein in der Lage sein muss, *CERFAs* auszustellen, damit der Supermarkt steuerfrei arbeiten kann. Denn wenn der Supermarkt die Steuer nicht absetzen kann, wird er nie spenden. Also gibt es wirklich diesen Aspekt, der anders ist als in Deutschland, der interveniert.

Interviewerin: Okay, also ist es Ihrer Meinung nach wirklich dieser finanzielle Aspekt, dieser Aspekt der Steuerbefreiung, der in Frankreich wichtig ist und der dazu führt, dass viele Supermärkte sich nicht dazu ermutigt fühlen, ihre unverkauften Waren zu teilen?

Amandine: Ja.

Interviewerin: Gut. Denken Sie, dass es auch an mangelnder Koordination, vielleicht von *Foodsharing*-Initiativen oder (ÜBERLEGT) vielleicht an mangelnder Anerkennung durch die Politik liegt?

Amandine: Ja, ich denke schon. In Frankreich ist die Lebensmittelbank ein Netzwerk, das sehr gut vernetzt ist, das gut funktioniert und das sich täglich darum kümmert. Das ist eine Art Dachorganisation für all diese Aspekte und das funktioniert. Es ist eine Funktionsweise, die Frankreich eigen ist, und man sieht, dass es auf der Ebene der Lebensmittelbanken eine Föderation auf europäischer Ebene gibt. Man merkt, dass es in Frankreich auf Departement-Ebene funktioniert und dann an andere Verbände weiterverteilt wird, die *Restos du coeur*, das Rote Kreuz usw. In Deutschland ist das eher regional organisiert und hat viel weniger Einfluss als in Frankreich. Das hängt auch von der Region ab, in der man sich befindet.

Interviewerin: Einverstanden. Gibt es noch etwas, das Ihnen zu diesem Interview einfällt und das Sie gerne mitteilen möchten?

Amandine: Nein, nicht besonders.

Interviewerin: Alles klar, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, meine Fragen zu beantworten.

Original (français)

Intervieweuse : Alors pour commencer par rapport à votre expérience personnelle, pourquoi et comment avez-vous décidé de vous engager pour *Partage ton frigo* ?

Amandine : Alors moi, je travaille ici depuis un an et demi. J'ai fait en fait mon stage de fin d'études de six mois, de mars à août de l'année dernière. Et après j'ai été embauchée parce que c'était important pour moi d'avoir un projet professionnel qui soient engagé dans l'environnement et dans le social aussi. Et ici c'était possible.

Intervieweuse : D'accord, racontez-moi un petit peu quelles expériences vous avez faites jusqu'à présent avec cette association et plus particulièrement la *Conserverie locale*.

Amandine : Je peux peut-être vous raconter un petit peu les activités de l'association déjà. *Partage ton frigo* il a été monté en 2012 et donc ça a été un incubateur, un peu de d'expérimentation, d'idées contre le gaspillage alimentaire. Il y a eu l'installation de frigo partagé dans des halls d'immeuble ou ce genre de choses et l'expérimentation d'événements tels que des Disco Soupes par exemple. C'est organiser un événement public avec de la musique et inviter les gens à venir participer à faire la soupe, donc à venir éplucher les légumes, les préparer etc. C'est l'occasion du coup de discuter avec les gens, de les sensibiliser au gaspillage alimentaire puisque la plupart du temps ces légumes viennent de la banque alimentaire. Donc la directrice se rendait compte que c'était facile de mobiliser très rapidement et de fil en aiguille, elle s'est rendu compte qu'il y avait des gros gisements de la banque alimentaire de fruits et légumes qui n'étaient pas forcément distribués aux bénéficiaires de l'aide alimentaire, simplement parce qu'il y avait trop. Et de là est venue un peu cette idée de la *Conserverie locale*, de transformer ces surplus, ces invendus en conserve pour leur donner une deuxième vie et les revaloriser. C'est parti de ce constat-là donc la *Conserverie locale*, le projet a été lancé 2019. Ça a été des containers (RÉFLÉCHIT) maritimes qui ont été aménagés en laboratoire agroalimentaire. Et donc c'est comme ça que ça a commencé et au final, c'est de la prestation de services pour les producteurs locaux, finalement où **eux** viennent avec leur surplus, on les transforme en conserves et repartent avec le lot de conserves pour ensuite les distribuer dans la grande distribution. C'est devenu l'activité principale de la *Conserverie locale* à environ 60-70%, parce que en fait dans l'idée d'avoir un modèle économique qui soit à l'équilibre, qui tienne le coup à la base l'idée, c'était de faire par exemple, 50% de la banque alimentaire des conserves et 50% en vente et que les 50% vendus financent le don de la banque alimentaire. Sauf que ça ne fonctionne pas, impossible de fonctionner comme ça, d'avoir un modèle économique qui tienne le coup comme ça. Donc aujourd'hui on est plutôt à 10% de dons à la banque alimentaire, et on est toujours sous format associatif et toutes nos activités lucratives en fait, ne nous rapportent pas forcément d'argent. Ça permet de faire tourner l'outil et de financer de temps en temps la transformation pour la banque alimentaire.

Intervieweuse : D'accord, donc, si j'ai bien compris, c'est-à-dire qu'une **grande** partie la majeure partie, retourne directement aux producteurs, alors finalement, qui eux-mêmes revendent ensuite les produits transformés.

Amandine : Tout à fait. Donc on leur revend finalement la transformation au prix coûtant et le reste, c'est **nous** qui achetons des surplus (RÉFLÉCHIT) des producteurs locaux, souvent on est les transforme sous notre marque. C'est tout le temps issu de surplus de producteurs locaux. Du coup cette vente-là aussi permet de financer un peu toute cette activité.

Intervieweuse : D'accord. Et quand vous dites surplus donc c'est tout ce qui est marge d'invendus etc. Mais ce ne sont pas du tout les produits ou les fruits et légumes par exemple qui sont un petit peu abîmés, qui ne peuvent **pas** être vendus ?

Amandine : Ça **peut** être ça. C'est souvent de la quantité, par exemple, en plein mois d'août, c'est assez intense ici parce que les gens sont en vacances, et que ce sont les pics de production de courgettes, aubergines, tomates, beaucoup, beaucoup de tomates. Sauf que les producteurs ne vont pas réussir à les valoriser en frais. C'est là où ils gagnent leur vie. Donc ils viennent chez nous pour les transformer. En fait maintenant, la *Conserverie locale* en soi n'a pas d'entité juridique. Mais c'est un projet maintenant qui est porté par l'association *Partage ton frigo* mais *Partage ton frigo* n'a plus trop d'activité à côté. On a toujours des ateliers de sensibilisation avec les cuisiniers, par exemples les fanes de carottes, fanes de radis, le pain rassis, des peaux de bananes, des trucs comme ça, il y a toujours un peu des activités de sensibilisation, mais beaucoup moins qu'avant.

Intervieweuse : Et l'événement par exemple dont vous parliez tout à l'heure par rapport aux soupes, est-ce que c'était de base **plus** orienté pour les personnes dans le besoin ? Ou c'était accessible à tous ?

Amandine : Oui, à terme la soupe qui était produite servait effectivement pour des gens qui étaient dans le besoin mais l'idée quand même de ce genre d'événement, c'est d'inviter les gens qui se baladent dans la rue à venir discuter et à les sensibiliser au gaspillage alimentaire et de leur dire « regardez ces légumes, ça vient de la banque alimentaire, tous les jours il y a des centaines de kilos qui ne peuvent pas être distribués, qui sont juste jetés ! », d'enclencher un peu le dialogue.

Intervieweuse : Et quel est votre travail en tant que chargée de mission ?

Amandine : Alors je fais beaucoup de choses différentes. Mon activité principale, c'est ingénieur bureau d'études, j'accompagne des porteurs de projets à monter leurs outils de transformation de manière disons **cohérente** avec l'environnement sur lequel ils veulent s'installer, de prendre en compte les acteurs, les parties prenantes qui sont là, les gisements qui sont présents, si les producteurs locaux sont intéressés par ce petit outil, si oui, quel type de produit les intéresse ? Être à l'écoute de leur environnement pour que l'outil tienne la route et que ce ne soit pas de l'investissement, qui soit perdu, quoi. Et on est partenaires aussi d'un projet d'intérêt européen sur la région, donc on travaille aussi avec du coup l'Allemagne, des partenaires belges, des partenaires luxembourgeois et donc le projet s'appelle FRUGAL, et c'est en fait favoriser la lutte contre le gaspillage alimentaire au moyen de la consommation locale. Donc l'idée c'est d'établir un état des lieux sur le gaspillage alimentaire au sein de XXX (lieu), les initiatives qui existent, les surplus qu'il peut y avoir, c'est faire de la mise en réseau, mettre au point une centrale d'échange transfrontalière, savoir si c'est possible de faire

du donc transfrontalier. Parce qu'on se rend compte qu'il y a potentiellement un trou au niveau de la réglementation là-dessus parce que quand un supermarché par exemple, fait un don à une banque alimentaire, il va pouvoir défiscaliser ce don et récupérer cette somme sur ses impôts. Ça c'est le cas en France, ce n'est pas le cas en Allemagne ou en Belgique par exemple. Donc c'est la question aussi de savoir si un supermarché qui donne à une association luxembourgeoise va pouvoir être défiscalisé... ? Ce genre de choses.

Intervieweuse : D'accord. Donc c'est un travail très riche et multitâche.

Amandine : On est quatre permanents et puis trois personnes qui sont en CDD en contrat d'alternance donc on est moins de dix au quotidien. C'est assez intense.

Intervieweuse : Peut-être encore une question concernant votre expérience. Est-ce que vous avez déjà été confronté à des problèmes qui limitent votre travail au quotidien ?

Amandine : Non, pas plus que ça. Je dirais que sur cette période estivale, on n'arrive pas à répondre à toutes les demandes qui nous sont faites mais c'est une question de saisonnalité quoi.

Intervieweuse : Quelles sont, selon vous les solutions pour réduire le gaspillage alimentaire ? Quelles sont les plus importantes ? Vous mettez par exemple en place des frigos partagés. Bon, je ne sais pas quelle quel pourcentage de votre travail ça occupe, mais c'est notamment un aspect qui m'intéresse.

Amandine : En tout cas pour le projet FRUGAL, on travaille surtout sur les maillons de la production et de la distribution. On se rend compte que c'est là où il y a le plus de gaspillage. Donc il y a un vrai travail à faire sur ce maillon-là. Donc on a déjà un peu commencé mais on est loin du compte... Sinon je pense que c'est de la sensibilisation et de l'éducation à chacun.

Intervieweuse : D'accord, d'ailleurs vous mettez en place des ateliers de sensibilisation ou est-ce que vous êtes déjà déplacés dans des **écoles** par exemple ?

Amandine : Oui, souvent c'est des communes qui nous sollicitent pour organiser des ateliers. Souvent, c'est lacto-fermentation, c'est inviter les gens à préparer les légumes et les mettre dans des bocaux avec de la saumure. Et puis c'est l'occasion d'échanger avec eux et de sensibiliser en discutant.

Intervieweuse : Par rapport aux frigos partagés...

Amandine : On n'en fait plus. C'était un peu les premières expérimentations de l'association. C'est parti effectivement de cette association, mais ça a été repris par d'autres. Il y en a d'autres du coup qui font ça, c'est leur activité principale. Et nous, ce n'est plus notre priorité. Parce qu'il y a eu aussi le projet aussi de la *Conserverie* qui est devenue l'activité principale de l'association. Moi je suis là depuis un an et demi et l'association elle date de 2013. Quand je suis arrivée, la *Conserverie* était déjà existante. Et elle était déjà en activité. Les frigos partagés, c'est une solution qui peut

paraître facile au premier abord, mais ça ne l'est pas tant que ça. Si on met ça dans un immeuble par exemple, il faut que tout le monde joue le jeu. Il ne faut pas que les gens y mettent n'importe quoi. Il faut qu'on puisse identifier une date de péremption et que ce soit nettoyé régulièrement. Et je pense que c'est beaucoup de travail sur la mise en place et que si tout le monde ne joue pas le jeu, ça ne fonctionne pas.

Intervieweuse : Je vois. Est-ce que vous estimez que cette initiative, cette association a vraiment fait **bouger** les choses au niveau de la société ? Est ce qu'on observe par exemple un **autre** rapport à la nourriture, selon vous ? Une **réelle** prise de conscience ?

Amandine : Je ne sais pas. Ce n'est pas évident. Je pense que ça a fait bouger un peu les choses pour les producteurs locaux effectivement.

Intervieweuse : Parce que les principaux producteurs qui coopèrent avec vous, c'est vraiment à l'échelle de la région ?

Amandine : Oui, il y a une bonne quarantaine de producteurs qui travaillent avec nous.

Intervieweuse : Au niveau national, vous voyez, éventuellement, des pistes, une évolution peut-être au niveau national de cette initiative ?

Amandine : En fait, ça n'a pas forcément trop d'intérêt parce qu'au final, tout ce qu'on gagne au niveau local, on le perdrait avec la logistique du transport sur l'international. L'idée, c'est **d'essaimer** le projet et de faire plusieurs petites conserveries un peu partout en France. Que chacun ait une conserverie qui soit adaptée à son environnement et en initiatives locales. Ça n'aurait aucun sens qu'on transforme pour des producteurs bretons par exemple.

Intervieweuse : Comment voyez-vous l'avenir du gaspillage alimentaire ?

Amandine : J'espère qu'il va réduire (RIT).

Intervieweuse : Quels sont les retours que vous pouvez avoir des producteurs ? Est-ce que c'est plutôt un retour **positif** qui amène à faire vraiment bouger les choses ?

Amandine : C'est sûr que c'est positif, chaque année il y en a des nouveaux qui viennent nous rejoindre pour transformer, on n'est pas en mesure de répondre à toute la demande qui est faite. Donc **oui**, forcément. Mais (RÉFLÉCHIT) sur un point de vue plus macro, ce n'est pas facile à dire. Puis nous finalement, on ne touche qu'une toute petite partie des gisements. Parce que le gros, c'est sur la grande distribution surtout. Et là, on n'y touche pas.

Intervieweuse : Vous ciblez alors davantage la production que la consommation. Finalement les consommateurs ne sont pas tant... (RÉFLÉCHIT) (sollicités)

Amandine : Pas tant, non.

Intervieweuse : D'accord. Un autre thème ou un autre axe qui m'intéresse beaucoup dans ce travail, c'est la monétarisation des invendus ou aussi l'accessibilité qui y est liée. Puisque vous parliez du fait que justement vous **rachetiez**, au prix coûtant en tout cas les invendus aux producteurs. À l'image des initiatives comme par exemple *TooGoodToGo* ou *OptiMiam* qui **eux** aussi récupèrent les invendus mais finalement les **revendent** à des prix plus bas au consommateur. Quelle est votre opinion sur le fait de monétariser les denrées alimentaires invendues ou en surplus qui vont être vendues aux consommateurs à des prix plus bas ?

Amandine : Ça dépend. Parce que si, par exemple, on transforme des denrées qui ont été récupérées par la Banque alimentaire, là on ne peut pas monétiser parce que c'est un don et ça a été défiscalisé et on n'a pas le droit de revendre le produit. Mais par contre pour les producteurs locaux quand on **rachète** des surplus à par exemple un euro le kilo, pour le producteur ça lui fait un apport et ça lui évite que ça parte en compost ou en méthanisation et que du coup ce soit une perte totale. Je pense que c'est plutôt une bonne chose, mais il faut que ce soit fait de manière intelligente et que ça ne devienne pas un business à côté qui prenne plus de place. J'espère que les producteurs locaux arrivent à valoriser un maximum en frais, en direct pour les consommateurs puisque c'est là où ils gagnent le mieux leur vie.

Intervieweuse : Vous parlez de producteurs **locaux** mais donc c'est vraiment une petite agriculture paysanne, vous ne travaillez pas du tout avec les supermarchés et les chaînes de production ?

Amandine : Non. De toute façon en XXX (lieu), ce n'est pas une terre maraîchère, ce sont surtout des petits maraîchers et c'est eux qui viennent nous voir. Quand on a des surplus de cent, deux cents kilos, ce n'est finalement pas si gros que ça. Si vous discutez un petit peu avec des gros producteurs qui travaillent avec des grossistes, qui travaillent avec des supermarchés, c'est de l'ordre de la **tonne**. Donc en fait c'est un petit peu goutte d'eau. On n'a pas l'outil qui le permet. Les supermarchés, de toute façon ils veulent forcément défiscaliser, perdre le moins d'argent possible, ils ne sont pas dans la même démarche.

Intervieweuse : Donc finalement, à la différence de *TooGoodToGo*, avec cette mise en place de frigos partagés, il n'y a aucune forme de coopération directement avec les firmes mais tout se fait à l'échelle du consommateur. Et donc *TooGoodToGo* est **payant** puisque les consommateurs doivent payer à des prix réduits, les produits qu'il choisissent...

Amandine : Oui, clairement. Et je pense que *TooGoodToGo* se prend une belle marge aussi. J'ai fait des entretiens avec des distributeurs dans le cadre du projet européen pour savoir un peu s'il y avait des associations, des entreprises avec qui ils travaillaient pour réduire le gaspillage alimentaire. Ils prennent des marges de 20-25% et au final la personne qui met en place ces paniers anti-gaspi elle ne gagne rien dessus. C'est juste une histoire souvent d'image ou d'éthique, mais le distributeur en tant que tel, il ne va rien gagner. C'est l'application qui va gagner l'argent dessus

Intervieweuse : Donc on a donc *TooGoodToGo*, de producteur à consommateur et les frigos partagés, de consommateur à consommateur. J'aimerais vous parler d'une

initiative en Allemagne, *foodsharing* qui **croise** ces deux perspectives. C'est-à-dire que le surplus de denrées alimentaires et les invendus sont **directement** récupérés **auprès** des supermarchés par des bénévoles formés à l'hygiène, la chaîne du froid etc., dans des supermarchés, dans des restaurants, des boulangeries, des cantines avant d'être redistribués aux consommateurs. Donc ils vont prendre ce qu'ils veulent de cette quantité d'invendus et les denrées alimentaires vont donc être **remises** en circuit donc comme *TooGoodToGo* sauf que la différence principale, c'est que tout est gratuit. Finalement le surplus qui a été récupéré mais qui n'a **pas** été redistribué au sein de ces bénévoles est mis à la fin dans les frigos partagés dont chacun a accès, membre de l'association ou non. Donc finalement, c'est à peu près le même fonctionnement. Sauf que la **gratuité** du dispositif fait que c'est **accessible** vraiment à beaucoup plus de monde. Il y a une petite formation avant, pour devenir "Foodsaver", on fait trois récupérations de nourriture, avec des "Foodsavers" formés, qui ont eu cette formation et qui sont prêts à transmettre leur savoir. Et après ça, c'est coordonné de manière à ce que les consommateurs **eux-mêmes** récupèrent dans les supermarchés. Il y a toute cette **sensibilisation** derrière, toute cette prise de conscience du alimentaire puisque c'est nous-mêmes qui allons dans les supermarchés récupérer et qui faisons ensuite le tri de ce qui est comestible ou pas. Le fait que tout soit gratuit évite le fait que beaucoup de consommateurs refusent d'adhérer à cette initiative-là.

Amandine : *Foodsharing*, on a un petit peu travaillé avec eux aussi dans le cadre du projet, je trouve que le fonctionnement se rapproche **plus** du fonctionnement de la banque alimentaire que du fonctionnement de *TooGoodToGo*. Ça fonctionne avec des bénévoles qui récupèrent les invendus et qui les redistribuent, soit dans des épiceries solidaires, soit dans des associations qui vont distribuer aux bénéficiaires de l'aide alimentaire. Mais je **trouve** que ça, c'est plus proche de l'activité de *foodsharing* que *TooGoodToGo*, qui est vraiment dans une logique business.

Intervieweuse : Selon vous, le potentiel d'une telle initiative, qui est gratuite et pour tous, est-ce qu'elle serait exploitable en France ?

Amandine : J'ai juste mon point de vue de consommateurs. Je ne sais pas. Toujours parce qu'il y a aussi cette histoire de fiscalité qui est un peu à double tranchant. Parce que ça voudrait dire que l'association doit être en mesure d'émettre des CERFA pour que le supermarché puisse défiscaliser. Parce que si le supermarché ne peut pas défiscaliser, il ne va jamais donner. Donc il y a vraiment cet aspect-là qui est différent de l'Allemagne qui intervient.

Intervieweuse : D'accord donc selon vous, c'est vraiment cet aspect **financier**, cet aspect **défiscalisation**, qui est important en France et qui ferait que beaucoup de supermarchés ne se sentent pas incités à partager leurs invendus ?

Amandine : Oui.

Intervieweuse : Entendu. Est-ce que vous pensez que c'est aussi un manque de coordination, peut-être des initiatives de partage alimentaire ou (RÉFLÉCHIT) peut-être de manque de reconnaissance par la politique ?

Amandine : Oui, je pense. Après en France la banque alimentaire, c'est un réseau qui est hyper bien maillé, qui fonctionne bien et qui s'occupe de ça au quotidien. Qui chapeaute un peu tout tous ces aspects-là et qui fonctionne. C'est un fonctionnement qui est propre à la France et on voit qu'au niveau des banques alimentaires, il y a une fédération au niveau européen. On se rend compte qu'en France ça fonctionne au niveau départemental, et ensuite elle redistribue aux autres associations, les *Restos du Cœur*, la *Croix Rouge* etc. En Allemagne, ce sont plus des fonctionnements régionaux et ça a beaucoup moins la main que ce qui est en France. Ça dépend de la région dans laquelle on est aussi.

Intervieweuse : Entendu. Y a-t-il quelque chose d'autre qui vous vient à l'esprit à propos de cette interview et que vous aimeriez partager ?

Amandine : Non, pas spécialement. D'accord bon j'ai à peu près fini mon côté. Merci beaucoup d'avoir pris le temps de répondre à mes questions.

Codesystem

1 Foodsharing	2
2 Lösungsansätze zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung	0
2.1 Sensibilisierung	2
2.2 Produktion und Vertrieb	1
3 <i>Partage ton frigo</i> in all dem	1
4 <i>Conserverie locale</i>	0
4.1 Potenziale	0
4.1.1 Auf nationaler Ebene	1
4.1.2 Auf lokaler Ebene	1
4.2 Schwierigkeiten der Initiative	0
4.2.1 Zielt nicht auf die Produktion ab	1
4.2.2 Zielt nicht auf den Verbraucher ab	1
4.2.3 Minimale Maßnahme	1
4.2.4 Anfrage	2
4.2.5 Unterbesetzung	1
4.3 Projekt FRUGAL	1
4.4 Grundidee	0
4.4.1 Fairteiler: ja, aber...	1
4.4.2 Empfänger	0
4.4.2.1 Bedürftige: a fortiori, aber nicht Ziel 1	1
4.4.2.2 Für die Lebensmittelbanken	1
4.4.2.3 Für lokale Produzenten	5
4.4.3 Mehr auf Überschüssigem als auf Beschädigtem	1
4.4.4 Umgang mit Geld	3
4.4.4.1 Kritik an Too Good To Go	1
4.4.5 Die Verschwendung der Lebensmittelbanken einsammeln	1
4.5 Sensibilisierung	0

Anhang 3: Interview-Transkription 2

Initiative: *Expliceat*

Befragte: Nicolas, Gründer von *Expliceat*

Land: Frankreich (online)

Datum: 2.09.22

Seiten: 79-99

Interviewerin: Wie sind Sie auf die Idee gekommen, *Expliceat* zu gründen?

Nicolas: Die Idee entstand aus der Feststellung, dass es sehr viel Lebensmittelverschwendung gibt und dass Lebensmittelverschwendung ökologische, wirtschaftliche und soziale Folgen hat. Für mich ist jede Art von Verschwendung problematisch und skandalös, aber Lebensmittelverschwendung noch mehr, da es eine soziale Komponente gibt, die bewirkt, dass es auf der einen Seite Menschen gibt, die nicht genug zu essen haben, und auf der anderen Seite Lebensmittel verschwendet werden. Aus diesem Grund wollte ich mich damit beschäftigen.

Interviewerin: Verstehe ich. Waren Sie bereits in anderen Vereinen oder Organisationen aktiv, die sich mit dem Teilen von Lebensmitteln beschäftigen?

Nicolas: Also mehr oder weniger, aber ich war überhaupt nicht in diesem Bereich tätig. Ich bin ausgebildeter Stadtplaner, das hat also nichts damit zu tun. Ich habe mich also 2015, als ich gerade in Österreich war, entschieden, mich diesem Thema dort zu widmen.

Interviewerin: Okay, also ist es zuerst über *foodsharing* für Sie gelaufen und dann haben Sie sich überlegt, so etwas möchte ich in Frankreich auch gründen. Erzählen Sie mir bitte mal, welche Erfahrungen Sie bisher mit *Expliceat* gemacht haben. Das können positive oder negative Erfahrungen sein. Was würden Sie gerne mitteilen?

Nicolas: Das ist ein weites Feld! Ich bin jetzt seit sechs Jahren dabei, daher gibt es eine Menge Erfahrungen. Ich weiß nicht, können Sie die Frage etwas präzisieren?

Interviewerin: Vielleicht bei der Gründung des Unternehmens. Was wollten Sie erreichen? Was waren Ihre Ziele? Wo stehen Sie heute?

Nicolas: Zu Beginn bestand das Ziel darin, einen Beitrag zum Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung zu leisten. Das Ziel war ziemlich vage und weit gefasst, so habe ich mich selbst zu diesem Thema weitergebildet und mich schnell auf das Thema Brot konzentriert. Nicht, dass ich besonders... Ich hatte mir ursprünglich nicht vorgenommen, mit Brot zu arbeiten, aber es stellte sich heraus, dass ich gerade über *foodsharing* sehr, sehr viel Brot gesammelt habe. Am Anfang haben wir es an alle Nachbarn, an alle usw. verteilt, weil selbst die Leute, die es brauchen, die Leute in Not, schon viel Brot zur Verfügung haben, so dass es zu viel ist, um es an alle zu verteilen. Und da habe ich mit einer anderen Person angefangen, kulinarische Experimente mit Brot zu machen und es in einen Mixer zu geben und Kekse mit diesem Pulver zu backen. Und eigentlich habe ich mich ursprünglich nicht speziell auf das Thema Brot konzentriert, aber diese Idee hat so gut gefallen, dass ich mich auf dieses Konzept konzentriert habe, das einfach ist und zwei Hauptachsen hat: Die erste

Achse besteht darin, die breite Öffentlichkeit zu sensibilisieren, und die zweite Achse besteht darin, über eine Lösung für Fachleute nachzudenken, also für Bäcker, um zu sehen, wie sie das in ihrer Bäckerei umsetzen könnten.

Interviewerin: Verstehe. Gab es Probleme, die Ihre Arbeit in der täglichen Organisation eingeschränkt haben, z. B. bei der Einführung von dem „Crumbler“...? Hatten Sie bei all dem Hindernisse?

Nicolas: Es gibt immer Hindernisse, es gibt viele Hindernisse, technische Hindernisse, gesetzliche Hindernisse, die Maschine betreffend. Außerdem gibt es rechtliche Hürden: Darf man überhaupt wiederverwerten oder nicht? So ist es. Dann gibt es psychologische Hindernisse, z. B. bei den Bäckern: Am Anfang kam ich mit einem neuen Ansatz an und es gab also Widerwillen gegen Veränderungen. Wenn man Bäckern vorschlägt, in eine Maschine zu investieren, um ihr Brot vom Vortag aufzuwerten, weiß man nicht genau, ob man das darf, ob die Kunden das akzeptieren, ob es ihnen gefällt, ob es nicht das Image des Ladens verschlechtert usw. Das war also die größte Bremse, und heute gelingt es mir immer besser, sie zu überwinden, denn mittlerweile gibt es mehr als 250 Bäcker, die das tun. Und der Ansatz ist sehr glaubwürdig und die Bäcker sehen, dass es für sie qualitativ hochwertig ist. Diese Bremse wird also immer mehr gelöst, aber das war eigentlich die größte Bremse am Anfang. Es geht darum, die Mentalität der Menschen zu ändern.

Interviewerin: Und wie läuft das ab für Bäckereien, die bereit sind, mit Ihnen zusammenzuarbeiten, diese Maschine bei sich im Betrieb Hause aufstellen und dann die Krümel für andere Dinge zu verwenden? Sie selbst können die Krümel in ihrem Geschäft weiterverkaufen?

Nicolas: Ja, die Idee dahinter ist, dass es sich wirklich um eine Kreislaufwirtschaft handelt. In allen Projekten und ich bin mir sicher, wenn Sie andere Organisationen interviewen, wird dies Teil der Einschränkungen sein, von denen sie Ihnen erzählen werden. Es geht um den Transport und den gesundheitlichen und wirtschaftlichen Aspekt, denn [um] Lebensmittel von einem Ort zum anderen zu transportieren, muss man einerseits die Gesundheit kontrollieren und sicherstellen, dass man eine gute Rückverfolgbarkeit hat, und andererseits gibt es Transportkosten. Die Stärke meines Projekts liegt also darin, dass ich mich von all diesen Zwängen befreit habe, denn der Bäcker hat die Maschine in seinem Geschäft, er wird seine unverkauften Waren einsammeln, sie zerkleinern und in neuen Rezepten verwenden, das ist alles sehr einfach. Ich habe also keine Transportprobleme.

Interviewerin: Okay, bisher arbeiten also 250 Bäckereien mit Ihnen zusammen?

Nicolas: Wie ich vorhin schon sagte, gibt es etwas mehr als 250 Bäckereien, nicht nur Bäckereien und Supermärkte, die in Vereinen zusammenarbeiten. Es gibt viele verschiedene Akteure.

Interviewerin: Ausschließlich in Frankreich?

Nicolas: Nein, in Frankreich und es gibt auch welche im Ausland. Es gibt viele in Belgien, es gibt ein paar in der Schweiz und in Europa. Es gibt auch ein paar in Kanada und in Afrika. Also, es ist ein bisschen über die Grenzen hinausgegangen.

Interviewerin: Okay. Ich möchte Ihnen eine Frage zum Thema Lebensmittelverschwendung stellen. Was sind Ihrer Meinung nach die Lösungen, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren? Welche sind vielleicht die wichtigsten? Sie haben Aufklärung erwähnt...

Nicolas: Ja, in erster Linie ist es die Pädagogik. Das ist eigentlich das, was ich versuche zu tun. Viel Aufklärung, wir machen Workshops in Schulen usw. Es geht darum, die Säulen, die wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Herausforderungen verständlich zu machen. Leider bin ich ein wenig verzweifelt, weil die Leute an ihre Kaufkraft denken. Das ist alles, was zählt. Wenn man die aktuellen Debatten sieht, macht mich das völlig verzweifelt. Denn die Leute verfolgen generell eine Logik, die auf Eigeninteresse ausgerichtet ist. Also muss man leider über das Portemonnaie sprechen. Man muss über solche Dinge sprechen, mehr als über die ökologisch-soziale Seite. Die Leute werden sich bei diesen Fragen weniger bewegen als bei den persönlichen Interessen im Allgemeinen. Das ist nicht pauschal, aber viele Menschen werden so denken. Es geht also um viel, viel, viel Pädagogik, darum geht es vor allem. Es gibt Bäcker... die Bäcker, mit denen ich zusammenarbeite, es gibt viele, die es aus Sorge um weniger Verschwendung tun, aber es gibt auch viele, die es nur tun, um Geld zu sparen. Das ist für mich in Ordnung, auch wenn sie es nur tun, um Geld zu sparen. Letztendlich führt das dazu, dass weniger verschwendet wird, also ist das in Ordnung. Aber es gibt Menschen, die eher auf die ökologische Seite reagieren und viele, die eher auf die wirtschaftliche Seite reagieren.

Interviewerin: Okay verstehe ich, ja. Es stimmt, dass der wirtschaftliche Aspekt kompliziert ist. Ich weiß nicht, ob Sie im Verein *foodsharing* in Österreich selbst aktiv waren, aber ich habe nach vielen Interviews bis heute noch keinen Verein gefunden, der es schafft, das Teilen von Lebensmitteln völlig kostenlos und für alle zugänglich zu machen. Es ist entweder zum Beispiel kostenlos, aber für Bedürftige, oder es gibt profitorientierte Betriebe wie *TooGoodToGo* zum Beispiel, die trotzdem versuchen, etwas davon abzubekommen.

Nicolas: Für mich ist das nicht unbedingt schädlich. Man kann es nicht, das System macht es nicht möglich, es kostenlos und für alle zu machen. Denn die Händler, wie sollen sie leben? Wenn man alle unverkauften Waren verwerten würde, hätten die Händler keine Arbeit mehr. Es ist also unmöglich, für mich ist es eher gesund und obligatorisch, unverkaufte Waren in den Wirtschaftskreislauf zurückzuführen, aus dem guten Grund, dass sie dadurch auch wirtschaftlich aufgewertet werden. Es gibt nicht nur die Qualitätsseite, man muss sie auch wirtschaftlich aufwerten, denn sonst werden die Leute immer sagen: "Oh nein, das ist ein Produkt vom Vortag, das ist nicht so gut und das ist nichts für mich", wenn es nichts kostet. Wenn man ihnen also einen wirtschaftlichen Wert verleiht, bedeutet das auch, dass man davon ausgeht, dass diese Produkte absolut gut sind, denn wenn man sie kostenlos anbietet, impliziert das, dass sie tatsächlich weniger gut und weniger qualitativ sind. Sie sind also nicht für die breite Öffentlichkeit bestimmt, also muss man ihnen unbedingt einen wirtschaftlichen Wert geben. Es ist zwingend und hilft bei der Aufwertung, ihnen einen wirtschaftlichen Wert zu geben. Sonst wird es automatisch für die Bedürftigen sein. Und das würde sie tatsächlich kategorisieren. Wenn man diesen Lebensmitteln einen wirtschaftlichen Wert zuweist, zeigt das, dass sie genauso gut sind wie andere Lebensmittel. Und das führt dazu, dass man die breite Öffentlichkeit erreichen kann, während man, wenn es kostenlos ist, nur die Nische der Bedürftigen erreicht und nie einen globalen Ansatz gegen Lebensmittelverschwendung schaffen wird. Wenn man

einen globalen Ansatz und eine globale Wirkung haben will, darf es nicht nur für Bedürftige sein. Es müssen alle an der Verwertung dieser Lebensmittel beteiligt sein, also muss ihnen ein wirtschaftlicher Wert verliehen werden. Der rein soziale Aspekt ist nicht die Lösung für die Lebensmittelverschwendung. Sich gegenseitig Lebensmittel zu geben, ist zwingend notwendig. Es ist wichtig für eine soziale Frage, aber es ist keine Antwort auf Lebensmittelverschwendung. Und die Antwort auf Lebensmittelverschwendung liegt nicht nur bei den Bedürftigen, sondern auch bei der breiten Öffentlichkeit und damit bei einem wirtschaftlichen Wert.

Interviewerin: Sie haben gesagt, dass Sie *foodsharing* kennen, aber *foodsharing* schafft es trotzdem, diese Sensibilisierung zu erreichen, da die Verbraucher die unverkauften Lebensmittel direkt bei den Supermärkten abholen. Es gibt also immer noch diese Auseinandersetzung mit unverkauften, verschwendeten Lebensmitteln usw. Wie kommt es Ihrer Meinung nach, dass es in Deutschland so gut funktioniert, dass es diese ganze Community von Foodsavern gibt, die es schafft, sehr viele Lebensmittel zu teilen und zu retten? Glauben Sie, dass dies auch in Frankreich möglich wäre?

Nicolas: Ich muss zugeben, dass ich nicht mehr ganz auf dem Laufenden bin, weil ich *foodsharing* in den Jahren 2015-2016 kennengelernt habe. Ich weiß, dass sie damals Schwierigkeiten hatten, weil es um die Frage der Fairteiler ging, was nicht so gut lief, usw. Ich weiß ehrlich gesagt nicht, wo das heute steht. Ich habe mich seit Jahren nicht mehr über *foodsharing* informiert, aber es ist toll, wenn Sie mir sagen, dass es sich gut weiterentwickelt. Aber trotz allem bin ich ziemlich überzeugt, dass es Geschäfte gibt, die Vorbehalte haben werden, wenn sie... ich weiß nicht. Ich rede vielleicht großen Unsinn, aber es gibt Geschäfte, die Vorbehalte haben, ihre unverkauften Waren der breiten Öffentlichkeit zu geben. Die Leute werden also zwangsläufig nicht die gleichen Produkte in der Nähe kaufen. Für mich ist es also normal, dass es für Menschen in Not eine Gratisabgabe gibt, aber die Gratisabgabe kann nicht für die breite Öffentlichkeit gelten. In einer idealen Welt wäre das natürlich toll, aber im wirklichen Leben? Ich würde übrigens gerne wissen, wie das in Deutschland funktioniert. Ich weiß, dass es, als ich es noch gemacht habe, ein Problem war. Ich weiß auch nicht, wie es in Österreich aussieht, aber es ist eine echte Schwierigkeit, auf der einen Seite völlig kostenlos zu sein und auf der anderen Seite die Verkaufszahlen der Geschäfte nicht zu reduzieren.

Interviewerin: Wie meinen Sie das?

Nicolas: Ich erinnere mich zum Beispiel an eine Bäckerei in Wien, die jeden Tag ganze Säcke mit Brot verschenkt hat. Wenn ich jeden Tag kostenlos Brot über *foodsharing* bekomme, gehe ich nicht in diese Bäckerei, um mein Brot zu kaufen.

Interviewerin: Ich verstehe, was Sie meinen. Also, jetzt *foodsharing* in Deutschland, ich kenne das erst seit diesem Jahr, aber es gibt auf jeden Fall sehr, sehr viele... Ich weiß nicht, in den Jahren 2015, 2016, auf welchem Niveau der Zusammenarbeit Sie mit den Supermärkten erlebt haben. Aber jetzt ist es fast überall so. Es gibt viele, viele Supermärkte, Kantinen, Restaurants, die sich daran beteiligen und sie haben immer noch das Problem. Im Moment gibt es eine große Polemik um die Fairteiler tatsächlich, weil die Lebensmittelsicherheit nicht wirklich gewährleistet ist. Auf jeden Fall ist die Rückverfolgbarkeit der Produkte nicht die ganze Zeit... Es gibt nicht immer Freiwillige, die bereit sind, die Sauberkeit der "Fairteiler" zu gewährleisten. Ich habe

den Eindruck, dass es sich hierbei um das gleiche Problem wie in Frankreich handelt. Soweit ich sehen konnte, gibt es in Frankreich geteilte Kühlschränke, es gibt z. B. *Partage ton frigo*, *Hop Hop Food*, die Fairteiler einrichten. Aber es gibt keine Rückverfolgbarkeit der Produkte. Normalerweise müsste man eine Karteikarte mit Uhrzeit, Tag, Person, die diese und jene Lebensmittel abgegeben hat usw. haben. Ich habe den Eindruck, dass das nicht ausreichend gewährleistet ist, es gibt das gleiche Problem mit der Lebensmittelsicherheit. Und so weigern sich viele Leute, daran teilzunehmen, weil sie Angst um ihre Gesundheit haben usw.

Nicolas: Ja, es gibt auch diese Frage der Regulierung und für mich ist die Regulierung an einem bestimmten Punkt auch ein Hemmnis. Schließlich führt es zu viel Verschwendung, weil wir eine Politik des Nullrisikos verfolgen. Und das ist auf der einen Seite verständlich, aber auf der anderen Seite gibt es viele Absurditäten. Es gibt viel zu viele Bremsen. Ich weiß nicht, wie es in Deutschland ist, aber in Frankreich gibt es sehr viele regulatorische Bremsen, die das Spenden eigentlich verhindern.

Interviewerin: Weil es immerhin dieses Gesetz gab, das Garot-Gesetz im Jahr 2016, das die großen Supermärkte dazu verpflichtet hat, ihre Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen zu spenden...

Nicolas: Ja, aber es gibt z.B. viele Lebensmittel, die nicht gespendet werden können, alles, was Frischprodukte sind, ich glaube nicht, dass Fleisch und Fisch da reinpassen, Sahne, das geht nicht? Es gibt viele Dinge, die dazu führen, dass viele Lebensmittel nicht gespendet werden dürfen.

Interviewerin: Ja, tatsächlich. Es gibt Lebensmittelbanken, die das einsammeln, aber es gibt keinen anderen Akteur, der danach kommt. Es gibt viele Produkte, die einfach so weggeworfen werden. Und gerade in Bezug auf diese Fairteiler. Ich wollte Ihnen diese Frage stellen. Vielleicht sind Sie schon damit konfrontiert worden, oder haben Sie sogar Lebensmittel aus Fairteiler geholt, ich weiß es nicht? Aber diese Fairteiler sind für alle zugänglich, kostenlos, ohne jegliche Bedürftigkeitsprüfung. Wie sehen Sie die Entwicklung, wie sehen Sie die Zukunft der Fairteiler? Was ist Ihre Meinung dazu?

Nicolas: Ich finde das Prinzip super. Ich sehe übrigens in XXX (Ort), da gibt es welche, da gibt es mehrere und die Leute kommen, um sich zu bedienen. Sobald er voll ist, wird er sofort wieder geleert, also ist das sehr gut, es entspricht einem Bedürfnis. Ich hoffe, im Idealfall sollte sich dies verallgemeinern lassen. Allerdings müssen die gesundheitlichen Auflagen eingehalten werden, damit die Menschen nicht krank werden. Ich bin also gespannt, wie sich das entwickeln wird. Aber im Prinzip ist es eine sehr gute Sache.

Interviewerin: Abgesehen davon, dass es trotzdem hauptsächlich für Privathaushalte bestimmt ist. Die Produzenten werden überhaupt nicht in den Prozess einbezogen, da es sich letztendlich um Fairteiler handelt, die den Haushalten offen stehen. Jede Person oder jeder Verbraucher, der sagt "gut, ich habe zu viele Lebensmittel zu Hause" oder dann hier "ich habe einen Gemüsegarten ...".

Nicolas: Ich weiß nicht, wie es in Deutschland ist, aber ich habe den Eindruck, dass es vor allem Geschäftsleute sind, die die Kühlschränke eher füllen als Privatpersonen. Soweit ich weiß, sind es Restaurants und Bäckereien, die ihre Überschüsse in die

Kühlschränke stellen, und dann gibt es sicher auch Privatpersonen. Ich bin aber kein Experte in dieser Frage.

Interviewerin: Okay. Und im Zusammenhang mit dem Monetarisierungsaspekt der unverkauften Waren haben wir von *TooGoodToGo* gesprochen, es gibt auch *OptiMiam* als Beispiel.

Nicolas: Ach die gibt es noch *OptiMiam*?

Interviewerin: Ja, die gibt es noch, aber ich habe versucht, sie zu kontaktieren und es gibt keine Antwort dahinter. Ich habe das Gefühl, dass es gerade zusammenbricht ...

Nicolas: Das ist ja gerade lustig, ich hatte 2015 in Österreich die Person getroffen, die das gestartet hat. Und ich hatte nicht das Gefühl, dass es durchgestartet ist, aber wenn es sie noch gibt...

Interviewerin: Es gibt immer noch eine Internetseite, immer noch ein paar Posts, es gibt einen letzten Internetpost vor zwei Jahren, also ich weiß nicht genau, wo sie jetzt stehen. Sie haben gesagt, dass es für Sie wichtig ist, dass unverkaufte Lebensmittel einen Preis haben, dass sie einen finanziellen Wert haben. Sie sind also der Meinung, dass die Verteilung weiterhin kostenpflichtig sein sollte, wenn man bedenkt, dass selbst dann, wenn es ein großer Kritikpunkt ist, in jedem Fall alles im Müll landet, wenn es nicht weiterverkauft wird.

Nicolas: Aber natürlich, wie ich vorhin schon sagte, auf zwei Achsen: Man braucht einen wirtschaftlichen Wert, denn ganz einfach gesagt, wenn es keinen wirtschaftlichen Wert gibt, werden die Leute das Produkt als weniger gut betrachten. Man braucht einen wirtschaftlichen Wert, um zu beweisen, dass es gut ist. Und zweitens braucht man einen wirtschaftlichen Wert, weil die Leute sonst nicht mehr in die Geschäfte gehen, um einzukaufen, das kann nicht funktionieren. Und noch einmal, das Wichtigste ist, einen wirtschaftlichen Wert zu geben, weil es gut ist. Und es ist nicht umsonst, was gut ist, das ist normal. Wenn nicht, ist es weniger gut. Und wenn es weniger gut ist, dann wollen die Leute es nicht, das ist normal. Wenn die Leute es also nicht wollen, wird die Lebensmittelverschwendung nicht eingedämmt.

Sagen wir, es gibt zu viel Verschwendung, nur für die Menschen, die Hunger haben. So, das ist die Feststellung. Ich glaube, ich hatte eine Statistik gesehen, dass es viermal mehr Verschwendung gibt, als nötig wäre, um alle hungernden Menschen auf der Welt zu ernähren. Was auch immer also passiert, es muss ein Großteil der unverkauften Lebensmittel für die breite Öffentlichkeit bestimmt sein. Andernfalls, noch einmal, wird die rein assoziative Seite die Lebensmittelverschwendung ohne die breite Öffentlichkeit in der Tat nicht lösen. Nur dass die breite Öffentlichkeit, die meisten Menschen, nicht zu Dingen greifen werden, die weniger gut schmecken oder ein Risiko darstellen. Wenn man ihnen also einen wirtschaftlichen Wert verleiht, ist das ein Beweis dafür, dass die Lebensmittel gut und qualitativ sind, und das ist obligatorisch. Außerdem gibt es so viel Verschwendung, dass ein Supermarkt, wenn er seine gesamte tägliche Verschwendung spenden muss, so viele Mengen nicht mehr verkaufen wird. Das heißt, die Wirtschaftsakteure können sich nicht daran beteiligen, dass... also das kann im aktuellen System nicht funktionieren.

Interviewerin: Ja, sie haben zum Beispiel eine Steuerbefreiung, wenn sie ihre unverkauften Waren an Wohltätigkeitsorganisationen spenden. Aber das ist immer

noch weit unter dem, was sie verdienen könnten, wenn sie das Lebensmittel zu einem reduzierten Preis verkaufen würden.

Nicolas: Ja, und deshalb ist der Ansatz des „Crumblers“ für mich wirklich, dass man ökologisch und ökonomisch aufwertet. Der Bäcker wird es tun und die 250 Bäcker, mit denen ich insgesamt zusammenarbeite, haben keine Brotverschwendung mehr, aber gleichzeitig haben sie keine finanziellen Verluste, d. h. sie bekommen ihre Rohstoffe jeden Tag wieder zurück. Für mich ist es also etwas völlig Gesundes, unverkauften Waren wieder einen wirtschaftlichen Wert zu geben, das muss man sogar, es ist ein Muss. Sonst kann es nicht funktionieren. Abgesehen von der sozialen Seite, d. h. es muss einen Teil geben, der für die Menschen, die ihn brauchen, kostenlos ist. Aber das System kann nicht funktionieren, wenn es für alle kostenlos ist.

Interviewerin: Ok, also für die restliche Verschwendung, die nicht von den Tafeln abgeholt wird, die nicht weiterverkauft wird usw., wäre Ihrer Meinung nach die Lösung nicht, sie kostenlos zu machen, sondern also z.B. sie wieder umzuwandeln, um sie zugänglicher zu machen...?

Nicolas: Die wirkliche grundlegende Lösung, die einzige wirkliche Lösung eigentlich, besteht darin, weniger zu produzieren. Es geht darum, sich die Frage zu stellen, warum wir so viel Verschwendung haben? Alles andere, selbst ich, was ich tue, ist nur ein Pflaster. Die eigentliche Frage ist, warum es am Ende des Tages so viele Geschäfte gibt, die volle Regale haben und deshalb wegwerfen müssen. Warum gibt es eine Größenpolitik und ein Drittel des produzierten Obstes und Gemüses wird verschwendet, weil es nicht die richtige Größe hat? Das ist die eigentliche Frage. Und warum haben wir so viel unverkaufte Waren am Hals? Warum werfen die Haushalte weg...? Nun, das ist ein weites Thema. Aber es ist die Werbepolitik in den Supermärkten, die dazu führt, dass zu viel gekauft und zu viel weggeworfen wird, die Tatsache, dass die Supermärkte 100 Marken für ein und dasselbe Produkt haben und dass sie bei allen Produkten eine Auswahl und einen Vorrat haben müssen. Und je mehr sie auf Lager haben, desto mehr müssen sie irgendwann wegwerfen, weil die Verkaufsdaten verfallen. Warum die Verbrauchsdaten kurz sind, sie sind viel kürzer, als sie sein könnten. Es gibt viele, viele Themen. Aber das eigentliche Thema ist, warum wir so viel produzieren, wir wissen, dass wir zu viel produzieren. Die wahre Antwort ist, dass wir nicht so viele unverkaufte Waren am Hals haben sollten, mit denen wir umgehen müssen. Und der Versuch, sie zu verwalten, sei es, sie zu spenden oder zu verkaufen, ist in jedem Fall keine Lösung. Weder das eine noch das andere ist eine Lösung. Die wirkliche Lösung ist, weniger unverkaufte Lebensmittel an der Produktionsquelle zu haben. Und selbst *foodsharing* ist eigentlich super. Ich bin der Erste, der mitgemacht hat und es toll findet, aber es ist nur ein Pflaster für die grundlegenden Probleme und *foodsharing* löst das grundlegende Problem überhaupt nicht. Das Grundproblem ist, warum *foodsharing* so viele Lebensmittel zu verschenken hat, dass man nicht weiß, was man damit machen soll, das ist eine Unverschämtheit.

Interviewerin: Aber Ihrer Meinung nach macht *foodsharing* trotzdem einen Fehler, wenn es alle seine Ressourcen zugänglich macht, indem sie es kostenlos machen?

Nicolas: Sagen wir mal so: Es legitimiert die Tatsache, dass wir so viele unverkaufte Lebensmittel auf der Hand haben. Die eigentliche Frage wäre also, ob wir uns weigern sollten, so viele unverkaufte Waren zu haben. Im Supermarkt, aber „Wie haben Sie

Ihren Tag gestaltet, um am Ende mit all dem Zeug dazustehen und es in den Müll zu werfen"? Irgendwann hat jemand seinen Job schlecht gemacht. Aber es geht auch darum, auf die Verbraucher einzuwirken, weniger Erwartungen zu haben, denn der Supermarkt wird sagen: "Ja, aber wenn ich meine zehn Marken nicht habe, werden die Verbraucher nicht mehr in meinen Laden kommen wollen. Wenn ich mein Regal nicht bis zum letzten Kunden gefüllt habe, werden die Verbraucher nicht mehr kommen wollen. Das ist also auch eine Art Pädagogik für den Verbraucher. Aber eigentlich glaube ich, dass das eigentliche Thema, über das man nachdenken muss, nicht ist, wie man mit unverkauften Waren umgeht. Das ist nicht die Frage. Die Frage ist, warum wir so viel unverkaufte Ware haben und wie wir es schaffen, weniger unverkaufte Ware zu haben.

Interviewerin: Okay, ja, natürlich. Glauben Sie, dass die Initiative *Expliceat* auf gesellschaftlicher Ebene etwas bewirkt hat, dass wir ein anderer Umgang mit Lebensmitteln haben, dass wir uns dieser Lebensmittelverschwendung bewusst werden?

Nicolas: Das hoffe ich. Auf jeden Fall wird es sowohl von Fachleuten als auch von der breiten Öffentlichkeit sehr gut angenommen, aber um wirklich etwas zu bewegen, wende ich das, was ich über *foodsharing* oder andere gesagt habe, auf mich selbst an. Das heißt, dass auch meine Lösung nur ein Pflaster für das Problem ist. Die wahre Antwort ist, warum der Bäcker so viel unverkaufte Ware auf dem Tisch hat. Ich glaube, dass die Aufklärung dieser Fragen am ehesten etwas bewirken kann. Ich freue mich über die Aufwertung von unverkauftem Brot, denn insgesamt gesehen lässt sich die Lebensmittelverschwendung dadurch wirklich reduzieren. Es gibt viele Probleme und es ist schwer, sie zu lösen. Der Bäcker kann nicht wissen, wie viele Baguettes er jeden Tag herstellen muss. Er verkauft nicht die gleiche Anzahl, das hängt von vielen Faktoren ab. Aber die eigentliche Frage ist, warum er zu viele unverkaufte Produkte hat und was er falsch gemacht hat, um so viele unverkaufte Produkte am Hals zu haben?

Interviewerin: Könnten Sie sich vorstellen, die gleiche Art von Innovation wie den „Crumbler“ z. B. auch mit anderen Lebensmitteln zu betreiben?

Nicolas: Im Moment nicht, ich habe schon zu viel mit dem „Crumbler“ zu tun, das reicht.

Interviewerin: Verstehe ich. Würden Sie sagen, dass *Expliceat* zu einer sozialen Bewegung gehört?

Nicolas: Also ich habe keine soziale Aktion in meinem Unternehmen, d. h. das Brot geht an die Bäcker, es kommt in den Wirtschaftskreislauf zurück, es wird nicht an Bedürftige verschenkt, daher gibt es diesen sozialen Aspekt nicht. Danach ist es Teil einer globalen, sozialen, gesellschaftlichen Bewegung, wenn man so will, die darauf abzielt, Abfälle zu reduzieren und weniger zu verschwenden. Es ist also Teil einer aktuellen sozialen Bewegung und funktioniert deshalb gut. *Expliceat* ist jedoch nicht an sich eine solidarische Aktion. Auf jeden Fall ist es eine Aktion, die darauf abzielt, die Verschwendung von Brot zu reduzieren. Ich arbeite trotzdem mit Vereinen zusammen. Ich arbeite mit Lebensmittelbanken zusammen, so dass diese über ihre Akteure zu sozialen Zwecken beitragen, aber mein Ziel ist es, die Brotverschwendung generell zu reduzieren und Wege zu finden, sie zu reduzieren, ohne die grundlegende

Frage zu beantworten, warum es so viel Brotverschwendung gibt. Ich denke, die einzige wirkliche Grundfrage ist, warum wir darauf warten, dass wir mit unverkauften Produkten umgehen müssen, und das ist es, was nicht normal ist. Man wird sich diese Fragen nach Spenden, Verkauf und Aufwertung nicht an dem Tag stellen, an dem man mit viel vernünftigeren Mengen zu tun hat. Die wirkliche Frage ist in einer Konsumgesellschaft. Wir konsumieren zu viel und die Lebensmittelverschwendung ist nur ein wenig die Spitze des Eisbergs unserer Konsumgesellschaft. Es spiegelt unsere Konsumgesellschaft wider, aber letztendlich Lösungen zu finden, um mit all diesen unverkauften Waren umzugehen, legitimiert nur die Konsumgesellschaft. Es ist ein bisschen wie mit dem Recycling. Heutzutage hört man überall, wie toll Recycling ist, dass man Pappe recycelt und so weiter. Aber wenn man mir in einem Restaurant oder in irgendeinem anderen Geschäft ein Holzbesteck und einen Pappbecher gibt, unter dem Vorwand, dass es recycelbar sei, weiß man nicht einmal, ob es recycelt wird. Aber das ist ein Irrweg. Recycling legitimiert nur die Konsumgesellschaft, so dass viele Becher und Wegwerfprodukte verbraucht werden, aber eigentlich sollte es keine Fragen zum Recycling geben, es sollte nur viel weniger konsumiert werden und man sollte auf wiederverwendbare Produkte setzen. Wir sollten nicht denken: „Toll, wir können Pappe wiederverwenden“. Nein, das ist nicht gut! Die Tatsache, dass man Pappe recycelt, legitimiert nur, dass man sich sagt: „Okay, das ist nicht schlimm, wir können so und so viel Papier und so und so viel Pappe verbrauchen. Es wird ja sowieso recycelt“. Nein. Die wahre Realität ist, dass wir nicht so viel davon verbrauchen sollten.

Interviewerin: Glauben Sie nicht, dass diese "Pflasterinitiativen" das Blatt wenden und versuchen können, das Bewusstsein für all das zu schärfen?

Nicolas: Nein, das System wird dadurch bestätigt, wir erzeugen so viel Abfall, das ist kein Problem, wir werden ihn wiederverwenden. Daher ist es für mich wiederum sehr gut. Man muss versuchen, die unverkauften Produkte nicht in den Müll zu werfen, aber die wahre Lösung ist, weniger unverkaufte Produkte auf dem Teller zu haben. Alles andere stützt das System eigentlich, es stützt das System, indem es sagt, es gibt keine Sorgen. Wir werden weiterhin so viel produzieren, weil es Initiativen gibt, die die unverkauften Waren dahinter verwalten werden. Irgendwie ist das im Grunde genommen kontraproduktiv.

Interviewerin: Okay, verstehe ich. Gibt es eine Lösung für all das?

Nicolas: Man muss das System ändern, man muss aufhören, in einer Konsumgesellschaft zu sein. Man muss zu viel rationaleren Dingen zurückkehren.

Interviewerin: Ok, Sie sind also eher pessimistisch in Bezug auf all diese Initiativen, die entstehen.

Nicolas: Ja und nein. Denn ich bin, noch einmal, der Vertreter einer dieser Initiativen. Aber ich glaube nicht, dass das etwas an unserem System ändern wird, im, es legitimiert es sogar.

Interviewerin: Eine letzte allgemeine Frage: Wie sehen Sie die Zukunft der Lebensmittelverschwendung?

Nicolas: Ich sehe keine sehr erfreulichen Dinge, nicht nur in Bezug auf die Lebensmittelverschwendung. Aber ja, da bin ich eher pessimistisch. Ich habe den Eindruck, dass die Menschheit generell gegen die Wand fährt. Ich sehe das also nicht sehr positiv. Ich denke, dass wir nicht bereit sind, abgesehen von schönen Reden, gehen wir im Allgemeinen genau in die entgegengesetzte Richtung, als wir sollten. Solange wir Wachstum anstreben, wird es Verschwendung geben, sei es bei Lebensmitteln oder anderen Dingen. Wir befinden uns in einer Gesellschaft, die es nötig hat, Verschwendung zu erzeugen, die es nötig hat, zu konsumieren. Die das Bedürfnis hat, zu produzieren. Also werden wir produzieren und solange wir produzieren, werden wir verschwenden ...

Interviewerin: Und wenn diese Initiativen mehr politische Anerkennung hätten, hätten sie dann eine größere Wirkung?

Nicolas: Sie haben es bereits, aber es ist kein Problem, politische Anerkennung zu haben. Das Einzige, was man bräuchte, wäre ein System, das weniger danach strebt, zu produzieren. Aber im Moment machen wir das Gegenteil. Wir befinden uns in einem System, das mehr zu produzieren versucht. Solange die Politik also nicht sagt, Stopp dem Wachstum, wird es Verschwendung geben, egal wie viele schöne Initiativen es rundherum gibt, egal welche Verbände, Unternehmen oder Strukturen sich dafür einsetzen, die Verschwendung einzuschränken. Solange wir uns in einem System befinden, das nach Wachstum strebt, wird sich nichts bewegen.

Interviewerin: Einverstanden. Gibt es noch andere Dinge, die Ihnen zu diesem Interview einfallen und die Sie noch mitteilen möchten?

Nicolas: Nein, aber man muss etwas dagegen tun. Ich versuche ja, grundsätzliche Fragen aufzuwerfen und nicht zu sagen, dass alles rosig ist, das ist toll, wir werden überall *foodsharing* machen und es wird keine Probleme mehr geben. In Wirklichkeit bleibt das Problem komplett bestehen. Denn selbst wenn wir uns vorstellen, dass es in einer idealen Welt, die es nicht geben wird, gelingt, alle verfügbaren Lebensmittel umzuverteilen und zu nutzen, werden diese Lebensmittel trotzdem produziert worden sein, sie werden trotzdem die Umwelt verschmutzt haben. Sie werden trotzdem transportiert worden sein. Es sind Lebensmittel, die einfach nicht hätten produziert werden dürfen. Und *de facto* werden wir sie nie alle verwenden können. Es ist einfach, die Statistik ist zu überprüfen, aber es wird viermal so viel verschwendet, wie für die Ernährung von Menschen in Not benötigt würde. Das bedeutet: Wir produzieren immer noch viermal zu viel, zu viel. Wir haben viermal zu viel Überschuss. Man muss verstehen, dass die Lebensmittelbanken, das ist großartig, aber man darf es nicht als eine gemeinsame Anti-Verschwendungs-Initiative darstellen. Es ist eine soziale Initiative, aber es ist überhaupt nicht die Lösung für die Lebensmittelverschwendung. Ganz und gar nicht. Es ist eine Lösung für den Hunger der Menschen, in Frankreich oder in der Welt, es ist eine echte Lösung für den Kampf gegen Unterernährung und Hunger, das ja. Aber die Lebensmittelbanken sind keine Anti-Verschwendungsinitiative. Das muss aufhören, denn wenn man sagt, dass es sich um eine Anti-Verschwendungs-Initiative handelt, wird man glauben, dass die Lösung für Verschwendung darin besteht, zu spenden. Aber nein, das ist nicht die Lösung für Verschwendung. Einerseits besteht sie darin, weniger zu produzieren. Denn auch wenn man allen etwas gibt, wird es immer noch Verschwendung geben. Die Lösung ist, weniger zu produzieren. Und dann wieder zu verarbeiten und vor allem die breite

Öffentlichkeit einzubeziehen, denn wir brauchen sie, um zu absorbieren. Es gibt so viele Überschüsse, dass wir die Allgemeinheit brauchen, um alles zu konsumieren.

Interviewerin: Alles klar, vielen Dank für das Interview.

Original (français)

Intervieweuse : D'où vous est venue l'idée de créer *Expliceat* ?

Nicolas : Alors c'est parti du constat qu'il y avait **énormément** de gaspillage alimentaire et le gaspillage alimentaire, ça a des conséquences écologiques, économiques et sociales. Et donc pour moi, tous les gaspillages sont problématiques et scandaleux, mais le gaspillage alimentaire encore plus dans la mesure où il y a le côté social qui fait que d'un côté il y a des gens qui n'ont pas à manger, de l'autre côté, on gaspille de la nourriture, pour moi, c'était vraiment ça. J'avais envie de travailler là-dessus pour cette raison-là.

Intervieweuse : D'accord. Est-ce que vous étiez déjà actif dans d'autres associations ou organisations de partage alimentaire ?

Nicolas : Alors plus ou moins, Mais je n'étais pas du tout dans ce domaine. Je suis urbaniste de formation, donc rien à voir. Donc j'ai décidé de me consacrer à ce sujet-là en 2015, quand j'étais en Autriche justement.

Intervieweuse : D'accord, donc c'est passé d'abord par *foodsharing* pour vous et ensuite vous êtes dit, bon j'ai envie de fonder ça en France, d'accord. Racontez-moi un petit peu quelles expériences vous avez fait jusqu'à présent chez *Expliceat*. Cela peut être des expériences positives, négatives ? Qu'est-ce que vous aimeriez partager ?

Nicolas : C'est vaste ! Parce que ça fait six ans que je suis dessus, donc il y a eu pas mal d'expérience. Je ne sais pas, est-ce que vous pouvez préciser un peu la question ?

Intervieweuse : Peut-être en créant en créant l'entreprise. Qu'est-ce que vous vouliez atteindre ? Quels étaient vos objectifs ? Où vous en êtes aujourd'hui ?

Nicolas : L'objectif, au début, c'était d'essayer de contribuer à la lutte contre le gaspillage alimentaire. C'était assez vague et assez vaste comme objectif donc je me suis auto-formé, on va dire sur le sujet et en fait rapidement, ça s'est concentré sur la question du pain. Alors non pas que je voulais particulièrement... je n'avais pas spécialement visé de travailler sur le pain à la base, mais il se trouve que justement via *foodsharing*, j'ai collecté beaucoup, beaucoup de pain. Au début, on en distribuait à tous les voisins, à tout le monde etc. parce que même les gens qui en avaient besoin, les gens dans le besoin, ont beaucoup de pain déjà à disposition, donc il y en a trop pour distribuer à tout le monde. Et c'est là que j'ai commencé avec une autre personne à faire des expériences culinaires avec le pain et à le mettre dans un mixer, dans un blender et à faire des cookies avec cette poudre et en fait je ne suis pas spécialement parti sur le sujet du pain à la base, mais cette idée elle a tellement plu que je me suis un peu concentré sur ce concept qui est simple avec deux grands axes : axe numéro un, c'est de faire de la sensibilisation au grand public et l'axe numéro deux c'est de réfléchir à une solution pour les professionnels, donc les boulangers pour voir comment ils pourraient mettre ça en œuvre dans leur boulangerie.

Intervieweuse : Entendu. Est-ce vous avez été confronté à des problèmes qui ont limité votre travail dans son organisation au quotidien pour le lancement par exemple du « Crumbler » ... ? Est-ce que vous avez des obstacles dans tout ça ?

Nicolas : Il y en a toujours, des obstacles, il y a plein d'obstacles, des obstacles déjà techniques, réglementaires, sur la machine. Réglementaire aussi, sur Est ce qu'on a le droit de faire cette démarche de recyclage ou pas ? Voilà. Après, il y a des freins psychologiques, par exemple les boulangers, au début je suis arrivé avec une nouvelle démarche et donc, c'est la réticence au changement. Proposer aux boulangers d'investir dans une machine pour valoriser son pain de la veille, il ne sait pas trop s'il a le droit, il ne sait pas si les clients vont accepter, vont apprécier, est-ce que ça ne va pas dégrader l'image de sa boutique etc. ? Donc ça, ça a été le plus gros frein, on va dire et aujourd'hui de plus en plus j'arrive à lever parce que maintenant il y a plus de deux cent cinquante boulanger qui le font. Et la démarche, elle est vachement crédible et les boulangers voient que c'est qualitatif pour eux. Donc ce frein-là de plus en plus il se lève, mais ça a été le plus gros frein de départ, en fait. C'est comment arriver à faire changer les mentalités.

Intervieweuse : Et comment ça se passe alors, les boulangeries par exemple, qui acceptent de coopérer avec vous, installent donc cette machine chez eux et puis ensuite utilisent ces miettes pour faire d'autres choses, pour revendre ça dans leur boutique, eux-mêmes ?

Nicolas : Oui voilà, en fait l'idée, c'est vraiment d'être sur de l'économie **circulaire**. Et donc qu'il n'y ait pas de transport de déplacement de la matière première parce que dans tous les projets et je suis sûr que si vous interviewez d'autres assos, ça fera partie des contraintes dont ils vous parleront. C'est le transport et le côté sanitaire et économique en fait, parce que [pour] transporter des denrées d'un endroit à l'autre, d'une part, il faut maîtriser au niveau sanitaire, s'assurer d'avoir une bonne traçabilité et d'autre part, il y a des coûts de transport. Donc voilà, la force de mon projet, c'est que je me suis affranchi de toutes ces contraintes parce que le boulanger il a la machine dans sa boutique, il va récupérer ses invendus, il va les broyer, il va les réutiliser dans des nouvelles recettes donc c'est **ultra** simple, là-dessus. Voilà donc je n'ai pas ces contraintes-là de transport.

Intervieweuse : D'accord. À ce jour donc, ce sont deux cent cinquante boulangeries qui coopèrent avec vous ?

Nicolas : Comme je le disais tout à l'heure, il y a un peu plus de deux cent cinquante boulangeries, pas que des boulangeries et des supermarchés à des associations. Il y a plein d'acteurs différents.

Intervieweuse : Exclusivement en France ?

Nicolas : Non, en France et il y en a à l'étranger aussi. Il y en a pas mal en Belgique, Il y en a un peu en Suisse et il y en a un peu en Europe. Et puis il y en a quelques-unes au Canada, en Afrique aussi. Voilà, ça a un peu sorti des frontières.

Intervieweuse : D'accord. J'aimerais vous poser une question sur le gaspillage alimentaire. Quels sont selon vous les solutions pour réduire le gaspillage alimentaire ? Quelles sont peut-être les plus importantes ? Vous avez parlé de sensibilisation...

Nicolas : Oui, avant tout, c'est la pédagogie. En fait, c'est ce que j'essaie de faire. Beaucoup de sensibilisation, on fait des ateliers dans les écoles, etc. C'est de bien faire comprendre les piliers, les enjeux économiques, écologiques et sociaux. Après, malheureusement, moi là où je suis un peu désespéré, c'est que voilà les gens, ils pensent à leur pouvoir d'achat. C'est tout ce qui compte. Quand on voit les débats actuels, moi ça me désespère complètement. Parce que les gens sont dans une logique un peu d'intérêt personnel en fait d'une manière générale. Donc malheureusement, il faut parler du porte-monnaie. Il faut parler de choses comme ça, plus que le côté environnemental-social. Les gens vont moins bouger sur ces questions-là que sur l'intérêt personnel d'une manière générale. Ce n'est pas une globalité mais beaucoup de gens on va dire vont raisonner comme ça. Donc voilà, c'est **beaucoup, beaucoup, beaucoup** de pédagogie, c'est avant tout ça. Il y a des boulangers, les boulangers avec qui je travaille, il y en a beaucoup qui le font par souci de moins gaspiller mais il y en a beaucoup qui le font purement pour économiser de l'argent. Alors moi ça me va très bien, même s'ils le font pour économiser de l'argent. Au final ça fait qu'il y a moins de gaspillage, donc c'est très bien. Mais voilà, il y a des gens qui vont réagir plus au côté écologique et puis beaucoup de gens qui vont réagir plus au côté économique.

Intervieweuse : D'accord, ok, je vois oui. C'est vrai que cet aspect économique, c'est compliqué. Je ne sais pas si vous avez été actif dans l'association *foodsharing* en Autriche mais je n'ai pas trouvé encore à ce jour, après beaucoup d'interviews, d'associations qui arrive à rendre le partage alimentaire de manière complètement **gratuite** et accessible à tous. C'est soit par exemple gratuit mais pour des personnes dans le besoin. Ou alors on a des associations à but lucratif comme *TooGoodToGo* par exemple qui cherchent quand même prendre quelque chose là-dessus.

Nicolas : Pour moi, ce n'est pas forcément malsain. On ne peut pas, le système fait que ce n'est pas **possible** de faire gratuit et pour tout le monde. Parce que les commerçants, comment ils vont vivre ? Enfin si on valorisait **tous** les invendus, les commerçants n'auraient plus de travail. Donc c'est impossible, pour moi c'est plutôt **sain et obligatoire** de remettre les invendus dans un circuit économique, pour la bonne raison qu'également ça valait les **valoriser** économiquement. Il n'y a pas que le côté qualitatif, il faut les valoriser économiquement, parce que sinon, si c'est gratuit, les gens diront toujours "Ah non, c'est un produit de la veille, c'est moins bon, et ce n'est pas pour moi". Donc leur donner une valeur économique, ça fait aussi qu'on assume que ces produits sont parfaitement bons parce que si on les fait gratuits, ça sous-entend qu'ils sont moins bons en fait et moins qualitatifs. Et donc ce n'est pas pour le grand public, donc il faut impérativement leur donner une valeur économique. C'est **obligatoire** et ça aide à la revalorisation de leur donner une valeur économique. Sinon, ce sera automatiquement pour les gens dans le besoin. Et ça les catégorisera, en fait. Donner une valeur économique à ces denrées-là, ça, ça atteste le fait qu'elles sont **aussi bonnes** que les autres denrées. Et ça fait que on pourra toucher le grand public alors que si c'est gratuit, on touchera que la niche entre guillemets des gens dans le besoin et on n'arrivera jamais à avoir une démarche globale sur le gaspillage alimentaire. Si on veut une démarche globale et un impact global, il ne faut pas seulement que ce soit pour les gens dans le besoin. Il faut que **tout le monde** participe à la valorisation de

ces denrées, donc il faut leur donner une valeur économique. Le côté uniquement social n'est pas la solution au gaspillage alimentaire. Se donner des denrées, c'est impératif. C'est important pour une question sociale, mais ce n'est **pas** une réponse au gaspillage alimentaire. Et la réponse au gaspillage alimentaire elle ne passe pas que par les gens dans le besoin, elle passe par le grand public et donc elle passe par une valeur économique.

Intervieweuse : Vous disiez que vous connaissiez *foodsharing* mais donc *foodsharing* arrive quand même à faire cette sensibilisation, puisque les consommateurs vont chercher directement sur les supermarchés les denrées alimentaires invendues. Donc il y a quand même cet aspect confrontation avec les invendus, les aliments gaspillés etc. Comment ça se fait selon vous que ça fonctionne si bien en Allemagne, qu'il y ait toute cette **communauté** de Foodsaver qui arrive à partager, récupérer **énormément** de denrées alimentaires. Est-ce que vous pensez que ce serait applicable en France ?

Nicolas : J'avoue que je ne suis plus totalement au courant des actualités parce que moi, *foodsharing*, c'était en 2015-2016. Je sais qu'à l'époque, ils étaient en difficulté justement parce qu'il y avait la question des frigos partagés, ça ne marchait pas trop, etc. Donc là honnêtement, je ne sais pas où ça en est aujourd'hui. Ça fait des années que je n'ai pas suivi l'actualité de *foodsharing* mais c'est super, si vous me dites que ça se développe bien. Mais malgré tout, je suis assez convaincu qu'il y a des commerces qui vont avoir des réticences à... je ne sais pas. Je dis peut-être des grosses bêtises, mais des commerces qui vont avoir des réticences à **donner** leurs invendus au grand public. Donc les gens, forcément, ils ne vont pas acheter ces mêmes produits à côté. Donc pour moi, encore une fois, c'est normal qu'il y ait une gratuité pour les personnes dans le besoin, mais la gratuité, elle ne peut pas être pour le grand public. Enfin, c'est dans un monde idéal, si ce serait super, mais dans la **vraie** vie... D'ailleurs je serais curieux de savoir aujourd'hui comment ça marche en Allemagne. Moi je sais que quand je le faisais, ça posait problème. Déjà cette question, je ne sais pas non plus où ça en est en Autriche mais c'est une vraie difficulté d'être sur une gratuité complète d'un côté et de l'autre côté que ça ne réduise pas les volumes de vente des commerces.

Intervieweuse : Comment ça ?

Nicolas : Moi je me rappelle par exemple d'une boulangerie à Vienne qui donnait des **sacs** de pain entier tous les jours. Clairement moi, si je récupère du pain gratuitement tous les jours via *foodsharing*, je ne vais pas aller acheter mon pain dans cette boulangerie.

Intervieweuse : Je vois ce que vous voulez dire. Alors, en fait maintenant *foodsharing* en Allemagne, moi je connais ça que depuis cette année, mais en tout cas il y a beaucoup, beaucoup de... je ne sais pas, en deux mille quinze, deux mille seize, à quel niveau de coopération vous étiez avec les supermarchés. Mais maintenant, c'est quasiment généralisé. Il y a beaucoup, beaucoup de supermarchés, cantines, restaurants qui participent à ça et ils ont toujours le problème. Il y a en ce moment une grande polémique autour des frigos partagés, effectivement, parce que la sécurité alimentaire n'est pas vraiment assurée. En tout cas, la traçabilité des produits n'est pas tout le temps... Il n'y a pas tout le temps des bénévoles qui se montrent prêts à assurer la propreté des "Fairteiler" comme ils appellent ça, des frigos partagés etc et j'ai l'impression que c'est un peu le même problème qu'en France puisque de ce que moi

j'ai pu voir en France, il y a des frigos partagés, il y a par exemple *Partage ton frigo*, *Hop Hop Food* qui mettent en place des garde-mangers. Mais il n'y a **pas** cette traçabilité des produits. Normalement voilà, on doit avoir une fiche avec telle heure, tel jour, telle personne a déposé telle et telle nourriture etc. J'ai l'impression que ça, ça n'est **pas** assez assuré, il y a le même problème de **sécurité** des aliments. Et donc beaucoup de personnes refusent de participer à ça parce qu'elles ont peur pour leur santé etc.

Nicolas : Oui, il y a cette question également de la réglementation et pour moi la réglementation à un moment donné, c'est aussi un frein. Enfin, ça génère beaucoup de gaspillage parce qu'on est dans une politique de risque zéro. Et du coup, ça se comprend d'un côté, mais d'un autre côté, il y a des aberrations. Il y a **beaucoup trop** de freins. Je ne connais pas en Allemagne, mais il y a beaucoup de freins réglementaires en France qui **empêchent** le don en fait.

Intervieweuse : Parce qu'il y a quand même eu cette loi, la loi Garot en 2016, qui a donné l'obligation aux grandes surfaces de faire don de leurs denrées alimentaires aux associations.

Nicolas : Oui mais il y a beaucoup de denrées par exemple qui ne peuvent pas être données, tout ce qui est produit frais, je ne crois pas que la viande et le poisson ça rentre dedans, la crème, ça ne marche pas... Il y a beaucoup de choses quand même qui font qu'il y a beaucoup de denrées qui ne peuvent pas être données.

Intervieweuse : Oui, effectivement. Il y a des banques alimentaires qui récupèrent ça mais il n'y a pas d'autre acteur qui vient après., Il y a beaucoup de choses qui sont jetées comme ça. Et justement, par rapport à ces frigos partagés. Je voulais vous poser la question. Vous avez peut-être déjà été confronté à ça ou peut-être que vous avez même récupéré la nourriture dans des frigos partagés ? Je ne sais pas. Mais donc, ces frigos sont **accessibles** à tous, **gratuits**, sans aucune condition de ressources. Comment voyez-vous l'évolution un peu de ça, comment voyez-vous le futur des frigos partagés ? Quelle est votre opinion par rapport à ça ?

Nicolas : Moi le principe je trouve ça super. D'ailleurs je vois à XXX (lieu), il y en a, il y en a plusieurs et les gens ils viennent se servir, dès que c'est rempli, ça se vide aussitôt donc c'est très bien, c'est que ça répond à un besoin. Donc j'espère moi, dans l'idéal, il faudrait que ça puisse se généraliser. Maintenant, effectivement il faut respecter les contraintes sanitaires et que ça ne rende pas les gens malades. Donc je suis curieux de voir comment ça va évoluer. Mais sur le principe, c'est une très bonne chose.

Intervieweuse : À part que c'est quand même principalement à destination des ménages privés. Les producteurs ne sont pas mis du tout dans le processus puisque finalement, ce sont des frigos ouverts aux ménages. Chaque personne ou consommateur qui dit "bon, j'ai trop d'aliments chez moi" ou alors voilà "j'ai un potager..."

Nicolas : Je ne sais pas en Allemagne, mais j'ai l'impression que c'est surtout des professionnels qui remplissent les frigos plus que des particuliers. Enfin moi de ce que j'ai vu en tout cas, ce sont des restaurants, des boulangeries qui vont mettre leur surplus

après il y a sûrement des particuliers. Après je ne suis pas expert du tout sur cette question.

Intervieweuse : D'accord. Et par rapport à cet aspect monétarisation des invendus, on a parlé de *TooGoodToGo*, il y a aussi *OptiMiam* par exemple.

Nicolas : Ah ils existent encore *OptiMiam* ?

Intervieweuse : Oui, ça existe encore, mais j'ai essayé de les contacter et il n'y a aucune réponse derrière. J'ai l'impression que c'est en train de s'effondrer...

Nicolas : Justement, c'est marrant, j'avais rencontré en 2015 en Autriche la personne qui lançait ça. Et je n'avais pas l'impression que ça avait percé mais s'ils existent encore...

Intervieweuse : Il y a toujours une page internet, toujours quelques postes, il y a un dernier post internet il y a deux ans donc je ne sais pas trop où ils en sont maintenant mais vous disiez que pour vous c'était **important** que les denrées alimentaires invendues aient un **prix**, qu'elles aient une valeur finalement financière. Donc selon vous la distribution **devrait** continuer à être payante, sachant que **même**, enfin c'est une grande critique pour ça, c'est que dans tous les cas tout finit à la poubelle, si ce n'est pas revendu donc pour vous c'est quand même important, pour des produits qui vont dans tous les cas finir à la poubelle, de leur donner une valeur.

Nicolas : Mais bien sûr, comme je l'ai dit tout à l'heure sur deux axes en fait : il faut une valeur économique parce que, tout bêtement, s'il n'y a pas de valeur économique, les gens vont considérer que c'est moins bon. Il faut une valeur économique pour prouver que c'est bon. Et deuxièmement, il faut une valeur économique. Deuxièmement, il faut une valeur économique parce que sinon les gens n'iront plus faire leurs courses dans les magasins donc ça ne peut pas marcher. Et encore une fois, le plus important c'est de donner une valeur économique **parce que** c'est bon. Et ce n'est pas gratuit, ce qui est bon, c'est normal. Sinon c'est que c'est moins bon. Et donc si c'est moins bon, les gens n'en voudront pas, normal. Donc si les gens n'en veulent pas, le gaspillage alimentaire ne sera pas absorbé. Disons qu'il y a trop de gaspillage, uniquement pour les gens qui ont faim. Voilà, ça c'est le constat. Je crois que j'avais vu une statistique, il y a quatre fois plus de gaspillage que ce qu'il faudrait pour nourrir tous les gens qui ont faim dans le monde. Donc quoi qu'il arrive, il faut que la nourriture invendue soit en grande partie à destination du grand public. Sinon, encore une fois, le côté associatif purement ne résoudra pas le gaspillage alimentaire sans le grand public en fait. Sauf que le grand public, la plupart des gens, ils n'iront pas prendre des choses qui seront moins bonnes ou qui présentent un risque. Donc leur donner une valeur économique d'une part, ça atteste que la nourriture est bonne **et qualitative**, c'est obligatoire. Et de plus, pour un côté purement économique, il y a tellement de gaspillage qu'un supermarché, s'ils doivent donner tout leur gaspillage quotidien, c'est autant de volumes qu'ils ne vendront plus en fait. Donc les acteurs économiques ne peuvent pas participer à ce que... enfin ça ne peut **pas** marcher dans le système actuel.

Intervieweuse : Eh oui, ils ont soit par exemple une défiscalisation s'ils donnent leurs invendus à des associations caritatives. Mais ça reste quand même bien en-deçà de ce qu'ils pourraient gagner en vendant l'aliment à un prix réduit.

Nicolas : Et d'où moi, la démarche du « Crumbler », c'est vraiment donner de revaloriser au niveau **écologique** et **économique**. Le boulanger, il va le faire et les 250 boulangers avec qui je travaille globalement n'ont plus de gaspillage de pain mais en même temps, ils n'ont pas de pertes financières, c'est-à-dire qu'ils récupèrent leurs matières premières tous les jours. Donc pour moi c'est quelque chose qui est complètement sain de redonner une valeur économique aux invendus, il le faut en fait, c'est même obligatoire. Sinon ça ne peut pas marcher. Sauf pour le côté social, c'est-à-dire qu'il faut qu'il y ait une partie qui soit gratuite pour les gens qui ont besoin. Mais le système ne peut pas marcher si c'est gratuit pour tout le monde.

Intervieweuse : D'accord, est-ce que donc selon vous pour le gaspillage restant qui n'est pas récupéré par les banques alimentaires qui n'est pas revendu etc., selon vous la solution ne serait pas de les rendre gratuites mais donc par exemple de les retransformer pour faire monter l'accessibilité... ?

Nicolas : La **vraie** solution de fond, la **seule** vraie solution en fait, c'est de moins produire. C'est de se poser la question de pourquoi on a autant de gaspillage ? **Tout** le reste, même moi ce que je fais, ce ne sont que des pansements. La vraie question, c'est pourquoi en fin de journée, il y a tant de commerces qui ont les rayons pleins et que du coup ils doivent jeter ? Donc pourquoi il y a des politiques de calibre et qu'un tiers des fruits et légumes produits, ils sont gaspillés parce qu'ils ne sont pas du bon calibre. C'est ça la vraie question. Et pourquoi on se retrouve avec autant d'invendus sur les bras ? Pourquoi les ménages jettent... Enfin c'est un vaste sujet. Mais ce sont des politiques de promotion dans les supermarchés qui font qu'on achète trop et qu'on jette trop, le fait que les supermarchés ils ont 100 références pour un même produit et qu'ils doivent avoir du choix dans tous les produits et du stock. Et donc, plus ils ont de stock, plus ils doivent jeter à un moment donné, parce que les dates elles passent. Pourquoi les dates de consommation sont courtes, elles sont beaucoup plus courtes que ce qu'elles pourraient être. Il y a des tas et des tas de sujets. Mais le vrai sujet, c'est pourquoi on produit tant, on sait qu'on produit trop. La vraie réponse, c'est qu'on ne devrait pas avoir autant d'invendus sur les bras à gérer. Et essayer de les gérer, que ce soit de les donner ou de les vendre, dans tous les cas, ce n'est pas une solution. Ni l'un, ni l'autre n'est une solution. La vraie solution, c'est d'avoir moins d'invendus à la source. Et même *foodsharing*, en fait, c'est **super**. Moi, je suis le premier à avoir participé, à trouver que c'est génial, mais c'est qu'un pansement aux problèmes de fond et *foodsharing* ça ne règle pas le problème de fond du tout. Le problème de fond, c'est pourquoi *foodsharing* se retrouve avec autant d'aliments à donner, à ne plus savoir quoi en faire, c'est une aberration.

Intervieweuse : Mais selon vous *foodsharing*, fait donc quand même une erreur dans le fait de démocratiser toutes ses ressources en les rendant gratuites ?

Nicolas : Disons que ça légitime le fait qu'on a autant d'invendus sur les bras. Donc la vraie question, ce serait de refuser d'avoir autant d'invendus. Au supermarché, mais "comment vous avez géré votre journée pour vous retrouver avec **tout** ça à mettre à la poubelle ?" Il y a quelqu'un qui a mal fait son boulot à un moment donné. Mais c'est

aussi de jouer sur les consommateurs, d'avoir moins d'attente parce que le supermarché il va dire "Oui mais moi si je n'ai pas mes dix références, les consommateurs ils ne voudront plus venir dans mon magasin. Si je n'ai pas mon rayon plein jusqu'au dernier client, les consommateurs ne voudront plus venir. Donc c'est de la pédagogie pour le consommateur aussi. Mais en fait je crois que le vrai sujet de réflexion ce n'est pas comment on va gérer les invendus ? Ça, ce n'est pas une question. La question, c'est pourquoi on a autant d'invendus et comment on fait pour en avoir moins.

Intervieweuse : D'accord oui, bien sûr. Est-ce que vous pensez que l'initiative *Expliceat* a fait bouger les choses au niveau de la société, qu'on a un autre rapport à la nourriture, une prise de conscience de ce gaspillage alimentaire ?

Nicolas : Je l'espère. En tout cas, il y a un très bon accueil à la fois des professionnels et du grand public, mais faire bouger les lignes en vrai, je m'applique à moi-même ce que disais pour *foodsharing* ou d'autres. C'est que même ma solution, ce n'est qu'un pansement au problème. La vraie réponse, c'est pourquoi le boulanger a autant d'invendus sur les bras. Donc disons que la chose qui va le plus faire bouger les lignes, c'est de faire de la sensibilisation sur ces questions-là. Moi, revaloriser les invendus de pain, alors je suis content parce que globalement, effectivement, ça permet **vraiment** de réduire le gaspillage alimentaire. Il y a plein de problématiques et c'est dur à résoudre. Le boulanger ne peut **pas** savoir combien il doit fabriquer de baguettes chaque jour. Il ne vend pas le même nombre, ça dépend de plein de facteurs. Mais la vraie question c'est pourquoi il a trop d'invendus et qu'est-ce qu'il a mal géré pour avoir autant d'invendus sur les bras ?

Intervieweuse : Est-ce que vous vous imaginez faire le même type d'innovation que le « Crumbler » avec d'autres aliments par exemple ?

Nicolas : Non pas pour l'instant, j'ai trop à faire avec le « Crumbler » déjà, ça suffit.

Intervieweuse : D'accord. Diriez-vous qu'*Expliceat* relève d'un mouvement social ?

Nicolas : Alors moi, je n'ai pas de d'action sociale dans mon entreprise, c'est à dire que le pain pour moi, il va à destination des boulangers, il revient dans un circuit économique, il n'est pas donné à des gens dans le besoin, donc il n'y a pas cet aspect social. Après, ça participe d'un mouvement global, social, de la société si on veut, qui vise à réduire les déchets, à moins gaspiller. Donc disons que ça va dans une mouvance sociale en cours donc c'est pour ça que ça marche bien. Mais *Expliceat* n'est pas en soi une action solidaire. En tout cas, c'est une action qui vise à réduire le gaspillage de pain. Je travaille quand même avec des associations, avec des banques alimentaires, donc ça participe au travers de ses acteurs à des œuvres sociales, mais moi, mon objectif c'est de réduire d'une manière générale le gaspillage de pain et de trouver les moyens pour le réduire. **Sans** même répondre à la question de fond qui est pourquoi il y a tant de gaspillage de pain ? Donc je pense que la seule vraie question de fond, c'est de se demander pourquoi on attend d'invendus à gérer et c'est ça qui n'est pas normal. On ne se posera pas ces questions de dons, de vente, de revalorisation le jour où on est sur des volumes beaucoup plus raisonnable. La vraie question, c'est dans une société de consommation, donc on consomme trop et le gaspillage alimentaire, c'est juste un peu la partie émergée de l'iceberg de notre société de consommation. Ça **reflète** notre

société de consommation, mais finalement trouver des solutions pour gérer tous ces invendus, ça ne fait que légitimer la société de consommation. C'est un peu comme le recyclage. Aujourd'hui, le recyclage, on entend partout que c'est génial, qu'on recycle le carton et tout. Mais moi, quand je vais dans un restaurant, dans n'importe quel truc maintenant on me donne des couverts en bois et un gobelet en carton sous couvert que c'est recyclable, on ne sait même pas si ce sera recyclé. Mais c'est une **aberration** ! Le recyclage, ça ne fait que légitimer la société de consommation, donc ça fait consommer beaucoup de gobelets, beaucoup de produits jetables mais en vrai il ne devrait **pas** y avoir de questions de recyclage, il devrait juste y avoir **beaucoup** moins de consommation et on devrait être sur des produits réutilisables. Enfin on ne devrait pas être en train de se dire c'est génial, on peut recycler le carton. Non c'est **nul** ! Le fait de recycler le carton, ça ne fait que de **légitimer**, de se dire " ok, ce n'est pas grave, on peut consommer tant et tant de papier, tant et tant de cartons. De toute façon, c'est recyclé. Non. La vraie réalité, c'est qu'on ne devrait pas en consommer autant.

Intervieweuse : Est-ce que vous ne pensez pas que ces "initiatives pansement", peuvent justement inverser la donne et essayer de sensibiliser à tout ça ?

Nicolas : Non, ça **conforte** le système, on génère autant de déchets, c'est pas un problème, on va les réutiliser. Du coup, pour moi encore une fois, c'est très bien. Il faut essayer de ne pas mettre les invendus à la poubelle, mais la vraie solution c'est d'avoir moins d'invendus sur les bras. Tout le reste, ça conforte le système en fait, ça conforte le système en disant il n'y a pas de souci. On va continuer à produire autant parce qu'il y a des initiatives qui vont gérer les invendus derrière. Quelque part, c'est contre-productif en vrai.

Intervieweuse : D'accord, je vois. Est-ce qu'il y a une solution à tout ça ?

Nicolas : Il faut changer de système, il faut arrêter d'être dans une société de consommation. Il faut revenir à des choses beaucoup plus rationnelles.

Intervieweuse : D'accord, donc vous êtes plutôt péjoratif par rapport à toutes ces initiatives qui émergent.

Nicolas : Oui et non. Parce que moi, encore une fois, je suis le représentant d'une de ces initiatives. Mais je ne crois pas que ça va changer quoi que ce soit à notre système, au contraire, ça le légitime.

Intervieweuse : Une dernière question générale : comment est-ce que vous voyez cet avenir du gaspillage alimentaire ?

Nicolas : Moi, je ne vois pas de choses très réjouissantes, pas que sur le gaspillage alimentaire. Mais oui, là, je suis plutôt pessimiste. Moi, j'ai l'impression que d'une manière générale, l'humanité va droit dans le mur. Donc je ne vois pas ça d'une manière très positive. Je pense qu'on n'est pas prêts à part les beaux discours, on va exactement d'une manière générale dans la direction opposée de ce qu'il faudrait. Tant qu'on veut faire de la croissance, il y aura du gaspillage, que ce soit alimentaire ou autre. On est dans une société qui a besoin de générer du gaspillage, qui a besoin de consommer.

Qui a besoin de produire. Donc on va produire et tant qu'on va produire, on va gaspiller ...

Intervieweuse : Et si ces initiatives avaient une reconnaissance politique, est-ce qu'elles auraient un impact plus important ?

Nicolas : Elles l'ont déjà, mais il n'y a pas de problème d'avoir une reconnaissance politique. La seule chose qu'il faudrait, c'est d'être dans un système qui cherche moins à produire. Mais là, on fait l'inverse. On est dans un système qui cherche **plus** à produire. Donc tant que les politiques ne diront pas halte à la croissance, il y aura du gaspillage, quelles que soient les belles initiatives autour, quelles que soient les associations, les entreprises ou les structures qui œuvrent pour limiter le gaspillage. Tant qu'on sera dans un système qui cherche la croissance, il n'y a rien qui va bouger.

Intervieweuse : D'accord. Bon, est-ce qu'il y a d'autres choses qui vous viennent à l'esprit à propos de cette interview et que vous aimeriez partager ?

Nicolas : Non, mais après il faut agir sur ça, moi c'est vrai que j'essaie de soulever des questions de fond et pas dire que c'est tout rose, c'est génial, on va faire *foodsharing* partout, et il n'y aura plus de problème. En fait, le problème, il demeure complètement. Parce que même si imaginons que dans un monde idéal, ce qui n'arrivera pas, on arrive à redistribuer, à utiliser **toutes** les denrées disponibles, ces denrées, elles auront quand même été produites, elles auront quand même pollué. Elles auront quand même été transportées. Ce sont des denrées qui n'auraient juste pas dû être produites. Et de fait, on ne pourra **jamais** toutes les utiliser. C'est simple, la statistique est à vérifier, mais il y a quatre fois plus de gaspillage que ce qui permettrait de nourrir les gens dans le besoin. Ça veut dire que 'on produit encore quatre fois trop, en trop. On a quatre fois trop de surplus. Il faut bien comprendre que les banques alimentaires, alors c'est **super** mais il ne faut pas présenter ça comme une commune initiative antigaspi. C'est une initiative sociale, mais ça n'est pas du tout la solution au gaspillage alimentaire. Pas du tout. C'est une solution à la faim des gens, en France, ou dans le monde, c'est une vraie solution à la lutte contre la malnutrition et la faim, ça oui. Mais les banques alimentaires, ça n'est pas une initiative anti-gaspi. Il faut arrêter parce que si on dit que c'est une initiative anti-gaspi, on va croire que la solution au gaspillage c'est de donner. Mais non, ce n'est pas ça la solution au gaspillage. D'une part, c'est de moins produire. Parce que donner, même si on donne à tout le monde on aura encore du gaspillage. La solution, c'est de moins produire. Et puis après de retransformer et surtout de faire appel au grand public parce qu'on en a besoin pour absorber. Il y a tellement de surplus qu'on a besoin du grand public pour tout consommer.

Intervieweuse : Entendu, très bien. Merci beaucoup pour cette interview.

Codesystem

1 Monetarisierung von unverkauften Lebensmitteln	0
1.1 Ausweitung der Wertschätzung von unverkauften Lebensmitteln	3
1.2 Qualität	2
1.3 Wirtschaftlicher Wert	2
1.4 Für die Einzelhändler	3
2 Lösungsvorschläge zur Verringerung der Lebensmittelverschwendung	0
2.1 Kritik von dem System	7
2.2 Pädagogik für den Verbraucher	4
3 Grenzen der Initiative (und des Foodsharings)	0
3.1 "Verband" zum System	4
3.2 Regelung	2
3.3 Finanziell	2
3.4 Image	2
3.5 Vorbehalt gegen Veränderungen	2
4 Potenziale der Initiative	0
4.1 Kreislaufwirtschaft	2
4.2 Dominoeffekt	3
4.3 Lösung für professionelle Anwender	2
4.4 Sensibilisierung	2

Anhang 4: Interview-Transkription 3

Initiative: *TooGoodToGo*

Befragte: Nadine (anonymisiert), eine Mitarbeiterin

Land: Frankreich (online)

Datum: 23.09.22

Seiten: 101-112

Interviewerin: Warum und wie hast du dich entschieden, dich bei *TooGoodToGo* zu engagieren?

Nadine: Also ich habe mich nie wirklich in einem gemeinnützigen Bereich engagiert. Lebensmittelverschwendung war für mich ein absolutes No-Go. Ganz einfach, weil es ein Thema ist, das bei uns zu Hause immer angesprochen wurde. Und mir wurde immer vermittelt, wie wichtig Lebensmittel sind. Ich kannte *TooGoodToGo* aus meiner Studienzeit und habe es tatsächlich vor allem bei Bäckereien verwendet. Und wenn man ein Studentenbudget hat, ist es eigentlich ganz praktisch. Ich war also Nutzerin, bevor ich mich beworben habe, und für mich war das die Möglichkeit, berufliche Entwicklung und Überzeugungen, ökologisches Bewusstsein und Überzeugungen miteinander zu verbinden.

Interviewerin: Okay. Was machst du konkret?

Nadine: Also, ich werde *TooGoodToGo* vielleicht ein bisschen vorstellen, um auch zu erklären, wie unsere Arbeit aussieht. *TooGoodToGo* ist für seine App bekannt. Diese App bringt einerseits Händler und andererseits Nutzer zusammen, um gegen die Lebensmittelverschwendung zu kämpfen. Im Wesentlichen geht es darum, den Nutzern die Möglichkeit zu geben, Überraschungskörbe mit den unverkauften Produkten des Tages zu retten. Wir haben tatsächlich den gesamten App-Bereich, der unser erster Aktionshebel ist. Und wir haben auch eine ganze Reihe von Sensibilisierungsmaßnahmen, weil wir sehr schnell gemerkt haben, dass wir ein starkes Geschäftsmodell haben und dass wir unseren Einfluss auf die Lebensmittelverschwendung noch weiter ausbauen können, was insbesondere durch eine ganze Reihe von Sensibilisierungsmaßnahmen erreicht werden soll. Es gibt auch Aktionen mit allen Akteuren der Gesellschaft, um gegen die Verschwendung zu kämpfen. Wir haben einen Pakt über Verbrauchsdaten zur Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung mit Akteuren der Lebensmittelindustrie, ein Projekt in Schulen mit dem Namen "*Mon école anti-gaspi*", bei dem Lehrern kostenlose Hilfsmittel zur Verfügung gestellt werden, um die Kinder zu sensibilisieren. Wir haben auch ein Projekt mit dem Namen "*Le Réseau des villes anti-gaspi*", das darauf abzielt, lokale Akteure zu mobilisieren, um auf ihrer Ebene gegen Lebensmittelverschwendung zu kämpfen. Und das alles führt zu einer ganzen Reihe von Aktionen. Tatsächlich bin ich in der Pressearbeit tätig, also kümmere ich mich um die Beziehungen zu den Journalisten. Und die Idee ist, dass die Presse über *TooGoodToGo*, aber auch über das Thema Lebensmittelverschwendung berichtet. Es wird also zwei Teile geben: einen ersten Teil, der ein wenig eine Antwort ist. Wir haben viele eingehende Anfragen von Journalisten, weil wir heute wirklich als Hauptakteur zum Thema Lebensmittelverschwendung identifiziert wurden, sowohl von den Medien als auch von den Behörden. Wir werden wirklich jedes Mal konsultiert, wenn es ein Gesetz zur Lebensmittelverschwendung oder eine Initiative

auf nationaler Ebene gibt. Und ein anderer Teil ist eher proaktiv, d. h. wir pushen Themen je nach Aktualität, je nach Welttag, je nach unseren Neuigkeiten und umgesetzten Aktionen. Ein bisschen den Journalisten Nachrichten vorschlagen. Und die Idee ist es, den Journalisten davon zu überzeugen, die Nachricht zu übernehmen. Es gibt also ein bisschen eine kommerzielle Seite der Information (LACHT). Aber was sehr interessant ist, ist, dass das Thema an sich, das ich vorantreibe, sehr vielfältig ist, weil die Lebensmittelverschwendung sowohl eine wirtschaftliche, ökologische als auch soziale Facette hat und man somit eine ganze Palette an Informationen hat, die man verbreiten kann und somit auch eine ganze Palette an Journalisten, die man deswegen kontaktieren kann.

Interviewerin: Okay. Erzähl mir doch bitte mal, welche beruflichen Erfahrungen du bisher mit *TooGoodToGo* gemacht hast.

Nadine: Ich bin sehr stolz darauf, dass ich mit drei anderen Kollegen ein Projekt (ÜBERLEGT) ins Leben gerufen habe, bei dem wir jeden Montagabend mindestens drei Personen von *TooGoodToGo* garantieren, dass sie an einer Verteilung der *Restos du Coeur* in Paris teilnehmen. Wir sind Partner der *Restos du Coeur* und der Lebensmittelbanken, wir geben ihnen oft finanzielle Spenden usw. Die Idee ist, dass der Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung auch mit der Ernährungsunsicherheit zusammenhängt. Wir haben ein Netzwerk, wir haben Leute wie *Carrefour*, *Danone*, wir haben wirklich große Namen und die Idee ist trotzdem, unser Netzwerk von Lebensmittelbanken oder Lebensmittelverbänden im Allgemeinen profitieren zu lassen und gemeinsam gegen die Ernährungsunsicherheit zu kämpfen.

Interviewpartnerin: Okay. Was sind deiner Meinung nach die Lösungen, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren? Welche sind für dich die wichtigsten?

Nadine: Das erste ist, sich des Ausmaßes der Lebensmittelverschwendung bewusst zu werden. Heute landen 40% der weltweit produzierten Lebensmittel im Müll und nur wenige Menschen sind sich dessen bewusst. Der zweite Punkt ist, zu verstehen, dass wir alle Verantwortung tragen. Wir haben eine Reihe von Studien durchgeführt und festgestellt, dass die meisten Franzosen davon überzeugt sind, dass die Lebensmittelverschwendung am Anfang der Kette stattfindet. Dabei ist die Verteilung zwischen Produktion, Vertrieb und Konsum fast gleich und man muss in jedem Glied der Kette handeln. Und dafür muss man sich auf seine Sinne verlassen. Eine ganz einfache Sache. Aber nicht ein Produkt wegwerfen, nur weil das Datum abgelaufen ist. Nicht verlangen, dass im Supermarkt alle Obst- und Gemüsesorten das gleiche Größenformat haben. Ein bisschen gesunden Menschenverstand zeigen. Und dann, am Anfang der Kette, da braucht man die Zusammenarbeit zwischen den Akteuren, da muss man die Praktiken harmonisieren und da braucht man auch die Unterstützung der Gesetzgeber. Eine ganz einfache Sache, aber aus Gründen der Frischecharta gibt es Einzelhändler, die ihre Produkte fünf Tage vor dem Verfallsdatum zurückziehen. Das sollte nicht erlaubt sein. Es geht also wirklich auch um die Gesetzgebung. Wir machen oft Appelle und brauchen die Unterstützung der öffentlichen Behörden. Frankreich war ein Pionier bei der Gesetzgebung zur Lebensmittelverschwendung. Es gab viele ähnliche Gesetze, die auf den Weg gebracht wurden. Es gibt also trotzdem einen fruchtbaren Boden in Bezug auf die Gesetzgebung. Und es mangelt bereits an der Umsetzung. Das Garot-Gesetz wird heute kaum noch angewendet. Das liegt ganz einfach daran, dass es keine Leute gibt, die es durchsetzen können, keine Kontrolle.

Ich würde sagen, dass die wichtigsten Punkte sind: Sensibilisierung, um sich des Ausmaßes bewusst zu werden, dass jeder handelt und Zusammenarbeit zwischen allen Akteuren, sowohl privaten als auch öffentlichen.

Interviewerin: Okay, gut. Und Supermärkte haben den Vorteil, dass sie steuerfrei sind, wenn sie Lebensmittel teilen.

Nadine: Ja. Also Spenden ist ein sehr kompliziertes Thema. Erstens: Produkte wie Fertigfleisch, Feinkost usw. dürfen die Organisationen theoretisch nicht spenden, in der Praxis tun sie es ein wenig, aber ein Gesetz in Frankreich verbietet das. Der zweite Punkt sind die logistischen Kapazitäten der Vereine. Sie können nicht jeden Tag an allen Orten vorbeikommen, an denen es Lebensmittelverschwendung gibt. Und hier sind Lösungen wie *TooGoodToGo* oder andere Anti-Verschwendungs-Apps interessant, weil sie die Vereine ergänzen, die große Tonnagen und große Mengen benötigen. Und wir werden auf kleinere Lösungen kommen. Und nach dem heutigen Tag wird im Zusammenhang mit dem Inflationsschub viel über prekäre Lebensmittelverhältnisse gesprochen. Es ist unbestreitbar, dass die großen Supermärkte heute trotzdem über Spendenlösungen verfügen. Sie werden immer mehr davon haben. Das *EGALIM*¹⁰- und das *AGEC*¹¹-Gesetz haben die Frage der Spendenlösung verbreitet und bestimmte Einrichtungen gewissermaßen gezwungen, eine Spendenvereinbarung zu haben, insbesondere die Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung. Auch hier stellt sich die Frage nach der Anwendung des Gesetzes, aber es gibt bereits einen gesetzlichen Rahmen, der dazu zwingt, dies zu tun, also geht es in die richtige Richtung.

Interviewerin: Ja, das ist interessant, finde ich, dieser Monetarisierungsaspekt. Sollte die Verteilung von unverkauften Waren, Überschüssen und Lebensmitteln deiner Meinung nach kostenpflichtig bleiben, wenn man bedenkt, dass die große Kritik ist, dass in jedem Fall alles im Müll landet?

Nadine: Die erste Sache ist, dass es sich um unverkaufte Waren handelt, die verbraucht werden können, also behalten sie einen monetären Wert. Es handelt sich oft um Produkte, die zwei Stunden zuvor noch zum vollen Preis verkauft wurden. Also sind das immer noch Produkte, die einen wirtschaftlichen Wert haben. Wenn man es aus der Sicht des Verbrauchers betrachtet, sollte man natürlich alles und uneingeschränkt geben. Die einzige Sache ist, dass es eine Monetarisierung geben muss, um auch Geschäfte und Partner davon zu überzeugen, sich der App anzuschließen. Selbst wenn die Monetarisierung nicht so groß ist, dass es sich um einen finanziellen Gewinn handelt, wird es sie trotzdem dazu bringen, der App beizutreten. Wenn du so viele Partner wie möglich überzeugst, hast du den größten Einfluss auf die Lebensmittelverschwendung und kannst auch der größten Anzahl von Nutzern Körbe zu kleinen Preisen anbieten, weil wir immer noch bei einer Ermäßigung von mindestens 66 % bleiben. Das ist immer noch ziemlich wichtig. Aber wie weit geht man in der Monetarisierung? Wir bleiben bei der Ein-Drittel-Zwei-Drittel-Regel, das heißt, dass unsere Körbe zu einem Drittel ihres ursprünglichen Wertes angeboten

¹⁰ Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous (Gesetz für ausgewogene Handelsbeziehungen im Agrar- und Lebensmittelsektor und für gesunde, nachhaltige und für alle zugängliche Ernährung, die Verf.)

¹¹ Loi Anti Gaspillage pour une Économie Circulaire (Gesetz gegen Verschwendung für eine Kreislaufwirtschaft, die Verf.)

werden. Und von diesem einen Drittel, auf das der Händler Anspruch hat, bekommen wir eine kleine Provision zurück. Wichtig ist, dass dieser Wert nicht zu hoch ist, damit wir in einer Dynamik des Anti-Verschwendungs-Kampfes und der Lösungen am Ende der Kette bleiben. Und kein Anreiz, mehr zu produzieren. Diese Monetarisierung ist entscheidend dafür, dass das System funktioniert. Ganz einfach, weil wir, pragmatisch gesprochen, ohne Monetarisierung nicht so weit gekommen wären. Wir hätten nicht die Auswirkungen, die wir heute haben. Wir hätten nicht all die Projekte zu indirekten Auswirkungen, zur Bewusstseinsbildung in Schulen, zu Verbrauchsdaten, mit Städten, mit Staatsangelegenheiten usw. starten können. Es darf kein Tabu sein, dass es Dinge ermöglicht, aber es muss einen Rahmen haben, damit es nicht dazu führt, dass mehr produziert wird.

Interviewerin: Siehst du Verbesserungsmöglichkeiten für *TooGoodToGo*?

Nadine: Ein Thema für Verbesserungen ist es, die gesamte Kette zu durchlaufen. Im Moment befinden wir uns auf der Ebene des Vertriebs und der Verbraucher. Wir haben begonnen, mit Großhändlern und Industrieunternehmen zusammenzuarbeiten, aber wir könnten morgen nicht zu den Erzeugern gehen. Wir sollten die gesamte Kette zurückverfolgen, das wäre sehr interessant zu sehen. Und dann ist die Verbesserung der Entwicklung in jedem Fall, dass man heute noch mehr auf die internationale Ebene geht.

Interviewerin: Denkst du, dass die Aktionen von *TooGoodToGo* Teil einer sozialen Bewegung sind, die gegen Lebensmittelverschwendung kämpft?

Nadine: Keine Mobilisierung im rein politikwissenschaftlichen Sinne, aber es ist das Ergebnis eines längeren Bewusstseins für Umweltthemen im Allgemeinen. Es ist unbestreitbar, dass es aus dieser Bewegung kommt. Auf jeden Fall, ohne jetzt von einer Bewegung zu sprechen, ist es eine neue Generation von Unternehmen. Früher gab es wirklich diese Unterscheidung zwischen Unternehmen, die Geld verdienen, und Vereinen, die sich für das Gemeinwohl einsetzen. Das ist interessant, weil es ein neues Modell ist, das seine wirtschaftliche Basis nutzt, um eine Wirkung zu erzielen, und nur zu diesem Zweck. Es geht darum, wirtschaftliche Rentabilität mit positiven Auswirkungen auf die Gesellschaft zu verbinden. Und das ist ein sehr interessantes Modell, das noch wenig verstanden wird und dem gegenüber ziemlich misstrauisch sind.

Interviewerin: Du hast vorhin von der Verbindung zur Politik gesprochen, dass ihr systematisch befragt werdet, wenn Gesetze verabschiedet werden. Wie wichtig ist diese politische Anerkennung in Bezug auf *TooGoodToGo*?

Nadine: Für uns ist es wichtig, als Akteur anerkannt zu werden. Es gibt einen Legitimitätsaspekt, selbst bei den Partnern. Für das Bildungsprojekt haben wir die Unterstützung des Bildungsministeriums erhalten, das war eine enorme Bestätigung! Ein weiterer Vorteil ist, dass du Sphären erreichst, die du in der Privatwirtschaft nicht unbedingt erreichen kannst. Man hat nicht die gleichen Aktionsmittel, aber eigentlich ergänzt sich alles und das ist, wenn du anfängst, einen privaten Bereich zu haben, der sich der Öffentlichkeit auf uneigennützig Weise nähert, und auf der anderen Seite einen öffentlichen Bereich, der nicht unbedingt die gleichen Aktionsmittel, die gleichen Ressourcen, die gleiche Zeit und die gleiche Energie hat, die er für dieses Thema aufbringen kann. Wenn man beides zusammenbringt, dann ist es das, was den

Funken überspringen lässt. Und dann braucht es auch noch Unterstützung bei bestimmten Themen, denn wir haben immerhin das große Thema der gesetzlichen Grundlagen, und da können wir leider nicht viel tun. Man kann etwas bewegen, indem man das Thema zum Sprechen bringt, indem man es so sehr zum Sprechen bringt, dass man die rechtlichen Probleme oder die fehlenden Vorschriften, die es gibt, aktualisiert. Und in der Folge wirst du öffentliche Aktionen haben, die sich daraus ergeben. Das ist eine Form von Lobbyarbeit, sozusagen. Aber es gibt bestimmte Themen, die man braucht, bei denen man als Privatperson nicht alles machen kann. Ein Beispiel dafür ist das Mindesthaltbarkeitsdatum. Wir haben eine nationale Regelung, die von einer europäischen Regelung überlagert wird. Wir sind gezwungen, uns in diesem Rahmen zu bewegen und können ihn nicht zu sehr überschreiten. Es gibt auch eine lokale Seite, denn der Anti-Verschwendungs-Kampf kann nicht nur national und international sein, sondern muss auch lokal verankert sein. Das Ziel des Netzwerks der Anti-Verschwendungs-Städte ist es, unser Fachwissen über Lebensmittelverschwendung zu teilen und gleichzeitig die Kontakte und das Fachwissen der Gebietskörperschaften auf lokaler Ebene zu nutzen. Und dieser Anti-Verschwendungs-Kampf basiert auf vier Säulen, entweder in der Gemeinschaftsverpflegung, im Bildungsbereich, bei der Sensibilisierung von Händlern oder bei der Sensibilisierung der Einwohner.

Interviewerin: Okay, interessant. Wie siehst du die Zukunft von *TooGoodToGo* oder der Lebensmittelverschwendung im Allgemeinen?

Nadine: *TooGoodToGo* wird sich weiterentwickeln, das ist unbestreitbar. Wir haben gezeigt, dass wir ein funktionierendes Modell haben, das vor allem überall und in jeder Kultur umsetzbar ist. Das Erste ist, international zu expandieren. Zweitens geht es darum, sich wirklich zu strukturieren und überall ein noch stärkerer Sprecher für Lebensmittelverschwendung zu werden. Und was die Lebensmittelverschwendung angeht, träume ich von Lösungen, die wirklich vollumfänglich sind, die überall sind. Es wird eine Weile dauern, bis das umgesetzt ist, es gibt auch Einschränkungen in Bezug auf die Menschen und die Ressourcen. Und ich würde es begrüßen, wenn man sich wieder auf den Wert von Lebensmitteln besinnt. Es ist gut, dass du dein Essen nicht verschwendest. Aber ich glaube wirklich, dass du es weniger verschwendest, wenn du dir den Wert bewusst machst, den es in Bezug auf Wasser-, Boden- und Energieressourcen hat, wir müssen uns wieder ein wenig mit unserer Ernährung verbinden, um als Verbraucher weniger zu verschwenden.

Interviewerin: Okay. Eine Möglichkeit, die ich mit dir diskutieren wollte, ist *foodsharing* in Deutschland. Alle überschüssigen, unverkauften Lebensmittel werden gesammelt und direkt vor Ort bei den Produzenten sortiert, also in Supermärkten, Restaurants, Kantinen, und tatsächlich gehen Freiwillige, die wir "Foodsaver" nennen, direkt vor Ort. Sie haben eine Ausbildung, drei Lebensmittelabholungen, die sie machen müssen, ein Protokoll, das sie lesen müssen, die Hygienevorschriften und die Einhaltung der Kühlkette usw. Sie müssen sich also an die Regeln halten. Und sobald sie ausgebildet sind, haben sie Kooperationen mit Supermärkten und es gibt eine Online-Plattform, wo sie sich für jede Supermarkt-Kooperation anmelden können. Sie gehen direkt hin, sie sind es, die sortieren, sie nehmen alles, was sie wollen und dann verteilen sie es an die Community der "Foodsaver" weiter. Wenn sie zu viel haben, stellen sie es in gemeinschaftliche Kühlschränke. Es gibt also bereits solche Initiativen in Frankreich, aber letztendlich ist es entweder zwischen Privathaushalten oder es kommt am Ende der Kette, oder Restaurants stellen ihre Überschüsse ein, aber es gibt nicht diesen vorangehenden Schritt. Ich finde es interessant, dass die Verbraucher

selbst, die vor Ort erscheinen und sortieren und teilen, sich der Lebensmittelverschwendung viel stärker bewusst sind. Die Sensibilisierung findet wirklich im Vorfeld des gesamten Prozesses statt. Interessant ist auch, dass *foodsharing* sich weigert, von den Nutzern etwas zu verlangen. Alles ist kostenlos und für jeden zugänglich. Was hältst du von einer solchen Initiative? Aufgrund deiner Erfahrung mit *TooGoodToGo*, glaubst du, dass es in Frankreich umsetzbar wäre?

Nadine: Ich finde das sehr gut. Ich kannte das überhaupt nicht. Ich finde es wirklich toll und es wäre schön, wenn es in Frankreich umgesetzt werden könnte. In Frankreich habe ich allerdings meine Zweifel, ob die Supermärkte bereit wären, das zu akzeptieren, Leute von außerhalb in ihr Geschäft zu lassen. Wenn ich das richtig verstehe, sind es Menschen, die sich abwechseln, es sind nicht die gleichen Menschen, die kommen.

Interviewerin: Ja, dann haben wir alle eine Art Personalausweis, den wir vorzeigen und die Supermärkte wissen, dass um 18 Uhr ein Foodsaver kommt, um die Ware abzuholen, also stellen sie alle vor ihren Supermarkt oder ein bisschen weiter weg. Letztendlich funktioniert das sehr gut, weil der Supermarkt dort viel Geld spart, um den Müll zu entsorgen.

Nadine: Ich finde das sehr gut. Ich weiß nicht genau. Ich denke, dass es trotzdem eine große Organisation dahinter braucht. Ausweise, Schulungen usw., das muss eine Organisation sein, die groß genug ist, um das zu machen. Oder der auf lokaler Ebene startet.

Interviewerin: Es ist eine Initiative, die wirklich am Ende der Kette steht. Zuerst kommen die Tafeln, die alles sammeln, was noch für die Bedürftigen verzehrbar ist. Und *foodsharing*, das ist alles, was *die Tafel* nicht abgeholt hat. Tatsächlich gibt es noch sehr viele Lebensmittel, die *die Tafel* nicht nimmt, weil *die Tafel* Standards hat, bestimmte Bedingungen erfüllen muss usw. Und schließlich gibt es noch viele Lebensmittel, die genießbar sind, die noch in sehr gutem Zustand sind!

Nadine: Wir sind vielleicht ein bisschen spät dran, was die Sensibilisierung in Frankreich angeht. Vielleicht sind wir auch ein bisschen individualistischer, ohne in Klischees zu verfallen.

Interviewerin: Gut, gibt es sonst noch etwas, was du mitteilen möchtest?

Nadine: Nein.

Interviewerin: Okay, vielen Dank!

Original (français)

Intervieweuse : Pourquoi et comment as-tu décidé de t'engager au sein de l'entreprise *TooGoodToGo* ?

Nadine : Alors moi, je ne m'étais jamais vraiment **engagée** dans un secteur associatif. Le gaspillage alimentaire, pour moi, était un non-sens. Tout simplement parce que c'est un sujet qui a **toujours** été abordé à la maison. Et on m'a toujours transmis l'importance de la nourriture. Je connaissais *TooGoodToGo* de quand j'étais étudiante et en fait je l'utilisais notamment en boulangerie. Et en fait quand on a un budget étudiant, c'est quand même bien pratique. Donc j'étais utilisatrice avant de candidater et pour **moi**, ça représentait la possibilité d'allier développement professionnel et convictions, sensibilité écologique et convictions.

Intervieweuse : D'accord. Qu'est-ce que tu fais concrètement ?

Nadine : Alors, donc je vais peut-être présenter un peu *TooGoodToGo* pour expliquer aussi en quoi consiste notre travail. *TooGoodToGo* est connu pour son application. Cette application qui met en relation d'un côté les commerçants et de l'autre les utilisateurs pour lutter contre le gaspillage alimentaire. En gros, en permettant aux utilisateurs de sauver des paniers surprises composés des invendus du jour. On a effectivement **toute** cette partie application qui est notre **premier** levier d'action. Et on va aussi avoir **tout** un pan de sensibilisation parce qu'on s'est rendu compte **très** rapidement qu'on avait un modèle économique **fort** et qu'on pouvait aller **plus** loin dans notre impact sur le gaspillage alimentaire et ça passait notamment par tout un tas d'actions de sensibilisation. Il y a aussi des actions avec tous les acteurs de la société pour lutter contre le gaspillage. Donc on va avoir **plein** d'initiatives, on a un pacte sur les dates de consommation pour lutter contre le gaspillage alimentaire avec des acteurs de l'industrie agroalimentaire, un projet dans les écoles qui s'appelle "Mon école anti-gaspi", où on fournit des outils **gratuits** aux enseignants pour sensibiliser les enfants. On a aussi un projet qui s'appelle "Le Réseau des villes anti-gaspi", qui vise à mobiliser les acteurs locaux pour lutter contre le gaspillage alimentaire à leur échelle. Et bref, **tout** ça ça créé tout un tas d'actions. Effectivement, je suis en relation presse, donc je gère les relations avec les journalistes. Et l'idée, c'est en fait de faire parler de *TooGoodToGo*, mais aussi du sujet du gaspillage alimentaire dans la presse. Donc il va y avoir deux parties : une première partie qui est un petit peu de **réponse**. On a beaucoup de demandes entrantes de journalistes parce qu'on a été **vraiment** identifiés aujourd'hui **comme l'acteur** principal sur le sujet du gaspillage alimentaire, aussi bien par les médias que par les pouvoirs publics (on est vraiment consultés à chaque fois qu'il y a une loi sur le gaspillage alimentaire ou une initiative maintenant au niveau national, on est consultés). Et une autre partie qui est plutôt **proactive**, aller **pousser** des sujets en fonction des actualités, en fonction des journées mondiales, en fonction aussi de **nos** actus et de **nos** actions mises en place. D'aller un petit peu **proposer** des actualités aux journalistes. Et l'idée, c'est de réussir à convaincre le journaliste de reprendre l'info. Donc il y a un petit peu un côté commercial de de l'information (RIT). Mais ce qui est **très** intéressant, c'est que le sujet en lui-même que je pousse est **hyper** varié parce que le gaspillage alimentaire, il a **aussi** bien une facette économique, écologique, sociale et donc on a toute une **palette** d'informations à diffuser donc aussi toute une palette de journalistes à aller contacter derrière.

Intervieweuse : D'accord. Raconte-moi un peu les expériences professionnelles que tu as faites jusqu'à présent avec *TooGoodToGo*.

Nadine : Moi, un truc duquel je suis très fière, c'est qu'avec trois autres collègues, on a (RÉFLÉCHIT) monté un projet où tous les lundis soir, on garantit **au moins** trois personnes de *TooGoodToGo* à une distribution des *Restos du Cœur* à Paris. On est partenaires des *Restos du Cœur* et des banques alimentaires, on leur fait souvent des dons financiers etc. L'idée c'est que la lutte contre le gaspillage alimentaire, elle est aussi liée à l'insécurité alimentaire. Nous, on a un réseau, on a des gens comme Carrefour, Danone, on a vraiment des **grands** noms et l'idée c'est quand même de faire bénéficier notre réseau de banques alimentaires ou associations alimentaires de façon générale et lutter ensemble contre l'insécurité alimentaire.

Intervieweuse : D'accord. Quelles sont pour toi les **solutions** qui permettraient de réduire le gaspillage alimentaire ? Quelles sont pour toi, les plus importantes ?

Nadine : La **première** chose, c'est de **prendre** conscience de l'**ampleur** du gaspillage alimentaire. Aujourd'hui, 40% de la nourriture produite dans le monde qui part à la poubelle et ça **très** peu de gens en sont conscients. La deuxième chose, c'est comprendre qu'on a tous notre rôle à jouer. On a fait pas mal d'études et on s'est rendus compte que la plupart des Français sont persuadés que le gaspillage alimentaire il a eu lieu en début de chaîne. Là où en fait, tu te rends compte que la répartition est quasi équivalente, entre production, la distribution, la consommation et que tu dois agir à **chaque** maillon de la chaîne. Et pour ça, il faut se réfier à ses sens. Un truc tout bête. Mais pas jeter un produit parce que la date est dépassée. Ne pas exiger qu'au supermarché tous les fruits et légumes soient du même calibre. Faire preuve d'un peu de bon sens. Et après, en **amont** de la chaîne, là, il faut de la collaboration entre les acteurs, il faut **harmoniser** les pratiques et on a **besoin** du soutien aussi des législateurs là-dessus. Un truc tout bête mais pour des questions de charte fraîcheur, il y a des distributeurs qui retirent leurs produits cinq jours avant la date de péremption. Ça ne devrait pas être autorisé. Et donc il y a **vraiment** un enjeu aussi de législation là-dessus. Nous on fait souvent des appels, on a **besoin** de l'accompagnement des pouvoirs publics. Alors la France a été quand même **pionnière** sur la législation du gaspillage alimentaire. Il y a eu plein de lois similaires qui ont été lancées. Donc il y a quand même un terreau fertile en termes de législation. Et déjà il y a un manque d'application. La loi Garot elle est peu appliquée aujourd'hui. Tout simplement parce qu'il n'y a pas de gens pour la faire appliquer, pas de police. Je dirais que les points importants, c'est voilà sensibilisation pour prendre conscience de l'ampleur, que chacun agisse et collaboration entre tous les acteurs, aussi bien privés que publics.

Intervieweuse : D'accord, entendu. Et les supermarchés ont l'avantage d'être défiscalisés dans le partage de nourriture.

Nadine : Oui. Alors le don c'est une question très compliquée. Premièrement, des produits comme viande préparés, plats traiteur etc. en théorie les associations n'ont pas le droit, en pratique elles le font un peu, mais légalement une loi en France l'interdit. La deuxième chose, c'est les capacités logistiques des associations. Elles ne peuvent pas passer absolument **tous** les jours dans **tous** les endroits où il y a du gaspillage alimentaire. Et c'est **là** que des solutions comme *TooGoodToGo* ou comme d'autres applications anti-gaspi sont intéressantes parce qu'elles viennent en **complément** des

associations qui ont besoin de gros tonnages et de gros volumes. Et nous on va venir sur des plus petites solutions. Et après aujourd'hui, on parle beaucoup de précarité alimentaire avec la poussée inflationniste. C'est **indéniable** que les grandes surfaces quand même elles ont des solutions de don aujourd'hui. Elles vont de plus en plus en avoir. La loi EGALIM et AGECE ont quand même diffusé la question de la solution du don et un peu obligé certains établissements à avoir une convention de don, notamment les établissements de restauration collective. Encore une fois, il y a une question de l'application de la loi **mais** déjà il y a un cadre légal qui force à le faire donc ça va dans le bon sens.

Intervieweuse : D'accord. C'est intéressant, je trouve cet aspect de monétarisation. Selon toi est-ce que la distribution des invendus, des surplus, des denrées alimentaires devraient **rester** payante sachant que la grande critique qui est faite c'est que dans tous les cas tout va finir à la poubelle.

Nadine : Alors déjà la première chose c'est que ce sont des invendus qui sont **consommables**, donc ils **gardent** une valeur monétaire. C'est souvent des produits qui (RÉFLÉCHIT) deux heures avant ils étaient encore vendus au plein tarif. Donc ça reste des produits qui ont une valeur économique. Si on se place du point de vue du consommateur, bien sûr, il faudrait tout donner et absolument. La seule chose, c'est que pour convaincre aussi les commerces et des partenaires à rejoindre l'application, il faut qu'il y ait une monétarisation. Même si la modération n'est pas assez importante pour que ce soit du **gain** financier, ça va quand même les inciter à rejoindre l'application. C'est en convainquant le plus de partenaires possibles que tu as le plus d'impact sur le gaspillage alimentaire et que tu peux proposer aussi, au plus grand nombre d'utilisateurs des paniers à petits prix parce qu'on reste quand même sur une réduction d'au moins 66%. C'est quand même assez important. Mais jusqu'où aller dans la monétarisation ? On reste sur cette règle d'un tiers-deux tiers, c'est-à-dire que nos paniers sont proposés à un tiers de leur valeur initiale. Et sur ce un tiers là auquel a droit le commerçant, on récupère une petite commission. Ce qui est important, c'est que cette valeur-là, elle ne soit pas trop pour qu'on reste dans une dynamique de lutte anti-gaspi et de solutions en bout de chaîne. Et pas **d'incitation** à produire plus. Cette monétarisation est clef pour que le système fonctionne. Tout simplement parce qu'en fait, pragmatiquement parlant, nous on n'en serait pas arrivés là si on n'avait pas eu de monétarisation. On n'aurait pas l'impact qu'on a aujourd'hui. On n'aurait pas pu lancer tous les projets d'impact indirect, de sensibilisation dans les écoles, sur les dates de consommation, avec les villes, avec les affaires publiques etc. On ne doit pas être tabou sur le fait que ça **permet** de faire des choses, mais ça **doit** être encadré pour que ça incite pas à produire plus.

Intervieweuse : Est-ce que tu vois des pistes d'amélioration de *TooGoodToGo* ?

Nadine : Un sujet d'amélioration c'est de remonter toute la chaîne. Pour l'instant on est au niveau de la distribution et du consommateur. On commence un peu à aller avec des grossistes et des industriels mais on ne peut pas aller demain vers des producteurs. On peut remonter toute la chaîne, ce serait vachement intéressant à voir. Et après l'amélioration au développement en tout cas, c'est d'aller à l'internationale encore plus aujourd'hui.

Intervieweuse : Est-ce que tu penses que les actions de *TooGoodToGo* s'ancrent d'un mouvement social de lutte contre le gaspillage alimentaire ?

Nadine : Pas de mobilisations au sens pur sciences politiques mais ça découle d'une prise de conscience longue sur les sujets environnementaux en général. C'est **indéniable** que ça vient de ce mouvement-là. En tout cas, sans parler de **mouvement**, c'est une nouvelle génération d'entreprises. Avant on avait vraiment cette distinction entre les entreprises font de l'argent et les associations qui sont pour l'intérêt commun. C'est intéressant parce que c'est un nouveau modèle qui utilise son assise économique pour avoir de l'impact et **uniquement** dans ce but-là. C'est allier rentabilité économique et impact positif sur la société. Et c'est un modèle qui est très intéressant et encore peu compris et face auquel on est assez méfiants.

Intervieweuse : Entendu, tu parlais tout à l'heure du lien avec le politique, que quand il y avait des lois qui passaient, vous étiez systématiquement interrogés. Quelle est l'importance de cette reconnaissance politique par rapport *TooGoodToGo* ?

Nadine : L'importance pour nous c'est d'être reconnu comme acteur. Il y a un côté quand même de légitimité, même avec tes partenaires. Sur le projet éducation, on a eu le soutien du ministère de l'Éducation, c'était une crédibilité **énorme** ! L'autre intérêt aussi, c'est que tu touches des sphères que tu ne peux pas forcément toucher dans le privé. On n'a pas les mêmes moyens d'action, mais en fait tout est complémentaire et c'est quand tu commences à avoir un privé qui se rapproche du public de façon désintéressée, et de l'autre un domaine public, qui n'a pas forcément les mêmes moyens d'action, les mêmes ressources, le même temps, l'énergie à donner sur ce sujet-là. Quand tu combines les deux, c'est ça qui fait des étincelles. Et puis il y a besoin d'un soutien aussi sur certains sujets parce que on a quand même le gros sujet de l'aspect réglementaire et ça malheureusement on ne peut pas faire grand-chose. On peut faire bouger les choses en faisant parler du sujet, en faisant parler tellement qu'on met à jour les problèmes juridiques ou les manques réglementaires qu'il y a. Et par la suite, tu vas avoir des actions publiques qui en découlent. C'est une forme de lobby, quoi. Mais il y a certains sujets sur lesquels on a **besoin**, on ne peut pas tout faire en tant que privé. Typiquement les dates de consommation. On a une réglementation nationale par-dessus laquelle tu as une réglementation européenne. On est obligés d'évoluer dans ce cadre-là et on ne peut pas trop le dépasser. Il y a le côté local aussi parce que la lutte anti-gaspi elle ne peut pas être que nationale internationale, elle doit aussi avoir un ancrage local. Et donc avec le Réseau des villes anti-gaspi, le but c'est de pouvoir aller partager notre expertise sur le gaspillage alimentaire tout en ayant les contacts et l'expertise du local des collectivités. Et cette lutte anti-gaspi se base sur quatre piliers, soit la restauration collective, soit le domaine éducatif, la sensibilisation des commerçants ou la sensibilisation des habitants.

Intervieweuse : D'accord, intéressant. Comment est-ce que tu vois l'avenir de *TooGoodToGo* ou du gaspillage alimentaire en général ?

Nadine : *TooGoodToGo* va se développer, c'est indéniable. On a montré qu'on a un modèle qui **marche**, surtout qui est répliquable **partout** et à n'importe quelle culture. Première chose, c'est de se développer internationalement. Deuxième chose, c'est de vraiment se structurer, devenir encore plus porte-parole sur le gaspillage alimentaire partout. Et sur le gaspillage alimentaire, moi je rêve de solutions qui soient vraiment à

360°, qui soit partout. Ça va prendre du temps à se mettre en place, il y a aussi des contraintes humaine et de ressources. Et puis moi j'aimerais bien qu'on revienne aussi à la valeur de l'aliment. C'est bien de ne pas gaspiller ton aliment. Mais je pense **vraiment** que tu le gaspilles d'autant moins quand tu te rends compte de la **valeur** que c'est en termes de **ressources** en eau, en terre, en énergie, il faut se reconnecter un petit peu à notre alimentation pour moins gaspiller en tant que consommateur.

Intervieweuse : D'accord. Une piste en tout cas que je voulais aborder avec toi, c'était ce *foodsharing* en Allemagne. Tous les surplus, les invendus alimentaires vont être récupérés et directement triés sur place, chez les producteurs, donc les supermarchés, les restaurants, les cantines, et en fait des bénévoles qu'on appelle des "Foodsavers" vont directement sur place. Ils ont une formation, trois récupérations de nourriture à faire, un règlement à lire, les règles d'hygiène et de respect de la chaîne du froid etc. Et une fois qu'ils sont formés, ils ont des coopérations avec les supermarchés et il y a une plate-forme en ligne où ils peuvent s'inscrire pour chaque coopération de supermarché. Ils vont directement sur place, c'est eux qui trient, qui prennent tout ce qu'ils veulent et ensuite qui redistribuent à la communauté de "Foodsavers". S'ils en ont trop, ils les mettent dans des frigos partagés. Donc il y a déjà des initiatives comme ça en France, mais finalement c'est soit entre les ménages privés, soit ça vient en bout de chaîne, ou alors les restaurants qui mettent leur surplus mais il n'y a pas cette étape en amont. Je trouve que ce qui est intéressant c'est que les consommateurs **eux-mêmes** qui vont sur place et en triant, en partageant ont beaucoup plus conscience du gaspillage alimentaire. La sensibilisation passe vraiment **bien** en amont de tout le processus. Et ce qui est intéressant, c'est que *foodsharing* refuse de demander quoi que ce soit aux bénéficiaires. Tout est gratuit et accessible à tous. Qu'est-ce tu penses d'une telle initiative? Au vu de ton expérience aussi avec *TooGoodToGo*, est-ce que tu penses que ce serait réalisable en France ?

Nadine : je trouve ça très bien. Je ne connaissais pas du tout pour le coup. Je trouve ça vraiment super et ce serait bien que ce soit appliqué en France. En France, j'ai quand même un doute sur est-ce que les supermarchés seraient prêts à accepter ça, à accepter des gens qui viennent de l'extérieur chez eux? Si je comprends bien, ce sont des gens qui changent, ce ne sont pas les mêmes personnes qui viennent.

Intervieweuse : Oui, alors après, on a chacun une sorte de carte d'identité, on présente cette carte et en fait les supermarchés savent que à dix-huit heures il y a un Foodsaver qui vient chercher, donc ils mettent tous devant leur supermarché ou un peu en retrait. Finalement ça marche très bien parce que le supermarché par-là, il économise beaucoup dans les coups de détrit.

Nadine : Je trouve ça très bien. Je sais pas trop. Je pense qu'il faut quand même une **grosse** organisation derrière. Des cartes d'identité, des formations etc., il faut que ce soit une association assez grosse pour le faire. Ou qui parte au niveau local.

Intervieweuse : C'est une initiative qui arrive en fin de chaîne, vraiment. Il y a d'abord les banques alimentaires qui passent, qui récupèrent tout ce qui peut être consommable encore pour les personnes dans le besoin. Et *foodsharing*, c'est **tout** ce que la Banque alimentaire n'a pas récupéré. En fait, il reste **énormément** de choses que la Banque alimentaire ne prend pas, parce que la banque alimentaire a des standards, doit

respecter certaines conditions etc. Et finalement il y a encore beaucoup d'aliments qui sont consommables, qui sont encore en très bon état !

Nadine : On est peut-être un peu en retard sur le côté sensibilisation en France. Peut-être qu'on est aussi un petit peu plus individualistes, sans tomber dans les clichés.

Intervieweuse : Bon, est ce qu'il y a autre chose que tu aimerais partager ?

Nadine : Non.

Intervieweuse : D'accord, un grand merci à toi !

Codesystem

1 Probleme/Grenzen des Kampfes gegen Lebensmittelverschwendung	0
1.1 Gesetzgebung	0
1.1.1 Gesetzliche Bremse	2
1.1.2 Falsche Anwendung des Gesetzes	2
1.2 Standards der Lebensmittelbanken	1
1.3 Vereinskapazitäten für die Lebensmitteleinnahme	2
2 Monetarisierung	0
2.1 Anreiz, mehr zu produzieren	1
2.2 Auswirkungen für den Betrieb Too Good To Go	1
2.3 Einzelhandel	1
2.4 Einen monetären Wert geben	1
3 Ziele des Betriebs	0
3.1 Bekämpfung der Ernährungsunsicherheit	1
4 Potenziale/Mittel	1
4.1 Eine neue Generation von Betrieben	1
4.2 Ergänzend zu den Vereinen	1
4.3 Marketing/Lobby	3
4.4 Verhältnis zur Politik	4
4.5 Sensibilisierung	1
4.5.1 Lebensmittelbanken/Vereine	1
4.5.2 Lokale Akteure	1
4.5.3 Schulen	1
4.5.4 Firmen	1
5 Lösungsansätze zur Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung	0
5.1 Unterstützung von Gesetzgebern	3
5.2 Oberhalb der Lebensmittelkette	1
5.3 Bedeutung von Verbrauchern	3

5.3.1 Wert des Nahrungsmittels	1
5.4 Bewusstseinsbildung	1

Anhang 5: Interview-Transkription 4

Initiative: Lebensmittelbank

Befragte: François (anonymisiert), ein Freiwillige

Land: Frankreich (online)

Datum: 18.08.22

Seiten: 115-148

Interviewerin: Die erste Frage, die ich Ihnen stellen möchte, ist, warum und wie haben Sie sich entschieden, sich für die *Banque Alimentaire de XXX (Ort)* zu engagieren? Haben Sie sich bereits in anderen Organisationen oder Vereinen engagiert, die Lebensmittel teilen?

François: Nicht wirklich. Ich bin seit 2014 im Ruhestand und habe eher am Ende meines Berufslebens in der Lebensmittel- und Weinbranche gearbeitet. Das war's. Und dann habe ich beruflich jemanden getroffen, der sich engagieren wollte und der ein bisschen vor mir in Rente gegangen ist. Er war der Vorsitzende der Lebensmittelbank und sagte zu mir: "Du solltest kommen." (UNVERSTÄNDLICH) Ich dachte, dass das vielleicht eine Kontinuität in Bezug auf meine Tätigkeit in der Lebensmittel- und Weinbranche ist. So. Und dann hatte ich auch den Wunsch, ein wenig Zeit für andere zu investieren. Eine ehrenamtliche Tätigkeit auszuüben.

Interviewerin: Okay, verstanden. Wie lange engagieren Sie sich schon?

François: 2014, also seit acht Jahren. Ich habe verschiedene ehrenamtliche Funktionen ausgeübt und jetzt bin ich für die Versorgung zuständig. Ich koordiniere ein bisschen die Art und Weise, wie wir so viele Lebensmittel wie möglich reinbekommen. Das werden wir natürlich besprechen. Außerdem habe ich durch meine Berufserfahrung auch Verbindungen zur Weinbranche, da diese bei uns relativ wichtig ist. Auch wenn die beiden Aktivitäten völlig getrennt sind. Der Wein ist vor allem kein Produkt, das zu dem hinzukommt, was wir an unsere Empfänger verteilen. Aber ein Mittel, um unsere Finanzierung zu verbessern, das muss man klar sagen, und daher werden viele unserer Investitionen aus den Einnahmen gemacht, die wir durch den Verkauf der Weine, die wir sammeln, erzielen.

Interviewerin: Einverstanden. Können Sie mir ein bisschen erzählen, welche Erfahrungen Sie bis jetzt bei der Lebensmittelbank gemacht haben? Was würden Sie gerne mitteilen?

François: Positive Erfahrungen, die der Freiwilligenarbeit, mit einem Team zu arbeiten. Um das kurz vorzustellen, wir sind ungefähr vierzehn Angestellte, wir haben ein kleines Team von Festangestellten, wir haben einen Rektor und dann vor allem einige Angestellte für alles, was Staplerfahrer ist, alles, was Logistik ist. Und dann haben wir für alle Aktivitäten der Bank ungefähr, ich würde sagen, 180 oder 200 Freiwillige. Nicht alle von ihnen sind also für meine Tätigkeit als Lieferant zuständig, wenn ich das so sagen darf. Aber ich glaube, die Erfahrung der Lebensmittelbank besteht in der Tat in dieser Vielfalt der Herkunft, dieser Mischung im besten Sinne des Wortes, der sozialen Mischung. Bei uns gibt es junge Menschen, wir haben Zivildienstleistende, eine ganze Reihe von prekären Arbeitsverhältnissen oder Menschen, die auf Arbeitssuche sind und für die die Lebensmittelbank ein Mittel zur

Reintegration ist. Und in meiner Kategorie gibt es viele Freiwillige mit unterschiedlichen Hintergründen. Es gibt also Leute, die eine Weile bleiben, die vorbeikommen und wieder gehen. Das ist der Aspekt der Begegnung und der sozialen Mischung, der interessant ist. Und dann versuchen, tatsächlich positive Ergebnisse zu erzielen. Das ist der positive Punkt. Der positive Punkt ist auch, dass ich in der Agrar- und Ernährungswirtschaft und vor allem in den Förderorganisationen gearbeitet habe, insbesondere mit dem Verantwortlichen der regionalen Förderagentur für Agrar- und Ernährungsprodukte im Regionalrat, also auch die Möglichkeit zu haben, dieses Adressbuch sowohl auf der Ebene der Unternehmen als auch der Berufsstrukturen zu nutzen. Die *ARDIA*, die *Coop de France*, alle Organisationen, von diesem Beziehungskapital zu profitieren, um Kontakte zu haben. Auf der Ebene der Schwierigkeiten können wir in das Thema einsteigen. Auf der Ebene der Schwierigkeiten muss man sagen, dass die Schwierigkeit, die wir immer mehr haben, darin besteht, alles zu bekommen, was gesammelt wird, alles, was von den kostenlosen Produkten der großen Handelsketten kommt, ist auf dem Rückzug. Das muss man anerkennen. Ich werde Ihnen ein paar Zahlen nennen. Wir sind eher eine große Lebensmittelbank (LACHT). Wir brauchen, um ein Jahr lang zu arbeiten, ich würde sagen, 4200-4300 Tonnen. Also, das ist zumindest das Ziel, das wir uns gesetzt haben, das gleiche wie im letzten Jahr, mit ein paar Tonnen mehr. Ein wichtiger Teil davon ist die Abholung bei den großen Handelsketten, die tägliche Abholung in den Geschäften, die Abholung bei den Großhändlern und den Einkaufszentralen, die wir nur schwer aufrechterhalten können.

Interviewerin: Da die Großhändler, die große Verteilung dazu neigt, weniger unverkaufte Lebensmittel zu spenden...

François: Sie geben weniger, weil tatsächlich alle Maßnahmen zur Einschränkung der Verschwendung erfolgreich sind. Das heißt, die großen Einzelhandelsunternehmen achten darauf und gehen vielleicht besser damit um. Es gibt Elemente, die wir sehen, aber sie stellen uns in Frage, und wir sind sicherlich nicht dagegen. Mehr und mehr sehen Sie es, ich denke, dass alle Handelsketten, ich habe Beispiele aus XXX (Ort), *Auchan*, *Leclerc*, *Carrefour*, nicht unbedingt alle Geschäfte, aber bieten jeden Abend gegen achtzehn oder neunzehn Uhr, also kurz vor Ladenschluss, Körbe für zwei Euro an, Körbe für das Ende der Produkte. Dann haben Sie dort nicht Trockenware, sondern frische Produkte. Das sind also Gemüse oder Obst, das nicht verdorben ist, aber möglicherweise am nächsten Tag weniger frisch gewesen wäre, einige Joghurts mit Ablaufdaten, Milchprodukte usw. Und diese Produkte werden für zwei Euro abgegeben. Nun, wir müssen uns klar sein, aber der Inhalt dieses Korbes ist genau das, was wir am nächsten Morgen, wenn der LKW der Bank vorbeigefahren wäre, abgeholt hätten! Und ich bin natürlich nicht dagegen, aber es ist unsere eigentliche Ressource, unsere eigentliche Ressource, die am Abend zuvor verteilt wird. Es ist zweifellos, und ich sage das absichtlich, vielleicht mit etwas Ironie, es ist zweifellos das gleiche Publikum, also werden Sie mir sagen, dass die Produkte über uns laufen, um am nächsten Tag an Organisationen verteilt zu werden, die sie an die Bedürftige weitergeben, oder dass die Bedürftige, die in der Lage sind, zwei Euro zu investieren, sie direkt am Vorabend abholen, da gibt es nichts zu sagen!

Interviewerin: Das ist nicht so sehr die gleiche Zielgruppe, denn die Lebensmittelbank richtet sich doch an Bedürftige, oder?

François: Wir werden die Bedürftige nicht kategorisieren (LACHT). Die Bedürftigen, die sehr prekär sind, Hausbesetzungen, Maraudes usw., gehen nicht in Supermärkte, aber Sie wissen, dass wir über die Kategorisierung unserer Zielgruppen sprechen können. Wir haben viele sogenannte Working Poor, Leute, die egal ob es eine Frau mit zwei Kindern oder sogar ein Paar ist, das arbeitet, aber nicht genug zu essen hat und sie braucht. Es sind also Leute, die Sozialhilfe beziehen, das ganze Arsenal an Hilfen, und die vielleicht auch zwei Euro ausgeben können, um fünf, sechs Kilo zu erhalten. In der Tat ist das nicht ganz... Aber wir, ein großer Teil unserer Empfänger, das ist es, das sind Leute, die arbeiten, die ein Gehalt haben, alleinstehende Personen. Ich habe dieses Beispiel genommen, um Ihnen zu zeigen, dass diese kostenlose Ressource an unverkauften Produkten immer knapper wird. Bei uns macht das ungefähr 40% unserer Produkte aus. 40% der 4000 Tonnen, von denen ich spreche, die wir brauchen, um zu funktionieren, kommen tatsächlich aus all diesen Kreisläufen. Dort, wo es Probleme gibt. Wir haben tatsächlich ungefähr 20%, das Fünftel unserer Ressourcen, unserer Lebensmittel kommen (UNVERSTÄNDLICH) aus dem FEAD, dem Europäische Hilfsfonds für die am stärksten benachteiligten Personen, der jetzt zum ESF+ geworden ist, also was auch immer. Das ist eine andere Linie aus Brüssel, die über die Mitgliedstaaten läuft, und die dazu führt, dass wir Produkte zurückbekommen. Das geschieht durch Ausschreibung, das heißt, das Landwirtschaftsministerium schreibt 25 oder 30 Produkte aus. Nennen wir es die lebensnotwendigen Produkte. Butter, Öl, Mehl, grüne Bohnen usw. Und so macht er eine Ausschreibung bei den Herstellern oder Großhändlern und so werden viele dieser Lieferungen nicht honoriert. Daher haben wir nun im Hinblick auf die europäischen Fonds die Sorge, dass wir auch in dieser Hinsicht weniger Mittel zur Verfügung haben könnten. Der französische Staat und das Parlament haben im vergangenen Monat 40 Millionen Euro für die Gesamtheit der Lebensmittelbanken in Frankreich bereitgestellt und gesagt, dass wir aus französischen Mitteln, aus dem französischen Haushalt, die Summen spenden werden, die auf europäischer Ebene nicht erreicht werden konnten. Aber das ist eine Sorge, weil wir uns immer noch die Frage stellen, ob wir die Mittel aufbringen können, um unsere Empfänger ernähren zu können. Ich möchte Ihnen nur ein Beispiel nennen, um Ihnen eine Zahl zu nennen: Die Lebensmittelbanken in Frankreich helfen rund zwei Millionen Menschen, zwei Millionen Empfänger, und wir haben rund 22 bis 23 Tausend Empfänger in XXX (Ort). Unsere anderen Ressourcen sind weniger problematisch. Eine, die Sie wie alle anderen kennen, ist unsere sogenannte "Collecte du mois de novembre". Wir geben allen Besuchern der großen Einzelhandelsketten Taschen und bitten sie, diese mit eher trockenen Lebensmitteln zu füllen, für uns sind das ungefähr 400 Tonnen, das sind ein paar 10%, ein bisschen weniger als 10% unserer Ressourcen. Es läuft gut mit der Großzügigkeit, denn es sind nicht die großen Einzelhandelsketten, die spenden, sondern Sie und ich, die breite Öffentlichkeit, die aus ihren eigenen Mitteln spendet. Das hält sich also ohne nennenswerte Steigerung. Eine neue Kategorie, die uns während Covid gut geholfen hat, von der wir aber spüren, dass sie ein wenig an Dynamik verliert, ist, dass die Behörden, als sie sahen, dass wir nach Covid aus logistischen Gründen nicht mehr in der Lage waren, den Vertrieb all dieser Produkte zu gewährleisten, uns Geld gegeben haben (UNVERSTÄNDLICH). Wir haben also seit zwei Jahren Gelder vom Departementsrat, der Region und dem Staat erhalten. Das hat uns ermöglicht, ungefähr 200, 300 Tonnen mehr zu gewinnen, was uns erlaubt hat, das Gleichgewicht ein wenig wiederherzustellen. Es ist nicht sicher, dass diese Mittel dauerhaft erhalten bleiben. Sie sind bereits 2022 im Vergleich zu 2021 zurückgegangen und 2023, wenn Covid, das wir uns alle wünschen, nicht mehr existiert, werden wir diese Mengen nicht mehr haben. Also sind wir doch ein bisschen besorgt. Wir sind ein bisschen vorsichtig, dass

wir nicht das Wesentliche unserer... Was würde sonst passieren? Wir wären gezwungen, weniger zu geben. In der Tat spenden wir sogenannte Lebensmittelrationen. Wir geben keine Mahlzeiten in den Lebensmittelbanken, wir geben Rationen an Vereine, wir verwalten etwa 120 oder 130, die sie direkt an Bedürftige weitergeben, aber sehr wenig in Form von Mahlzeiten. Das breite Netzwerk der Lebensmittelbanken gibt Lebensmittelrationen in Form von frischen oder trockenen Produkten aus, um die Menschen zu ernähren.

Interviewerin: Alles klar. Waren Sie mit Problemen konfrontiert, die Ihre Arbeit in ihrer Organisation eingeschränkt haben? Haben Sie das Problem der Finanzierung angesprochen, aber in letzter Zeit oder langfristig in Ihrer Erfahrung mit der Lebensmittelbank?

François: Ja, (UNVERSTÄNDLICH) ab dem Moment, in dem die Supermärkte uns immer weniger Produkte geben ... also ich habe nicht gesagt, dass die Supermärkte uns vor Covid Produkte mit Produkten kurz vor Ablauf des MHD gegeben haben. Aber sie haben uns ein bisschen mehr Komfort gegeben. Wir haben also Produkte, die immer später ankommen und die per Definition von geringerer Qualität sind. Also weniger Produkte und Produkte, die am Ende ihres Weges sind, die Produkte verderben. Zwischen den Mitgliedern, was nicht zu vernachlässigen ist, ich werde Ihnen diese Zahl nennen, die wichtig ist, es war schon immer so, aber wir haben trotzdem einen erheblichen Anstieg der Produkte, die weggeworfen werden. Denn alle Produkte, die jeden Morgen von unseren 35 Kaufhäusern kommen, die wir abholen, werden sortiert. Und so stimmt es, dass je später die Produkte ankommen, da die großen Handelsketten versuchen, sie direkt zu verkaufen, und es ist immer noch interessanter für sie, es zu verkaufen, selbst mit minus 20, minus 30 oder minus 40%, als ein sogenanntes CERFA zu erhalten. Sie wissen, dass wir jedem Geschäft einen CERFA geben, der aber nicht den gesamten Wert darstellt. Also selbst wenn sie mit 40% Rabatt verkaufen, denke ich, dass sie damit mehr verdienen, als ein CERFA von den großen Handelsketten zu bekommen, selbst wenn sie es mit einem Last-Minute-Rabatt verkaufen. Und das kostet auch etwas, denn um Ihnen eine Zahl zu nennen, die zwar nicht sprunghaft angestiegen ist, aber dennoch eher zunimmt, wir vernichten pro Jahr 400 Tonnen Produkte. Sie sehen 400 Tonnen, ich habe von 4200 gesprochen, wir sind nicht weit vom zehnten Platz entfernt. Diese Produkte, die wir wegwerfen, müssen, wie Sie sich vorstellen können, in Bezug auf Hygiene, Sicherheit und sanitäre Elemente perfekt sein. Wir müssen sie in Behälter füllen, sie an Veolia oder einen anderen Betreiber wie diesen geben, der uns nichts schenkt. Wir zahlen also die zerstörte Tonne, wie jeder andere auch, also auch hier ist es eine kleine Sorge, die zu einer großen werden könnte. Mehr Müll und damit mehr Geld für die Vernichtung.

Interviewerin: Diese Produkte, die weggeworfen werden, sind das einfach die, die das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten haben?

François: Ja, bei dem Fleisch, das ist absolut, da sind wir extrem streng, Joghurt, da kann es ein paar kleine Absprachen von einem oder zwei Tagen geben. Bei Obst und Gemüse gibt es keine MHD für Karotten oder Lauch, aber es kommt auf den Aspekt an. Wir haben einige Elemente, um diese Zerstörungen zu begrenzen, die von zwei Arten sind. Die erste ist die Schwere des Gesundheitszustands des Produkts. Es gibt Produkte, die für den Empfänger weniger vorzeigbar sein können, weiche Tomaten.... Wir haben also zwei Anbieter, die Gazpacho, Suppe oder ähnliche Dinge herstellen, und wir geben sie ihnen. Wir geben diese Produkte ab, die durchaus verwendbar sind.

Es gibt keine gesundheitlichen Probleme, aber Produkte, die für unsere Empfänger nicht vorzeigbar sind, fast physisch, aber sie können verwendet werden, um industrielle Produkte herzustellen, verarbeitete Produkte. Und dann, wenn die Produkte mehr beschädigt sind, aber für einen von zwei Züchtern verwendet werden können, wir haben Pferdezüchter und Kälberzüchter, geben wir brauchbare Produkte, aber um die Tiere zu füttern. Das ist ein Vorteil für uns, dass es nicht die Kosten von Veolia kostet, die Produkte zu vernichten. Der Züchter holt es ab, also kostet es uns nichts. Aber das Problem Nummer eins, das haben Sie richtig verstanden, ist das Problem: "Was bekommen wir in den nächsten Monaten oder Jahren von den großen Einzelhandelsketten zurück?"

Interviewerin: Aber letztendlich, sind die Kosten, die von den Supermärkten durch den Müll vermieden werden, da er zum großen Teil von den Lebensmittelbanken gesammelt wird, nicht auch eine Ersparnis für die Supermärkte auf dieser Ebene? Ich kenne das deutsche System jedenfalls so, dass die Geschäfte dadurch, dass die Tafeln und andere Foodsharing-Initiativen ihre unverkauften Lebensmittel zurückbekommen, "entschädigt" werden und tatsächlich einen geringeren Betrag an Müll zu zahlen haben?

François: Ja, denn wir sind es, die ihn bezahlen. Ist es das, was Sie meinen?

Interviewerin: Ja, also haben die Supermärkte letztendlich auch einen Vorteil, wenn sie ihren Lebensmittelmüll reduzieren und werden auch steuerlich entlastet...?

François: Ich werde eine kleine Einschränkung machen, Sie kennen das Gesetz, das vor etwa zehn Jahren herauskam, das Garot-Gesetz, das die Beziehungen zwischen den Unternehmen der Nahrungsmittelhilfe und den großen Einzelhandelsketten stabilisiert und ein wenig formalisiert hat. Wir dürfen nicht, und wir sind relativ anfällig, aber es gibt ein Kräfteverhältnis, das nicht zu unseren Gunsten ist. Wir dürfen nicht alles annehmen, was uns die großen Einzelhandelsunternehmen geben. Was wir nicht wollen, wenn Sie möchten, ist, der Mülleimer der großen Einzelhandelsunternehmen zu sein, d. h. ganze Pakete zu erhalten, die nicht verwendbar sind. Im Grunde übertragen sie uns die Vernichtung des Produkts! Wir sind also ein bisschen wachsam, aber wo es kompliziert wird, ist, dass man sich vorstellen muss, wie die Beziehung abläuft. Unser LKW kommt mit einer Gruppe von Freiwilligen, einem Hubwagen zum Tragen, es ist oft in Palettenboxen, wir haben nicht unbedingt die Zeit, alles zu überprüfen. Es gibt Zeiten, in denen man nein sagt. Wenn man sieht, dass die Kiste mit den völlig verfaulten Melonen untergeht, nimmt man sie nicht, man stellt sie hin, aber man hat auch kein Machtverhältnis, um zu sagen: "Wir schauen uns das alle an". Das passiert, wie Sie sich vorstellen können, in einem anderen LKW-Strom, der LKW der Lebensmittelbank fährt zwischen drei oder vier anderen Lieferanten hindurch.

Interviewerin: In Bezug auf dieses Gesetz, also gerade dieses Garot-Gesetz, das die Akteure der großen Einzelhandelsketten dazu verpflichtet, ihre Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen zu spenden. Sind Sie also eher abwertend gegenüber diesem Gesetz eingestellt?

François: Nein, ich bin nicht abwertend, ich sage nur, dass es im Detail nicht vollständig umgesetzt wird. Nach dem Garot-Gesetz müssen die Produkte tatsächlich maximal ein Tag vor MHD haben, was normal klingt. Wenn Sie es erhalten, müssen

Sie mindestens den halben oder ganzen Tag Zeit haben, um es zu verteilen. Was Obst und Gemüse betrifft, so ist das tatsächlich eine Frage der visuellen Einschätzung. Wir haben im Vergleich zur Arbeit der großen Einzelhandelsketten den Nachteil, dass wir fünf Tage die Woche arbeiten. Das heißt, der Vertrag, den wir mit den Handelsketten haben, sieht vor, dass wir fünfmal vorbeikommen. Das bedeutet, dass wir bei der Abholung am Montag Produkte abholen können, die seit Freitag beschädigt wurden. Selbst wenn die Sortierung im Laden stattfindet, nehmen sie uns so viele Produkte wie möglich weg, die nicht verwendbar sind. Es ist kompliziert, es ist kompliziert. Aber wir sind da ein bisschen drin.

Interviewerin: Ich habe eine vielleicht etwas umfassendere Frage an Sie. Was sind Ihrer Meinung nach die Lösungen, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren? Welche sind zumindest die wichtigsten?

François: (LACHT) Also das ist eine große, große, große Frage. Lebensmittelverschwendung könnte oder kann auf eine separate Art und Weise von Lebensmittelhilfe behandelt werden. Lebensmittelverschwendung, niemand hat gesagt, niemand hat geschrieben, dass das, was gesammelt wurde, den Armen helfen sollte. Zunächst die Lösung: Es könnte sehr gut sein, dass es keine Armen gibt (LACHT). Gut, ich gebe ganz theoretische Beispiele. Es trifft also zu, dass das immer wichtiger werdende Phänomen der Lebensmittelverschwendung, auf das wir noch zurückkommen werden, fast zeitgleich mit der Tatsache, dass den Armen geholfen werden sollte, aufgepfropft wurde. Ich will Ihnen jetzt nicht die ganze Geschichte erzählen, Coluche, die 80er Jahre usw. Das ist ein bisschen so, wie es angefangen hat. Warum gibt es so viel Lebensmittelverschwendung? Das liegt auch an der Schuld von Ihnen und mir als Verbraucher. Warum gibt es so viel Verschwendung? Und ich sehe das sehr gut, nicht in Bezug auf das, was wir jeden Tag in den großen Einzelhandelsgeschäften einsammeln, sondern in Bezug auf unsere Beziehungen zu den Einkaufszentralen, d. h. auf die vorgelagerten Bereiche. Wenn Sie mit den großen Handelsketten zusammenarbeiten wollen, müssen Sie natürlich die Fristen einhalten und vor allem dafür sorgen, dass es unabhängig von den klimatischen Bedingungen, den Temperaturen und dem politischen Kontext immer eine maximale und gesicherte Versorgung mit allen Produkten gibt. Um es klar zu sagen, und man sieht es deutlich, der Franzose, oder der Deutsche, ich denke, das ist ungefähr gleich, der Europäer, wenn Sie wollen, erträgt - also der Europäer, die anderen auch (LACHT), erträgt keine Lieferengpässe. Wir ertragen es nicht, unsere *Nutella* nicht zu haben, zum Beispiel für die Kinder (KLEINE PAUSE). Wir befinden uns in einem Verbrauchssystem, das es erforderlich macht, dass die großen Einzelhandelsunternehmen ständig alle Produkte im Angebot haben, die ihnen zugeführt werden, und dass diese kilometerlangen Regale die ganze Zeit über voll sind. Und das bedeutet also, warum gibt es Verschwendung? Sowohl bei frischen Produkten, Landwirtschaft, Obst und Gemüse als auch bei Trockenprodukten. Weil man mit dem Logistiksystem, den sehr, sehr kurzen Fristen, mit denen Sie versichern, dass Sie das von den großen Einzelhandelsketten gewünschte Volumen unter allen möglichen und unmöglichen Bedingungen anbieten können müssen! Ich möchte Ihnen ein Beispiel nennen. Letztes Jahr, Sommer 2022, hier in XXX (Ort) ist das Wetter oft ziemlich gut. Die ersten 14 Tage im August hat es geregnet und es war relativ kühl. Was ist da passiert? Aber das ist kein außergewöhnliches Phänomen, sondern das war karikierend. Was geschah eineinhalb Monate später? Uns wurden ganze LKW-Ladungen angeboten. Ganze Lastwagenladungen gratis mit *Ice Tea*, *Coca-Cola*, na ja, Sie wissen schon, was ich meine! Alle Sommergetränke. Diese vierzehn kühlen Tage führten zu einem Rückgang

des französischen Konsums. Das ist eigentlich das Konsumsystem, in dem wir uns befinden. Und ich kritisiere nicht die großen Einzelhandelsketten. Es stimmt, dass sie bei ihren Lieferanten drakonisch sind, aber warum? Um den Verbraucher zufrieden zu stellen! (UNVERSTÄNDLICH) Um zu gewährleisten und immer das vorrätig zu haben, was man noch einmal braucht, unabhängig von den Bedingungen, von den Temperaturen, von der Sonne usw., das heißt, sobald es einen kleinen Ausfall der Ernte gibt, darf es auf keinen Fall zu einem Lieferengpass kommen, es gibt überhöhte Lagerbestände. Die Lebensmittelverschwendung wird also von uns verursacht durch unsere Ansprüche, immer alle Produkte zu haben... Der Wunsch, zwölf Monate im Jahr Äpfel zu haben, Erdbeeren zu Weihnachten. Es stimmt, dass die Ansprüche der Verbraucher - aber noch einmal, ist es der Verbraucher, der sie auferlegt, oder sind es alle französischen und ausländischen Lieferanten, die ihre Produkte zu jeder Jahreszeit verkaufen wollen - dazu führen, dass es viel mehr potenziell verzehrbare Produkte gibt, die in der Welt verkehren, und dass es, sobald es einen kleinen Mangel in der einen oder anderen Richtung gibt, zu viele Produkte gibt, die also auf Lager sind. Und deshalb ist es gut, weil wir davon profitieren, aber die Lebensmittelverschwendung, noch einmal, wir schaffen sie.

Interviewerin: Sehen Sie Verbesserungsmöglichkeiten, eher in der Sensibilisierung, versuchen Sie, den Consumer Citizen dafür zu sensibilisieren, auf den Kauf von Bananen zu verzichten, weil sie nicht aus der Region stammen, oder das ganze Jahr über Tomaten zu kaufen?

François: Sollten wir insgesamt 500 Arten von Joghurt haben? Weil die Multiplikation der Anzahl der Referenzen in einem Hypermarkt, ich glaube, es sind im Durchschnitt 18000, das sind 18000 Lebensmittelreferenzen. Das bedeutet, dass es ein Minimum geben muss. Es gibt Produkte, die sich viel weniger entwickeln als andere, *Cola* entwickelt sich mehr als dieses oder jenes andere Produkt, aber es stimmt, dass es ein wenig das System ist, dass wir wohlhabende, verkommene Länder sind, die alles zu jeder Zeit haben wollen. Ich sage nicht, dass wir künstlich eine Hungersnot herbeiführen sollen (LACHT). Aber das Problem ist viel größer als das. Und ich habe keine Patentlösung. (UNVERSTÄNDLICH) Ich denke, in Deutschland muss das gemacht werden. Es gibt viele Produkte, die die Leute tatsächlich mehr kaufen, vielleicht einen Teil davon einfrieren. Aber selbst ich denke, dass das Einfrieren noch viel stärker ausgebaut werden könnte. Der Konserventeil, den es bei uns ein bisschen gab, in XXX (Ort), die Tradition der Entenkonserven zum Beispiel, die Konfis, solche Dinge. Die werden immer noch konsumiert. Aber welche Familie macht ihre Entenconfits selbst, wissen Sie?

PAUSE

François: Wir haben über Konserven gesprochen. Leute, die zu viele vielleicht fertige Produkte kaufen und dann diese Angst, die Angst, dass die Läden leer sind, und dann die Angst vor Mangel. Man merkt, dass die Leute viele Dinge kaufen, für den Fall der Fälle. Man lagert und lagert. Ich finde, das ist das Bedenklichste, was es gibt. Die ganze Debatte ist vielleicht der mangelnde Respekt vor dem Produkt. Der Verbraucher, so denke ich, gibt Lebensmitteln keinen außerordentlichen Wert. Wir sind daran gewöhnt, im Großen und Ganzen billiges Essen zu bekommen, also können wir es wegwerfen. Ich spreche also nicht über die Art von Empfängern, denen wir helfen. Aber der Durchschnittsfranzose, das bedeutet nichts, aber vielleicht hat er nicht die Rücksicht auf das Essen, die er haben sollte, ein bisschen mehr zu essen als

erwartet... und dann, was soll's, wir nehmen den Müllsack und entsorgen ihn, was soll's!

Interviewerin: Das ist die ganze Sorge, wenn man in großen Mengen produzieren muss und verlangt, dass man alles billig bekommt.

François: Dann müssten Sie es sehen, ich glaube, in Deutschland gibt es genauso viele wie in Frankreich. Es ist außergewöhnlich, die Vielzahl der Initiativen zu sehen. Sie sind oft lokal. Sie haben Läden, es gibt einen, der sich in XXX (Ort) niederlassen wird, der aber schon 25 Läden in Frankreich hat, der "XXX" heißt, und dann wird nächste Woche ein erster Laden in XXX (Ort) im zentralen Viertel eröffnet. Das ist gut, ja, da gibt es nichts zu sagen. Sie haben Leute, die - ich hatte interessante Initiativen gesehen - Leute, die organisieren, für Leute, die Obstbäume haben. Es gibt Leute, die Obstbäume finden und dann, wenn die Bäume voll mit Früchten sind, ein Team von Freiwilligen zusammenstellen, um die Produkte zu spenden. Dann bekommt der Besitzer einen Teil davon zurück, aber es gibt eine außerordentliche Verschwendung bei allem, was nicht auf dem Land eingesammelt wird. Es gibt viele Dinge. Wir unterstützen in XXX (Ort) eine Organisation, die "XXX" heißt und die eher an Arbeitsplätzen, in Unternehmen, Behälter aufstellen, und sie kümmern sich um alles. Es ist kostenpflichtig, aber das Unternehmen zahlt. Man pflanzt dort Samen und so wird es tatsächlich von einem Team verwaltet. Das schafft einerseits soziale Bindungen, weil die Angestellten sich um diese Behälter versammeln, die Früchte produzieren, und andererseits ist das Engagement, und hier kommen wir ins Spiel. Auch gut, weil es gleichzeitig ein Kampf gegen die Verschwendung ist, da man selbst sein eigenes Gemüse produziert. Und das Engagement besteht darin, dass die Hälfte der Lebensmittelbank gespendet werden muss. Wenn man das in mehreren Unternehmen, Einzelhandelsunternehmen, Heimwerkermärkten, kleinen und mittelständischen Unternehmen und sogar in einem Krankenhaus umsetzt, hat das viel mit Pädagogik zu tun, indem man sagt: "Bauen Sie Ihre eigenen Tomaten und grünen Bohnen selbst an!".

Interviewerin: Ich würde Sie gerne in Bezug auf Ihre Lebensmittelbank befragen. Der Aspekt der Bewusstseinsbildung. Erstens: Glauben Sie, dass Initiativen für Bedürftige wie Ihre, die Lebensmittelbanken, aber es gibt auch eine ganze Reihe solcher Initiativen in Frankreich, die in erster Linie für Bedürftige zugänglich sind. Glauben Sie, dass dadurch ein echtes Bewusstsein für die Lebensmittelverschwendung geschaffen wird?

François: Ja, das ist das, was ich Ihnen vorhin gesagt habe. Das ist das Grundproblem. Es ist, dass die beiden Begriffe Prekarität und Verschwendung zusammenpassen, aber auch nicht zusammenpassen können. Was sind unsere Mittel? Sie wissen, dass wir weniger medienwirksam sind als zum Beispiel die *Restos du Coeur*. Wir haben - das möchte ich betonen - ausgezeichnete Beziehungen, wir arbeiten täglich mit ihnen zusammen, tauschen Produkte aus. Es gibt keinerlei Probleme. Aber welches Image haben die *Restos*? Ein Image der Solidarität, das ist klar, damit hat es vor allem angefangen. Wir wissen nicht viel über die Lebensmittelverschwendung. Wir teilen uns, aber sie haben das Glück, aus Gründen, die Sie wie ich kennen, aus medialen und anderen Gründen, viel Geld zu haben. Sie haben viel Geld, die Fernsehrechte, alle Medien, die es gibt, was wir nicht haben. Wir haben ein etwas verschwommenes Image, wenn Sie so wollen. Die Leute verwechseln manchmal die *Restos* und die Banken. Für sie ist die Lebensmittelbank fast schon ein allgemeiner Begriff. Wenn wir

unsere Aktionen am Ende des Jahres, am letzten Wochenende im November, durchführen, läuft es gut. Unsere orangefarbene Weste, das kommt ziemlich gut an, das erlaubt es, sie gut zu typisieren. Ich denke, wir haben beides, wir haben tatsächlich ein Image der Verschwendung, da wir Produkte sammeln, und natürlich auch der Solidarität. In dieser Hinsicht kann man wahrscheinlich nie genug tun. Kommunikation ist, wie Sie wissen, teuer. Wir können uns keine Werbekampagnen leisten oder wir müssen uns helfen lassen, das heißt, wir müssen Sponsoren oder Partner bitten, uns das Geld für die Kommunikation zu geben. Wir machen das ein bisschen hinsichtlich des Novembers. Wir können nicht sagen, dass wir das ganze Jahr eine konstante Kommunikation führen, weil wir nicht die Mittel dafür haben.

Interviewerin: Das verstehe ich. Haben Sie im Zusammenhang mit dieser Sensibilisierung weniger den Eindruck, dass die Tafeln wirklich etwas in der Gesellschaft bewirkt haben, oder beobachten Sie nicht wirklich einen anderen Umgang mit Lebensmitteln...?

François: Es ist ernster, also es ist allgemeiner als das. Es ist wahrscheinlich nicht unsere Aufgabe, dies zu tun. Ist das nicht ein Problem der Pädagogik, also des Bildungssystems? Vielleicht kommen diese Botschaften, die wir angesprochen haben, nämlich weniger zu kaufen, weniger auszugeben usw., bei einer jungen Bevölkerung wahrscheinlich besser an als bei einer Bevölkerung meiner Generation zum Beispiel, die nie allzu sehr dafür sensibilisiert wurde. Ich weiß nicht, auf welcher Stufe und in welchem Alter sie darüber informiert werden. Wir haben es nicht so sehr während Covid gemacht, aber was wir gemacht haben, was wir wahrscheinlich wieder aufnehmen werden, ist, dass wir, wenn wir die Produkte aus unserer Sammlung Ende November erhalten, ungefähr 400 Tonnen haben. 400 Tonnen müssen wir sortieren, das sind viele Kisten! (LACHT) Wir haben also Schulklassen, ich würde eher sagen, 12- bis 14-Jährige, mit einem Lehrer zusammenkommen lassen, die dann sortieren und anschließend zu Mittag essen. Und wir haben tatsächlich einen Vormittag zur Sensibilisierung gemacht, also zur Sensibilisierung durch Vorbildwirkung, und wir haben einen kleinen Wettbewerb veranstaltet, damit die Schule X oder Y die beste Sortiererin ist (LACHT). So. Also das ist eine gute Idee, nur hat man nicht eine ganze Altersgruppe kommen lassen, aber man hat trotzdem das Maximum gebracht. Das haben wir, wie Sie sich vorstellen können, seit zwei Jahren nicht mehr getan. Neulich haben wir die Mitarbeiter von zwei lokalen Banken des *Crédit Agricole* eingeladen, da wir eine Partnerschaft mit dem *Crédit Agricole* haben. Und im Rahmen ihres CSR-Plans haben sie zwei Teams von je 25 Mitarbeitern auf freiwilliger Basis kommen lassen, also im Rahmen der Arbeit. Und so kamen zwei Teams am Dienstag und am Donnerstag, auch hier kamen sie um 10 Uhr an und bekamen Trockenprodukte zu sortieren. Und um 12 Uhr, als alle zu Mittag gegessen haben, haben wir ihnen ein paar allgemeine Informationen vermittelt. Aber im Durchschnitt (UNVERSTÄNDLICH) haben wir 14 Angestellte, plus Freiwillige, die ein bisschen Zeit investieren...

Interviewerin: Als Studentin der Politikwissenschaft interessiert mich auch der politische Aspekt. Würden Sie sagen, dass die Aktionen der Lebensmittelbanken und der Freiwilligen in den orangefarbenen Westen aus einer sozialen Bewegung gegen die Lebensmittelverschwendung hervorgehen oder zumindest in ihr verankert sind?

François: Also weniger gegen Verschwendung, aber es gibt eine ganze Debatte, die man in der Presse sieht, sogar in Debatten im Parlament, in parlamentarischen Arbeiten, das heißt, ob man in der Zeit, in der wir leben, die eine Zeit der Nicht-

Diskriminierung ist, ein System der Nahrungsmittelhilfe aufrechterhalten soll, das, gelinde gesagt, diese Bevölkerung stigmatisiert...? Denn die Person, die hilflos ist, wird von ihnen ein wenig gezwungen, sich bei einem Verein anzumelden. Sie muss einige Angaben machen, sei es bei den *Restos* oder bei uns, da wir eigentlich nur Leute aufnehmen, die von den öffentlichen Behörden auf der Ebene der Präfektur zugelassen sind. Und sobald diese Personen anhand von Kriterien identifiziert sind, zwingen wir sie, an bestimmte Orte zu gehen, einen Verein oder auch die *Restos*, das *Rote Kreuz* usw., wo sie dann stigmatisiert werden, was ein großes Wort ist, aber sie müssen dorthin gehen, weil sie sonst nichts bekommen. Sie können auch einen moralisierenden Diskurs führen und man sagt ihnen, "ich gebe euch eure Tasche mit Lebensmitteln, aber ihr müsst arbeiten", ich erzähle Blödsinn (LACHT). Dass diese Spende von Produkten oder Lebensmitteln manchmal von einem moralisierenden und wohlmeinenden Diskurs begleitet sein kann, der stigmatisiert oder den Eindruck erweckt, im Vergleich zu anderen ein wenig diskriminiert zu werden. Daher die Maßnahmen der öffentlichen Behörden, die gerade mit dem sogenannten Lebensmittelscheck oder eventuell der sozialen Lebensmittelkasse beginnen. Es geht darum zu sagen, dass es Menschen gibt, die aufgrund von Pech im Leben, Pech bei was auch immer, in einer schwierigen Lage sind. Lassen Sie uns zu ihren Schwierigkeiten nicht noch einen moralischen Druck hinzufügen, entschuldigen Sie das Wort, aber einen Druck, der ein wenig sozial ist, jedenfalls wenn er nicht moralisch ist. Und deshalb sollten wir sie so weit wie möglich in die Situation eines Jeden versetzen. Das heißt, wir geben ihnen einen monatlichen Lebensmittelscheck. Jeder Lebensmittelscheck wird derzeit von der Regierung ausgegeben, d.h. Sie bekommen hundert Euro auf Ihr Bankkonto überwiesen und gehen dann zu *Carrefour*, *Leclerc*, man weiß nicht, woher das Geld herkommt. Oder vielleicht sogar ein Schecksystem. Es gibt diese ganze Debatte, die, wie Sie wissen, relativ prägnant ist. Sollen die Leute gezwungen werden, sich in die Schlange zu stellen, um ...? Die Leute stellen sich ein bisschen an, also stimmt es, dass man ihnen zuwinkt und sie dann mit ihrem Einkaufswagen kommen, sie füllen ihren Einkaufswagen, aber sie stellen sich an, sie warten. Ich weiß nicht, wie man das sonst machen kann, um es komplett zu banalisieren. Geben, geben, geben. Aber das ist eine echte Debatte. Das Ziel ist vor allem nicht, langfristig zu sagen, dass man die *Restos du Coeur* schließen sollte. Denn, und hier kommen wir wieder auf das Problem der Lebensmittelverschwendung zurück, aus den Gründen, die ich mit Ihnen besprochen habe, führt das wirtschaftliche Konsumsystem unserer modernen Länder dazu, dass es immer Reste geben wird. Die Lebensmittelbanken, *Restos du Coeur* und Co. werden immer zwischen den Fronten stehen, aber es wird immer das System geben, das ich Ihnen vorstelle, in dem jeder produzieren und herstellen muss, um alle möglichen Unwägbarkeiten im Zusammenhang mit dem Konsum zu gewährleisten. Aber ich meine, ich sehe das System nicht, wir wären in einer perfekten Welt, in der es null Gramm Verschwendung gibt, weil es immer eine Überproduktion gibt, es wird immer einen Etikettenfehler geben oder was auch immer. Es wird immer tausend Gründe geben. Aber vielleicht wäre es tatsächlich so, dass, wenn man auf die Kategorien zurückkommt, vielleicht unsere Strukturen vor allem für die große Prekarität wären und dann vielleicht für die Leute mit geringerem Einkommen, beispielweise arme Arbeiter und so weiter, ein System von Schecks oder Tickets sein könnte, das tatsächlich ihre Zugehörigkeit zu dieser Welt der Prekarität neutralisieren würde und das sich tatsächlich in die klassischen Schemata einfügen würde, sozusagen.

Interviewerin: Eine Frage, die ich mit Ihnen besprechen möchte, ist die Frage der Monetarisierung von unverkauften Lebensmitteln, da es Initiativen wie *TooGoodToGo*

oder auch in Frankreich *OptiMiam*, *Zéro Gâchis*, falls Sie das kennen, gibt, bei denen die Kunden, nach dem Vorbild der Lebensmittelbanken, auch ein paar Euro bezahlen müssen, um diese Lebensmittel zu erhalten. Wie stehen Sie zu der Idee, unverkaufte, überschüssige Lebensmittel zu monetarisieren und zu günstigeren Preisen an die Verbraucher zu verkaufen, wobei ein Kritikpunkt an dem Ganzen ist, dass alles ohnehin im Müll landet, wenn es nicht weiterverkauft wird. Sollte der Vertrieb dieser unverkauften Waren Ihrer Meinung nach weiterhin kostenpflichtig sein?

François: Ja, es ist interessant, dass wir dieses Themenfeld ansprechen, das sehr kompliziert ist. Unsere Lebensmittelbanken haben versucht, eine Antwort zu geben, die sie vielleicht noch nicht kennen, weil sie noch nicht sehr weit entwickelt ist. Wir haben auf der Ebene der Lebensmittelbanken ein Projekt namens *ProxiDon* ins Leben gerufen. Es wurde in Lyon gestartet, mittlerweile gibt es etwa 20 oder 30... wenn ich Metropole sage, werden Sie verstehen warum, es muss eine urbane Dichte oder eine relativ hohe Wohndichte vorhanden sein, damit es funktioniert. *ProxiDon*, das ist ein Internetsystem, das ein Angebot (UNHÖRBAR) zusammenbringt. Also die Angebote sind Läden, bei denen wir nicht abholen. Warum ist das so? Weil sie nicht genug Volumen haben. Und wenn wir zehntausend Tonnen zu sammeln haben, werden wir uns nicht den Spaß machen, 80 Kilometer zu fahren, um eine Kiste Äpfel zu holen. Es handelt sich also um kleine Angebote (UNHÖRBAR) und dann stehen sie Privatpersonen zur Verfügung. Denn wenn sie nicht Privatpersonen angeboten werden, ist es unsere Sorge, aber vielleicht sind wir zu sehr vom Sozialen verzerrt, dass wir es vorziehen, wenn diesem Angebot wirklich bedürftige Menschen gegenüberstehen, also Menschen, die die Kriterien durchlaufen, die uns die Behörden auferlegen, um sie in unseren 120 oder 130 Vereinen anzumelden. Wir nennen das Körbe, d.h. es sind keine drei Tonnen. Wir haben 14 Arten von Produkten hineingelegt. Es wird vom Spender aufgestellt, der Spender zahlt nichts und es wird ausgehändigt - also deswegen muss es ein Netzwerk geben, also muss es ein etwas dichtes Netzwerk geben, da das Computersystem über ein GPS-System macht, dass dieser Korb den acht geografisch nächstgelegenen Vereinen vorgeschlagen wird. Wenn Sie möchten, haben wir also Spender, die nicht jeden Tag spenden, weil es sich, wie Sie schon richtig sagten, um einmalige Gelegenheiten handelt, um eine Charge, die man nicht aufessen will, man merkt es um 14 Uhr bis 18 Uhr. Und so verarbeitet *ProxiDon* Körbe. Das durchschnittliche Volumen eines Korbes beträgt etwas weniger als 50 Kilogramm, also nochmal, wenn Sie x mal 50 multiplizieren, ergibt das Tonnen! Das sind oft all die Geschäfte in den Innenstädten, die für unsere LKWs unerreichbar sind und für die wir nicht genügend Produkte bekommen. Wir sind ganz und gar im selben Schema. Aber es ist ein Schema für viel kleinere Mengen, vorzugsweise eher in städtischen Gebieten und gerade um die Fahrten zu begrenzen und das ist ökologisch gut, d.h. wie wir es den acht zeitlich nächstmöglichen Vereinen per GPS vorschlagen, d.h. der erste, der klickt, gewinnt. Der Spender spendet kostenlos, das *CERFA* wird automatisch erstellt, es gibt also automatisch ein *CERFA* und der Verein, um Ihnen die Wahrheit zu sagen, haben uns 50 Euro pro Jahr bezahlt, was auch nicht viel ist, da sie sich fast jeden Tag bedienen können, natürlich je nach dem, was es gibt, denn wir wollen nicht zu viel Geld ausgeben.

Ich gebe zu, dass dieses System, *ProxiDon*, auch ein wenig mit *TooGoodToGo* konkurriert, aber es ist anders, da es auf Produkte in kleineren Mengen abzielt. In diesem Fall mit Privatpersonen. Es ist also der direkte Verbraucher, der die Ware mit einem Rabatt abholen kann, da sie am Vortag verkauft wird, so spät wie möglich. Es sind sowohl die gleichen Organisationen, die ihre Produkte abholen, als auch andere Organisationen. Es ist genau das gleiche Schema wie bei der Lebensmittelbank, nur

dass es sich um kleinere Mengen und ein System handelt, das die Fahrten rationalisiert. Denn alle Organisationen, die wir bedienen, sind Menschen, die nicht unbedingt ein Fahrzeug haben oder nur einen Tag pro Woche ein Fahrzeug haben.

Interviewerin: Verlangen die Organisationen, die diese Körbe abholen, von den Verbrauchern Geld? Oder ist es kostenlos, wirklich von A bis Z?

François: Es ist kostenlos, da es für ihre gleichen Bedürftige ist, wie wenn sie zu uns kommen. Es ist eine Ergänzung.

Interviewerin: Das verstehe ich. Sehen Sie zum Beispiel die Möglichkeit, die Körbe nicht direkt an Vereine zu geben, sondern direkt an die Verbraucher? Oder denken Sie, dass die Vereine ein wesentlicher Vermittler in dieser Initiative sind?

François: Sie sind wesentlich, weil wir wissen und uns die Mittel geben, um das regelmäßig zu überprüfen. Weil wir sicher sind, dass, wenn wir an die Organisation Y spenden, wir wissen, dass sie 34 Empfänger haben, da die öffentlichen Behörden uns bestätigen und daher wissen wir, dass es automatisch an Menschen in Not geht, an Bedürftige. Wir, unser System, das ist da. Was immer ein wenig befürchtet wird, in diesem System des direkten Kontakts zwischen einem mehr oder weniger kleinen Spender und einer Privatperson (ÜBERLEGT), es stört mich grundsätzlich, dass jemand ... man sollte es nicht zu einer Grenze für Einkommen, Gehalt oder was auch immer machen, aber es sollte nicht sein, dass es Leute gibt, die viele finanzielle Mittel haben..., für die ist das nicht gedacht, das hier. Und das ist die ganze Grenze, das, was wir im Grunde seit Beginn unseres Gesprächs sagen, aber die ganze Schwierigkeit: Sagen wir 100% Verschwendung, d.h. bei *TooGoodToGo*, „ich habe ein Produkt, morgen früh wird es nicht gut sein, kommt und holt es um 18 Uhr ab“. Mich stört es, wenn der, der es um 18 Uhr abholt, 4000 Euro Rente hat.

Interviewerin: Sie sind also nicht der Meinung, dass das Teilen von Lebensmitteln auf alle Menschen ausgeweitet werden sollte und nicht nur an Bedürftige? Ihrer Meinung nach ist es für Bedürftige, auch wenn wir tonnenweise Lebensmittel verschwenden. Sie sind trotzdem der Meinung, dass es in erster Linie für Bedürftige sein sollte.

François: Ja, deshalb scheint mir das System, von dem ich spreche, *ProxiDon*, die Priorität zu sein. Wenn es leider passiert, gibt es Körbe und vor allem in der Sommerzeit, die nicht eingelöst werden. Das heißt, ein kleiner Laden, *Lidl*, bietet einen Korb von 50 Kilo an. 50 Kilo, das ist immer noch mehr als der Bedarf einer Privatperson. Sie kaufen nicht 50 Kilo ein. Wenn der Korb also nicht rechtzeitig abgeholt wird, soll das Geschäft ihn zu einem Rabattpreis an jeden verkaufen. Ich stimme dem genauso zu. Das ist der Punkt, an dem wir trotzdem die beiden Imperative sehen, den sozialen Imperativ für mich, er ist vorrangig, aber der Imperativ der Nicht-Verschwendung ist auch wichtig. In diesem Fall, einen Weg zu finden, es billiger zu verkaufen oder sogar einfach zu verschenken.

Interviewerin: Das ist ein interessanter Aspekt, finde ich. Wenn Sie es mir erlauben, würde ich gerne auf diese Initiative umschalten, von der ich Ihnen aus Deutschland erzählt habe, *foodsharing*. Ich weiß nicht, ob Sie schonmal davon gehört haben. Diese Initiative besteht darin, dass überschüssige und unverkaufte Lebensmittel direkt bei den Produzenten, also Supermärkten, Kantinen, Restaurants usw. von Freiwilligen abgeholt und sortiert werden, und diese Freiwilligen werden "Foodsaver" genannt, die

direkt in Hygienevorschriften, Einhaltung der Kühlkette usw. geschult werden und die direkt vor Ort in den Supermärkten die unverkauften Lebensmittel sortieren und dann weiterverteilen. Die Lebensmittel werden also wieder in den Kreislauf zurückgeführt. Also gehen wir letztendlich ein bisschen über das Prinzip der... Ich weiß nicht, ob Sie die Initiative *Partage ton frigo* kennen, bei der Verteiler eingerichtet werden, um nicht verkaufte Lebensmittel zu lagern, nur dass das oft nur für Privathaushalte gilt. Supermärkte werden selten in diesen Prozess einbezogen und so kommt dieser Prozess der Verteiler eigentlich viel später, wir haben bereits Firmen, Supermärkte, die in den Prozess einbezogen sind und *foodsharing* weigert sich, von den Empfängern etwas zu verlangen. Alles ist kostenlos und für alle. Es ist also für Bedürftige zugänglich, natürlich gibt es die Lebensmittelbanken, die zuerst kommen, um diese Lebensmittel zu sammeln, die sie den Bedürftigen zu niedrigeren Preisen anbieten, aber *foodsharing* kommt nach den Lebensmittelbanken und sammelt eigentlich alles, was nicht von den Lebensmittelbanken genommen wird, was das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten hat, Obst und Gemüse, die noch genießbar sind, usw., und sie werden diese Lebensmittel wieder in den Kreislauf zurückbringen. Es gibt also eine Plattform mit vielen Freiwilligen, die nicht unbedingt bedürftig sind, aus allen sozialen Schichten, die, nachdem sie diese Ausbildung gemacht haben, die unverkauften Waren einsammeln und dann entscheiden, ob sie einen Teil davon für sich selbst nehmen und dann in Verteiler geben, wenn der Überschuss zu groß ist. Was halten Sie von einer solchen Initiative, denken Sie, dass sie in Frankreich anwendbar wäre?

François: Ich finde es interessant. Was man sehen muss, sind die praktischen logistischen Probleme. Werden die Produkte aus dem Supermarkt herausgeholt und in einem LKW verarbeitet, in einem LKW außerhalb des Ladens, oder werden sie in einen Raum gebracht, um all das zu sortieren? Aber die Tatsache, dass es tatsächlich "Profis" sind, die an den Ort kommen, an dem der Überschuss entsteht, an dem das Produkt entsteht, wo sortiert wird, wo der Gesundheitszustand überprüft wird, wo sie neu verpackt werden können, wo sie kalt gestellt werden können usw. Aber es wirft das Problem auf, dass, wenn es am Ende des Tages ist, die Geschäfte um acht Uhr bis neun Uhr schließen. Das heißt, es ist zu spät, um sie zu verteilen, das verschiebt sich schon auf den nächsten Morgen.

Interviewerin: Nein, eigentlich ist es direkt effektiv am Ende eines Arbeitstages. Die Foodsaver haben Kooperationen mit den Supermärkten, die wissen, dass um sechs Uhr, um sieben Uhr, kurz vor Ladenschluss, die Foodsaver einsammeln. Sie stellen alle unverkauften Waren, alle Lebensmittel, zum Beispiel vor den Supermarkt, und so haben die Foodsaver einen Termin, sie wissen, sie sind kooperativ organisiert und sie müssen vor Ort abholen, sortieren und dann weiterverteilen. Und das funktioniert sehr gut, weil die Supermärkte vor Ort, die haben den großen Vorteil, dass sie ihre Entsorgungskosten reduzieren usw.

François: Ich persönlich finde das eine tolle Idee, und wir sind mit dem Mangel daran konfrontiert.

PAUSE

François: Ich erzähle Ihnen ein Beispiel: Ein Fußballspiel im XXX (Verein), Sie haben Cocktails, Sie haben Logen usw., wie finden Sie jemanden? Wir könnten doch auch für die Veranstaltungsräume sammeln, aber eigentlich sammeln wir nur *Cola* und Bier. Denn wir haben niemanden, der sie um halb elf abholt, ein Fußballspiel endet

um elf Uhr, eine Unterhaltungsshow um Mitternacht. Aber diese Foodsaver-Teams finde ich eine sehr, sehr, eine sehr, sehr gute Lösung.

Interviewerin: Es stimmt, dass der Aspekt der Lebensmittelverschwendung durch die Tatsache, dass diese Foodsaver es direkt vor Ort einsammeln und die unverkauften Lebensmittel selbst sortieren, ein Bewusstsein für die Lebensmittelverschwendung geschaffen wird, das bei der Einrichtung von Speisekammern nicht vorhanden ist, da es das Ergebnis dieses ganzen Prozesses ist und die Leute sich selbst bedienen. Aber zumindest nach meiner Erfahrung auch in Frankreich, nach dem, was ich auch in XXX (Ort) gesehen habe, sind diese sogenannten Fairteiler, diese geteilten Kühlschränke, wie man sie nennen könnte, praktisch ständig leer, da die Leute sich von selbst direkt bedienen oder zumindest sich bedienen. Es sind die gleichen Leute, die sich bedienen, aber niemand bringt etwas mit und vor allem ist es letztendlich überhaupt nicht nachvollziehbar. Normalerweise sollte man die Lebensmittel, die in den Fairteiler gelegt werden, mit einer Notiz verfolgen, auf der die Uhrzeit, die Person, die sie abgegeben hat, usw. vermerkt sind. Und dann gibt es das letztendlich nicht. Ich habe den Eindruck, dass es nicht funktioniert. Es gibt vielleicht, einen Mangel an (ÜBERLEGT) ich weiß nicht, einen Mangel an Ausbildung vielleicht? Ich war auch in diesem Verein aktiv und so gibt es drei Einführungen, drei Lebensmittelrettungen mit einem ausgebildeten Foodsaver, man hat eine ganze Regelung zu lesen, einen Test, um aktiver Foodsaver werden zu können... Vorher ist man nur "Foodsharer", das heißt, man kann aus den Fairteilern nehmen, aber man holt nicht direkt bei den Supermärkten ab.

François: Ja, das würde die Sache lösen, (ÜBERLEGT) wir sind zum Beispiel jedes Jahr auf einer großen Messe vertreten, die *Exp'Hotel* heißt. Wir sind dort vertreten und erhalten eine Vereinbarung mit dem Messegelände in XXX (Ort) zurück. Keine Probleme, wenn wir zu *Metro* gehen, die sagen uns: "Ihr nehmt das ganze Obst und Gemüse". Und wir haben viele Wurstwaren, Metzger und wir können nichts tun! Wir lassen Käseplatten stehen, weil wir am Ende der Messe nichts abholen können, weil wir ein Minimum an Dingen überprüfen müssen. Wir haben nicht diese Art von Qualifikation, die beruhigend wirkt. Würden Sie ganz selbstverständlich einen Kühlschrank öffnen und eine Suppe oder eine Schüssel mit etwas nehmen, ohne dass Ihnen jemand sagt, woher es kommt usw.?

Interviewerin: Die ganze Lebensmittelsicherheit, die Rückverfolgbarkeit der Produkte ist nicht gewährleistet, also.

François: Ja, das ist interessant. Und gibt es das in ganz Deutschland oder ist das eher in bestimmten Bundesländern?

Interviewerin: Das gibt es in ganz Deutschland, das gibt es auch in anderen Ländern, jetzt wird es, glaube ich, auch in Dänemark und in der Schweiz immer mehr verbreitet. Ich habe diese Initiative entdeckt, und die Tatsache, dass sie für alle zugänglich und kostenlos ist, führt dazu, dass zumindest nach meinem Eindruck viel mehr Menschen daran teilnehmen, denn *TooGoodToGo* ist eine sehr schöne Initiative, aber ich kenne auf jeden Fall viele Verbraucher, die sagen: "Na gut, wenn ich schon zwei, drei Euro mehr bezahle, dann habe ich auch perfekte Produkte. Warum sollte ich ein bisschen weniger bezahlen, um ein Produkt zu bekommen, das nicht frisch ist, oder vom Vortag usw.?" Dieser finanzielle Aspekt, ein Produkt zu kaufen, das nicht ganz frisch ist, schreckt viele Menschen ab. Jeder kann aktiv werden, als Freiwilliger sieht man die

Menge an Lebensmitteln, die verschwendet wird. Und dann nimmt man so viel, wie man will. Jeder entscheidet selbst, was er mit nach Hause nehmen und dann teilen möchte. Auch als Studentin ist es eine gute Tat und gleichzeitig spart man wirklich was.

François: Eine Bemerkung, die auch eine unserer Befürchtungen ist... Wenn Sie sagen "Ich bediene mich und ich nehme mir, was ich will". Sehr gut. Sehr gut, wenn es für eine große Familie ist. Unsere Sorge: Wir haben 120 Vereine und daher haben wir Freiwillige, die zwei, drei, vier Mal im Jahr überprüfen und prüfen, dass der Verein funktioniert. Denn unsere größte Vorsicht ist, wenn sie zur Lebensmittelbank kommen. Wir erheben einen Solidaritätsbeitrag, d.h. auf alles, was die Leute nehmen, sei es ein Rinderfilet oder Kartoffeln (LACHT), das sind 26 Cent. Das ist von Bank zu Bank unterschiedlich, aber wir gehören nicht zu den Teuersten, also liegt es zwischen 15 und 25 Cent. Das spielt keine Rolle. Und unsere Sorge ist, da die Leute 26 Cent bezahlen, dass es - ich nehme jetzt mal die Sozialwarenläden aus, die sind ein bisschen anders, Sie wissen, dass die Leute in den Sozialwarenläden kaufen. Aber unsere Sorge ist, dass die Leute das, was sie quasi umsonst bekommen haben, weiterverkaufen. Denn 26 Cent pro Kilo für Gemüse ist nicht sehr teuer, für Rindfleisch, das ist nicht sehr teuer und für Sardinen, das ist nicht sehr teuer. Unsere Sorge, aber vielleicht auch unsere Fantasie, ist der Wiederverkauf. Deshalb habe ich sofort reagiert, als Sie sagten, dass die Leute es mitnehmen können, für alle zugänglich, unabhängig von der Menge, aber Vorsicht, Vorsicht vor dem Wiederverkauf! Denn dann sind wir vielleicht auch zu zaghaft. Aber meine Angst ist, dass die Leute mit den Produkten, die man ihnen gibt, Geld machen. Wenn ich Tonnen für 26 Cent verschenke, dann nur, damit die Leute sie kostenlos weitergeben. Wenn sie 26 Cent geben würden, wäre das Ganze neutral, aber ich möchte nicht, dass sie weiterverkauft werden, verstehen Sie, was ich meine?

Interviewerin: Das ist interessant, was Sie sagen, aber ich finde, dass es zumindest in einer Organisation wie dieser nicht möglich wäre, da es sich um Produkte handelt, die oft das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten haben, aber immer noch ... z.B. Käse, Fleisch usw., die Foodsaver, die das sammeln, haben ein striktes Verbot, das zu teilen. Ab dem Moment, in dem die Kühlkette unterbrochen wurde, kann man diese Produkte nicht mehr teilen, also wird es hauptsächlich Obst, Gemüse und Trockenprodukte sein, die geteilt werden. Und das funktioniert letztendlich sehr gut. Deshalb ist alles in der Vereinigung kostenlos, von der Zusammenarbeit mit den Erzeugern bis hin zu den Verbrauchern, es gibt keinen Cent, keinen Euro, der in den Prozess einfließt. Alles wird einfach so geteilt.

François: Ja, Sie kennen die menschliche Natur oder was auch immer, aber es gibt immer Risiken und wir haben am Ende des Semesters eine polizeiliche Untersuchung in einer unserer Organisationen erlebt, wo es tatsächlich Unterschlagungen gegeben hat. Außerdem werden die europäischen Produkte, über die wir sprechen müssen, kostenlos abgegeben. Die Produkte, die wir sammeln, kosten 26 Cent pro Kilo, während die europäischen Produkte kostenlos sind. Es gab also einen Weiterverkauf von kostenlosen Produkten. Brüssel stellt kein Geld zur Verfügung, damit die Leute damit Geld machen. Also, wir sind da ein bisschen sensibilisiert. Aber ich finde die Einrichtung, von der Sie mir erzählen, sehr, sehr, sehr interessant.

Interviewerin: Die Frage, ob man unverkaufte Waren weiterverkaufen soll, kam mir gar nicht in den Sinn, denn für mich sind die Produkte, die die Supermärkte nicht mehr wollen, etikettiert und nicht mehr verkaufbar...

François: Also klar, wenn man es weiterverkauft, muss man Leute finden, die es kaufen... Das sind ja auch keine großen Mengen. Aber dann kann es sein, dass die Fortführung kritikwürdig ist. Aber was Sie mir erzählen, ist interessant.

Interviewerin: Ich frage mich wirklich, was der Aspekt ist, der dazu führt, dass es in Frankreich nicht anwendbar ist oder schon nicht angewendet wird, warum es dort so gut funktioniert?

François: Wir stehen vor einer Mauer, die tatsächlich die Verfügbarkeit der Menschen ist, und dann tatsächlich, wer wird sagen "ich nehme, ich nehme nicht"? Und noch etwas, was sehr schockierend ist. Das stand in den Erwägungen des Garot-Gesetzes. Ich persönlich bin relativ dagegen, der Verbraucher ist dafür. Die Vervielfachung der Buffets. Das Servieren von Produkten, in einer Zeit der... nicht der Verknappung, sondern der Lebensmittelverschwendung, Massen von Lebensmitteln zu sehen, die vernichtet werden, das ist verrückt. Man kann vielleicht Strategien haben, um diesen oder jenen Teil wiederzugewinnen. Ich bin mir sicher, dass es eine Verschwendung von Buffets in Spezialitätenrestaurants gibt, die kolossal sein muss.

Interviewerin: Gibt es vielleicht noch etwas, das Ihnen zu diesem Interview einfällt und das Sie gerne mitteilen möchten?

François: Ich meine das nicht als Scherz. Wie ich Ihnen bereits sagte, bin ich überhaupt nicht besorgt darüber, ob die Lebensmittelbank oder das System der Lebensmittelhilfe weiterbestehen wird oder nicht. Ich selbst bin ehrenamtlich tätig, ich habe kein Interesse, was damit verbunden ist. Was ich finde, aber das ist ein bisschen das, was wir von Anfang an gesagt haben, was ich paradox finde, ist, dass der Erfolg der öffentlichen Behörden, der gesamten Vereinsbewegung, alles, was wir gesehen haben, die zahlreichen Initiativen, der Erfolg des Endes der Lebensmittelverschwendung oder zumindest der Suche nach dem Ende der Lebensmittelverschwendung nicht unbedingt für die Aufrechterhaltung eines Lebensmittelhilfesystems spricht. Alle Initiativen sind gut, da man Produkte entfernen wird, die sonst vernichtet worden wären. Aber wenn die Lebensmittelverschwendung praktisch vernichtet würde, wo würden wir dann unsere Produkte hernehmen, um durchzuhalten...? Das bedeutet also, dass wir immer mehr versuchen, neue Systeme einzuführen, die uns von der Ernährung abkoppeln. Ich möchte das erklären. Es gibt zwei Dinge, die wir gerade entwickeln. Das ist das, was wir als papierlose Sammlung bezeichnen. Das ist eine Sammlung, bei der die Leute nicht mehr Produkte spenden, sondern, wenn Sie so wollen, ein (ÜBERLEGT)... Sagen Sie, heute ist der Tag der Lebensmittelbanken. Die Kassiererin sagt: "Herr, Sie schulden mir 34 Euro. Möchten Sie den Gegenwert einer Mahlzeit an die Lebensmittelbank spenden oder ein Vielfaches einer Mahlzeit? Eine Mahlzeit kostet zwei Euro. Und so sagt die Person entweder nein oder sie sagt: "Ja, ich gebe Ihnen zwei Mahlzeiten". Zwei Mahlzeiten sind vier Euro, also stellen wir sie in Rechnung. Und die Summe dieser Essensmarken dient uns tatsächlich dazu, Produkte zu kaufen, wann immer wir wollen, aber um der Lebensmittelverschwendung entgegenzuwirken, also den Auslaufmodellen und den Produkten aus der Frist. Wir arbeiten derzeit an der Aufrundung von Kassen. Zum Beispiel haben wir in zwei *Leclerc*-Filialen zwei Wochen lang die Kassen aufgerundet.

Aber Sie werden überrascht sein, was zeigt, dass große Flüsse aus kleinen Bächen entstehen, denn diese beiden Kassenaufrundungen haben uns in zwei *Leclerc*-Läden in zwei Wochen 7000 Euro eingebracht. Das ist per Definition weniger als 50 Cent und daher sagen Sie "rechnen Sie den zusätzlichen Euro hinzu". Und deshalb probieren wir noch aus, weil eben - noch einmal - der erfolgreiche Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung dazu führt, dass unsere Ressourcen eingeschränkt werden. Wenn andere im Vorfeld es verschenken, verkaufen usw., haben wir weniger. Also müssen wir, um weiterhin zu gewährleisten, selbst wenn wir in einiger Zeit vielleicht ein Zentraleinkäufer sein werden. Die öffentliche Hand wird uns nicht ewig helfen, vielleicht müssen wir unsere eigenen Ressourcen mit Systemen wie dematerialisiertem Sammeln sammeln, d.h. "gebt uns keine Produkte, gebt uns Vielfache von zwei Euro, mit denen wir Produkte kaufen können" oder auch Aufrundung der Kasse. Aber wenn wir Kassenaufrundung sagen, dann können wir das vielleicht morgen bei *Decathlon* oder anderen machen, um uns zu diversifizieren und finanzielle Ressourcen zum Kaufen zu finden. Denn wir wissen sehr wohl, dass die Ressource, die mit unverkauften Produkten aus der Lebensmittelverschwendung verbunden ist, aus x Gründen, die wir lang, breit und quer angesprochen haben, auch wenn sie nie null sein wird, immer geringer werden wird. Und da wir andererseits wissen, dass unsere Zahl der Empfänger nicht sinken wird, werden wir das ausgleichen müssen.

Interviewerin: Sie haben einen anderen Blickwinkel als Vereine, die primär gegen Lebensmittelverschwendung kämpfen. Sie haben diese ganze Lebensmittelhilfe, die sehr wichtig ist für Bedürftige und die das Wesen Ihres Vereins ausmacht.

François: Wenn es keine Produkte aus der Verschwendung mehr gäbe, wie würden wir dann unsere 23000 Kunden versorgen, was würden wir dann hören? Es gibt Europa, aber wir müssen andere Ressourcen finden und diese Ressourcen kommen ein bisschen so. Die Lebensmittelbanken sind von dem Prinzip ausgegangen, es ist der Geist von Coluche, auch wenn die *Restos* später eine andere Richtung eingeschlagen haben, weil sie über eigene Ressourcen verfügten. Wir, die Lebensmittelbanken, sind von den Produkten ausgegangen, die aus der Verschwendung stammen. Sie werden immer seltener. Wir müssen also eine Lösung finden und wir denken darüber nach (LACHT).

Interviewerin: Okay, gut, danke auf jeden Fall für das Gespräch!

Original (français)

Intervieweuse : Première question que j'aimerais vous poser, c'est pourquoi et comment avez-vous décidé de vous engager pour la Banque alimentaire de XXX (lieu) ? Est-ce que vous étiez déjà engagé dans d'autres organisations ou associations de partage alimentaire ?

François : Pas vraiment. Je suis retraité depuis 2014 et j'ai travaillé plutôt à la fin de ma vie professionnelle, dans le secteur de l'agroalimentaire et dans le secteur du vin. Voilà. Et puis j'ai rencontré à titre professionnel quelqu'un qui souhaitait s'engager et qui est parti à la retraite un petit peu avant moi, qui était le président de la banque alimentaire, qui me dit "Tu devrais venir". (INAUDIBLE) J'ai pensé que c'était peut-être une continuité par rapport à mon activité dans l'agroalimentaire et dans le vin. Voilà. Et puis je souhaitais également consacrer un petit peu du temps aux autres. Faire du bénévolat.

Intervieweuse : D'accord, entendu. Depuis combien de temps êtes-vous engagé ?

François : 2014, donc ça fait huit ans si vous voulez. J'ai occupé différentes fonctions bénévoles et maintenant, je m'occupe donc des approvisionnements. Je coordonne un petit peu la manière de faire entrer le maximum de denrées alimentaires. Nous allons en parler, bien sûr. Et puis, j'ai en plus par mon expérience professionnelle, j'ai également les liens avec la filière viticole puisque par chez nous c'est quand même relativement important. Même si les deux activités sont totalement **scindées**. Le vin, si vous voulez, n'est surtout pas (RIT) un produit qui vient se rajouter à ce qu'on distribue à nos bénéficiaires. Mais un moyen, si vous voulez, d'améliorer, il faut être clair, nos financements et donc beaucoup de nos investissements sont faits à partir de ce que nous **rapporte** la vente des vins que nous collectons.

Intervieweuse : Entendu. Est-ce que vous pouvez me raconter un petit peu quelles expériences vous avez faites jusqu'à présent au sein de la Banque alimentaire ? Qu'est-ce que vous aimeriez partager ?

François : Expérience positive, celle du bénévolat, de travailler avec une équipe. Si vous voulez que je présente rapidement, on est à peu près quatorze salariés, on a une petite équipe de permanents, on a un directeur, puis surtout quelques salariés pour tout ce qui est cariste, tout ce qui est logistique. Et puis pour toutes les activités de la banque, on a à peu près je dirais cent quatre-vingts ou deux cents bénévoles. Alors tous ne sont pas affectés à mon activité si je peux dire d'approvisionnement. Mais je crois que l'expérience de la banque alimentaire, c'est effectivement cette diversité d'origine, cette mixité au très bon sens du terme, mixité sociale, si vous voulez. Vous avez des jeunes, nous avons des services civiques, pas mal d'emplois un petit peu précaires ou alors des gens qui sont en recherche d'emploi et pour lesquels la banque alimentaire est un moyen de de réinsertion. Et puis dans ma catégorie si vous voulez, il y a beaucoup de bénévoles d'horizons différents. Donc il y a des gens qui restent un peu, qui passent, qui repartent. Voilà, c'est ce côté rencontre, mixité sociale qui est intéressant. Et puis essayer effectivement d'avoir des résultats positifs. Ça c'est le point positif. Le point positif aussi (INAUDIBLE), j'avais travaillé dans l'agroalimentaire et surtout dans les organismes de **promotion**, notamment avec le responsable (inaudible) de l'Agence régionale de promotion des produits agroalimentaires au conseil régional,

donc d'avoir aussi la possibilité d'utiliser ce carnet d'adresses aussi bien au niveau des entreprises que des structures professionnelles. L'ARDIA, la *Coop de France*, tous les organismes, de bénéficier de ce capital relationnel pour avoir des contacts. Au niveau des difficultés, si vous voulez, on peut entrer dans le vif du sujet. Au niveau des difficultés, il faut dire que la difficulté qu'on a de plus en plus est d'avoir tout ce qui est ramassés, tout ce qui vient des produits gratuits de la grande distribution est en baisse. Il faut bien le reconnaître. Je vais vous donner quelques chiffres. On est plutôt une **grosse** banque alimentaire (RIT). On a besoin pour tourner sur une année, je dirais quatre mille deux cents-quatre mille trois cents tonnes. Enfin, c'est du moins l'objectif qu'on s'est fixé, le même que l'an dernier, avec quelques tonnes de plus. Avec une partie importante qui est donc la ramasse auprès de la grande distribution, ramasse quotidienne dans les magasins, ramasse auprès des grossistes, auprès des centrales d'achat, celle-ci qu'(SE REPREND) on a du mal à maintenir.

Intervieweuse : Puisque les grossistes, la grande distribution a tendance à moins donner de denrées alimentaires invendus...

François : Ils donnent moins, parce qu'effectivement, toute l'action pour limiter le gaspillage, si vous voulez, j'ai envie de dire, elle **réussit**. C'est-à-dire que la grande distribution fait attention, gère peut-être mieux. Il y a des éléments que l'on voit mais ils nous **interrogent**, on n'est certainement pas contre. De plus en plus vous le voyez, moi je pense que toutes les enseignes j'ai des exemples sur XXX (lieu), *Auchan*, *Leclerc*, *Carrefour*, pas forcément tous les magasins mais offrent tous les soirs, vers dix-huit heures ou dix-neuf heures, c'est-à-dire un petit peu avant la fermeture, font des paniers à deux euros, des paniers de fin de produits. Alors vous avez là non pas du sec mais des produits frais. Donc ce sont les légumes ou les fruits, pas abîmés mais potentiellement qui auraient été moins frais bien sûr (RIT) le lendemain, quelques yaourts, des dates limites, produits laitiers etc. Et ces produits sont donnés à deux euros. Bon il faut être **clair**, mais le contenu de ce panier, c'est **rigoureusement** ce que nous aurions récupéré le lendemain matin quand le camion de la banque serait passé ! Et je ne suis bien sûr pas contre, mais c'est notre **ressource** même, notre **ressource** même qui est distribuée la veille au soir. C'est **sans doute**, et je le dis exprès peut-être avec un peu d'ironie, c'est sans doute le même public, donc à la limite, vous allez me dire que les produits passent par nous pour être distribués le lendemain à des associations qui vont le donner aux bénéficiaires ou bien que les bénéficiaires qui ont la capacité de mettre deux euros, le récupèrent directement la veille au soir, il n'y a rien à dire !

Intervieweuse : Ce n'est pas tellement le même public, puisque la banque alimentaire est quand même à destination des personnes dans le besoin, non ?

François : On ne va pas catégoriser les bénéficiaires (RIT). Les bénéficiaires, très précaires, squats, maraudeurs etc., ne vont **pas** dans les supermarchés, Mais vous savez que nous on peut parler de la catégorisation de nos publics. Nous, on a beaucoup de ce qu'on appelle les travailleurs **pauvres**, des gens qui ont peu importe que ce soit une, une femme avec deux enfants ou même un couple qui travaille, mais qui n'a pas suffisamment le ventre plein et qui a besoin d'eux. Donc ce sont des gens qui ont le RMI, tout l'arsenal un petit peu des aides et qui peut-être peuvent mettre aussi deux euros pour récupérer (SE REPREND) cinq, six kilos. Effectivement, ce n'est pas tout à fait.... Mais nous, une grosse partie de nos bénéficiaires, c'est ça, ce sont des gens qui

travaillent, qui ont un salaire, des personnes seules. Donc je vous prenais cet exemple pour vous dire que, de plus en plus, cette ressource gratuite de produits invendus est de plus en plus **rare**. Alors, ça représente chez nous à peu près 40% de nos produits. 40% des quatre mille tonnes dont je vous parle, qui sont nécessaires pour que nous fonctionnons, viennent effectivement de tous ces circuits. Là où il y a des problèmes. On a effectivement à peu près 20%, le 5° de nos ressources, de nos denrées alimentaires viennent (INAUDIBLE) du *FEAD*, le Fonds européen d'aide aux démunis, qui est devenue maintenant le *FSE+*, enfin peu importe. C'est une ligne différente de Bruxelles qui passe par les États membres, et qui font que nous nous récupérons des produits. Ça se passe par appel d'offres, c'est à dire c'est le ministère de l'Agriculture qui lance des appels d'offres sur je dirais vingt-cinq ou trente produits. Appelons ça les produits de première nécessité. Le beurre, l'huile, la farine, les haricots verts etc. Et donc il lance un appel d'offres auprès des industriels, ou des grossistes si vous voulez et donc beaucoup de ces lots ne sont pas **honorés**. Donc nous avons maintenant nous, au niveau de ces fonds européens, une inquiétude qui pourrait faire que nous aurions également moins de ressources de ce côté-là. Bon, alors aussi les pouvoirs publics y veillent puisqu'on appris que ce sont des lots qui n'ont pas été honorés donc sur ce plan européen, l'État français, le Parlement le mois dernier a dégagé quarante millions d'euros pour la totalité des banques alimentaires en France, en disant « on va donner nous sur des fonds français, du budget français, les sommes effectivement qui n'ont pas pu aboutir au niveau de l'Europe ». Mais c'est une inquiétude parce qu'encore une fois, on se pose la question toujours d'honorer pour pouvoir nourrir nos bénéficiaires. Je vous dis juste, à titre d'exemple, pour vous donner un chiffre, les banques alimentaires en France aident à peu près deux millions de personnes, deux de bénéficiaires, en continu et nous, nous avons à peu près vingt-deux, vingt-trois mille bénéficiaires à XXX (lieu). Ensuite, nos autres ressources, elles posent moins de problèmes. Il y en a une que vous connaissez comme tout le monde, qui est notre **collecte** du mois de novembre. Nous donnons des poches à tous les visiteurs de la grande distribution et nous leur demandons de la remplir avec des produits plutôt d'épicerie **sèche**, pour nous ça fait à peu près quatre cents tonnes, ça fait un petit 10%, un petit peu moins de 10% de nos ressources. Ça se passe bien, avec la générosité, puisque ça ce n'est pas la grande distribution qui donne, mais c'est vous et moi, c'est le grand public qui donne sur ses ressources propres. Donc ça, ça se maintient sans progression considérable. Une nouvelle catégorie qui nous a bien aidés pendant le Covid, mais que l'on sent un petit peu en perte de vitesse, c'est que les pouvoirs publics, quand ils ont vu qu'avec le Covid, qu'on ne pouvait plus **assurer** pour des raisons logistiques la distribution de tous ces produits, nous ont donné de l'argent (INAUDIBLE). Donc on a bénéficié, depuis deux ans maintenant, de fonds du conseil départemental, la région, l'État. Ça nous a permis à peu près de récupérer deux cents, trois cents tonnes de plus, qui nous ont permis de rétablir un petit peu l'équilibre. Ces fonds on n'est pas sûr de les maintenir dans la durée. Ils ont déjà décliné en 2022 par rapport à 2021 et en 2023 si le Covid, que nous souhaitons tous disparaître, nous n'aurions pas ces volumes, voilà. Donc on est quand même un petit peu (RÉFLÉCHIT) inquiets. On fait un petit peu attention à ne pas perdre l'essentiel de nos... Sinon qu'est-ce qui se passerait ? On serait obligé de donner moins. Puisqu'en fait, nous donnons ce qu'on appelle des rations alimentaires. Nous ne donnons pas de **repas** dans les banques alimentaires, nous donnons des rations à des associations, on en gère environ cent-vingt ou cent-trente qui elles le donnent directement aux démunis, mais **très** peu sous forme de repas. Le réseau au sens large du terme des banques alimentaires donne des rations alimentaires de produits frais ou de produits secs pour nourrir les gens.

Intervieweuse : D'accord. Avez-vous été confronté à des problèmes qui limitaient votre travail dans son organisation ? Vous avez parlé du problème du financement, mais récemment ou sur le long terme, dans votre expérience avec la banque alimentaire ?

François : **Oui**, (INAUDIBLE) à partir du moment où la grande distribution nous donne de moins en moins de produits... alors je ne disais pas qu'avant le Covid la grande distribution nous donnait des produits avec J-4 ou J-5 par rapport à la DLC. Mais elle nous donnait un petit peu plus d'aisance. Donc on a des produits qui arrivent de plus en plus **tard** et qui, par définition sont de qualité **moindre**. Donc moins de produits et des produits en bout de **course**, les produits s'abîment. Entre les membres, qui n'est pas négligeable, je vais vous donner ce chiffre qui est important, c'est que ça a toujours **été**, mais on a quand même un accroissement important des produits que l'on jette. Parce que tous les produits qui arrivent chaque matin de nos trente-trente-cinq grands magasins que nous allons ramasser, on trime. Et donc c'est vrai que plus les produits arrivent tard, puisque la grande distribution essaie de les vendre directement, et c'est quand même plus intéressant pour eux de le vendre, même avec moins vingt, moins trente ou moins 40% que de recevoir un CERFA. Vous savez que nous donnons à chaque magasin un CERFA, mais qui ne représente pas la totalité de la valeur. Donc même quand ils vendent à 40% de remise, je pense que ça leur rapporte plus, que d'obtenir un CERFA de la grande distribution, même s'ils le vendent avec une ristourne de dernière heure. Et donc ça également un **coût**, parce que pour vous donner un chiffre, qui n'a pas bondi mais qui est quand même plutôt en augmentation, nous détruisons par an quatre cents tonnes de produits. Vous voyez quatre cents tonnes, je vous ai parlé de quatre mille deux cents, vous voyez, on n'est pas loin du 10^e. Ces produits qu'on jette, vous en doutez qu'il faut qu'on soit parfait sur le plan hygiène, sécurité et éléments sanitaires. Il faut les mettre dans des bacs, les donner à Veolia ou un opérateur comme ça qui ne nous fait aucun **cadeau**. Donc nous payons la tonne détruite comme tout le monde est donc, là aussi c'est une petite qui pourrait devenir grosse préoccupation. Plus de déchets et donc plus de budget de destruction.

Intervieweuse : Ces produits qui sont jetés, c'est simplement ceux qui ont dépassé la DLC ?

François : Oui, pour la viande, c'est **absolu**, on est extrêmement stricts, yaourts, il peut y avoir quelques petits arrangements d'un jour ou deux. Puis les fruits et légumes, il n'y a pas de DLC sur la carotte, le poireau, mais c'est **l'aspect** qui compte. On a quelques éléments pour limiter ces destructions, qui sont de deux ordres. Un premier par ordre de (RÉFLÉCHIT ET RIT) gravité, de l'état sanitaire du produit. Il y a des produits, si vous voulez, qui peuvent être moins présentables pour le bénéficiaire, des tomates molles... Donc on a un deux opérateurs qui font des gaspachos, de la soupe ou des choses comme ça, auxquels nous **donnons**. Nous donnons ces produits qui sont tout à fait utilisables. Il n'y a aucun problème sanitaire, mais des produits non présentables, presque **physiquement**, pour nos bénéficiaires, mais qui peuvent servir pour faire des produits industriels, des produits transformés. Et puis si les produits sont plus abîmés mais peuvent servir à un deux éleveurs, on a éleveurs de chevaux et éleveur de veaux, on **donne** des produits utilisables mais pour nourrir les animaux. C'est un avantage pour nous que ça ne coûte pas le coût de Veolia pour détruire les produits. L'éleveur vient chercher, donc ça ne nous coûte rien. Mais le problème numéro un, vous l'avez bien compris, c'est celui de « que va-t-on récupérer dans les mois ou dans les années à venir de la grande distribution ? »

Intervieweuse : Mais finalement, est-ce que le coût qui est évité finalement par les supermarchés dans les **détritus**, puisque c'est récupéré par les banques alimentaires en grande partie, est-ce que les supermarchés n'économisent pas non plus à ce niveau-là ? En tout cas, c'est ce que je connais du système allemand, c'est que les magasins, par le fait que les banques alimentaires, d'autres initiatives de partage alimentaire récupèrent leurs invendus sont « dédommagés » et ont effectivement une somme moins importante à payer de détritus ?

François : Oui, puisque c'est nous qui le payons. C'est ça que vous voulez dire ?

Intervieweuse : Oui, donc finalement les supermarchés ont aussi un avantage à réduire leur détritus alimentaires et sont aussi défiscalisés... ?

François : Je vais donner un petit peu de limite, vous connaissez (INAUDIBLE) la loi qui est sortie il y a une dizaine d'années, qui s'appelle la loi Garot, et qui n'a pas révolutionné, mais qui a stabilisé et officialisé un petit peu les relations entre les entreprises d'aide alimentaire et la grande distribution. Nous ne **devons** pas, et nous sommes relativement sensibles, mais il y a un rapport de force qui ne nous est pas favorable. Nous ne devons pas accepter tout ce que nous donne la grande distribution. Ce que nous ne voulons pas, si vous voulez, c'est être la **poubelle** de la grande distribution, c'est-à-dire recevoir des colis entiers **inutilisables**. En fait, ils nous transfèrent la destruction du produit ! Donc on est un petit peu vigilants mais là où c'est compliqué, c'est que imaginez comment ça se passe la relation. Notre camion arrive avec un groupe de bénévoles, un transpalette pour porter, c'est souvent dans des pale-boxes, on n'a pas forcément le temps de vérifier au fond. Il y a des fois où l'on dit non. Quand on voit que le cageot de melons **complètement** pourris coule, on ne le prend pas, on le pose mais on n'a pas non plus un rapport de force pour dire « on va tous regarder ». Ça se passe, vous vous en doutez, dans un flux de camions autre, le camion de la banque alimentaire passe entre trois ou quatre autres fournisseurs.

Intervieweuse : Par rapport à cette loi, justement donc cette loi Garot qui oblige les acteurs de la grande distribution à faire don de leurs denrées alimentaires à des associations caritatives. Vous êtes plutôt donc péjoratif par rapport à cette loi ?

François : Non, je ne suis pas péjoratif, je dis qu'elle n'est pas dans le détail totalement appliquée. La loi Garot, il faut effectivement que les produits soient maximum DLC-1, ce qui paraît normal. Si vous le recevez, il faut que vous ayez au moins la demi-journée ou la journée pour le diffuser. Après, pour ce qui est fruits, légumes, effectivement, c'est une question **d'appréciation** peut-être visuelle. Nous, on a l'inconvénient par rapport au travail de la grande distribution de travailler cinq jours sur sept. Donc, c'est-à-dire que nous, le contrat qu'on a avec des enseignes, c'est on passe cinq fois. Autant vous dire que la récupération du lundi, on peut avoir récupéré des produits qui ont été abîmés depuis le vendredi. Même si le tri se fait à l'intérieur, ils nous retirent le maximum de produits qui ne sont pas utilisables. C'est compliqué, c'est compliqué. Mais on est un petit peu là-dedans.

Intervieweuse : J'ai une question peut-être un peu plus large à vous poser. Quelles sont, selon vous, les solutions pour réduire le gaspillage alimentaire ? Quelles sont en tout cas les plus importantes ?

François : (RIT) Alors c'est une grande, grande, grande question. Le gaspillage alimentaire pourrait ou peut être traité d'une manière distincte de **l'aide** alimentaire. Le gaspillage alimentaire, personne n'a dit, personne n'a écrit si vous voulez que ce qui a été récupéré devait aider les pauvres. D'abord la solution, il pourrait très bien ne pas y avoir de pauvres (RIT). Bon, je donne des exemples tout à fait théoriques. Donc c'est vrai que le jumelage d'un phénomène de plus en plus important de gaspillage alimentaire, on va y revenir, s'est **greffé** dessus si vous voulez presque de manière concomitante avec le fait qu'il fallait aider les plus démunis. Je ne vous refais pas l'histoire, Coluche, les années 80 etc. C'est un petit peu comme ça que ça a démarré. Pourquoi y a-t-il beaucoup de gaspillage alimentaire ? C'est aussi **notre** (SE REPREND) faute, vous et moi, de consommateurs. Pourquoi y a-t-il beaucoup de gaspillage ? Et je le vois très bien, non pas par rapport à ce qu'on récupère tous les jours dans la grande distribution, mais par rapport à nos relations avec les centrales d'achat, c'est-à-dire ce qui est en **amont**. C'est que si vous voulez travailler avec la grande distribution, il faut bien évidemment respecter les délais et surtout faire en sorte qu'il y ait **quelques soient** les conditions climatiques, de températures, le contexte politique, qu'il y ait toujours un approvisionnement maximum, et assuré pour tous les produits. Pour être clair, et on le voit bien, le Français, mais l'Allemand, je pense que c'est à peu près pareil, l'Européen si vous voulez, ne supporte - enfin l'Européen, les autres aussi (RIT), ne supporte pas la rupture de stock. Nous ne supportons pas d'avoir notre *Nutella*, par exemple pour les enfants (PETITE PAUSE) Nous sommes dans un système de **consommation** qui fait qu'il faut que la grande distribution soit en permanence sur tous les produits alimentés, et donc que ces kilomètres de rayonnage soient tout le temps pleins. Et donc, ça veut dire que pourquoi il y a du gaspillage ? Aussi bien au niveau des produits frais, agriculture, fruits et légumes qu'au niveau des produits secs. Parce qu'il faut, avec le système de logistique, les délais très très courts que vous assurez, que vous puissiez offrir le volume souhaité par la grande distribution dans toutes les conditions possibles et imaginables ! Je vais vous prendre un exemple. L'an dernier, été 2022, ici en XXX (lieu), il fait souvent plutôt beau. Les quinze premiers jours d'août il a plu et il a fait relativement frais. Qu'est-ce qui s'est passé ? Mais c'est un phénomène qui n'est pas exceptionnel mais qui a été caricatural. Qu'est-ce qui s'est passé, un mois et demi après ? On nous a offert des **camions** complets. Des **camions** complets gratuits de *Ice Tea*, *Coca*, enfin vous voyez ce que je veux dire ! Toutes les boissons d'été. Ces quinze jours de fraîcheur, ont fait baisser la consommation française. C'est **ça** en fait le système de consommation dans lequel on est. Et je ne critique pas la grande distribution. C'est vrai qu'elle est **draconienne** avec ses fournisseurs, mais pourquoi ? Pour satisfaire le consommateur ! (INAUDIBLE) Pour assurer et toujours avoir en stock ce qu'il faut encore une fois, quelles que soient les conditions, de températures, de soleil, de truc, de machin, c'est que dès qu'il y a un petit pépin, il ne faut surtout pas qu'il y ait rupture de stock, il y a des stocks **excessifs**. Donc le gaspillage alimentaire, c'est nous qui le créons par nos exigences d'avoir tout le temps tous les produits... Vouloir avoir des pommes douze mois sur douze, des fraises à Noël. C'est vrai que les exigences du consommateur, mais encore une fois est-ce que c'est le consommateur qui l'impose ou est-ce que c'est tous les fournisseurs français et étrangers qui veulent vendre leurs produits de toutes les saisons, font qu'il y a beaucoup plus de produits potentiellement consommables qui circulent dans le monde et que dès qu'il y a un petit pépin dans un sens ou dans l'autre, il y a trop de produits donc **stock**. Et donc tant mieux, puisque nous en bénéficions mais le gaspillage alimentaire, encore une fois, nous le créons.

Intervieweuse : Voyez-vous des pistes d'amélioration, plutôt dans la sensibilisation, essayer de sensibiliser le citoyen-consommateur à renoncer à acheter des bananes parce que ce n'est pas local ou à acheter des tomates toute l'année... ?

François : Est-ce qu'il faut qu'on ait globalement cinq cents types de yaourts ? Parce qu'effectivement la multiplication du nombre de références d'un hypermarché, je crois que c'est dix-huit mille en moyenne, c'est dix-huit mille références alimentaires. Ça veut dire qu'il faut qu'il y ait un minimum. Il y a des produits qui tournent beaucoup moins que d'autres, le *Coca* tourne plus que tel ou tel autre produit, mais c'est vrai que c'est un petit peu ce système de on est un peu des pays un peu nantis, un peu pourris, qui veulent tout, à tout moment. Je ne dis pas surtout qu'il faut recréer artificiellement la disette (RIT). Mais le problème est quand même beaucoup plus grave que ça. Et je n'ai pas de solution miracle. (INCOMPRÉHENSIBLE) Je pense qu'en Allemagne, ça doit se faire. Il y a beaucoup de produits que les gens achètent effectivement plus, congèlent peut-être une partie. Mais même je pense que la congélation pourrait être beaucoup plus développée. La partie conserve qui existait un petit peu chez nous, en XXX (lieu), la tradition des conserves de canards, par exemple, les confis, les choses comme ça. On les consomme toujours. Mais quelle est la famille qui fait elle-même ses confits de canard, vous voyez ?

PAUSE

François : On parlait des conserves, les gens qui achètent trop de produits peut-être finis et puis cette peur, la peur du vide dans les magasins, et puis la peur de la pénurie. On se rend compte que les gens achètent beaucoup de choses, au cas où. On stocke, on stocke. Je trouve que c'est ce qu'il y a de plus inquiétant. Tout le débat, c'est peut-être le manque de respect du **produit**. Le consommateur, je pense, n'attribue pas une valeur extraordinaire à la nourriture. On est habitués à avoir une nourriture globalement pas chère quoi, donc on peut jeter. Alors je ne parle pas des catégories de bénéficiaires que nous aidons. Mais le Français moyen, ça ne veut rien dire si vous voulez mais peut-être qu'il n'a pas la **considération** qu'il devrait avoir pour la nourriture, manger pour un petit peu plus que prévu... et puis bon, ce n'est pas grave, on prend le sac poubelle et on s'en débarrasse, quoi !

Intervieweuse : C'est ça tout le souci de devoir produire en grandes quantités et d'exiger de tout avoir à bas prix.

François : Alors vous devez le voir, je pense qu'il y en a autant en Allemagne qu'en France. C'est extraordinaire de voir la multiplicité d'initiatives. Elles sont souvent locales. Vous avez des magasins, il y en a un qui va s'installer à XXX (lieu) mais qui a déjà vingt-cinq magasins en France, qui s'appelle « XXX », et puis il s'installe la semaine prochaine un premier magasin sur XXX (lieu) dans le quartier central. C'est bien hein, rien à dire. Vous avez des gens qui, j'avais vu des initiatives intéressantes, des gens qui organisent, pour les gens qui ont des arbres fruitiers. Il y a des gens qui repèrent les arbres fruitiers les arbres fruitiers et puis au moment où les arbres sont remplis de fruits, qui mettent une équipe de bénévoles pour donner les produits. Alors le propriétaire en récupère une partie, mais il y a un gaspillage extraordinaire sur tout ce qui n'est pas ramassé à la campagne. Il y a plein de choses. On soutient à XXX (lieu) une association qui s'appelle « XXX » et qui mettent en place plutôt sur les lieux de travail, dans les entreprises, des bacs, et ils s'occupent de tout. C'est payant, mais c'est

l'entreprise qui paye, on y plante des graines et donc effectivement c'est géré par une équipe. Alors ça fait, d'une part, du lien social, parce que les salariés se retrouvent, autour de ces bacs qui produisent des fruits et l'engagement, et c'est là, nous, où nous intervenons, c'est aussi bien, parce que c'est à la fois une lutte contre le gaspillage, puisqu'on produit soi-même ses propres légumes et l'engagement c'est que la moitié doit être donnée à la banque alimentaire. Si on multiplie ça dans plusieurs entreprises, entreprises de distribution, de bricolage, PME et même un hôpital, il y a beaucoup de pédagogie en disant « cultivez vous-même vos propres tomates et vos propres haricots verts ! ».

Intervieweuse : J'aimerais bien vous questionner par rapport à votre banque alimentaire. L'aspect sensibilisation. Premièrement, pensez-vous que les initiatives pour les personnes dans le besoin comme la vôtre, les banques alimentaires mais il y a aussi plein d'initiatives en France comme ça, qui sont accessibles principalement aux personnes dans le besoin ? Est-ce que vous pensez que ça permet une réelle prise de conscience du gaspillage alimentaire ?

François : Oui, c'est ce que je vous disais tout à l'heure. C'est le problème de fond. C'est que les deux concepts précarité et gaspillage vont ensemble, mais peuvent aussi ne pas aller ensemble. Quels sont nos moyens ? Vous savez qu'on est moins médiatiques que les *Restos du Cœur*, par exemple. On a, je tiens à le préciser, d'excellentes relations, on collabore quotidiennement avec eux, on s'échange des produits. Il n'y a aucun problème. Mais quelle est l'image des *Restos* ? Une image de **solidarité**, c'est évident, c'est là-dessus que ça a surtout démarré. On ne sait pas beaucoup de choses au niveau du gaspillage alimentaire. On se partage, mais eux ont la chance pour des raisons que vous savez comme moi, médiatiques et autres, d'avoir beaucoup **d'argent**. Il y a beaucoup d'argent, les droits télévision, tous les supports médias qu'il y a, ce que nous n'avons pas, nous. Nous, on a une image un petit peu floue, si vous voulez. Les gens confondent parfois les Restos et les banques. Pour eux, la banque alimentaire, c'est presque un peu un concept générique. Quand on fait nos opérations, en fin d'année, dernier week-end de novembre, ça se passe bien. Notre gilet orange, ça passe plutôt bien, ça permet de bien le typer. Je pense que nous on a les deux, on a une image effectivement de gaspillage, puisqu'on récupère des produits et bien sûr aussi de solidarité. On n'en fait sans doute jamais assez, là-dessus. La communication, vous savez, ça coûte cher. On ne peut pas se permettre des campagnes de pub ou alors il faut qu'on se fasse aider, c'est à dire demander à des sponsors, ou à des partenaires de nous donner l'argent pour communiquer. On le fait un petit peu au niveau du mois de novembre. On ne peut pas dire qu'on ait une communication constante à l'année, parce qu'on n'a pas les moyens pour ça.

Intervieweuse : Je comprends. Et donc par rapport à cette sensibilisation, vous avez moins l'impression que les banques alimentaires ont fait réellement bouger les choses dans la société ou vous n'observez pas vraiment un autre rapport à la nourriture... ?

François : C'est plus grave, enfin c'est plus général que ça. Ce n'est sans doute pas à nous de le faire, est-ce que ce n'est pas un problème de pédagogie, donc d'enseignement ? Peut-être que ces messages-là qu'on évoquait de moins acheter, moins dépenser etc. passent sans doute mieux auprès d'une population jeune qu'auprès d'une population de ma génération par exemple, qui n'a jamais été trop sensibilisée à ça. Est-ce qu'il y a des cours, dans la scolarité, je ne sais pas à quel niveau et à quel

âge on les informe là-dessus. On l'a moins fait avec le Covid, ce qu'on faisait, qu'on va sans doute reprendre, c'est que quand nous recevons les produits de notre collecte en fin novembre, on a à peu près quatre cents tonnes. Quatre cents tonnes, il faut les trier, ça en fait des boîtes ! (RIT) Donc on faisait venir des classes, plutôt je dirais douze-quatorze ans, qui venaient avec un enseignant et triaient et déjeunaient après. Et on faisait effectivement une matinée de sensibilisation, enfin de sensibilisation, par **l'exemple**, et donc on faisait un petit concours pour que l'école X ou Y qui soit la meilleure trieuse (RIT). Voilà. Donc ça, c'est une bonne idée, mais on ne faisait pas venir toute une tranche d'âge, mais on faisait venir quand même le maximum. On ne l'a pas fait, vous vous en doutez, depuis deux ans. Alors on continue à le faire avec des entreprises, on a fait venir l'autre jour le personnel de deux caisses locales du Crédit agricole puisqu'on a un partenariat avec le *Crédit agricole*. Et au titre de leur plan RSE, ils ont fait venir deux équipes de vingt-vingt-cinq salariés sur la base du volontariat et donc c'était dans le cadre du **travail**, si je peux dire. Et donc deux équipes sont venues le mardi et le jeudi, là aussi, ils sont arrivés à dix heures, on leur a donné à trier des produits secs. Et puis à midi, tout le monde a déjeuné, on leur a fait passer un petit peu quelques messages de présentation générale. Voilà, côté entreprise, on essaie de faire tout ce qu'on peut. (INCOMPRÉHENSIBLE) Mais en moyenne on a quatorze salariés, plus des bénévoles qui passent un petit peu de temps...

Intervieweuse : En tant que qu'étudiante en sciences politiques, ce qui m'intéresse c'est aussi l'aspect politique. Diriez-vous que **l'action** des banques alimentaires et des bénévoles aux gilets orange découle ou en tout cas s'ancre dans un mouvement social contre le gaspillage alimentaire ?

François : Alors moins contre le gaspillage, mais il y a tout un **débat** qu'on voit dans la presse, même dans des débats au Parlement, dans les travaux parlementaires, c'est-à-dire est-ce que dans l'époque que nous que nous vivons, qui est une époque, comme on peut le dire de **non-discrimination**, est-ce qu'il faut **pérenniser** un système d'aide alimentaire qui le moins qu'on puisse dire, qui **stigmatise** cette population ? Parce que la personne qui est démunie vous la contraignez un peu à s'inscrire dans une association. Il faut qu'elle donne quelques éléments, que ce soit dans les Restos ou chez nous, puisque en fait nous ne prenons que des gens qui sont **agréés** par les pouvoirs publics, au niveau de la préfecture. Et une fois que ces personnes sont identifiées sur des critères, nous les obligeons à aller dans des lieux spécifiques, une association ou encore les *Restos*, la *Croix-Rouge*, etc. où ils sont alors stigmatisés, c'est un bien grand mot, mais il faut qu'ils aillent là quoi, parce que sinon ils n'auront rien. Ils peuvent avoir aussi un discours **moralisateur** et on leur dit "je vous donne votre poche de nourriture, mais il faut travailler", je dis n'importe quoi (RIT). Que ce don de produits ou denrées peut-être parfois être accompagné d'un discours moralisateur et bien-pensant et qui peut stigmatiser ou avoir l'impression d'être un peu discriminés par rapport à d'autres. **D'où** les mesures des pouvoirs publics qui sont en train de commencer avec ce qu'on appelle le chèque alimentaire ou éventuellement la Sécurité sociale alimentaire. C'est de dire qu'il y a des personnes qui, par malchance de la vie, malchance de ce que vous voulez etc., sont en situation délicate. Ne rajoutons pas à leurs difficultés une **pression** morale, excusez-moi du mot, mais une pression un petit peu **sociale** en tout cas si elle n'est pas morale. Et donc mettons-les le plus possible dans la situation de Monsieur tout le monde. C'est-à-dire on leur donne un chèque alimentaire, mensuel. Chaque chèque alimentaire est distribué actuellement par le gouvernement, c'est-à-dire vous recevez cent euros sur votre compte bancaire, puis après vous allez chez Carrefour, Leclerc, on ne sait pas d'où il vient votre argent. Voire

même peut-être, un système de chèques. Il y a tout ce débat si vous voulez, qui vous le savez, est relativement **prégnant**. Faut-il faire obliger les gens à faire la queue pour... ? Les gens font un petit peu la queue donc c'est vrai qu'on leur flèche et puis ils viennent avec leur caddie, ils remplissent leur caddie mais ils font la queue, ils **attendent**. Je ne vois pas comment on peut faire d'autre pour **banaliser** complètement. Donner, donner, donner. Mais c'est un **vrai** débat. Le but n'étant surtout pas de dire à terme, il faudrait fermer les *Restos du Cœur*. Parce que, et là, on revient au problème du gaspillage alimentaire. C'est que pour les raisons que j'évoquais avec vous, le système économique de consommation de nos pays modernes fait qu'il y aura **toujours** des restes ! Les banques alimentaires, les Restos du cœur et compagnie seront toujours entre le marteau et l'enclume si vous voulez, mais il y aura toujours par le système que je vous indique, où tout le monde doit fabriquer et produire pour assurer tous les aléas possibles liés aux actes de consommation. Mais je veux dire, je ne vois pas le système, on serait dans un monde **parfait** où il y aurait zéro gramme si vous voulez, parce qu'il y a toujours une surproduction, il y aura toujours une erreur d'étiquetage... Peu importe. Il y aura toujours mille raisons. Mais, peut-être effectivement que, si on en revient aux catégories, peut-être que nos structures seraient surtout pour la **grande** précarité et puis peut-être que pour les gens avec des revenus plus faibles, appelons-les les travailleurs pauvres et compagnie, ce pourrait être un système de chèques ou de tickets qui effectivement **neutraliserait** leur appartenance à ce monde un peu de la précarité et qui effectivement s'intégrerait dans les schémas classiques quoi.

Intervieweuse : Une question que je voulais aborder avec vous, c'est la question de la monétarisation des invendus, denrées alimentaires puisqu'on a des initiatives comme *TooGoodToGo* exemple ou même en France *OptiMiam*, *Zéro Gâchis*, si vous connaissez, qui eux-mêmes, où, à l'image des banques alimentaires, les clients doivent **payer** aussi quelques euros, généralement pour récupérer ces denrées. Quelle est votre opinion sur le fait justement de monétariser ses denrées alimentaires qui sont invendues, en surplus, qui seront vendues aux consommateurs à des prix plus bas, sachant qu'une critique de tout ça, c'est que tout finit de toute façon à la poubelle, si ce n'est pas revendu. La distribution de ces invendus devrait-elle continuer à être payante, selon vous ?

François : Oui, c'est intéressant qu'on aborde ce dossier, qui est très compliqué. Nos banques alimentaires, on a essayé d'apporter une réponse que vous ne connaissez peut-être pas encore parce que ce n'est pas encore très développé. On a lancé au niveau des banques alimentaires un projet qui s'appelle *ProxiDon*. Ça a démarré à Lyon, maintenant, on est sur une vingtaine ou une trentaine de... quand je dis métropole, vous allez comprendre pourquoi, il faut qu'il y ait une densité urbaine, ou une densité d'habitation relativement importante pour que ça fonctionne. *ProxiDon*, c'est un système internet qui rapproche une offre (INAUDIBLE). Donc l'offre, si vous voulez, ce sont des magasins que nous ne ramassons pas. Pourquoi ? Parce qu'ils n'ont pas assez de volume. Et que quand on a dix quatre mille tonnes à récupérer, on ne va pas s'amuser à faire je dis n'importe quoi 80 kilomètres pour aller chercher un cageot de pommes. Donc ce sont des petites offres (INAUDIBLE) et puis on met en face, non pas des particuliers. Parce que quand vous mettez en face des particuliers, notre inquiétude, nous, mais peut-être qu'on est trop déformés par le social, c'est qu'on préfère face à cette offre qu'il y ait des gens réellement démunis, donc des gens qui passent par les critères que nous imposent les pouvoirs publics pour les inscrire dans nos cent vingt ou cent trente associations. On appelle ça des paniers, c'est-à-dire qu'il n'y a pas trois tonnes. On a mis quatorze types de produits. C'est mis par le donateur,

le donateur ne paie rien et c'est présenté - alors c'est pour ça qu'il faut qu'il y ait un réseau, donc il faut un réseau un peu dense puisque le système informatique fait, par un système de GPS que ce **panier** va être proposé aux huit associations les plus proches sur le plan géographique. (INCOMPRÉHENSIBLE) Donc si vous voulez, on a des donateurs, alors ce n'est pas tous les jours parce que, encore une fois, comme vous le disiez très bien, ce sont des occasions **ponctuelles**, c'est un lot qu'on ne veut pas finir, on s'en rend compte à quatorze heures pour dix-huit heures. Et donc *ProxiDon* traite des paniers, le volume moyen du panier c'est un petit peu moins de cinquante kilos, encore une fois, quand vous multipliez X fois cinquante ça fait des tonnes ! Ce sont souvent tous les magasins de centre-ville qui sont nous souvent inaccessibles pour nos camions et pour lesquels nous ne récupérons pas suffisamment de produits. On est tout à fait dans le même schéma. Mais c'est un schéma sur des volumes beaucoup plus petits, de préférence plutôt dans des zones urbaines et justement pour limiter les déplacements et c'est bien sur le plan écologique, c'est-à-dire comme on le propose aux huit associations les plus proches possibles en temps par GPS, c'est-à-dire que c'est le premier qui clique qui l'emporte. Le donateur donne gratuitement, le CERFA est édité automatiquement, donc il y a automatiquement un CERFA et l'association, pour tout vous dire, nous ont payé cinquante euros par an, ce qui n'est pas non plus énorme, si vous voulez puisqu'elles peuvent se servir presque tous les jours, en fonction bien sûr de ce qu'il y a, parce que nous, on ne veut pas dépenser trop d'argent.

Donc ce système, *ProxiDon*, il fait, je le reconnais, il fait aussi un petit peu concurrence à *TooGoodToGo*, mais lui qui est différent puisqu'il vise des produits, pour des plus petits volumes. À ce moment-là avec des particuliers. Donc c'est le consommateur directement qui peut récupérer ça avec une remise, puisque c'est vendu la veille, le plus tard possible.

C'est à la fois les mêmes associations que celles qui viennent chercher leurs produits et mais également nous prenons d'autres associations. C'est exactement le même schéma que celui de de la banque alimentaire, sauf que c'est pour des plus petits volumes et avec un système qui rationalise les déplacements. Parce que toutes les associations, que nous servons, ce sont des gens qui n'ont pas forcément de véhicule, ou qui ont un véhicule qu'un jour par semaine.

Intervieweuse : Est-ce que les associations qui ensuite récupèrent ces paniers font ensuite payer les consommateurs ? Ou c'est gratuit, vraiment de A à Z ?

François : C'est gratuit puisque c'est pour leurs mêmes bénéficiaires que quand ils viennent chez nous. C'est un complément.

Intervieweuse : Je comprends. Est-ce que vous voyez par exemple la possibilité, au lieu de donner directement les paniers aux associations, de les donner directement aux consommateurs ? Ou est-ce que vous pensez que les associations sont un intermédiaire **essentiel** dans cette initiative ?

François : Ils sont essentiels parce que nous savons et nous nous donnons les moyens de le vérifier régulièrement. Parce que nous sommes sûrs que si nous donnons à l'association Y, nous savons, nous qu'ils ont trente-quatre bénéficiaires, puisque les pouvoirs publics nous confirment et donc nous savons que ça ira automatiquement à des gens dans le besoin, à des démunis. Nous, notre système, il est là. Ce qu'on craint un peu toujours, dans ce système de contact direct entre un donateur plus ou moins petit et un particulier (RÉFLÉCHIT), moi, sur le fond, ça me gêne que quelqu'un... il

ne faut pas en faire une limite de revenus, de salaire, de tout ce que vous voulez, mais il ne faudrait pas qu'il y ait des gens qui ont des gros moyens..., ce n'est pas fait pour eux, ça. Et c'est là toute la limite, ce qu'on dit au fond depuis le début de notre entretien, mais toute la difficulté : est-ce qu'on fait du gaspillage 100%, c'est-à-dire *TooGoodToGo*, « moi il y a un produit, demain matin, il ne sera pas bon, venez le prendre à dix-huit heures ». Moi ça me gêne, si à dix-huit heures, celui qui le prend, a quatre mille euros de retraite.

Intervieweuse : Donc vous n'êtes pas de l'avis que le partage de nourriture devrait être élargi à tous et pas **seulement** aux personnes dans le besoin ? Pour vous, c'est **pour** les personnes dans le besoin, même si on a des **tonnes** de gaspillage alimentaire. Vous êtes quand même d'avis que ça doit être **en priorité** aux personnes dans le besoin.

François : Oui, c'est pour ça que le système dont je vous parle, *ProxiDon*, me paraît la priorité. Si malheureusement ça arrive, il y a des paniers et surtout en période d'été qui ne sont pas honorés. C'est-à-dire un petit magasin, *Lidl*, propose un panier de cinquante kilos. Cinquante kilos, on est quand même au-delà des besoins d'un particulier. Vous ne faites pas des courses de cinquante kilos. Donc si par contre, le panier n'est pas pris dans les délais, que le magasin le vende à un prix de remise, à n'importe qui. Je suis tout aussi d'accord. C'est là où on voit quand même les deux impératifs, impératif social pour moi, il est prioritaire mais impératif de **non-gaspillage**, il est aussi important. Dans ce cas, trouver un moyen de le vendre moins cher, voire de le donner à bas prix.

Intervieweuse : C'est intéressant cet aspect, je trouve. Si vous me le permettez, j'aimerais bien basculer sur cette initiative dont je vous parlais en Allemagne, le *foodsharing*. Je ne sais pas si vous en avez déjà entendu parler. Cette initiative consiste en le fait que le surplus de denrées alimentaires et les invendus vont être **directement** récupérés **et** triés auprès des producteurs donc les supermarchés, les cantines, les restaurants etc. par des bénévoles et ces bénévoles, on les appelle les "Foodsavers", qui sont formés directement à des règles d'hygiène sanitaire, de respect de la chaîne du froid etc. et qui vont directement sur place, dans les supermarchés, trier les invendus et ensuite les redistribuer. Donc les denrées alimentaires vont être remises en circuit. Donc finalement, on dépasse un peu le principe de... Je ne sais pas si vous connaissez l'initiative *Partage ton frigo*, qui met en place des garde-mangers pour stocker les denrées alimentaires non vendues, sauf que ça c'est souvent seulement pour les ménages privés. Les supermarchés sont rarement inclus dans ce processus-là et donc en fait ce processus de garde-mangers, il vient bien après, on a **déjà**, les firmes, les supermarchés qui sont inclus dans le processus et *foodsharing* **refuse** de faire payer quoi que ce soit aux bénéficiaires. Tout est gratuit et pour tous. Donc c'est accessible aux nécessiteux, bien sûr, il y a les banques alimentaires qui viennent en premier récupérer, qui offrent à des prix plus bas aux personnes dans le besoin ces denrées, mais *foodsharing* mais vient **après** les banques alimentaires et récupère en fait tout ce qui n'est pas pris par les banques alimentaires, qui ont dépassé la date de durabilité minimale, des fruits et légumes qui sont encore comestibles etc. et **eux** vont remettre en circuit ces denrées alimentaires. Donc il y a une plateforme avec plein de bénévoles qui ne sont pas forcément dans le besoin, de toutes les couches sociales, qui récupèrent, après avoir fait cette formation, les invendus et qui ensuite choisissent d'en prendre une partie pour eux et ensuite de les mettre dans des garde-mangers si le surplus est

trop grand. Qu'est-ce que vous pensez d'une telle initiative, est-ce que vous pensez que ce serait applicable en France ?

François : Moi je trouve ça intéressant. Ce qu'il faut voir ce sont les problèmes pratiques logistiques. Est-ce que les produits sont **extraits** de la grande surface et traités dans un camion, dans un camion à l'extérieur du magasin, est-ce qu'ils sont ramenés dans un local pour faire effectivement tout cet aspect tri ? Mais le fait effectivement que ce soient des "professionnels" qui viennent sur le lieu même où se **crée** le surplus, où se crée le produit, où on trie, on vérifie l'état sanitaire, on peut les reconditionner, les mettre au froid etc. Mais ça pose le problème de si c'est en fin de journée, les magasins ferment à huit heures-neuf heures. Ça veut dire que c'est trop tard pour les distribuer, ça reporte déjà au lendemain matin.

Intervieweuse : Non, en fait, c'est directement effectivement à la fin d'une journée de travail. Les Foodsavers ont des coopérations avec les supermarchés qui savent qu'à six heures, à sept heures, juste avant la fermeture, les Foodsavers récupèrent. Ils mettent tous les invendus, toutes les denrées alimentaires, devant le supermarché par exemple, et donc les Foodsavers ont rendez-vous, ils savent, ils sont organisés en coopération et ils doivent récupérer, trier sur place et ensuite les redistribuer. Et ça marche **très bien** puisque les supermarchés sur place, ils ont le grand avantage de réduire leurs coûts de détritit etc.

François : Moi je trouve personnellement une **excellente** idée et on se trouve confronté au manque de ça.

PAUSE

François : Je vous dis par exemple un match de football aux XXX (club) vous avez des cocktails, vous avez des loges etc., comment trouver quelqu'un ? On pourrait quand même récupérer pour les salles de spectacle et en fait on ne récupère que le *Coca* et la bière quoi. Parce que on n'a personne pour venir aller les chercher à dix heures et demie, un match de foot, ça finit à onze heures, un spectacle de variété, ça finit à minuit. Mais effectivement ces équipes de Foodsavers, je trouve ça une **très très** bonne, une très très bonne solution.

Intervieweuse : C'est vrai que tout l'aspect gaspillage alimentaire, par le fait que ces Foodsavers vont directement sur place, trient eux-mêmes les invendus, il y a **toute** cette prise de conscience du gaspillage alimentaire qu'il n'y a pas dans la mise en place de garde-mangers, puisque c'est finalement le **résultat** de tout ce processus-là, et donc les gens se servent. Mais en tout cas de mon expérience aussi en France, de ce que j'ai pu voir également sur XXX (lieu), c'est que ces garde-mangers, ces frigos partagés comme on peut les appeler, sont quasiment en permanence vides puisque les gens se servent **d'office** ou en tout cas se servent. Ce sont les mêmes personnes qui se servent, mais personne n'apporte quelque chose et surtout c'est pas du tout tracé finalement. Normalement, on est censés suivre les denrées alimentaires qui sont mises dans ce frigo avec une fiche avec l'heure, la personne qui a déposé ça etc. Et puis finalement, il n'y a **pas** ça. J'ai l'impression que ça ne fonctionne pas. Il y a peut-être, un manque de (RÉFLÉCHIT) je ne sais pas, un manque de formation peut-être ? J'ai été active aussi dans cette association-là et donc il y a trois initiations, trois récupérations de

nourriture avec un Foodsaver formé, on a tout un règlement à lire, un test pour pouvoir être Foodsaver actif... Avant, on est juste "Foodsharer", ça veut dire que on peut prendre dans les frigos partagés mais on ne récupère pas directement auprès des supermarchés.

François : Oui, ça résoudre (RÉFLÉCHIT) on est par exemple présents tous les ans sur un gros salon, qui s'appelle *Exp'Hôtel*. On est présents et on récupère si vous voulez un accord avec le parc des expositions de XXX (lieu). Aucun problème quand on va chez *Metro*, qui nous disent "vous prenez tous les fruits et légumes". Et on a beaucoup de charcuterie, boucher et on ne peut rien faire ! On laisse des plateaux de fromages, parce qu'on ne peut rien récupérer en fin de salon, parce qu'il faut qu'on vérifie un minimum de choses. On n'a pas cette espèce de qualification qui **rassure**, quoi. Est-ce que vous ouvriez, vous, naturellement, un frigo, et prendre une soupe, un bol de quelque chose sans quelqu'un qui vous dise d'où il vient etc. ?

Intervieweuse : Toute la sécurité alimentaire, la traçabilité des produits n'est pas assurée, quoi.

François : Oui, c'est intéressant. Et ça existe sur **toute** l'Allemagne ou c'est plutôt dans certains Lands... ?

Intervieweuse : Ça existe dans toute l'Allemagne, c'est aussi dans d'autres pays, maintenant, ça se généralise il me semble au Danemark, en Suisse aussi. Et donc voilà, on a cette initiative que j'ai découverte et effectivement le fait que ce soit accessible à tous et gratuit fait que, en tout cas de mon impression, beaucoup plus de gens y participent puisque *TooGoodToGo*, c'est une très belle initiative mais je connais en tout cas beaucoup de consommateurs disent « bon, quitte à payer deux, trois euros de plus et j'ai des produits parfaits. Pourquoi je paierais un petit peu moins pour avoir un produit pas frais, ou de la veille etc. ? » Ça décourage beaucoup de personnes, cet aspect financier, acheter un produit qui n'est pas complètement frais, quoi. **Tout le monde** peut être actif, en étant bénévole, on voit la **quantité** de denrées qui est gaspillée. Et puis on prend autant qu'on veut. Chacun décide de ce qu'il veut emmener chez lui et ensuite de partager. En tant qu'étudiante aussi, c'est une bonne action et en même temps, on économise vraiment quoi.

François : Une remarque qui est aussi une de nos craintes... Quand vous dites « je me sers et je prends ce que je veux ». Très bien. Très bien si c'est pour une famille importante. Notre inquiétude : on a cent-vingt associations et donc on a des bénévoles et qui vont deux, trois, quatre fois par an vérifier et valider comment fonctionne l'association. Parce que notre inquiétude énorme, c'est quand ils viennent à la Banque alimentaire. Nous prélevons une cotisation de **solidarité**, c'est-à-dire sur tout ce que les gens prennent, que ce soit si je puis me permettre du filet de bœuf ou de la pomme de terre (RIT) c'est vingt-six centimes. C'est différent selon les banques mais on n'est pas dans les plus chères, donc ça tourne entre quinze et vingt-cinq. Peu importe. Et notre inquiétude, puisque les gens paient vingt-six centimes, c'est que, il puisse y avoir - je mets à part les épiceries sociales, qui sont un peu différentes, vous savez que dans les épiceries sociales, les gens achètent -. Mais notre inquiétude, c'est que les gens **revendent** ce qu'ils ont eu quasi gratuitement. Parce que vingt-six centimes du kilo pour les légumes, ce n'est pas très cher pour du bœuf, c'est pas très cher et pour des sardines, c'est pas très cher. Notre inquiétude, mais notre **fantasme** peut-être, c'est la

revente. C'est pour ça que j'ai tout de suite réagi quand vous dites que les gens peuvent prendre, **accessible** à tous, quel que soit le volume, attention ! Attention à la revente ! Parce qu'à ce moment-là, peut-être qu'on est trop timorés aussi. Mais ma crainte, c'est que les gens fassent du fric sur les produits qu'on leur donne. Moi si je donne des tonnes à vingt-six centimes c'est pour que les gens le redonnent gratuitement. À la limite, s'ils donnaient vingt-six centimes, l'opération serait neutre mais je ne veux pas qu'il y ait de la revente, vous voyez ce que je veux dire ?

Intervieweuse : C'est intéressant ce que vous dites mais je trouve que, en tout cas dans une association comme celle-ci, ce ne serait pas possible puisque ce sont des produits qui ont souvent dépassé la date limite de durabilité minimale, mais qui sont encore... par exemple l'exemple du fromage, de la viande etc., les Foodsavers qui récupèrent ça ont interdiction formelle de le partager. À partir du moment où la chaîne du froid a été rompue, on ne peut plus partager ces produits-là, donc ça va être principalement des fruits, des légumes, des produits secs qui vont être partagés. Et ça finalement, ça fonctionne très bien. C'est pour ça que tout est gratuit dans l'association de la coopération avec les producteurs aux consommateurs, il n'y a **aucun** centime, aucun euro qui rentre dans le processus. Tout est partagé comme ça.

François : Oui, vous connaissez la nature humaine ou autre, bon, c'est sûr, qu'il y a toujours des risques et nous avons nous connu en fin de semestre une enquête policière dans une de nos associations où il y a eu effectivement des détournements. Sans compter en plus que les produits européens, dont il faut parler, sont donnés **gratuitement**. Autant les produits que nous **collectons** nous c'est vingt-six centimes du kilo, les produits européens sont gratuits. Donc il y a eu des reventes de produits gratuits. Bruxelles ne met pas de l'argent pour que les gens fassent du fric dessus. Voilà, on est un petit peu sensibilisés là-dessus. Mais je trouve le dispositif dont vous me parlez très, très très, très intéressant.

Intervieweuse : C'est vrai que cette question de revendre les invendus, ça ne m'était pas venu à l'esprit du tout puisque pour moi, voilà, les produits que les supermarchés ne veulent plus, c'est étiqueté, ce n'est plus vendable...

François : Alors effectivement si on revend, il faut trouver des gens qui achètent... Ce ne sont quand même pas des quantités importantes. Mais après ça peut être la reconduction qui est critiquable. Mais ce que vous me dites est intéressant.

Intervieweuse : Je me demande vraiment quel est l'aspect qui fait qu'en France ce ne soit pas applicable, ou pas appliqué déjà, pourquoi ça fonctionne tellement bien là-bas ?

François : On se trouve face à un mur, qui est celui effectivement de la disponibilité des gens, et puis effectivement, qui va dire "je prends, je ne prends pas" ? Autre chose aussi, qui est très choquant. Ça apparaissait dans les attendus de la loi Garot. Moi personnellement, je suis relativement contre, le consommateur est pour. La multiplication des **buffets**. Servir des produits, à une époque de... pas de raréfaction mais de gaspillage alimentaire, voir des **masses** qui sont détruites, c'est **fou** quoi ! On peut avoir des stratégies peut-être, pour récupérer telle ou telle partie. Je suis sûr qu'il

y a une **gabegie** en matière de buffet dans les restaurants spécialisés qui doit être quelque chose de colossal.

Intervieweuse : Est-ce qu'il y a peut-être une dernière chose qui vous vient à l'esprit à proposer de cette interview et que vous aimeriez partager ?

François : Je ne dis pas sous forme de boutade. Comme je vous l'ai dit, je ne suis pas du tout inquiet de la pérennité ou non de la Banque alimentaire, ou du système d'aide alimentaire qui se pérennisera. Moi, je suis bénévole, je n'ai pas d'intérêt lié à ça. Ce que je trouve, mais c'est un peu ce qu'on dit depuis le début, ce que je trouve paradoxal c'est que la **réussite** par les pouvoirs publics, par tout le mouvement associatif, tout ce qu'on a vu, les multiples initiatives, la **réussite** de la **fin** du ou du moins de la recherche de la fin du gaspillage alimentaire, n'est pas forcément favorable au maintien d'un système d'aide alimentaire. Toutes les initiatives sont bonnes puisque on va enlever des produits qui auraient été détruits. Mais en théorisant, si le gaspillage alimentaire était quasiment annihilé, où est-ce qu'on trouverait nos produits, nous, pour tenir... ? Donc ça veut dire que nous ce qu'on essaie de plus en plus, c'est que on est en train de mettre en place de nouveaux systèmes qui nous déconnectent de l'alimentation. Je m'explique. Il y a deux choses qu'on est en train de développer. C'est ce qu'on appelle la collecte dématérialisée. C'est une collecte où les gens ne donnent plus des produits mais donnent si vous voulez un (RÉFLÉCHIT)... Disent aujourd'hui c'est la journée des banques alimentaires. La caissière dit « Monsieur, vous me devez trente-quatre euros. Est-ce que vous souhaitez donner l'équivalent d'un repas à la banque alimentaire ou un multiple d'un repas ? Le repas c'est deux euros ». Et donc la personne dit non, ou elle dit oui, « je vais vous donner deux repas, deux repas ça fait quatre euros donc on les facture ». Et le cumul de ces tickets repas, nous sert effectivement à acheter des produits quand on veut, mais à sortir du gaspillage alimentaire, donc des fins de course, des produits de délai. Et ce qu'on est en train de travailler c'est l'arrondi de caisse. Par exemple, on a fait dans deux magasins *Leclerc*, pendant quinze jours on a arrondi des caisses. Mais vous serez surprise, ce qui montre que les petits ruisseaux font les grandes rivières, ces deux arrondis de caisse nous ont rapporté en quinze jours pour deux magasins *Leclerc* sept mille euros. C'est par définition inférieur à cinquante centimes et donc vous dites « ajoutez l'euro supplémentaire ». Et donc c'est pour ça que nous nous cherchons nous, parce que justement, encore une fois, la réussite de la lutte contre le gaspillage alimentaire a pour conséquence de **restreindre** nos ressources. Si d'autres personnes en amont le donnent, le vendent etc., on aura moins. Donc il faut, pour que nous continuons à assurer, quitte à être dans quelques temps, peut-être une centrale d'achat. Les pouvoirs publics ne vont pas nous aider éternellement, peut-être qu'il faudra qu'on collationne nos propres ressources avec des systèmes comme la collecte dématérialisée, c'est-à-dire « ne nous donnez pas des produits, donnez-nous, des multiples de deux euros qui vont nous permettre d'acheter des produits » ou bien arrondis de caisse. Mais quand on dit arrondis de caisse, peut-être que demain on peut le faire chez *Decathlon*, dans d'autres, pour nous **diversifier** et trouver des ressources **financières** pour acheter. Parce qu'on sait très bien que la ressource liée aux produits invendus du gaspillage alimentaire sera pour x raisons, qu'on évoquait en long, en large et en travers, même si elle ne sera jamais nulle, de plus en plus faible. Et comme on sait par contre que notre nombre de bénéficiaires ne baissera pas, il va falloir qu'on compense.

Intervieweuse : Vous n'avez pas le même point de vue que des associations qui luttent elles-mêmes contre le gaspillage alimentaire. Vous avez toute cette aide alimentaire qui est très importante, qui fait **l'essence** de votre association.

François : S'il n'y avait plus de produits issus du gaspillage, comment on ferait pour nos vingt-trois mille clients, on entendrait quoi alors ? Il y a l'Europe mais il va falloir trouver d'autres ressources et ces ressources elles viennent un petit peu comme ça. Les banques alimentaires qui sont **parties** du principe, c'est l'esprit Coluche si vous voulez, même si les Restos ont pris après une autre orientation parce qu'ils avaient des ressources propres. Nous, les banques alimentaires on est parti des produits issus du gaspillage. Ils se **raréfont**. Donc il faut trouver une solution, voilà, et on y réfléchit (RIT).

Intervieweuse : D'accord, bon, merci en tout cas pour cette discussion !

Codesystem

1 <i>Foodsharing</i> in Frankreich	0
1.1 Nachteile/Probleme	0
1.1.1 Weiterverkauf	1
1.2 Vorteile	0
1.2.1 Qualifizierung von Foodsaver	3
2 Monetarisierung von unverkauften Lebensmitteln	0
2.1 Problems des Weiterverkaufs	2
2.2 Soziale Priorität	1
2.3 Sorge um die Empfängern	1
3 Ursachen für Lebensmittelverschwendung	0
3.1 Verbraucher	0
3.1.1 Mangelnder Respekt für das Produkt	1
3.1.2 Ansprüche	5
3.1.3 Angst vor dem Mangel	2
3.2 Konsumgesellschaft	3
4 Herausforderungen/Lösungen der Lebensmittelbanken	0
4.1 Mehr Ressourcen zur Verfügung haben	2
4.2 Stigmatisierung bekämpfen	2
4.3 Pädagogik	1
4.4 Paradox: Kampf Lebensmittelverschwendung/Ernährungsunsicherheit	9
5 Schwierigkeiten der Lebensmittelbank	0
5.1 Problem der weitergeleiteten Entsorgungskosten	3
5.2 Bereitschaft zur Abholung	2
5.3 Stigmatisierung	3
5.4 Kommunikation	2
5.5 Sorge, weniger zu erhalten -> weniger geben zu können	0
5.5.1 Verkaufen interessanter als Cerfa	1
5.5.2 Fonds der Regierungsbehörden	1

5.5.3 Weniger FEAD-nicht honorierte Einnahmen?	1
5.5.4 Rückgang der eingesammelten kostenfreien Lebensmittel	6
5.5.4.1 MHD und niedrigere Lebensmittelqualität	3
5.5.4.2 Hygienevorschriften für Produkte -> Verschwendung	2
6 Positive Erfahrungen mit Lebensmittelweitergabe	0
6.1 Soziale Durchmischung	1

Anhang 6: Interview-Transkription 5

Initiative: *Die Tafel*

Befragte: Petra (anonymisiert), stellvertretende Projektleitung

Land: Deutschland (in Person)

Datum: 10.08.22

Seiten: 151-157

Petra: Ich bin 2003 zur *Tafel* gekommen, als Sozialarbeiterin und zwar zuständig für die langzeitarbeitslosen Menschen, die da zur Arbeit eingesetzt sind. Ich muss gleich vorweg sagen die Tafeln in Deutschland haben alle gleiche Ziele und die gleiche Aufgabe. Die Umsetzung ist aber unterschiedlich in den verschiedenen Tafeln, und wir sind eine relativ große Tafel. Und wir haben das sogenannte Ladenmodell und Ladenmodell bedeutet einfach bei uns das ist wie so ein Supermarkt, man geht da rein und der Kunde kann sich die Ware aussuchen, was er mitnehmen möchte und zahlt, am Ende so einen kleinen symbolischen Betrag. Es gibt andere Tafeln, da gibts schon fertig gepackte Taschen, die man dann raus gibt. Bei uns ist es eben dieses Ladenmodell und in der Form sind wir wahrscheinlich auch die größte Tafel in Deutschland. Also wir haben vier Läden, also in XXX (Orte). Wir haben zwanzig Fahrzeuge und einen LKW, also solche Kleintransporter zwanzig, und einen 7,5-Tonner. Wir haben Kühlfahrzeuge, auch Tiefkühlfahrzeuge und die sind ständig im Einsatz. Und von der Dimension her: wir holen ungefähr vierzig Tonnen pro Tag. Wir fahren da auch durch ganz Baden- Württemberg oder auch mal nach Bayern oder sonst wohin und holen alles Mögliche ab. Da wir so groß sind und auch so - unsere Läden sind wirklich jeden Tag geöffnet, über viele Stunden - können wir natürlich auch sehr viel Ware weitergeben. Ungefähr zehn Tonnen sind dann Müll, Verpackung und schlechte Lebensmittel. Also das Klassische, was wir machen, sind natürlich die Supermärkte und Bäckereien alle abfahren und da kommt dann so ein Päckchen Nektarinen zum Beispiel, eine ist schlecht, fünf sind schön und da fliegt das ganze Päckchen raus und das wird dann eben halt verlesen. Der Verein selber hat keinen staatlichen oder kirchlichen Zuschüssen, wir sind ein ganz eigenständiger Verein und haben nur so, ja, ganz wenige Festangestellte, die das Ganze verantworten und organisieren. Und diese viele Handarbeit, das Ganze was da zu tun ist bei den ganzen Fahrern und Beifahrern, das sind alles Leute über's *Jobcentern*, langzeitarbeitslosen Menschen, das sind Ehrenamtliche, das sind "Fuftis" (über 50-Jährige), das sind Praktikanten nach Drogentherapie oder auch Schüler Praktikanten mal. Wir haben, hatten die Flüchtlingsintegrationsmaßnahme, wir haben also eine ganz bunte Mischung, Leute, die ihre Sozialstunden für das Gericht ableisten. So ist das eine ganz bunte Mischung, aber eben man kann sagen, sie sind fast alle selber bedürftig. Und wir sprechen da von ungefähr dreihundert Leuten, die wir da beschäftigen. Also es ist schon von der Dimension her, einfach, dass es klar wird. Das eine sind diese festen Touren um die Läden drumherum sag ich jetzt mal, wo die da alle Supermärkte und alles abfahren, alle Läden und das direkt in den Tafelladen bringen. Dann gibt es aber auch noch im Landesverband der Tafeln, die so Großmengen vom Hersteller annehmen und die dann verteilt werden. Da kommen Großmengen auch hierher, wo auch viele kleinere Tafeln aus der Region dann hier bei uns abholen, die dieses Lager vorne haben und auch Kühlhäuser haben.

Interviewerin: Wie kann es eigentlich dazu, dass Sie sich bei den Tafeln engagiert haben? Waren Sie davor noch bei *foodsharing* aktiv oder bei anderen Organisationen?

Petra: Nee, ich war als Sozialarbeiterin bei der *Caritas* angestellt im Bereich Arbeit für Langzeitarbeitslose eingesetzt, und da gibt es die Kooperation zwischen der *Caritas* und der *Tafel* in der Neuen Arbeit, das *Jobcenter* schickt die Leute, weist die Leute zu über einen sogenannten Maßnahmeträger, und das war der *Caritas* und die Neue Arbeit. Das heißt, die Menschen sind eingesetzt in der *Tafel*, aber die ganze Maßnahme läuft über einen anderen Träger. Und von dem Träger kommt dann das Geld und diese Sozialarbeit, so kam ich zur *Tafel* im Rahmen dieser Kooperation 2003 schon und habe aber schon sehr eng mit der Projektleitung zusammengearbeitet, und seit circa zehn Jahren oder neun Jahren bin ich jetzt in der Projektleitung, weil der damalige Leiter ist gegangen, und da war dann Bedarf. Die Foodsharer holen auch bei uns ab, wenn da was übrig ist. Und auch soziale Einrichtungen, was weiß ich, Café XXX (Ortsangabe), oder sie die holen auch bei uns ab, im nächstgelegenen Laden.

Interviewerin: Können Sie mir bitte erzählen, welche Erfahrungen, Sie so mit dem *foodsharing* bei den Tafeln bisher gemacht haben, also was für Hindernisse oder haben Sie da Probleme gehabt mal bei den Tafeln?

Petra: Der frühere Projektleiter kommt aus dem Großhandel. Der hatte Kontakte, und der hat das Ganze so aufgebaut, wie es jetzt ist. Und wir haben kein Problem, quasi Lebensmittelakquise betreiben zu müssen, sondern es ist eher so, dass die ... also da gibt es auch deutschlandweit mit *Lidl*, *Aldi* und was weiß ich; Abkommen sozusagen, weil die wissen, dass wir keine Konkurrenz sind, dass die an uns abgeben. Es ist so, dass es für einen Supermarkt viel günstiger ist, an *die Tafel* abzugeben, als gemischten Müll zu entsorgen, das ist nämlich teuer. Also es ist nicht nur ein sozialer Akt an *die Tafel* zu geben, sondern es ist tatsächlich auch für die ein super Service und wir kriegen deshalb so viel, weil wir einfach unproblematisch alles wollen. Wir meckern nicht, wir stehen jetzt hier mit palettenweise Hafermilch und Drinks, die keiner will, wir nehmen es einfach. Also, das heißt es bekommt alles, was irgendwo rausfliegt, bekommt bei uns die Chance. Manchmal ist es zu viel von einem Artikel zum Beispiel, dann müssen auch wir es entsorgen. Es kommt vor. Dadurch, dass wir alles aufmachen und sortieren, wir trennen den Müll. Also bei uns wird Plastik abgefahren, Holz und Pappe wird separat weggebracht und wir fahren den Biomüll zu einem Bauer, der eine Biogasanlage hat. Also mit unserem Biomüll wird nochmal Strom gemacht. Die Fahrer sind jeden Mittag unterwegs, fahren die Läden abholen, was da übrig ist und die schlechten Sachen und bringen das zum Biomüll, zu dem Bauer.

Interviewerin: Und vielleicht dann Anknüpfung an meine letzte Frage: bei der Organisation der täglichen Arbeiten, gibt es irgendwas das Sie anstrengt?

Petra: Also ich sag mal so, ist einfach Alltag für uns, dass wir nie wissen, was wir heute kriegen und in welchen Mengen. Dass wir immer unglaublich spontan sein müssen, und dann ist es so, dass die Läden sagen „Gotteswillen, schon wieder dieser Käse, von dem einen Käse haben wir ganz arg viel“ und alle Bedürftige haben diesen Käse schon, aber es kommt nochmal genau dieser Käse, also wir haben nicht diese Produktvielfalt, der Tafelkunde kann sich das auch nicht aussuchen. Ich möchte heute dies und jenes kochen, das funktioniert nicht, sondern man muss hingehen und gucken, was gibt es. Und das Problem ist immer das wird von irgendwas gar nichts haben und

vom anderen zu viel. Aber man kann sagen, dass es gibt immer bei uns, irgendwie Brot und Backwaren, es gibt immer irgendein Obst und Gemüse und es gibt immer irgendein Molkereiprodukt. Kann aber dann mal sein, dass es zwei Wochen lang den gleichen Schokopudding gibt.

Interviewerin: Eine andere Frage: Was meinen Sie, welche Möglichkeiten gibt es, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren?

Petra: Aufklärung. Viel mehr Aufklärung. Wenn man nach den Zahlen geht, die auch gut bei *Tafel Deutschland* auf der Homepage zu sehen sind, kommt sehr viel Material dazu. Wenn man danach geht, ist die größte Lebensmittelverschwendung immer noch im Privathaushalt. Das ist sehr viel Unwissen über das sogenannte Mindesthaltbarkeitsdatum. Dieses Mindesthaltbarkeitsdatum ist die Garantie des Herstellers und man kann viele Lebensmittel weit darüber hinaus noch benutzen, ganz gefahrlos. Das Problem ist auch, dass die Kinder das auch gar nicht mehr lernen, dass man auf Geruch, Optik und Geschmack achtet, sondern man guckt auf das Datum, und das ist tatsächlich, da passiert die meiste Verschwendung. Dann sind natürlich diese Geschichten, dass Hotels ganze Buffets in Müll schmeißen müssen, die aufgedeckt werden und nicht angetastet wurden. Weil offene Lebensmittel dürfen wir nicht weitergeben, das können wir alles nicht holen. Das ist ein Punkt, wo man sich Gedanken machen könnte, wie man anders organisiert. Und dann ist es so, dass Lagerfläche teurer ist als Entsorgung, das heißt, wir kriegen oft irgendwelche Mengen von wunderbaren Lebensmitteln, weil einfach das nächste Produkt drückt nach, die Lagerfläche muss frei sein, also muss es raus, der Handel nimmt es nicht so an, weil wenn zum Beispiel Grillsaison ist und sich der ganze Handel auf Grillen einstellt und es regnet ganz viel, dann kriegt *die Tafel* ganz viel Grillwaren. Also so funktioniert das. Das ist nicht alles **beeinflussbar** kalkulierbar. Und Entsorgung ist einfach immer noch viel billiger als Lagerplatz. Das ist ein Problem. Und dann ist es natürlich einfach generell ein Luxus, den wir einfach alle gewohnt sind, wenn der eine Bäcker abends um sechs nur noch drei Brote hat und der andere Bäcker hat noch die volle Auswahl, dann gehe ich zu dem anderen, der die volle Auswahl hat und weiß, dass der Rest weg kommt. Also das ist eine gesellschaftliche Aufgabe, ein ganz anderes Bewusstsein zu schaffen für Ressourcenverschwendung.

Interviewerin: Was meinen Sie, was wäre dann die Möglichkeit? In der Schule zum Beispiel...

Petra: Ich würde das in der Schule einsetzen. Die Bildungspolitik müsste da ansetzen, also generell bei allen gesellschaftlichen Veränderungen, muss man bei den Kindern anfangen.

Interviewerin: Eine ganz andere Frage: Glauben Sie, dass Initiativen für Bedürftige, wie die Ihre, ein echtes Bewusstsein für Lebensmittelverschwendung schaffen?

Petra: Nein.

Interviewerin: Also sehen Sie dafür Verbesserungsmöglichkeiten?

Petra: Also das erscheinen mir zwei Paar Stiefel. Das eine ist, wir sind in erster Linie Lebensmittelretter, weil wir nicht wollen, dass Lebensmittel im Müll landen. Dann geben wir sinnvollerweise an Bedürftige weiter aber, dass es so viele Bedürftige gibt im reichen Land ist ein Problem der Sozialpolitik und nicht die Aufgabe der Tafeln. Und da wehren wir uns auch dagegen. Und mit der darf sich der Staat auch nicht darauf ausruhen, „Sie können auch zu Tafeln gehen“, das geht nicht. Wir sind keine Vollversorger, wir können auch gar nicht alle Bedürftigen bedienen. Funktioniert nicht.

Interviewerin: Eine Frage, die mich auch interessiert: sollte das Teilen von Lebensmitteln auf alle ausgeweitet werden, nicht nur für Bedürftige? Was spricht eventuell dagegen oder dafür? Das ist für mich auch so eine große Frage mit *foodsharing*, weil es ja kostenlos und für alle ist. Weil da sowieso alles im Müll landet am Ende, das ist ja die größte Kritik.

Petra: Wollen Sie eine ideologische oder realistische Antwort? Die realistische Antwort ist einfach die, dass unsere Gemeinnützigkeit da dranhängt. In dem Moment, wenn es geöffnet wird für alle, wird es zur Konkurrenz und Preisverzerrung auf dem Markt. Unsere Gemeinnützigkeit hängt daran, dass wir konsequent am Eingang die Bedürftigkeit prüfen müssen, bei jedem Kunden, jeden Tag, aufs Neue. Man muss sich an der Tür ausweisen sozusagen. Wenn man Unterlagen bringt, kriegt man ein Kundenkarte und muss die zeigen. Wir gehen da nach der europäischen Armutsdefinition. Also das ist so: der Hartz IV Satz plus ein bisschen darüber, da kann auch jemand, der Geld verdient oder der einen Job hat kommen und sagen „ich habe fünf Kinder und so ist die Miete“, der muss ja unterlagen bringen, die das zeigen, wir müssen es prüfen und dann kriegt er eine Kundenkarte für diese Zeit und dann wird es erneut geprüft. Wir sind verpflichtet, das sehr genau zu prüfen, dass nur Bedürftige bei uns einkaufen, weil daran hängt unsere Gemeinnützigkeit. In dem Moment, wo wir es öffnen würden für alle, würde sich der komplette Einzelhandel auf den Kopf stellen und sagen Das ist eine Preisverzerrung, weil wir ja nur symbolische kleine Beträge nehmen. Jetzt könnte man natürlich sagen, das sind ja nur die lebensmittelbewussten Menschen, die dann bei uns das holen würden, aber so weit sind wir noch nicht.

Interviewerin: Ja interessant... weil, wie gesagt bei den Tafeln müssen die Abnehmer*Innen von den Lebensmitteln ein paar Euro für diese bezahlen...

Petra: Also man kann sagen zehn Cent für einen Salat und zehn Cent für drei Milchprodukte und vierzig Cent für ein Brot. Ein Fünftel bis ein Siebtel des **Durchschnittspreises** von dem Billig-Discounter. Das ist unsere Richtschnur. Und da unterscheiden wir nicht, ob es eine Demeter Milch ist, ein Serranoschinken, sondern Milch ist Milch und Schinken ist Wurst.

Interviewerin: Sollte die Verteilung eben weiterhin kostenpflichtig gemacht werden? Ich glaube - zumindest in Frankreich das auch bei Initiativen wie *TooGoodToGo* und so weiter - dass dadurch, dass die Lebensmittel eben kostenpflichtig sind, dass viele sagen „Ja, nee, ich kaufe dann lieber für einen Euro mehr ein perfektes Produkt“ und ich glaube, das ist ein Grund dafür, dass viele sich bei solchen Organisationen überhaupt nicht engagieren, weil - ja wie gesagt - der Preis.

Petra: Aber dann bräuchte es die Tafeln nicht, weil dann müsste... dann könnten wir ja in *Lidl* einfach ein paar Arbeitslose einsetzen, die die Lebensmittel aussortieren, die nicht mehr gut sind und der Rest wird weiter zum halben Preis weitergegeben. Ich meine, der Einzelhandel hat schon ein bisschen umgestellt. Es gibt jetzt diese *Last-Minute Ecken* oder wie die heißen, also womit runtergesetzt. Und der MHD läuft bald ab. Da hat sich schon ein bisschen was getan, aber hier in Deutschland ist es undenkbar, dass zu öffnen für die Allgemeinheit, weil dieser Deal ist, das gibt sonst eine Wettbewerbsverzerrung. Das hat damit zu tun, das ist der Knackpunkt. Wenn sich jeder sich überlegen könnte Ich gehe bei *Lidl* und gucke erst mal an der *Tafel*, ob ich da billig Tomaten kriege, dann bleiben die Tomaten im *Lidl* stehen. Also das ist eine Konkurrenz. Und wir müssen außerhalb der Konkurrenz, wir sind außerhalb vom normalen Wirtschaftskreislauf und daran hängt unsere Gemeinnützigkeit. Wenn wir die verlieren würden, dann könnten wir dicht machen, weil wir könnten das gar nicht, das Personal oder was auch immer, das würde nicht funktionieren.

Interviewerin: Was halten Sie von einer gemeinnützigen Organisation, die alle Organisationen zur Lebensmittelrettung zusammen machen würde?

Petra: Das kann ich gar nicht beurteilen, weil ich mich da zu wenig mit den anderen befasst haben. Es macht natürlich Sinn, sich abzustimmen und hier in XXX (Ort) - ich kann es nur für XXX (Ort) beantworten - hier funktioniert das gut. Also die Mengen. Es war mal irgendwie ein Supermarkt, der gesagt hat wir geben es nicht mehr der *Tafel* sondern den Foodsharern. Die haben nach zwei Tagen *die Tafel* wieder angerufen und gesagt „holt bitte ab“, weil das was sie mit ihrem Autochen oder Fahrrad abholen... dass wir unkompliziert Massen holen.

Interviewerin: Vielleicht kurz zur Situation in Frankreich. Es gibt dieses Garot-Gesetz, wo alle Akteure des Einzelhandels dazu verpflichtet sind, ihre unverkauften Lebensmittel an gemeinnützigen Organisationen weiterzugeben.

Petra: Finde ich prinzipiell schonmal Klasse! Warum nicht? Also warum soll es im Müll landen? Wenn da andere da sind, die sich darum kümmern, dass es nicht Müll ist, finde ich super.

Interviewerin: Aber es gibt einen anderen Kritikpunkt, und zwar, dass die Supermärkte, die sowieso dazu auch so Geld bekommen dafür, dass die eigentlich eher dazu gefordert werden, weiter zu produzieren. Weiterhin in so großen Mengen.

Petra: Also, dass die Überproduktion dadurch nicht reduziert wird? Aber damit müsste man dann wieder wirklich bei der Bildungspolitik, in der Gesellschaft anfangen, in den Köpfen der Menschen aufklären. Weil im Prinzip passiert auch hier nichts anderes. Es wird weggeschmissen oder man gibt es zur *Tafel*. Und dann ist es besser, man gibt es irgendwelchen Organisationen. Ich meine, wir haben das Problem nicht, weil in der Regel wenn irgendwo ein neuer Supermarkt aufmacht rufen die uns an und sagen „uns gibt es in der Straße so und so, könnt ihr bei uns auch vorbeikommen und abholen“. Also funktioniert, aber das ist *Tafel* XXX (Ort).

Interviewerin: Können Sie sich vorstellen, dass es auch in Deutschland sinnvoll wäre, so ein Gesetz?

Petra: Das kann ich nicht beurteilen, weil wir haben keine Schwierigkeiten das zu bekommen und ich weiß nicht, ob andere Schwierigkeiten haben.

Interviewerin: Sind Sie der Meinung, dass die Tafeln etwas wirtschaftlich bewegt haben? Es sei ein anderer Umgang mit Lebensmitteln zu beobachten.

Petra: Nee, also ich kann das nicht beweisen, aber ich, nein. Also ich wüsste nicht, wo sich da was verändert hat, gar nicht. Die sind froh, dass es uns gibt, dass sie uns anrufen können, dass sie das Zeug loswerden, und wir geben es weiter.

Interviewerin: Und was denken Sie, was könnte man dagegen tun? Das es nicht mehr diesen Wettbewerb, dass es diese Konkurrenz gibt zwischen den Supermärkten?

Petra: Da muss man Kapitalismus abschaffen. Also da kommen wir dann in die Grundsatzfragen, sinnvolle Verteilung von Lebensmitteln würde bedeuten, eine staatliche Regulierung. Das geht in Richtung Sozialismus. Freie Marktwirtschaft, Kapitalismus, der Preis regelt es, die Nachfrage regelt es.

Interviewerin: Wie sehen Sie die Zukunft, was die Lebensmittelverschwendung angeht, was die Tafeln angeht?

Petra: Schwer zu sagen. Was man bei der momentanen Lage **mitbekommt**, dass die Weizenausfuhr aus der Ukraine, die Gasprobleme, die Energiegeschichten. Ich denke, dass es uns leider noch lange geben wird, und ich denke auch, dass wir in den Köpfen der Menschen nicht so schnell umstellen werden. Ich denke doch auch, die Landwirtschaft kriegt durch den Klimawandel immer mehr Probleme. Wir sind trotzdem noch so was von im Überfluss und gewohnt im Überfluss zu leben und wegzuschmeißen, dass es uns in der Form wahrscheinlich noch lange geben wird. Das ist meine Befürchtung. Das Umdenken ist langsam und träge. Es sei denn, wirtschaftliche Zwänge. Die Menschen werden vielleicht weniger kaufen, wenn sie sich nicht mehr leisten können, aber es wird weiterhin... also ich sag mal diese kapitalistische freie Marktwirtschaft angelegte Warenwirtschaftslauf, der wird sich nicht so schnell ändern.

Interviewerin: Gibt es noch etwas, das Ihnen zu dem Interview einfällt, dass Sie gerne noch mitteilen möchten?

Petra: Also wir hatten ja vor allem den Fokus auf der Lebensmittelverschwendung. Da finde ich schon wichtig, dass mehr Aufklärungsarbeit in den Schulen betrieben wird, vielleicht auch über Werbung - weiß ich nicht, wer sowas dann machen würde. Ob es Initiativen gibt, die Geld sammeln, um Werbung zu machen und so im Fernsehen oder so zu informieren. Aufklärung zum Thema Lebensmitteln, welche Verschwendungen wo die meiste passiert, wo man selber, wo jeder Einzelne was tun kann...

Interviewerin: Die Tafel macht aber nicht so viel Werbung habe ich den Eindruck, oder? Also Werbung im Sinne von Aufklärung.

Petra: Wir kommen überhaupt nicht dazu. *Tafel Deutschland* hat viel Aufklärungsmaterial, was man anfordern kann. Nee, nee, da kommen wir gar nicht dazu. Also es gibt andere Tafeln, die noch irgendwo sonst, beim *Roten Kreuz* oder sonst sogar Wohlfahrtsverbänden, die dann andere Projekte noch laufen haben, da passiert schon was, aber bei uns nicht. Wir sind vollkommen ausgelastet.

Interviewerin: Dann wäre es nicht möglich oder nicht denkbar zum Beispiel in den Schulen die Schüler schon zu sensibilisieren?

Petra: Da müssten Sie eine extra Personalstelle finanzieren, dass wir das machen können. Also das ist nicht drin. Wir machen Öffentlichkeitsarbeit, wann immer wir angefragt werden von außen und wir es hinkriegen. Das machen wir mit, so wie wir es irgend können, machen wir immer mit, also im Sinne der Aufklärung. Das schon, aber wir schaffen es nicht das selber noch was auf die Beine zu stellen.

Interviewerin: Verstehe ich. Okay, vielen Dank!

Codesystem

1 Problem Lebensmittelverschwendung	0
1.1 Kapitalistisches System	1
1.2 Politik	1
1.3 Verbraucheransprüche	1
2 Lösungsansätze Lebensmittelverschwendung	0
2.1 Aufklärung	6
3 Potenziale des Foodsharings	0
3.1 Vorteile für die Supermärkte	1
3.1.1 Entsorgungskosten	1
3.1.2 Lagerfläche teurer als Entsorgung/Foodsharing	1
3.2 Anderer Umgang mit Lebensmittelverschwendung	0
3.2.1 Jüngere Generationen	2
3.2.2 Seitens des Privathaushalts	4
4 Schwierigkeiten/Grenzen	0
4.1 Aufklärung schwierig	3
4.2 Umgang mit Lebensmitteln	2
4.3 Untrennbare Kooperation Tafeln/ <i>foodsharing</i>	1
4.4 Gratis?	0
4.4.1 Beeinträchtigung der Gemeinnützigkeit	3
4.4.2 Preisverzerrung	3
4.5 Lieber Rabatt als foodsaven	0
4.6 Unwissen	2
4.7 Produktvielfalt	1
4.8 Unerwartet	1
4.9 Mengen	3
4.10 Der Staat ruht sich darauf	1
5 Fortsetzung des Foodsharings	0

Anhang 7: Interview-Transkription 6

Initiative: *foodsharing*

Befragte: Nicole (anonymisiert), eine Foodsaverin und Betriebsverantwortliche

Land: Deutschland (in Person)

Datum: 13.08.22

Seiten: 160-173

Interviewerin: Mit der ersten Frage fange ich an: wie kam es eigentlich, dass du dich bei *foodsharing* engagiert hast?

Nicole: Ich bin nach XXX (Ort) gekommen, ganz frisch, der Arbeit wegen. Ich bin hierhergezogen und habe gedacht, wie kann ich ein paar Leute kennenlernen. Und ich war damals schon in den 50ern, es ist ja nicht so einfach, in meinem Alter und habe gedacht "Na ja, also bei einer sozialen Tätigkeit kann ich immer Leute kennenlernen und ich tue noch was Gutes". So hat das angefangen, dann habe ich von diesem einen einzigen Fairteiler gehört in XXX (Ort). Das habe ich in der Zeitung gelesen, den einen Junge, was ich sehr bemerkenswert fand in seinem Kinderzimmer eröffnet hat. Das ging damals durch die ganze Presse, das war wirklich eine tolle Sache, dann habe ich gedacht, da bleibe ich mal dran und gucke mal und die suchten Leute, die diesen Fairteiler betreuen. Das heißt die, die sich dahinsetzen, die die gute Idee von *foodsharing* vielleicht auch weitertragen und ich habe gedacht, das schaue ich mir mal an. Und dann bin ich dort einfach vorbeigefahren und ratzfatz hatte ich dann den XXX (Ortsangabe) an der Backe (LACHT). So ist das gekommen, also ich habe das praktisch in der Zeitung gelesen damals, weil es nur diese einzige Sache gab.

Interviewerin: Verstehe ich. Warst du davor bei den Tafeln aktiv?

Nicole: Nein. Ich habe mich vorher überhaupt nicht mit dem Thema beschäftigt, und ich bin dann erst **richtig** tief eingestiegen, das heißt mein ganzes Leben hat sich dann total geändert.

Interviewerin: Okay, interessant. Erzähl mir bitte mal, welche Erfahrungen du so mit dem *foodsharing* gemacht hast, bisher.

Nicole: Also (ÜBERLEGT) nur gute. Also für mich persönlich habe ich ein viel besseres Gewissen. Natürlich hat sich auch alles verändert, also meine Sicht auf die Dinge, meine Sicht, auf... je tiefer man in die Materie Lebensmittel einsteigt, desto mehr **weiß** man natürlich auch und desto mehr Argumente hat man, um das anderen gegenüber sehr vehement auch zu vertreten. Also ich bin dann in die Demonstrationskultur direkt eingetreten. Also **ja**, mein ganzes Leben hat sich auf den Kopf gestellt. Ich habe **alles** anders gesehen als vorher und habe auch **alles** umgestellt. Also in diesem Sinne, umweltechnisch, essenstechnisch, ich bin vegan geworden, **alles**. Also alles. Es hat Einflüsse auf jeden Bereich gehabt.

Interviewerin: Du hast von Demonstrationskultur gesprochen, also warst du da auf Demos aktiv?

Nicole: Ich war bei *Extinction Rebellion* eine Zeit lang sehr aktiv und habe auf dem Marienplatz auf dem Boden gelegen und habe demonstriert (LACHT). Und bei den *Red Rebels* war ich so in rot gekleidet auf den Straßen in XXX (Ort) unterwegs. Also sehr extrem für mich auch, aber ich fand und finde das immer noch, dass extreme Dinge dazu gehören, jetzt gerade, ich meine, jetzt merkt es natürlich jeder, so vor drei Jahren war das noch nicht so der Fall. Und diese Ankleberei an Gebäude und auf Autobahnen finde ich **super**, wenn ich nicht eine feste Stelle noch hätte, die ich noch irgendwie ein paar Jahre machen müsste, wäre ich die Erste dort. Also das hält mich einfach nur ab, weil ich nicht irgendwie in Gefängniszellen sitzen kann (LACHT). Aber meine Einstellung dazu ist, man muss was machen.

Interviewerin: Klar, weil *foodsharing* an sich ist also... Würdest du zum Beispiel *foodsharing* als Umweltbewegung bezeichnen?

Nicole: Auf jeden Fall. Höchstopolitisch, auf allen Bereichen und auf **jeden** Fall eine Umweltbewegung. Auch mit natürlich, ist es aber nur einen Bereich, aber trotzdem ja, also Umweltbewegung würde ich schon sagen.

Interviewerin: Ich komme dann später noch mal drauf, weil mich dieser politische Aspekt auch sehr interessiert. Erstmal die nächste Frage: Fallen dir Probleme ein, die dich oder dich bei deiner Organisation bei der täglichen Arbeit einschränken?

Nicole: Da könnte ich eigentlich nur... (ÜBERLEGT) die Leute sind ziemlich aufgeschlossen, informierte Menschen, aber es gibt auch genauso gut die anderen Fraktionen, die das völlig negieren. Die Leute sind immer sehr interessiert, zu hören wie arbeiten wir, was machen wir, was kann zum Beispiel mit den Lebensmitteln passieren, die ja nicht schlecht sind, die wir aus den Geschäften retten. Aber mir fehlt einfach, also das behindert nicht die Arbeit, aber mir fehlt einfach die **Action** von den Leuten, also dass sie es nicht nur hören und sagen "oh ja, toll was ihr macht!" und dann einfach ihr Leben weiterleben, als ob nicht war. **Das** ist was ich nicht gut aushalte, muss ich wirklich sagen. Also das ist in meiner Familie genauso, wenn ich da berichte "oh schon mal 28 Schalen Erdbeeren, schau mal heute wieder gerettet" oder so, wenn ich das schicke, die wohnen hier nicht in XXX (Ort), sagen die "oh ja toll" und kaufen sich am nächsten Tag eine tolle Flugmango. Also das ist nicht, fast nicht zum Aushalten, aber das ist was Persönliches. Mich **ärgert** es sehr, wenn ich zum Beispiel an die Vorträge denke, die ich halte vor Kindern, vor Studenten, die sind **völlig** aufgeschlossen und sind sofort dabei. Natürlich, sie sind jünger. Meine Generation sehe ich Hoffnung mal verloren, also die werden das nicht mehr ändern und die werden auch nichts mehr ändern in ihrem Leben. Das ist das. Man kann also bei den jungen Menschen viel bewegen, man kann eine andere Sicht zeigen, man kann Dinge zeigen, wie geht man mit Lebensmitteln um, man kann mit denen kochen, die sind sehr **offen** und aufgeschlossen und haben natürlich auch jetzt schon kapiert, die älteren Schüler und die Studenten sowieso: es geht los, also das wird ihr tägliches Leben sein. Das haben die kapiert, und die Kinder sind sowieso sehr offen für alles. Aber wenn wir Stände auf dem XXX (Ortsangabe) haben, wenn ich das immer sehe „ja toll, gibt es Lebensmittel umsonst, Klasse“, also diese Kultur zu sagen „ich kriege was umsonst, das ist toll, dass ich was umsonst bekomme, aber gut gehe ich halt zu denen und dann nehmen wir was aus dem Kühlschrank“, so dieser... dass es denen **egal** ist. Also, dass das Thema **egal** ist. Hauptsache sie bekommen Lebensmittel. Und das sehe ich tatsächlich als ein steigendes Problem. Natürlich die Armut steigt, beziehungsweise

die Leute verdienen nicht mehr so viel Geld, alles hat damit zu tun und deswegen ist **das** Thema Lebensmittel **höchstpolitisch**. Es hängt alles zusammen, wenn man an eine Ecke anfängt, ja, wir beackern einen kleinen Bereich als *foodsharing*, aber es ist **so** viel drum herum, was es einem wirklich nicht einfach macht.

Interviewerin: Findest du, dass es ein großer Schritt gibt zwischen Foodsharer und Foodsaver? In Frankreich haben wir zum Beispiel Fairteiler, wir haben auch Initiativen, Lebensmittelbanken ja für Bedürftige, kostenlos oder kostenpflichtig, aber eben nicht für alle. Dazu gehört zum Beispiel auch die Fairteiler: eingeschränkter Zugang dadurch, dass die Leute sich einfach bedienen, bei den Fairteilern, aber dass es kein Input gibt, davor. Also es gibt keine Menschen, die direkt bei den Supermärkten abholen oder sonst gegen Geld. Aber die Leute holen das ab und sind froh, einfach Lebensmittel zu bekommen, die kostenlos sind. Aber das funktioniert eben nicht, habe ich den Eindruck, weil die Leute was annehmen, aber es gibt niemanden, der was in den Fairteilern bringt.

Nicole: Und dann fehlt die nächste... Aber das ist hier auch so, obwohl es anders scheint. Aber da fehlt so eine Art, ich weiß nicht, **Schulung, Input**, keine Ahnung. Also da **fehlt** eine andere Ebene noch, die danach kommt, nach "ich kriege ja umsonst Lebensmittel". Wie geht es jetzt weiter? "Ja, ich bin froh, dass ich die Lebensmittel bekomme. Ja und ich gehe auch nächste Woche wieder hin oder ich gehe morgen wieder hin", ja toll, aber **dann**? Es verändert nichts in diesem Sinne.

Interviewerin: Genau, also bei *foodsharing* finde ich das super bereichernd auch, weil es gibt davor noch diese ganze Aufklärungsarbeit oder man wird davon bewusst, weil man direkt bei den Supermärkten abholt und nicht nur sich einfach bedient und das Output oder das Ergebnis sieht am Ende.

Nicole: Ja genau. Das ist genau dasselbe, die Leute, die immer nur, ich will jetzt diese Unternehmen nicht verteufeln, aber die immer nur auf den Preis achten, wenn sie was kaufen. Ich verstehe, dass Leute das manchmal müssen. Ja, das verstehe ich, Familien, es ist heutzutage nicht so einfach, aber dass sie sich überhaupt, also dass dieser Grund, das Geld oder dass das so groß ist, dass sie nicht dazu kommen, darüber hinauszuschauen. Und ich glaube, da könnten wir als *foodsharing* noch viel mehr tun, wenn wir **die** Leute, **die** 24/7 alles zur Verfügung hatten und haben, die jungen Menschen heutzutage, die jungen Familien, die aus, was weiß ich, die um 20 Uhr in den Laden gehen und erwarten, dass die Bäckereitheke alles hat, dass alles voll ist, dass produziert wird bis zum Abwinken. Ja, das haben wir bis jetzt so gemacht. In meiner Jugendzeit waren die Bäckereien um 14 Uhr zu, sehe ich so aus, als ob ich gehungert hätte? **Nein!** Das war okay! Also irgendwas kriege ich da nicht auf die Reihe. Irgendwas, irgendeine Stufe fehlt da und ich glaube, wir haben noch nicht den richtigen... Aufklärungsarbeit schön und gut, aber das **erreicht nicht** die Leute, die es eigentlich erreichen müsste. Das erreicht die Leute nicht. **Die** Menschen, die wirklich was bewegen können, die jungen Familien, die jungen Paare. Keine Ahnung, also die jetzt irgendwie gerade zusammenziehen. Man kann nicht so sagen, so die jungen Leute oder die älteren Leute, oder sowas, das ist so vielschichtig das Problem und ich finde, **da** ist eine riesige Lücke, tatsächlich, jetzt wo ich darüber nachdenke. Es erreicht die, die **eh** schon offen sind, die **eh** Geld haben, die sich hier in XXX (Ort), teures Pflaster, den es eh gut geht. **Die** erreicht es. Aber die brauchen es wahrscheinlich gar nicht. Die können es sich leisten. Die **anderen**, denen müsste man irgendwas an die Hand geben.

Interviewerin: Welche Möglichkeiten gibt es, um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren? Was sind deiner Ansicht nach die wichtigsten? Also Öffentlichkeitsarbeit, Sensibilisierung hattest du gesagt...

Nicole: Ja, das darf man nicht aufgeben, auf keinen Fall. Ich würde noch viel stärker an die Firmen herantreten. Ich würde da noch versuchen, nicht nur die Ausführenden, das heißt sag ich mal jetzt, wenn ich es ganz plakativ sagen soll, bei *Edeka*, ich würde da versuchen was weiß ich beim **Vorstand** oder irgendwie in den **Firmenzentralen**. Das sind alle sozusagen, so Subunternehmer. Diese haben alle Arbeiten unter dem Dach. *Edeka* zum Beispiel, das ist eine große, große Kooperation, das ist nicht zu unterschätzen. Also diese anderen *Aldi*, *Lidl*, *Penny*, alles das, also ich würde das auf **allerhöchster** Ebene. Sie versuchen es ja schon, sie machen es schon. Man merkt ja schon, auch bei ihnen ist es angekommen. Sie versuchen es ja. Aber trotzdem würde ich, würde **ich**, auf allerhöchster Ebene versuchen, an die heranzutreten und da immer wieder nachzubohren oder sich regelmäßig zu treffen und zu sagen, auf welchem Stand seid ihr, was können wir noch anders machen, keine Ahnung. Es musste ein Gremium geben, bei *foodsharing*, die sich nur um die Firmen kümmert. Dass **die** dessen sich mehr bewusst sind. Also es passiert schon sehr viel, auch auf veganem Gebiet, das ist deutlich zu merken, aber eben nicht genug. Also da kann es nicht genug sein.

Interviewerin: Okay ja, weil ich dachte, dass die Betriebe auch ziemlich kooperativ sind, hatte ich den Eindruck in Deutschland, oder?

Nicole: Ja, auf der niedrigsten Ebene. Also ich befürchte mal auf die höheren Ebenen da ist ein Management, der alles wichtig, ganz teuer, wunderbar, die haben Visionen, ganz schön aber man könnte auch dort mal von der Basis berichten. Also wie es **wirklich** aussieht in ihren Filialen und keiner könnte das besser als die Inhaber oder *foodsharing*, die mit denen zusammenarbeiten, also wenn es jetzt um die Lebensmittelverschwendung geht. An die Produzenten, an dieses ganze globale Scheißweltwirtschaftssystem, da davon mal gar nicht zu sprechen, also das ist wirklich eine Katastrophe. Und ich weiß nicht, ob das immer Sinn macht, so eine ganz kleine Ecke immer zu beackern und da zu versuchen. Ja, jeder hat schon was von *foodsharing* gehört, man weiß ja die machen was. Aber so **richtig**, die Leute beschäftigen sich damit nicht. Die hören wir holen Lebensmittel ab, „ja toll, verteilt ihr es an Bedürftige?“ Nein. Heute noch sagen die XXX (Ortsangabe) Händler haben **nicht** begriffen, was wir machen und sind schon fast zehn Jahre dabei. Die haben nicht begriffen, was wir tun, die geben das uns, was sie eigentlich nicht möchten, die negieren das völlig. Und das sind Händler, das sind die, die wirklich an erster Stelle da stehen. Diese Markthändler, die wirklich das Geld von den Leuten bekommen und davon leben. Die sind ganz **dicht** daran, an dieser Sache. Es hat sich schon verändert durch unsere Arbeit, ja, sie bestellen nicht mehr so horrend. Ja, das hat sich schon verändert, das ist deutlich zu merken, aber letztendlich dann doch nicht, weil sie sich damit nicht beschäftigen. Es **fehlt** da auch wie immer. Und sie wollen es auch nicht, sie leben davon, das ist ihre Lebensgrundlage. Du merkst es richtig, also das wird negiert. Das finde ich **total** traurig. So ein *Edeka*-Laden, das ist mir anonym. Wenn du so ein Laden hast, so kennst du deine Kunden kaum, Leute kommen zu dir einkaufen, aber dieser **Marktstand**, du kennst doch deine Stammkunden, deine Kunden, du weißt doch wer da ist, also das ist unbegreiflich geblieben bis heute, finde ich.

Interviewerin: Siehst du da eigentlich Verbesserungsmöglichkeiten? Du hast ja von einem Gremium gesprochen mit den Firmen, aber wie könnte man sonst damit umgehen? Weil ich meine, *foodsharing* ist auch sehr **aktiv**, was die Öffentlichkeitsarbeit angeht. Zum Beispiel habe ich auch vor zwei Tagen die Tafelzentrale interviewt und die meinte "nein, wir haben keine Zeit, um in den Schulen Öffentlichkeitsarbeit zu machen". Ich habe den Eindruck, dass *foodsharing* im Gegenteil eher was dafür macht.

Nicole: Ja, aber es ist auch so, dass ich mitbekomme, hier in XXX (Ort) und auch so, es gibt viele engagierte Leute auch bei *foodsharing*, aber es gibt eben auch **die**, die **finden** unter den Foodsavern, „das, was ich da tue, reicht“. Wir haben jetzt hier einen Ortsverein gegründet. Wir wissen immer noch nicht, nach vier oder fünf Jahren, ob das richtig war, dass wir das gemacht haben, aber das war irgendwie mit den Bezirken außerhalb XXX (Ort), das war irgendwie so eine Sache. Es ging ja von XXX (Ort) aus, das wird ja von dort aus gesteuert, da gibt es auch einen Vorstand und das war also eine **Bezirksache**. Ganz kompliziert. Auf jeden Fall blieb uns nichts anderes übrig, wenn wir hier weiter machen wollten, um mit den ganzen Bezirken rund um XXX (Ort), dass wir einen Verein gründen. Und das war einfach eine Entscheidung, die oblag nicht uns, das mussten wir einfach machen. Und es gibt viele Foodsaver, die sagen "ja, ich verteile das, ich hole ab, ich verteile das, das kostet eine Menge Zeit, ja, aber darüber hinaus möchte ich mich nicht engagieren". Uns fehlen Leute, die **kontinuierlich** in die Schulen gehen, die **kontinuierlich** informieren, die Stände besetzen. Die Leute wollen das nicht machen. Die wollen sich nicht weiter da engagieren. Die sind alle begeistert von dem Konzept und finden es ganz toll. Natürlich finden sie es auch schön, wenn sie am Wochenende kein Obst kaufen müssen. Das ist **toll**, aber ich finde es ist nicht genug. Man muss auch nicht so euphorisch sein, und *foodsharing* ist toll. Nein. Aber man kann diese gute Idee und dieses Konzept und dieses Bewusstsein wecken bei Leuten. Das kann man machen auch ohne Euphorie und ohne was weiß ich, Standdienst zweimal in der Woche. **Kontinuierlich** müsste da was stattfinden auf **Volksbildung**. Das steht in unserer Satzung, ja, aber das könnten wir stärker machen, wenn wir Leute **fänden**, die das machen möchten. Das ist nicht so einfach.

Interviewerin: Wie stehst du eigentlich zu den Tafeln, die ja Lebensmittel für Bedürftige abholen und das auch zu günstigeren Preisen weiterverkaufen, trotzdem dafür Geld verlangen?

Nicole: Als das anfing, 30 Jahre her oder so, solange gibt es die schon, fand ich das eine wunderbare Sache und habe das gedanklich unterstützt. Inzwischen, nach meiner Tätigkeit bei *foodsharing* gab es mal eine Zeit, da waren *foodsharing* und die Tafeln sich nicht grün, das heißt, sie empfanden sich als Konkurrenzunternehmen, und das haben viele Leute, die bei der Tafel verantwortlich sind, auch geschürt. Dieses Blöde "ah dann kommt das *foodsharing* hin, dann ist es für uns nicht". Dabei sind die ja staatlich geregelt also es hat eine Menge Bürokratie bei denen stattgefunden im Laufe der Jahrzehnte. Heutzutage müssen sich die Leute outen, müssen die Karte zeigen und sagen "ich bin bedürftig"! Das alles stößt mich brutal ab, muss ich sagen. Trotzdem empfinde ich es natürlich, weiß ich natürlich, dass das eine super Grundlage ist für diese Familien, die es wirklich **nötig** haben. Das weiß ich, sagt mir mein Verstand. Mein persönliches Empfinden finde ich diesen Vorgang irgendwo in der Schlange auf irgend so einen Platz zu stehen, und das sieht mir nach **betteln** aus. Und ich glaube,

viele Menschen möchten das nicht, also die möchten nicht ihre NachbarInnen mit dem Rollwagen treffen in der Schlange und zu sagen "Ja, du auch? Ja, ich auch". Ich finde dieses **entwürdigend**. Ich würde so weit gehen. Ich weiß nicht, ob ich es persönlich machen würde, so in die Art wie sie es jetzt praktizieren. Also ich habe mir das eine Weile angesehen, ich habe mir gedacht in dieser Schlange, die 30-40 Meter lang ist, möchtest du jetzt hier nicht stehen. Ich könnte das nicht, glaube ich, für mich verpacken.

Interviewerin: Hast du das Gefühl, dass das Bewusstsein an sich bei den Tafeln weniger geprägt ist dadurch, dass die Leute direkt was bekommen, aber nicht selbst aktiv abholen?

Nicole: So ist das. Also auch einen Punkt. Erstmal ja, genau, auch **da** ist wieder die Klientel so, die da die Tafeln besuchen. Die einen, die hinter der Theke stehen, sind auch bedürftig. Ja, die machen was, in dem sie andere Bedürftige... die sind aktiv geworden aus ihrer Sicht, selbstverständlich. Die holen die Ware überall ab. Auf der anderen Seite des Tresens stehen die, die einfach nur wollen, dass der Staat sich um sie kümmert. Dass irgendwer sich um sie kümmert. Und in dem Falle ist es ja die **einzige** Institution, die sie treffen vom Staat. Die Leute, die da hinter der Theke stehen, die sind, aber auch auf 180, weil sie auch eigentlich bedürftig sind und dafür arbeiten. Sie fühlen sich verpflichtet, auch was dafür zu tun, dass sie vom Staat etwas bekommen. Und inzwischen ist *die Tafel* leider so eingerichtet, dass es praktisch der Staat ist. Die sind so bürokratisch und so, da gibt es so viele Regeln. Also wenn *die Tafel* da war, dann kommt *foodsharing* sozusagen. Die nehmen nicht alles mit, weil sie es nicht dürfen, sie sind dazu gesetzlich verpflichtet. Das ist so groß geworden, ich finde, und der gute Gedanke, der dahintersteht, ist **weg**, finde ich. Also, wie das mal war und wie es gedacht war, das ist irgendwie weg. Das ist aber nur meine persönliche Meinung. Also *die Tafel* ist gut grundsätzlich, die bewirkt ja was. Und die will, dass die Leute etwas zu essen bekommen, die sich das nicht leisten können. Selbstverständlich. Also das ist klar. Die Intention war mal sehr, sehr gut. Die hat sich aber irgendwie so verdreht und so verstaatlicht und so verkopft, dass alle nur sauer aufeinander sind, dort. Und dann **schließen** die und sperren Leute aus oder müssen sie. Weil wenn die Flüchtlinge dann kommen, dann haben die Arbeit bis da. Also die können einfach nicht mehr. Das ist vollkommen klar, dieses System ist **schrecklich** dort. Man muss das immer nachbessern. Man muss das angleichen, und das darf nicht immer so starr bleiben. Das muss fließend und schwimmend sein. Je nachdem wie es gerade ist, könnte mit starrem Konzept geben, eines grundsätzlichen Basics, das eingehalten werden muss und der Rest ist halt den Zeiten angepasst, würde **ich** sagen, also finde ich am besten.

Interviewerin: Bist du schlussendlich generell der Meinung, dass das *foodsharing* etwas gesellschaftlich bewegt hat, ist da ein anderer Umgang mit Lebensmitteln zu beobachten?

Nicole: Ich würde mal sagen bei allem Gemecker, was ich jetzt gesagt habe, schon. Letztendlich hat es, glaube ich doch schon was bewirkt, ich glaube schon. Also ich glaube der Valentin Thurn hat mit seinem Film, der diese ganze Sache ja an die Wege geleitet hat, mit diesem Typen da aus Berlin, der schon die ganze Zeit dabei ist, *Taste the Waste* war der Auslöser, glaube ich dafür. Der hat eine ganz große Aufmerksamkeit gebracht, und erstmal die erschütternden Zustände gezeigt, also ich glaube, das war

der absolute Game Changer, dieser Film. Alles, was danach kommt, kann sich Herr Thurn auf seine Schultern laden, das hat er wirklich geschafft, das muss man sagen. Wir haben das dann nur in die Welt hinausgetragen, das Bewusstsein. Aber dieser Film, glaube ich, hat alles ausgelöst, so eine ganze Lawine. Es ist natürlich jetzt auch wieder recht persönlich, weil ich das finde, aber ich glaube auch wieder in den zurückliegenden acht Jahren hätte ich das wohl. Obwohl die Leute, die heute bei *foodsharing* sind, diesen Film überhaupt nicht kennen, die machen das aus... naja die Motivationen sind unterschiedlich, die machen das aus anderen Gründen. Es gibt sehr viele Studenten bei uns. Klar, ist immer das Geld knapp, aber ja, aber sie engagieren sich schon. Da findet so einen Austausch statt, also ich bekomme was, also gebe ich auch was. Das machen sie schon, aber eben nicht mehr so wie wir früher, sag ich mal so, so **euphorisch** und so **überzeugt** von allem. Hundertprozentig überzeugt, hundertprozentig hinter dem Konzept stehend, also immer weit über unsere Verhältnisse gearbeitet, **immer**. Also die ganze Zeit, weil es halt so viel zu tun gab. Heutzutage ist *foodsharing* ein Begriff, den hat jeder schon mitgehört, glaube ich. Das schreibe ich auf unsere Fahnen, also in der ganzen Republik, überall, eigentlich weltweit. Also, dass jeder diesen Film gesehen hat, wer danach **nicht** aktiv geworden ist, weiß ich auch nicht, was mit dem los ist (LACHT). Das war absolut eine **Schande**, das zu sehen. Ich hatte den Film nicht gesehen, also ich habe den erst danach gesehen. Ich habe mich aus anderen Motiven...

Interviewerin: Wie siehst du das Funktionieren von den Fairteilern? Ich habe auch gehört, dass es dieser große Kritikpunkt gibt oder diese Polemik drumherum, das zu verstaatlichen oder als Betrieb zu anerkennen, wie findest du das?

Nicole: Ich verstehe diese Argumente ja, rational ist verständlich, **weil** es keine Leute gibt, die den auch betreuen wollen. Es gibt verschiedene Auflagen, die wir hier in XXX (Ort) - und da ist das Finanzamt **sehr** streng -, die wir erfüllen müssen und wir können das personell leider Gottes, man denkt es nicht, nicht leisten! Jeder möchte gerne seine Ware, die er zuhauf irgendwo rettet, irgendwo loswerden. Das ist kein Problem. Wir hatten hier im XXX (Ortsangabe), auch das vor kurzem, in dem wir jetzt jahrelang betreut haben, das ging. Aber nur, weil der in einem Privatgebäude steht, heißt es ja nicht, dass es da drin aussehen kann wie Bock. Also es müssen natürlich auch hygienische Verhältnisse, die müssen sein und müssen hergestellt werden und müssen dann, muss es **maintained** werden, und **daran** hapert es, es gibt keine Menschen, die das machen wollen bei uns. Dann haben wir es versucht, an das eine XXX (Ortsangabe) zu übertragen, ob die vielleicht nicht mal gucken, das auszulagern, diese Pflicht, das haben sie auch gemacht, aber dann wurde bei denen auch alles umgestellt. Also es gibt keine Menschen, die sich zur Aufgabe machen wollen, so einen Kühlschrank nicht zu befüllen, sondern einfach nur sauber zu halten. An **diesen** wirklich **simplem** Dingen scheitert es. Jeder will da gerne was reintun, natürlich und jeder will auch gerne was abholen, aber das, was dazwischen ist, wie gesagt, da ist es wieder so... gibt es nicht.

Interviewerin: Ich habe gesehen, auf die Rundmail, dass es jetzt eine Fairteiler-Schulung gibt. Also kannst du das vielleicht nochmal kurz erklären?

Nicole: Ich glaube, das wird der Grund sein. Also ehrlich gesagt, weiß ich nichts darüber, das habe ich nicht mitbekommen. Aber ja, es wäre schon nötig, auf jeden Fall. Es gibt auch viele Privatleute, die machen auf ihrem Grundstück eine riesige

Verteilung. Da stellen sie die Kisten auf, haben aber keinen Kühlschrank, alles das ist kritisch zu sehen! Wenn du die Sachen loswirst, gleich an einem sagen wir mal Nachmittag, aber bei diesen Temperaturen, das ist doch nicht zu halten! Was ist mit Fleisch, was ist mit Fisch, was ist mit Eiern, was ist mit Joghurt? Da wachsen einem doch Hörner, wenn es irgendwie drei Stunden in der Sonne steht. Das geht doch nicht! Das ist alles kritisch zu sehen und da gibt es keine Strukturen. Manch einer hat sich einen privaten Kühlschrank irgendwo aufgestellt und befüllt diesen Fairteiler da und findet sich selbst ganz toll, dass er das macht. Das ist auch toll, und er hält den auch sauber und so. Diese Eigeninitiative, ganz klein, das ist **viel** zu wenig. Ja, es ist schön, wenn man einen Kühlschrank organisiert und dafür einen ordentlichen Platz findet, aber es müssen auch Leute da sein, die den **bewirtschaften**, und daran hapert es, an diesen wirklich **simplem** Dingen. Das ist wirklich schade. Ich habe die ganz langen Jahre gemacht mit dem **einem XXX** (Ortsangabe), aber das machen dann immer drei Leute, immer dieselben. Jahrelang ruhen sich die anderen dann darauf aus und das kann es nicht sein. Da fehlt Struktur, da fehlt ein richtiges **Überdenken** also auch **weiterdenken**. Was ist, wenn wir jetzt nicht mehr Vereinsvorstand sind, wie geht das dann weiter? Also das ist ja bei so Graswurzelbewegung, die es *foodsharing* ja war, dieser Schritt zum Verein ist **riesig**. Und du hast keine Struktur da. Eine Graswurzelbewegung wo ja, da macht jeder alles. Ich habe die Anfänge hier in XXX (Ort) miterlebt, das war "ja, okay, ich gehe mal da, ich frage den mal" und so, diese Strukturen zu erarbeiten. Wie wird einen Betrieb angesprochen...? Alles **das** ist, ja manch einer mag sagen, dass es aufgeblasen ist, was weiß ich, Hintergrundarbeit, keine Ahnung, aber das muss doch den Leuten auch irgendwie vermittelt werden können. Wenn zehn Studierende zusammen sind, die sagen "okay, wir retten jetzt mal privat Lebensmittel, wir versuchen jetzt mal was zu initiieren". Das ist nicht das gleiche wie so einen Verein mit 3500 Mitgliedern. Du **brauchst** da Strukturen. Und die müssen **hart**, hart, von der Graswurzelbewegung darüber gebracht werden in die Vereinsstruktur. Es muss da eine Struktur geben. Das haben wir hier auf uns genommen, also es war hier wirklich so. Ganz toll! Aber das geht dann irgendwie nicht weiter! Und da gibt es keine Strukturen. Jeder macht das und einer bestimmt vielleicht, einer hat den Hut auf, von den 20-30, die das machen, aber so kannst du kein Verein führen. Das ist unmöglich. Das war **schwer**. Das war wirklich schwer.

Interviewerin: Meinst du, dass es auch institutionell politisch anerkannt sein muss, um was zu bewirken?

Nicole: Oh **ja!** Und auf jeden Fall. Hier in XXX (Ort) passiert es oder ist es auch passiert in der letzten Zeit. Wir haben vor ein paar Jahren einen Food Truck mal angemietet, sozusagen, ein bisschen Geld in die Hand genommen und haben gemietet und auch einen Koch dazu und dann haben wir die Ministerin Kaniber¹² eingeladen und natürlich auch ihre Entourage und natürlich auch mit Presse usw. Das hat hier an fünf verschiedenen Plätzen in XXX (Ort) stattgefunden. Das war eine ganz tolle politische Aktion eigentlich. Und Frau Kaniber hat überall auch schön probiert und hat gesagt "ah ja, das kann man doch tatsächlich noch essen!" **ja**, (LACHT) alles wurde aus geretteten Lebensmitteln und ich glaube, so **plakativ** muss man weiterhin unterwegs sein. Also **nicht** für die Menschen, aber für die **Politik**. Ich glaube, die sind sich da noch nicht bewusst. Also, die sind noch nicht bewusst, wie **groß** der Bedarf da

¹² Michaela Kaniber, Staatsministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten seit dem 21.03.2018 (vgl. Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. o. J. Staatsministerin Michaela Kaniber).

eigentlich ist, wie **groß** die Schere an dieser Stelle ist mit diesen vielen Lebensmitteln, die jeden Tag über den Jordan gehen, wovon tatsächlich praktisch sich die ganze Welt ernährt werden könnte, wenn man es richtig macht. Es ist ja so, die Menge würde ausreichen.

Interviewerin: Vielleicht nochmal kurz zu der Situation in Frankreich, ich weiß nicht, ob du das kennst, ein bisschen, aber in Frankreich sind mit dem 2016-verabschiedeten Garot-Gesetz alle Akteure des Einzelhandels dazu verpflichtet, ihre unverkauften Lebensmittel an gemeinnützige Organisationen zu spenden. Was hältst du von einem solchen Gesetz?

Nicole: Das finde ich wunderbar. Von dem Vorgang, sie zu spenden, denke ich mal, haben die auch einen Vorteil. Die haben bestimmt einen steuerlichen Vorteil, der ja bei *foodsharing* auch gar nicht zum Tragen kommt. Das ist ja auch immer wieder das, was wir den Händlern sagen müssen. Wir stellen keine Spendenquittung oder so etwas aus.

Interviewerin: Außer die Entsorgungskosten zum Beispiel?

Nicole: Das ja. Wir stellen so eine Art Lieferschein aus, um zu dokumentieren "aha, so und so viel hat der Herr jetzt nicht weggeworfen, der hat es uns gegeben" aber das ist keine Spendenquittung. Also die haben keinen steuerlichen Vorteil. Das wäre einfach nur **Engagement**. Und im Grunde genommen ist es wieder so wie bei den Tafeln, **super** Idee und ganz toll. Aber das, was da hinten noch dran hängt ist wieder sowas... Warum sollten die Händler da einen Vorteil haben? Warum sollten sie nicht einfach sagen, "ja, ich engagiere mich und schmeißt es nicht weg. Ich gebe es den Leuten." **Warum?**

Interviewerin: Das ist einen Kritikpunkt tatsächlich, weil dadurch, dass die Betriebe Geld dafür bekommen, sind sie dazu nicht gefordert, weniger zu produzieren.

Nicole: Ja, so ist das, genau. Im **Gegenteil**, wahrscheinlich noch mehr, damit sie mehr abgeben können. Ich weiß nicht. Das könnte... die gängige Vorgehensweise ist ja so. Jeder sucht seinen Vorteil. Ein Unternehmen, ja, muss wirtschaftlich arbeiten, sehe ich ein. Aber das Zeug hätten sie weggeworfen. Das ist immer mein Argument. Sie hätten das weggeworfen. Das ist eigentlich **Müll!** Also **da** ein Umdenken. Das ist eine Heidenarbeit, und **das** ist ja das, was wir täglich mit unserem täglichen Abholen ja auch tun. Den Einzelhändler, da wechselt der Chef aber den Einzelhändler **immer** zu jedem Tag darauf hinzuweisen "Schau mal, das gibst du uns jetzt". Die wollen es ja eigentlich gar nicht. Die wollen es nicht verschenken.

Interviewerin: Das wird ja auch bestraft, das Containern in Deutschland.

Nicole: Ja, so ist es, genau. Das habe ich auch eine Zeit lang übrigens gemacht. Also ich kenne mich wirklich auf **allen** aus (LACHT), sogar aus der Mülltonne.

Interviewerin: Wie siehst du da die Zukunft, also was *foodsharing* angeht, was die Lebensmittelverschwendung angeht?

Nicole: In meiner Zeit hier auf diesem Planeten werden wir das glaube ich **nicht**, hinbekommen. Ich bin da skeptisch. Das wird lange Zeit dauern. Schau dir die Klimadiskussion an, also ich glaube das dauert, dauert, dauert. Nichtsdestotrotz, ich bin ein sehr optimistischer Mensch und ich würde sagen, man darf einfach nicht aufgeben, aber ich glaube nicht... vielleicht wird sich das Bewusstsein ändern, und es wird immer wahrscheinlich in so einer Sitzung, Management Sitzung dabei sein, ja, der sagt ja, aber wir dürfen nicht so viel fliegen oder wir dürfen nicht so viel produzieren, aber ich glaube **nicht**, dass **irgendeiner aus einem Bananenkartell** sagen wird "denk mal an die Umwelt", glaube ich nicht. Da bin ich sehr skeptisch, dass sich an diesem **globalen** Ding, wie alles so zusammenhängt, irgendetwas ändert. Ich glaube nicht. Ich bin da sehr skeptisch. Es gibt tolle Initiativen und ich bin dafür, dass das nicht aufgegeben wird, dass man dranbleibt, aber ich **glaube, grundsätzlich**, man kann irgendwie versuchen, damit klarzukommen, etwas ändern auf dieser Ebene, dass es gar nicht erst produziert wird. Ich bin sehr skeptisch, ehrlich gesagt.

Interviewerin: Aber ich meine, auf der Verbrauchsebene tut sich schon was.

Nicole: **Selbstverständlich**, jeder kann da irgendwas, jeder kann was tun. Jeder. Ich finde, das sollte auch so sein. Auf dieser Ebene können wir tätig werden und können sagen "hier nicht mit uns, schaut mal, wenn ihr das da kauft oder guckt mal nach Bio ein bisschen mehr oder so, keine Ahnung. Also wenn wir den Leuten irgendwas an die Hand geben, und sie immer wieder darauf aufmerksam machen. Ich finde über dieses Stadium, wie es am Anfang, wie wir es am Anfang den Leuten gesagt haben, "wenn ihr im Urlaub fahrt, schaut mal in eurem Kühlschrank, schmeißt das nicht weg,, sind ja **längst** hinaus. Das hat eine ganz andere Dimension angenommen.

Interviewerin: Was macht für dich den Erfolg von *foodsharing* aus?

Nicole: Dass es doch so viele sehr engagierte und offene Menschen gibt. Vor allen Dingen sind hier alle **jung**. Es gibt auch in meinem Alter welche, aber die sind auch ja, die schwimmen **natürlich auch auf diesen Dingen mit**, aber es sind mehr junge Menschen, natürlich. Das ist eine junge Organisation und ich bin immer wieder begeistert, wie euphorisch und engagiert viele sind, das ist doch immer wieder nicht so an der Basis, also ich habe jetzt lange Zeit im Vorstand gearbeitet, da bin ich etwas im Hintergrund tätig gewesen. Aber wenn ich mit den Menschen zum Beispiel EinAbs gebe, also Einführungsabholungen gebe, merke ich, dass die Mädels und Jungs was tun wollen. Ja, sie wollen was tun, ja, die einen mehr, die anderen weniger, aber trotzdem diese "Ich will mithelfen, dass das anders wird". Diese Euphorie und dieses Engagement sind **so** schön zu sehen. Das ist das, was **mich** antreibt, das weiterzumachen. Diese Begeisterungsfähigkeit von Menschen zu sagen "ja, das ist das Richtige. Natürlich ist es falsch, wenn wir uns alle so verhalten, ich möchte es anders machen". Und wenn dann nur einer dabei ist, der keine Ahnung, jetzt seine Ernährung deswegen umstellt. Toll! Ist das einen Erfolg! Also auf der großen Ebene bin ich skeptisch, auf der kleinen Ebene glaube ich immer noch an das alte Prinzip „The more the merrier“ (LACHT).

Interviewerin: Das ist super interessant, also ich könnte stundenlang darüber reden. Wie du engagiert rüberkommst, deine Erfahrungen zu hören...

Nicole: Die ist wirklich krass, muss ich sagen. Ich bin Nummer 894 bei *foodsharing* und das war damals ja deutschlandweit. Also das ist wirklich, es waren wenige Leute, sagen wir mal. Die saßen alle in XXX (Ort), also in XXX (Ort) gab es wirklich nur ungefähr fünf. Das ist wirklich krass, und das hat mich seitdem nicht mehr losgelassen. Ich bin nicht mehr **so** an der Basis, möchte ich mal sagen, ich habe irgendwie acht Betriebe, ich kriege schon einiges mit, und bei denen bin ich einmal schon jahrelang, das ist etwas, was ich irgendwie so nebenbei mache, das ist jetzt nicht mehr, was ich mir... die Zeit habe ich einfach, und ich hole auch noch selber ab und ich verteile auch noch selber, aber eben mehr, das schaffe ich jetzt gar nicht, weil mein Beruf mich auch sehr fordert. Aber nichtsdestotrotz bin ich immer noch ganz begeistert von dieser Idee, und ich habe ja gesehen, was es bei mir auslöst und ich bin eigentlich sicher, dass es noch mehr andere Menschen wie mich geben muss, die... und da freue ich mich drauf, die zu treffen. Ja, also ich kann das richtig aufsaugen, wenn jemand so ist, "ja, das ist so toll und was ihr so macht", man muss es nur in die richtigen Bahnen lenken, aber man darf das nicht irgendwie so cutten. Also, man muss die Leute bei der Stange halten. Wenn man sagt "Okay, du machst jetzt erstmal vier Wochen den Fairteiler sauber", ich glaube, damit ist das Engagement schnell zu Ende (LACHT), aber **das** mitzuerleben oder wie die ihre drei Einführungsabholungen fertig haben und dann raus gehen und selber retten. Wie schön sie das finden und wie toll sie das finden, und wie glücklich sie das macht, dass sie was dazu beitragen können, dass es besser wird. Also das treibt mich einfach irgendwie immer an.

Interviewerin: Natürlich, ich bin auch so begeistert von der Initiative, weil ich ja das französische Pendant immer gesucht habe. Es gibt ja *TooGoodToGo* auch, aber ich habe diese Initiative gesucht, die für alle zugänglich ist. Weil es ja auch eine Frage der Zugänglichkeit ist am Ende, wenn man auch ein bisschen, so 30% des normalen Preises bezahlen muss. Das ist immer was, wo die Leute sich dabei denken, "nee, dann kaufe ich am besten noch das perfekte Produkt" wenn man so will, „weil da habe ich die Sicherheit, dass es perfekt ist". Es gibt eben nicht dieses **Bewusstsein** bei solchen Initiativen, weil die Leute werden bedient aber die holen nicht direkt ab, und sehen diese ganze Verschwendung nicht.

Nicole: Genau, sie sind nicht direkt damit konfrontiert. Ja, sie machen tatsächlich was Gutes, es landet vielleicht nicht im Müll, sondern in deiner Tüte. Aber dafür gibt es zum Beispiel auch Facebook Gruppen. Bei *TooGoodToGo*, die sagen "da bin ich aber enttäuscht, schau mal das und das war nur in meiner Tüte". Auch da ist so dieses "ich will viel, es darf aber nichts kosten", auch bei *TooGoodToGo* ist das so. Der Gedanke ist toll, es entwickelt sich aber gerade irgendwie in eine andere Richtung. Und das **muss** jemanden steuern!

Interviewerin: Ich glaube, es gibt auch viele Leute in Frankreich, die sich dabei denken, dass es ernährungstechnisch nicht sicher ist, weil es ja bei den Fairteilern auch so ist, dass man auch einfach alles auf einem Zettel schreibt, mit Uhrzeit und so, das gibt es alles bei uns nicht, weil die Leute zum Beispiel einen Stift klauen oder keine Ahnung. Und das kann nicht funktionieren, natürlich ist es nicht sicher, wenn man das nicht tracken kann.

Nicole: Da werden die Putzmittel, da werden die Schlösser... Da muss die Putzmittel schon einschließen, da werden die Schlösser geknackt, weil die denken, da ist sonst was drin. Also alles das passiert und da darf man sich echt nicht von beeindrucken

lassen, aber es ist schwer. Ich muss es zugeben, es ist schwer und manchmal hat man es bis hier, weil man das einfach nicht nachvollziehen kann, was in so Leuten vor sich geht.

Interviewerin: Ich habe auch schon zu Freunden gesagt, "ja, engagier dich bei *foodsharing* engagiert, mach was, das ist **so** eine gute Aktion", auch als Studentin, muss ich auch gestehen, das ist für mich natürlich auch eine Geldsache, allein bei den Gemüsen und Früchten, die so viel kosten. Und dann sag ich immer so "Warum engagierst du dich nicht bei *foodsharing*?", und die sagen "ja, weil Zeitaufwand..." Okay drei EinAbs, aber dann bist du ziemlich flexibel, wann du da abholst, in welcher Menge.

Nicole: Ja genau, das bestimmst du ja selber, welchen Einsatz du bringen willst. Ja, natürlich ist es nicht nur das Abholen, wenn es eine größere Menge ist zum Abholen, brauchst du noch Zeit zum Verteilen, **ja!** Aber das sollte es so eine halbe Stunde einem doch Wert sein. Das kann man heute super organisieren.

Interviewerin: Da es auch eine richtige Community ist. Ich habe schon viele Freundschaften geschlossen dadurch. Also ich finde die Initiative an sich auch sehr, sehr sozial.

Nicole: Das stimmt! Und alle sind im gleichen Bewusstsein, du hast die Sicherheit, dass die Leute **ähnlich** denken. Tatsächlich, man bewegt sich dann jahrelang nur noch in so einer Community, und dann fängst du an, alles Mögliche in deinem Leben zu hinterfragen und so kommen diese Changes dann. Ich muss dir wirklich sagen, also ich esse auch was, was ich **wochenlang**... wenn ich Spaghetti rette, große Mengen, dann esse ich das, und meine Kollegen sagen "sag mal, es sind zwei Wochen rum, und du isst immer noch Spaghetti". Ja, ich esse es. "Du machst das aber wirklich?". **Ja**, ich ernähre mich auch davon. Und wenn es nicht vegan ist, dann esse ich es nicht.

Interviewerin: Das wäre auch meine nächste Frage gewesen. Also du bist ja vegan geworden, seit wann?

Nicole: Exakt, vielleicht ein Jahr später, nachdem ich angefangen hab, vielleicht 2015.

Interviewerin: Holst du auch Fleisch ab?

Nicole: Ich bin jetzt 61 und ich habe jetzt irgendwie vierzig Jahre gelebt als gäbe es kein Morgen sozusagen und habe professionell gekocht. Ich komme aus dem Hotelgewerbe und ich hatte auch mal ein eigenes Hotel und so weiter. Also ich kann nicht jetzt sagen, also von heute auf morgen kann ich jetzt kein Fleisch mehr anfassen oder ich kann das nicht mehr sehen oder ich kann es nicht mehr riechen oder keine Ahnung. Das geht einfach nicht. Dazu ist das zu lange her, ich esse auch keinen Joghurt, kein Käse, selbst wenn ich da Berge rette. Das mache ich nicht. Und ich werde es immer los. Also es ist auch nicht so, dass ich es essen **muss**, weil ich es nicht loswerde. Jeder reißt einem das aus den Händen, weißt du ja vielleicht selber, wenn man irgendwie so ein volles Sortiment *Demeter* berettet sozusagen, dann reißen das einem die Leute aus Händen, weil es eben viele, viele verschiedene Dinge sind. Wenn du jetzt den XXX (Ortsangabe) beretest, dann gibt es Porridge. Da ist nichts dabei, da

ist kein Salat dabei, das ist nicht variabel, das ist einfach nur Porridge. Kannst du dir vorstellen, wie schwierig es ist, dafür erstens ein Team zu finden, zweitens das auch einmal die Woche zu retten, denn es ist ja nur Porridge. Also so unterschiedlich, das ist... ja also ich habe es einfach gemacht. Das ging nicht mehr anders. Ob dieser Massen von Lebensmitteln, ich konnte mich gar nicht anders entscheiden. Das stand nicht auf dem Programm, das war überraschend. Ich habe gedacht, vegetarisch war ich eh in die ganze Zeit schon, habe ich gedacht "warum machst du jetzt nicht den letzten Schritt auch noch? Was soll das? Ich mach das nicht mehr mit". Und je mehr das immer wurde und je größer die Abholungen wurden, das geht doch nicht immer so. Ich will da nicht dabei sein, und dann habe ich es versucht, bis heute, auch wenn ich natürlich eine große Käse- und Joghurtsehnsucht habe, aber die kann ich immer erfolgreich bekämpfen (LACHT).

Interviewerin: Vielleicht kann man auch an sich von einer Lebensstilbewegung sprechen?

Nicole: Ja, durchaus. Das ist nicht die Intention von *foodsharing*. **Aber** es bringt es natürlich mit sich, dass du dich mit den Dingen beschäftigst. Und ja klar, wer da nicht irgendwas macht... also es muss nicht jeder gleich so extrem und gleich Veganer werden. Aber es sind viele vegetarische Leute da, also ganz viele, die schon von Haus aus vegetarisch sind. Irgendwann machen die den letzten Schritt auch noch. Das weiß ich.

Interviewerin: Wie holst du eigentlich immer ab? Mit dem Fahrrad?

Nicole: Früher habe ich ein Anhänger am Fahrrad gehabt als ich den XXX (Ortsangabe) noch hatte, da konnte ich hinfahren. Heutzutage habe ich die eine oder andere körperliche Malesche, fahre ich nicht mehr Fahrrad, also ich trage das einfach. Also ich bin tatsächlich bei so kleineren Betrieben, ich mache keinen riesigen. Wenn das tatsächlich mal ist und ich bekomme die Nachricht, dass irgendwo eine Tiefkühltruhe oder... heute muss man schon sagen eine 30 Meter Tiefkühlabteilung ausgefallen ist, das kommt auch vor, dass wir dann gerufen werden. Dann leihe ich mir manchmal ein Auto. Ich habe kein Auto, das habe ich auch an dem Zuge abgeschafft. Also ja. Wenn es tatsächlich mal so ist, und ich erfahre das, bin ich manchmal dabei und verteile es dann sofort. Und dann trage ich die Kosten dafür auch persönlich, das ist mir Wurst, aber sonst rette ich tatsächlich nur zu Fuß und mit den Händen und öffentlich. Also ich muss schon durch die Stadt fahren, aber es ist halt gut handelbar. Ich war auch auf der XXX (Ortsangabe), das werde ich auch nicht vergessen, mit diesem Rucksack bin ich nachts durch XXX (Ort), weil man da erst um Mitternacht oder so retten kann, auf der XXX (Ortsangabe). Das ist echt total krass. Und da fuhr keine Bahn mehr, es war schon irgendwie halb zwei in der Nacht, wir haben schon Sachen gemacht, am **Bahnhof**... also schlimm, aber auch irgendwie schön! Also das sind Aktionen, die vergisst man halt nicht! (LACHT)

Interviewerin: Ja glaube ich! Aber was für ein Erfolg ist es am Ende auch!

Nicole: Also ich finde es schon einen Erfolg, wenn so eine Installation wie die XXX (Ortsangabe) sagt oder der XXX (Ortsangabe) mit seinem Sprecher oder ein Händler auf uns zukommt und sagt "Hier wollt ihr nicht bei mir retten? Ich will es nicht

wegwerfen". Das ist schon einen großen Erfolg. Das darf man auch nicht vergessen, bei aller Kritik, die man an dem System haben kann, oder an der Politik oder was auch immer. Auch das passiert, wirklich, und das ist gut, im Grunde. Da muss ich oft mal sagen unterwegs, **das** ist unsere Intention, man muss es sich selber oft mal sagen, **das** ist die Intention und das ist jetzt passiert und gut ist es. Man will natürlich meist mehr, aber es ist nicht so einfach. Aber **ja**, auch das passiert, dass die auf uns zukommen. Und das machen wir auch, total in Ordnung.

Interviewerin: Okay, verstehe. Gibt es noch etwas, dass dir zu diesem Interview einfällt, dass du gerne mitteilen möchtest? Auch irgendwelche Tipps zum Beispiel...?

Nicole: Ja. **Zumind** mal darüber nachdenken, ob man sich nicht engagieren möchte. Wie das ins eigene Leben passt. Dauert vielleicht einen halben Tag, kann man drüber nachdenken, was man ändern kann. Man kann **immer** was machen. Egal sei die Änderung noch so klein, man kann immer was machen, sich dessen bewusst werden, mal offen zuhören mit offenen Ohren und dann einfach machen. Es gibt sicher und es wird geben, wenn du dich dafür einsetzt irgendwelche Strukturen, Vereine, keine Ahnung, irgendwas, was damit zu hat, auf jeden Fall **aktiv** werden.

Interviewerin: Das ist immer einen Mangel an Struktur, Organisation, Regelungen, das haben wir alles nicht.

Nicole: Dafür bist DU jetzt da! (LACHT) Also ich kann dir anbieten, du kannst, wenn du irgendwelche Sachen wissen möchtest, dich jederzeit bei mir gerne melden. Ich werde versuchen, dir da zu antworten.

Interviewerin: Vielen Dank! Zusammen kann man was bewegen.

Nicole: So ist das. Und wenn du irgendwie vier Leute hast, die auf dem gleichen Level sind, das ist schon was. Ganz schön finde ich das (LACHT).

Interviewerin: Vielen lieben Dank dafür!

Codesystem

1 <i>Die Tafel</i>	0
1.1 Starres System	1
1.2 <i>Tafel</i> = Staat?	2
1.3 Ausrede um staatliche Hilfe zu bekommen	1
1.4 Diskriminierung	1
2 Verbesserungsmöglichkeiten Lebensmittelverschwendung	0
2.1 Politik	1
2.2 Strukturen	1
2.3 Volksbildung	7
2.4 Firmen	2
2.4.1 Loi Garot, steuerlicher Vorteil?	2
3 Engagement Foodsharing	0
3.1 Grenzen	0
3.1.1 Mangel an Strukturen	3
3.1.2 Mangel an Schulung	8
3.1.2.1 Problem Fairteiler	2
3.1.3 Weltwirtschaftssystem	4
3.1.4 Mangel an Verständnis für das Thema Lebensmittelverschwendung	0
3.1.4.1 Preis: Umsonst Lebensmittel bekommen	2
3.1.4.2 Firmen	3
3.1.4.3 Konsument	3
3.1.5 Das Interesse aller Generationen ist schwierig zu bekommen	2
3.1.6 Die Action von den Leuten fehlt	0
3.1.6.1 Erreicht die falschen Leute	1
3.1.6.2 Mangel an Einsatzbereitschaft/Engagement	7
3.1.6.3 Schritt zum Verein: von Foodsharer zu FoodsaverIn	4
3.1.6.4 Fairteiler	3
3.2 Potenzial/Wirkungen/Erfolg des Foodsharings	0

3.2.1 Händler	1
3.2.2 Junge Leute	1
3.2.3 Bewegung/Politik	4
3.2.4 Lifestyle	4
3.2.5 Besseres Gewissen	2
3.3 Motive/Trigger	0
3.3.1 Film Taste the waste	2
3.3.2 Sozial	2
3.3.3 Etwas Gutes tun	2

Erklärung über die Eigenständigkeit

Ich erkläre,

1. dass diese Arbeit (bzw. bei Gruppenarbeiten entsprechend gekennzeichnete Anteil der Arbeit) selbständig verfasst wurde,
2. dass keine anderen als die angegebenen Quellen benutzt und alle wörtlich oder sinngemäß aus anderen Werken übernommenen Aussagen als solche gekennzeichnet wurden,
3. dass die eingereichte Arbeit weder vollständig noch in wesentlichen Teilen Gegenstand eines anderen Prüfungsverfahrens gewesen ist,
4. dass die Arbeit weder vollständig noch in Teilen bereits veröffentlicht wurde und
5. dass - falls zutreffend - das elektronische Exemplar mit den gedruckten Exemplaren übereinstimmt.

Stuttgart, den 31. Oktober 2022

Orphée Daillet

Danksagung

Ich möchte mich bei den Organisationen, Lebensmittelbanken und Unternehmen bedanken, die auf meine Umfrage geantwortet haben, indem sie ihr Fachwissen mit mir geteilt und mir ihre Zeit zur Beantwortung meiner Fragen gegeben haben. Vor allem danke ich den Mitgliedern von *foodsharing* für ihre Begeisterung für das Teilen von Lebensmitteln und dafür, dass sie mir schließlich die Möglichkeit gegeben haben, meine Bachelorarbeit zu schreiben, indem sie mich auf diese Initiative aufmerksam gemacht haben. Ich hoffe, dass ich meiner Interviewpartner mit dieser Arbeit einen interessanten Input anhand dieses deutsch-französischen Vergleichs bieten konnte.