

«MIINI MEINIG»

## Läufst glatt?

VON SANNA BÜHRER WINIGER



Wahrscheinlich liegt es an meinem fortgeschrittenen Alter, dass immer mehr Erinnerungen, Erfahrungen und Anekdoten von früher mein Denken bestimmen. So ist mir neulich spontan mal wieder der Plastic Bertrand in den Sinn gekommen. Falls Sie in den 1970ern die Charts konsumiert haben, tauchen vielleicht auch bei Ihnen jetzt Fetzen eines Songs auf, der sich vor allem mit Monotonie hervortat und entsprechend eintönigem Herumgehote in der Diskothek. «Ça plane pour moi» – für mich läufst glatt – hiess sein einer Hit, der sich hie und da mal wieder aus der Vergangenheit in meine Gegenwart stiehlt und mich wohl auch in der Zukunft als Ohrwurm verfolgen wird. «Für mich läufst glatt» und Plastik, das passt für mich zwar nicht zusammen. Die Plastikproblematik weltweit in ihrem unfassbaren Ausmass lasse ich gleich mal beiseite. Doch auch bei mir zu Hause dominiert Plastik in all seinen Formen, Zusammensetzungen und Farben unser Recycling im Sammelsack, Anstrengungen zum Trotz. Nein, es läuft definitiv nicht glatt mit dem Plastik, und weniger wäre auch hier mal wieder mehr. Daran arbeite ich noch. Auch die Migros arbeitet am Plastikproblem und hat gestern in einer Medienmitteilung ein umfassendes Recycling von Plastik angekündigt. Sie führt einen eigenen Sammelsack ein und startet Ende Juni in der Zentralschweiz mit dem Projekt. Sofern die erste Etappe erfolgreich verlaufe und das Angebot auf Anklang stosse, kämen bereits Ende August die Genossenschaften Genf, Neuenburg-Freiburg, Waadt und Wallis hinzu, schreibt die Migros. Voraussichtlich bis zum Frühjahr 2021 würden sämtliche regionalen Migros-Genossenschaften der Schweiz die neuen Plastiksammelstellen anbieten. Das finde ich eine gute Sache – vorausgesetzt, der M-Sammelsack schafft es wirklich über die Startphase hinaus. Es wurde in den Grossverteilern ja auch schon angekündigt, es gäbe künftig Gemüse ausserhalb der Schweizer Luxusnorm (meine Worte) zu kaufen. Gesehen habe ich solches in den Filialen, die ich frequenter, noch nie... Gut, gibt es die App Too Good To Go (siehe rechts). Wenigstens da läufst punkto Nachhaltigkeit glatt.

## DAS SCHWARZE BRETT

- **Newsletter SHBV**  
u.a. Rebbau aktuell, Mitteilung an die Rübenpflanzer, Info BUL.
- **MV/DV SHBV**  
Nicht vergessen: Einsendeschluss für die briefliche Stimmabgabe ist der 18. Juni 2020 (Poststempel).

## Impressum Schaffhauser Bauer

Offiz. Organ des Schaffh. Bauernverbandes.  
Erscheint jeden Do.

Redaktion: Sanna Bühler Winiger (sbw),  
www.schaffhauserbauer.ch.

Anzeigen: Verlag «Schaffhauser Nachrichten»  
Tel.: 052 633 31 11, Mail: anzeigen@shn.ch  
Annahmeschluss: jeweils Dienstag, 9.00 Uhr

## Zu gut, um verloren zu gehen...

Es ist für alle eine echte Win-win-Situation: Für die Konsumentinnen und Konsumenten, die Bauernfamilie und auch das Rüeblli mit drei «Beinen», die zu klein geratene Gurke oder das Bauernbrot vom Tag zuvor. Über die Gratis-App «Too Good To Go» können direktvermarktende Bauernbetriebe solche Produkte zu «Überraschungspäckli» zusammenstellen und zu reduziertem Preis unter die Leute bringen.

VON SANNA BÜHRER WINIGER

Was die Retterinnen und Retter von Lebensmitteln von Mal zu Mal genau erwartet, das ist eine Überraschung, die sich aus übrig gebliebenen Produkten im Hofladen des jeweiligen Betriebs zusammensetzt. Das Prozedere ist denkbar einfach: Wer ein solches «Überraschungspäckli» von Too Good To Go erstehen will, loggt sich in der gleichnamigen, kostenlosen App\* ein und sucht einen Betrieb, der zu rettende Lebensmittel anzubieten hat. Man reserviert die Anzahl Portionen, die man retten möchte, und bezahlt sie gleich im Voraus über die App. Abgeholt werden die Lebensmittel beim Betrieb in einem angegebenen Zeitfenster. Um herauszufinden, welche Betriebe in der Umgebung mit Too Good To Go Lebensmittel retten, besteht eine entsprechende Suchfunktion.

## Gemeinsames Engagement

Bauernfamilien können ihr Engagement zudem zusätzlich präsentieren, dies auf der Online-Plattform «Vom Hof» des Schweizer Bauernverbandes (SBV). Der SBV engagiert sich seit dem Frühjahr gemeinsam mit Too Good To Go dafür, dass auch Direktvermarkter über die App Lebensmittel anbieten können, die sie sonst wegwerfen müssten. «Wir freuen uns sehr darüber, dass sich immer mehr Landwirtschaftsbetriebe Too Good To Go anschliessen. So landen die übrig gebliebenen, aber weiterhin geniessbaren Produkte doch noch auf dem Teller», kommentiert Alina Swirski, Country Manager von Too Good To Go Schweiz.

## Nachhaltigkeit rundum

Bereits seit einem Jahr dabei ist Reto Wipf vom Martella-Hof in Martalen. Er und seine Frau Michèle führen einen Ackerbaubetrieb mit Urdinkel und Einkorn, Ölsaaten, Mais und Zuckerrüben. Daneben mästen sie Freilandhühner und seit einem halben Jahr auch Freilandfleischschweine.

Der Hof ist dank Fotovoltaik-Anlage und Speicherbatterien energieautark. Unabhängig sind Wipfs auch beim Verkauf ihrer Produkte: Das Urdinkel-Mehl vermarkten sie zum grössten Teil selbst, das Pouletfleisch ganzheitlich über Wochenmärkte, Metzgereien, Gastronomie, Läden, online und immer freitags ab Hof. Ein Hofladen ist in Planung. Seit dem Lockdown besteht zudem ein Lieferservice. Nur beim Schweinefleisch haben Wipfs zurzeit noch einen Abnehmer, aber auch dort möchte die Bauernfamilie später in die Direktvermarktung einsteigen. Wipfs setzen auf ihrem Betrieb auf Nachhaltigkeit – nicht nur punkto Energie. Die Hühner gehören einer Robustrasse an und werden nicht mit Antibiotika behandelt. Sie haben mindestens doppelt so viel Platz, wie der Tierschutz vorschreibt, und neben Volierenlauf ab dem Alter von 20 Tagen auch regelmässig Weidegang. «Bei der Fleischvermarktung achten wir zu-



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Reto Wipf mit einer Gruppe Masthühner. Wie sonst auf dem Martella-Hof setzt er auch bei der Fleischproduktion auf Nachhaltigkeit. Dazu gehört auch das Mitmachen bei der App «Too Good To Go».

dem darauf, dass es mengenmässig aufgeht», erklärt der Landwirt im Weiteren. «Brüstli haben wir fast nie zu viele. Sonst können wir diese durch Räuchern weiter veredeln. Schenkel und Flügel bleiben eher mal übrig. Doch im Sommer gehen die Flügel dank Anlässen auf unserem Hof und auswärts ebenfalls gut weg.» Die Schenkel kann Reto Wipf an Mittagstische und andere Institutionen liefern. Thai-Restaurants nehmen ihm Hühnerfüsse und -mägen ab, Hundehorte die Häuse.

## Möglichst alles brauchen

Und doch bleibt manchmal Pouletfleisch übrig, das in den Läden nicht vor dem Verkaufsdatum an die Kunden gebracht werden kann. Und genau dieses geht dann tiefgefroren in ein «Überraschungspäckli» von Too Good To Go.

Der Verkaufswert einer Portion beträgt im Beispiel etwa 18 Franken, die Kundinnen und Kunden zahlen knapp 6 Franken dafür. Was sie dafür bekommen? Jedes Mal etwas anderes, das gerade übrig bleibt. Mal sind Pouletschenkel und -flügel, mal Geflügelwienli oder Geschnetzeltes dabei.

Wipfs sind längst nicht jede Woche auf Too Good To Go aktiv, sondern nur nach Bedarf. Bei den Produkten achten sie peinlich genau auf Hygiene. «Die Lebensmittel, die wir über Too Good To Go vertreiben, sind einwandfrei», erklärt Reto Wipf. Sonst würde sich das schnell in den Bewertungen der Kundschaft niederschlagen. Doch der Martella-Hof kriegt viele Sterne, was den Landwirt freut: «Das ist ein guter Ausweis für uns.»

Wirtschaftlich sei der Verkauf über Too Good To Go nicht, sagt er. Doch darum geht es auch nicht. «Uns ist wichtig, dass man möglichst wenige Lebensmittel wegwirft», hält der Landwirt fest. «Es ist ohnehin unser Credo, dass man möglichst alles braucht.» Die Teilnahme an der App hat zudem einen gewissen Werbeeffekt und bringt neue Kunden auf den Martella-Hof –

eine andere Klientel als sonst, stellen Wipfs fest.

## Gespräche mit den Kunden

Das ist zusätzlich ein Bonus, denn wer auf den Betrieb kommt, kauft oftmals auch gleich noch andere Produkte ein. «Wichtig ist, dass der Verkauf über Too Good To Go nicht den sonstigen Verkauf konkurrenziert», konstatiert Reto Wipf. Doch das ist auf dem Martella-Hof nicht der Fall. Auch die landwirtschaftliche Aufklärungsarbeit gegenüber der nicht bäuerlichen Bevölkerung profitiert von der Essensrettung. Immer wieder gibt es Gespräche mit Nutzerinnen und Nutzern der App Too Good To Go. «Das sind jedoch vor allem die Leute, die wegen der Lebensmittelrettung kommen», differenziert der Marthaler Bauer. «Wer wegen dem Portemonnaie kommt, den interessiert das weniger.»

Die Zusammenarbeit mit Too Good To Go funktioniert sehr gut, ist er ausserdem zufrieden. Abgerechnet werde alle drei Monate. «Von den sechs Franken, die der Konsument für eine Portion zahlt, geht knapp die Hälfte an Too Good To Go. Ich erhalte noch gut 15 Prozent des ursprünglichen Verkaufspreises. Dies lohnt sich nur, weil wir jeweils am Freitag einen bedienten Hofverkauf haben. Wichtig ist, dass trotz dieser App der eigentliche Wert des Lebensmittels nicht vergessen geht», betont Reto Wipf.

## Der SBV kämpft gegen Food Waste

Seit einem Vierteljahr bewirbt der Schweizer Bauernverband (SBV) Too Good To Go bei den Bauern und motiviert Direktvermarkter zum Mitmachen. «Der SBV engagiert sich seit letztem Jahr mit einer Kampagne gegen Food Waste, gemeinsam mit rund 50 anderen Organisationen», erklärt Andrea Oldani, Leiterin der Online-Plattform «Vom Hof» beim SBV\*. Zu diesen Organisationen gehört auch Too Good To Go. Eine Zusammenarbeit bot sich an: Bei Direktvermarktern bleiben wie bei anderen Lebens-

mittelverkäufern immer wieder Esswaren «liegen», weil sie nicht gekauft werden. Oder im landwirtschaftlichen Sektor, weil sie nicht der gängigen Norm entsprechen. «Too Good To Go bietet die unkomplizierte Möglichkeit, sich anzumelden, etwas Gutes zu tun und erst noch einen kleinen Batzen zu verdienen», erklärt Andrea Oldani. Die Teilnahme an der App, das Handling der Einträge sowie die Abrechnung laufen direkt zwischen dem Betrieb und Too Good To Go. Der SBV unterstützt den bäuerlichen Auftritt kommunikativ. Die Landwirtschaftsbetriebe sollen keine finanziellen Mittel für die Werbung bereitstellen müssen. Zudem kann die Teilnahme am Anti-Food-Waste-Projekt auch auf vomhof.ch, der grössten Hofsuche der Schweiz, eingetragen werden, auf der sich Landwirtschaftsbetriebe mit ihren Angeboten der Öffentlichkeit präsentieren. «Für die Bauernfamilie ist dies zudem eine zusätzliche Möglichkeit, eine neue Klientel auf den Betrieb zu bringen – Leute, die sich zum Beispiel ökologisch engagieren und darum Nahrungsmittel retten wollen, holen diese ja auf dem Hof ab.» Andrea Oldani ist zufrieden, wie das Projekt angelaufen ist. Doch das Potenzial sei noch sehr viel grösser, ist sie überzeugt. Damit sich das Mitmachen lohnt, sollte die Direktvermarktung des Betriebs aber einen gewissen Umfang haben. «Doch jeder Bauer kann selber bestimmen, was er in das Überraschungspäckli von Too Good To Go gibt», hält Andrea Oldani fest und ergänzt: «Der Aufwand ist zudem nicht riesig. Pro Verteilung fallen etwa drei bis vier Portionen an, die so vertrieben werden.» Der SBV wird sich weiter dafür einsetzen, zusätzliche Höfe für Too Good To Go zu gewinnen, um dann auch diesen Teil der Food-Waste-Kampagne in die Öffentlichkeit zu tragen.

\* Weitere Infos: [www.toogoodto.go.ch/bauern](http://www.toogoodto.go.ch/bauern);  
Andrea Oldani, SBV, [www.vomhof.ch](http://www.vomhof.ch), Telefon  
056 462 52 03, [andrea.oldani@sbv-usp.ch](mailto:andrea.oldani@sbv-usp.ch)