

Die Geschichte von Too Good To Go

FALLSTUDIE

7

3,5 Jahre nachdem die erste Mahlzeit in Kopenhagen gerettet wurde, hat das Unternehmen Too Good To Go diese Zahl auf 29 Millionen ausgeweitet. Das entspricht 72.000 Tonnen Treibhausgasemissionen oder anders gesagt der Anzahl von 15.000 gefahrenen Fahrzeugen für ein Jahr. Durch eine Gemeinschaft von 18 Millionen Usern, die sich "Waste Warriors" nennen und 38.000 Restaurants, Supermärkten und Cafés in 14 Ländern, schafft es die Social Impact Company eine Mahlzeit pro Sekunde zu retten und expandiert Jahr für Jahr immer weiter.



KONTEXT

Ein Drittel aller heutzutage produzierten Lebensmittel landen in der Tonne und werden im besten Fall an Tiere verfüttert oder recycelt. Im schlechtesten Fall landen sie auf der Deponie oder werden verbrannt. Das wirft nicht nur ernsthafte ethische und soziale Fragen auf, sondern hat zusätzlich enorme negative Auswirkungen auf die Umwelt.

Lebensmittelverschwendung ist verantwortlich für 10% der globalen Treibhausgasemissionen. Außerdem werden 28% der weltweiten landwirtschaftlichen Fläche für Lebensmittel gebraucht, dessen definitives Schicksal es ist, im Abfall zu landen. **Im europäischen Kontext beläuft sich die Lebensmittelverschwendung pro Kopf auf einen Durchschnitt von 92 kg pro Jahr. Das führt zu dem einen Drittel jährlicher Verschwendung pro Person.** Zusätzlich belaufen sich die finanziellen Kosten der Lebensmittelverschwendung auf durchschnittlich 143 Millionen Euro pro Jahr allein in Europa (1).

Das heißt, wenn Lebensmittelverschwendung ökonomische Kosten mit sich zieht, führt die

Prävention zu ökonomischen Einsparungen. Das ist genau das, was sich die GründerInnen von Too Good To Go zunutze gemacht haben. Durch das Schaffen eines Systems, bei dem ein Essensüberschuss von Restaurants, Hotels, Supermärkten und Bäckereien zu einem geringeren Preis verkauft wird, gab es das zusätzliche Ziel, noch einen Umsatz von Lebensmitteln zu generieren, die sonst weggeworfen werden würden. Durch diese vorteilhafte Lösung im Service, Groß- und Einzelhandelsbereich, arbeitet Too Good To Go effektiv gegen 17% der gesamten Lebensmittelverschwendung in Europa

WIE HAT ALLES BEGONNEN?

Gegründet im Jahr 2015, hat Too Good To Go die erste Mahlzeit im März 2016 in Kopenhagen gerettet. Die ursprüngliche Idee, fokussierte sich auf Essen, das von Buffets übrig blieb und schließlich weggeschmissen wurde. Während der Entwicklung des Konzepts, stellte sich schnell heraus, dass es auf alle Lebensmittel-Service-Bereiche, wie Restaurants, Cafés, Bäckereien und Hotels,

ausgeweitet werden könne.

Dabei ist die Vision von Too Good To Go von Beginn an die gleiche geblieben: Der Kampf gegen Lebensmittelverschwendung durch Inspiration und die Möglichkeit jedes/jeder einzelnen Lebensmittelverschwendung gemeinsam zu bekämpfen.

Ausgehend von Dänemarks Hauptstadt, hat sich die Idee, durch den Anreiz für UserInnen und Entrepreneurere gleichermaßen, schnell entwickelt. Insbesondere in Frankreich, Norwegen und der UK wurde das Modell schnell repliziert. Daraufhin hat die Firma in viele andere europäische Länder wie Polen, Österreich, die Schweiz, Portugal, Belgien und die Niederlande expandiert.

Das Prinzip hinter Too Good To Go ist einfach: Die Verbindung von KonsumentInnen mit Unternehmen, deren Produkte sonst nicht verkauft und weggeworfen werden würden. Heute, nach vier Jahren, ist der Erfolg messbar: Von einer Stadt ausgeweitet auf 14 Länder, werden 29 Millionen Mahlzeiten mit über 18 Millionen UserInnen gerettet.

1. FUSIONS. "Estimates of European Food Waste Levels." European Commission, 2016.



ÜBER DAS UNTERNEHMEN

Das Headquarter liegt immer noch in Kopenhagen, wo alles begonnen hat. Die lokalen Zweigstellen teilen sich auf 14 Länder auf (2). Im Januar 2020 ist mit Schweden das neueste Land dazugekommen. Dabei bleibt Too Good To Go eine Organisation, die sich unter globaler Führung sammelt. Das heißt, es gibt keine Franchise Unternehmen. Alle lokalen Einheiten gehören zur globalen Struktur.

Jede Einheit wird von einem Country Manager geleitet, der wiederum das lokale Team organisiert.

Das Unternehmen generiert Umsatz durch zwei Faktoren der aktiven Business-Partner:

1. eine jährlichen Mitgliedsgebühr an Too Good To Go
2. eine kleinen Kommissionsgebühr für jede gerettete Mahlzeit an Too Go To Go.

WAS MACHT DAS UNTERNEHMEN?

Das primäre Ziel von Too Good To Go ist der Kampf gegen die wachsende Problematik der Lebensmittelverschwendung. Um das zu schaffen, bietet es eine Lösung für alle Lebensmittel-Service-Bereiche, ihren Lebensmittel-Überschuss zu verkaufen, der sonst am Ende eines Arbeitstages weggeschmissen werden würde. Das ist allerdings nur einer der Wege, den die App geht, um gegen Lebensmittelverschwendung zu kämpfen. Zusätzlich ermutigt das Unternehmen Haushalte, Schulen und PolitikerInnen ihr Verhalten zu ändern und zielt darauf ab, die Gesetzgebung zu beeinflussen, um Lebensmittelverschwendung weiter zu reduzieren.

Die Unternehmen zu KonsumentInnen (B2C) Plattform

Nach 4 Jahren, ist Too Good To Go heute die größte B2C Plattform, die dafür sorgt,

Lebensmittelverschwendung zu bekämpfen.

Durch die mobile App, können Unternehmen ihren Lebensmittelüberschuss online stellen und KonsumentInnen können wiederum sehen, welche Angebote es wo gibt. Die App wird hauptsächlich von Restaurants, Bäckereien, Supermarktketten, Hotels und Kantinen genutzt. Für Too Good To Go ist das eine "Win-Win-Win Lösung": Während Unternehmen Umsatz aus sonst verschwendeten Lebensmitteln generieren können, erreichen sie gleichzeitig neue potenzielle KundInnen. Zusätzlich wird den KonsumentInnen der Zugang zu erschwinglichen Lebensmitteln gegeben.

Alle Beteiligten kämpfen so zusammen gegen Lebensmittelverschwendung und haben gleichzeitig eine positive Auswirkung auf die Umwelt.

2. Niederlande, Frankreich, Dänemark, Portugal, Belgien, Polen, Schweiz, Österreich, Spanien, Schweden, Norwegen, Deutschland, Italien, Vereinigtes Königreich.



Die Bewegung gegen Lebensmittelverschwendung

Die übergreifende Vision des Unternehmens ist "ein Planet ohne Lebensmittelverschwendung". Um das zu erreichen, inspiriert es jede/n Lebensmittelverschwendung gemeinsam zu bekämpfen. Die Bewegung stützt sich dabei auf vier Säulen. Zusätzlich zu den direkten Auswirkungen, durch die App selbst, hat das Unternehmen, durch eben diese vier Säulen, auch indirekte Auswirkungen. Jede Säule forciert ein unterschiedliches Ziel, das Ende 2020 umgesetzt sein sollen.

Die erste Säule bezieht sich auf **private Haushalte**, da hier die Hälfte der Lebensmittelverschwendung in Europa

anzusiedeln ist. Diese Säule liefert aufklärerische Nachrichten mit Tricks und Tipps, die im Alltag leicht umgesetzt werden können. Dazu gehören ein bewusster Einkauf, richtige Lagerung und das (Ver)kochen. Das übergeordnete Ziel ist, dass BürgerInnen wieder verstehen, welchen Wert Lebensmittel eigentlich haben und die Problematik sichtbarer zu machen.

Die zweite Säule bezieht sich auf **Unternehmen**. Das Ziel hier ist, über die Bereiche des Einzelhandels- und Lebensmittel-Service-Bereichs hinauszugehen.

Lebensmittelverschwendung und -verluste sollen ebenfalls schon vorher in der Lebensmittel-Wertschöpfungskette adressiert

werden. Dazu gehört es, die Nachhaltigkeits-Agenden der 38.000 Unternehmen zu verbessern, mit denen Too Good To Go schon zusammenarbeitet.

Die dritte Säule bezieht sich auf **Erziehung** und zielt auf Schulen und jüngere Generationen ab, indem pädagogische Werkzeuge entwickelt werden, die Übungen und Leitfäden für LehrerInnen enthalten.

Die vierte Säule bezieht sich auf **öffentliche Angelegenheiten**. Das Unternehmen möchte sich in die Politik einbringen, um sicherzustellen, dass die richtigen regulatorischen Maßnahmen getroffen werden, um Lebensmittelverschwendung zu reduzieren und Lebensmittelsysteme nachhaltiger zu gestalten.



DIE TOO GOOD TO GO MOBILE APP

Nach dem Download der App, haben UserInnen Zugang zu allen Mahlzeiten, die in der Nähe angeboten werden. UserInnen können entweder sehen, welche Mahlzeiten es im direkten Umfeld gibt oder nach spezifischen Mahlzeiten mit verschiedenen Optionen suchen. Dazu gehört die Abholzeit, der Standort und die Art der Mahlzeit (zum Beispiel, ob es vegetarisch oder vegan sein soll). Sobald sie sich für eine Option entschieden haben, erhalten die UserInnen einen Beleg, den sie dann im jeweiligen Shop vorzeigen, um ihren Lebensmittel-Beutel zu bekommen. **Normalerweise wird den KonsumentInnen ein Überraschungs-Beutel zum Kaufpreis von 3 bis 5 Euro angeboten, dessen Originalwert bei 10 bis 15 Euro liegt.** So haben UserInnen die Möglichkeit Essen zu kaufen, das den dreifachen Wert von dem hat, was sie bezahlen.

Zurzeit gibt es das Angebot bei mehr als 38.000 Restaurants, Supermärkten, Hotels, Bäckereien und Kantinen in 14 europäischen Ländern.

Es gibt zwei Möglichkeiten für Unternehmen Teil von Too Good To Go zu werden. Die erste sind spontane Anfragen der Unternehmen selbst, von denen Too Good To Go momentan um die 3000 monatlich erreichen. Die andere Möglichkeit ist eine

Anfrage von Too Good To Go direkt an die Unternehmen. Das Unternehmen hat ein Team, das für die Marktanalyse zuständig ist, um Stores zu identifizieren, die vom Beitritt zu der Plattform profitieren würden. Too Good To Go hilft diesen Unternehmen außerdem ihren Umgang mit Lebensmitteln zu optimieren und potentielle Lebensmittelverschwendung zu vermeiden.

Die Motivation der Unternehmen der Plattform beizutreten sind unterschiedlich: Von ökologischen Auswirkungen der Lebensmittelverschwendung über Optimierung der generellen Kosten bis hin zu den Corporate Social Responsibility Richtlinien. Wenn die Unternehmen die Menge an Lebensmittelüberschüssen schätzen, machen sie das in Anlehnung an die generelle Planung, da die Angebote einen Tag im Voraus erscheinen. Für den Fall, dass der Shop tatsächlich alles verkauft und es keinen Lebensmittelüberschuss gibt, kann die Bestellung auf der App einfach gelöscht werden und die finanzielle Erstattung wird direkt an die UserInnen veranlasst.

Wenn es um andere Arten des Mülls geht, wie die Verpackung von Lebensmitteln, ermutigt **Too Good To Go seine PartnerInnen, es den KonsumentInnen zu erlauben, ihre eigenen Behälter mitzubringen.** Auf der App haben UserInnen einfachen Zugang zu Informationen dieser Möglichkeit

für den jeweiligen Store. Für manche Unternehmen besteht diese Option nicht. Entweder, weil das Essen vorher abgepackt werden muss – das ist der Fall in vielen Supermärkten – oder wegen nationaler oder lokaler Regularien. In diesen Fällen bietet Too Good To Go den Stores Verpackungsmöglichkeiten, die FSC (3) zertifiziert sind, und/oder Packpapier an.

Alle Unternehmen, die Teil der Plattform sind, stehen in direkter Kommunikation mit MitarbeiterInnen von Too Good To Go und profitieren von einer Onboarding Session mit dem Team des Unternehmens. Um die Qualität des Essens und der Erfahrung beizubehalten, arbeitet Too Good To Go zusätzlich mit den PartnerInnen, die Bewertungen bekommen haben, die unter den Erwartungen der UserInnen liegen, um die Erfahrung für beide Seiten zu verbessern.

Außerdem werden stetig mehr Funktionen zur App hinzugefügt, wie die Auswahl der vegetarischen Optionen oder Lesezeichen für die jeweiligen Favoriten-Stores.

3. Forest Stewardship Council standards



WAS SIND DIE ERGEBNISSE BIS JETZT?

Die Annahme hinter Too Good To Go ist, dass es einen Weg gibt Umweltproblematiken, wie Lebensmittelverschwendung, in eine Gewinner-Situation für jede/n umzuwandeln und dabei Jobs zu schaffen, Umsatz zu generieren, Lebensmittelverschwendung einzudämmen und die Auswirkungen auf die Umwelt zu vermindern.

Ist das für das Unternehmen profitabel?

Too Good To Go ist ein rasant wachsendes Unternehmen. Die Reichweite wächst exponentiell, während der Umsatz auf 200% im Jahresvergleich zwischen 2019 und 2018 gestiegen ist. Dazu kommen knappe 38.000

PartnerInnen und mehr als 18 Millionen UserInnen. Das Unternehmen kann einen positiven Bruttoumsatz und einen positiven Nettogewinn in den meisten gesättigten Märkten vorweisen. Für das Jahr 2019 erwartet das Unternehmen durch geplante Reinvestitionen und neue Ländereinführungen einen negativen Nettogewinn.

Ist es profitabel in Bezug auf die Schaffung von Arbeitsplätzen?

Ende 2019 hatte die Firma fast 500 Angestellte in ganz Europa. Ende 2018 waren es etwa 200 MitarbeiterInnen. Das heißt, die ArbeitnehmerInnenzahl ist im letzten Jahr über 150% gewachsen.

Ist es profitabel für die Umwelt?

Nach 3,5 Jahren hat Too Good To Go 29 Millionen Mahlzeiten vor der Tonne gerettet. Das bedeutet 66.000 Tonnen Treibhausgas Emissionen wurden vermieden (4). **Im Februar 2019 haben sie den Meilenstein der 10 Millionen geretteten Mahlzeiten erreicht.** Schon das ist beeindruckend. Trotzdem konnte Too Good To Go diese Zahl mit 20 Millionen im Oktober 2019 verdoppeln. Allein das zeigt, wie schnell die Firma wächst.

4. 1 Mahlzeit ist etwa 1 kg Essen im Durchschnitt, was sich wiederum mit 2,5 kg Treibhausgasemissionen deckt.



WAS KOMMT ALS NÄCHSTES?

Das Ziel des Unternehmens ist es, die App weiterzuentwickeln und in andere Länder zu expandieren. **Darüber hinaus, hat Too Good To Go die Ambitionen Lebensmittelverschwendung in der ganzen Wertschöpfungskette mit der Bewegung gegen Lebensmittelverschwendung zu bewältigen.**

Das Unternehmen möchte Lebensmittelverschwendung mit vorgeschalteten und systematischen Lösungen für Lebensmittel-systeme adressieren.

Das Schlüsselement ist die Lobbyarbeit, die die regulatorischen Maßnahmen ändern soll, um Lebensmittelverschwendungs-Maßnahmen auf dem nationalen Level innerhalb der Lebensmittelproduktion zu ermöglichen. Too Good To Go hat in der Schweiz, Frankreich, Deutschland und Dänemark

schon begonnen auf der nationalen Ebene zu arbeiten. Dort wurden Kampagnen und Petitionen veröffentlicht, um das Mindesthaltbarkeitsdatum zu ändern, was vermeintlich dafür sorgt, dass 10% der Lebensmittel in der gesamten Kette weggeworfen werden. Zusätzlich möchte das Unternehmen auch Lobbyarbeit auf dem europäischen Level leisten.

DARÜBER HINAUS

Too Good To Go ist das perfekte Beispiel für eine innovative Win-Win-Lösung, die gleichzeitig Umweltproblematiken löst.

Trotzdem gibt es bei der momentanen B2C Lösung nur die Möglichkeit Essen zu retten, das sonst weggeworfen werden würde. Das heißt, es optimiert lediglich unser momentanes müllreiches System. **Mit der Bewegung gegen Lebensmittelverschwendung zeigt das Unternehmen systematische Ambitionen innerhalb der EU Regularien, echte**

Nachhaltigkeit innerhalb des Lebensmittelsystems umzusetzen.

Lebensmittelumverteilung erlaubt nur eine Reduktion des Einflusses der Lebensmittelverschwendung innerhalb eines etablierten Systems. Auf langfristige Sicht muss das etablierte System auf eine integrierte Lebensmittel Politik verlagert werden. Diese muss nachhaltige und faire Maßnahmen für jede Stufe der Wertschöpfungskette beinhalten.

5. 1 Mahlzeit ist etwa 1 kg Essen im Durchschnitt, was sich wiederum mit 2,5 kg Treibhausgasemissionen deckt.

Für weitere Informationen besuchen Sie:
zerowasteurope.eu
toogoodtogo.org

Oder kontaktieren Sie
hello@zerowasteurope.eu
press@toogoodtogo.com

Quellen:
Too Good To Go

Fotokredit: toogoodtogo.org



Zero Waste Europe wurde gegründet, um Kommunen dazu zu ermutigen, ihre Beziehungen zu Ressourcen zu überdenken.

Eine wachsende Zahl von Regionen, lokalen Gruppen von Individuen und Unternehmen bedeutende Schritte zur Eliminierung von Abfällen in unserer Gesellschaft.

Fallstudie erstellt von Pierre Condamine

Der Herausgeber: Jamael Kudratt & Agnese Marcon

Übersetzung von Lorraine Wenzel

Visual design von Petra Jääskeläinen & Rossella Recupero

Zero Waste Europe 2020

Attribution-NonCommercial-ShareAlike

4.0 International



Zero Waste Europe gratefully acknowledges financial assistance from the European Union. The sole responsibility for the content of this event materials lies with Zero Waste Europe. It does not necessarily reflect the opinion of the funder mentioned above. The funder cannot be held responsible for any use that may be made of the information contained therein.

