

Nachhaltiger mit Lebensmitteln umgehen und Food Waste vermeiden: Braun ruft den 23. Oktober 2021 zum „Food Overshoot Day“ aus

- 18 Mio. Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland pro Jahr im Müll
- Braun & Expert:innen klären auf über Lebensmittelverschwendung
- Küchenhelfer ermöglichen nachhaltigeren Umgang mit Lebensmitteln

(Neu-Isenburg, 20. Juli 2021) Der 23. Oktober ist „Food Overshoot Day“. Diesen Symboltag ruft Braun aus, um sich gegen Lebensmittelverschwendung stark zu machen. Gemeinsam mit Expert:innen stellte Braun im Rahmen eines digitalen Panels die Hintergründe zum Thema sowie Tipps und Tricks für mehr Nachhaltigkeit im Umgang mit Lebensmitteln vor. Denn nicht zuletzt mit cleveren Küchenhelfern, lässt sich „Food Waste“ in Privathaushalten vermeiden. Das Zauberwort: Konsistenzveränderung.

Lebensmittelverschwendung im großen Stil

Allein in Deutschland landen pro Jahr 18 Mio. Tonnen Lebensmittel im Müll. Auf dies vermeidbare Verschwendung möchte Braun aufmerksam machen und ruft den **23. Oktober** zum „**Food Overshoot Day**“ aus. Dieser Symboltag markiert den Zeitpunkt, ab dem man bis zum Ende des Jahres von den Lebensmitteln leben könnte, die innerhalb eines Jahres in Privathaushalten entsorgt werden.

Dokumentarfilmer und Autor **Valentin Thurn**, preisgekrönt und unter anderem bekannt durch seinen Film „Taste the Waste“, befürchtet:

„Die Berechnung des Food Overshoot Day von Braun würde ich als eher konservativ bezeichnen. Wenn wir jetzt noch den Müll des Handels, der Ernährungsindustrie und der Landwirtschaft hinzurechnen würden, läge der Food Overshoot Day sogar eher im Monat August!“



Aus Karottengrün wird mit Hilfe des Braun MultiQuick 9 im Handumdrehen ein leckeres Pesto

Hintergründe zum „Food Overshoot Day“

Der Lebensmittelverbrauch in Deutschland pro Jahr und Kopf beträgt 330 kg¹. In Privathaushalten werden aber ganze 75 kg an Lebensmitteln pro Jahr und Kopf entsorgt². Das heißt, es werden weitaus mehr Lebensmittel eingekauft, als verbraucht werden (durchschnittlich 22,7 %). Die Deutschen kaufen also innerhalb von 12 Monaten für 14 Monate Lebensmittel ein – oder umgekehrt: werfen Lebensmittel für mehr als zwei Monate weg. Jedes Jahr. Das geht nicht nur zu Lasten der Umwelt, sondern ist auch teuer: Laut einer Forsa Studie³ handelt es sich um ca. 235 Euro, die pro Person im Jahr für Lebensmittel ausgegeben, aber nie verspeist, sondern entsorgt werden.

Valentin Thurn erklärt, warum Privathaushalte Teil dieses Problems sind:

„Gründe für die hohe Verschwendung von Lebensmitteln sind zum einen, dass immer mehr Menschen nicht mehr selbst kochen. Dies generiert Lebensmittelreste, die nicht mehr verwertet werden. Zum anderen werden einfach zu viele Lebensmittel eingekauft. Man sollte mehrmals die Woche frische Lebensmittel besorgen und den Kühlschrank regelmäßig auf Reste und Verderblichkeit checken.“

Frederic Goldkorn, Geschäftsführer der Quersfeld GmbH, beleuchtet die Herausforderungen von Landwirtschaft und traditionellem Lebensmittelhandel:

"Die landwirtschaftlichen Betriebe haben sich darauf eingestellt, dass weniger hübsche oder nicht der Norm entsprechend aussehende Lebensmittel vom Handel abgelehnt werden. Bis zu 30% jeder Ernte müssen nur aufgrund ihres Aussehens aussortiert werden. Insgesamt landen in Deutschland jährlich 18 Millionen Tonnen Lebensmittel im Müll – ein LKW pro Minute!"

Wie Konsument:innen „Food Waste“ vermeiden können

Um Konsument:innen dazu zu inspirieren, nachhaltiger mit Lebensmitteln umzugehen, schloss sich Braun mit **Sophia Hoffmann** zusammen. Die Köchin, Autorin und Aktivistin gibt Tipps, wie Verbraucher:innen der Lebensmittelverschwendung den Kampf ansagen können. Denn mit den passenden Küchenhelfern, wie Stab- und Standmixern, ist jeder in der Lage, das bestmögliche aus Obst und Gemüse herauszuholen – ganz egal ob die Zutaten krumm, zu klein, nicht mehr ganz frisch oder optisch nicht perfekt geraten sind. Das Geheimnis liegt in der Veränderung der Konsistenz, sagt Sophia Hoffmann:

„Die ganzheitliche Verwertung von Lebensmitteln spielt eine große Rolle, um Food Waste zu vermeiden. Ich spreche hier von Konsistenzveränderung, denn auch wenn das Wort sperrig klingt, darin steckt unheimlich viel Kreativität, denn mit einem simplen Stabmixer kann man der Verschwendung von Lebensmitteln den Kampf ansagen. Nicht mehr ganz frische Beeren werden zu einem köstlichen Püree, Melonenschale wird fix gewürfelt und dann sauer eingelegt, ein schrumpeliger Apfel wird fürs Müsli geraspelt.“

Hwa-Youl Kim, Brand Managerin von Braun ergänzt:

„Anlässlich des hundertjährigen Bestehens der Marke Braun, haben wir viel über gutes, das heißt auch langlebigen Design gesprochen und auf die Entwicklung der letzten hundert Jahre geschaut. Damit geht unweigerlich auch ein Blick in die Zukunft einher, deshalb möchten wir in diesem Jahr ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung setzen. Mit Hilfe von Stabmixern, wie die meisten von uns sie in unseren Küchen haben, können Lebensmittel kreativ verarbeitet werden – ganz und selbst wenn sie nicht mehr ganz frisch aussehen. Damit sind wir alle in der Lage, Obst und Gemüse bewusster zu konsumieren und einen kleinen Schritt in Richtung einer nachhaltigeren Zukunft zu gehen.“

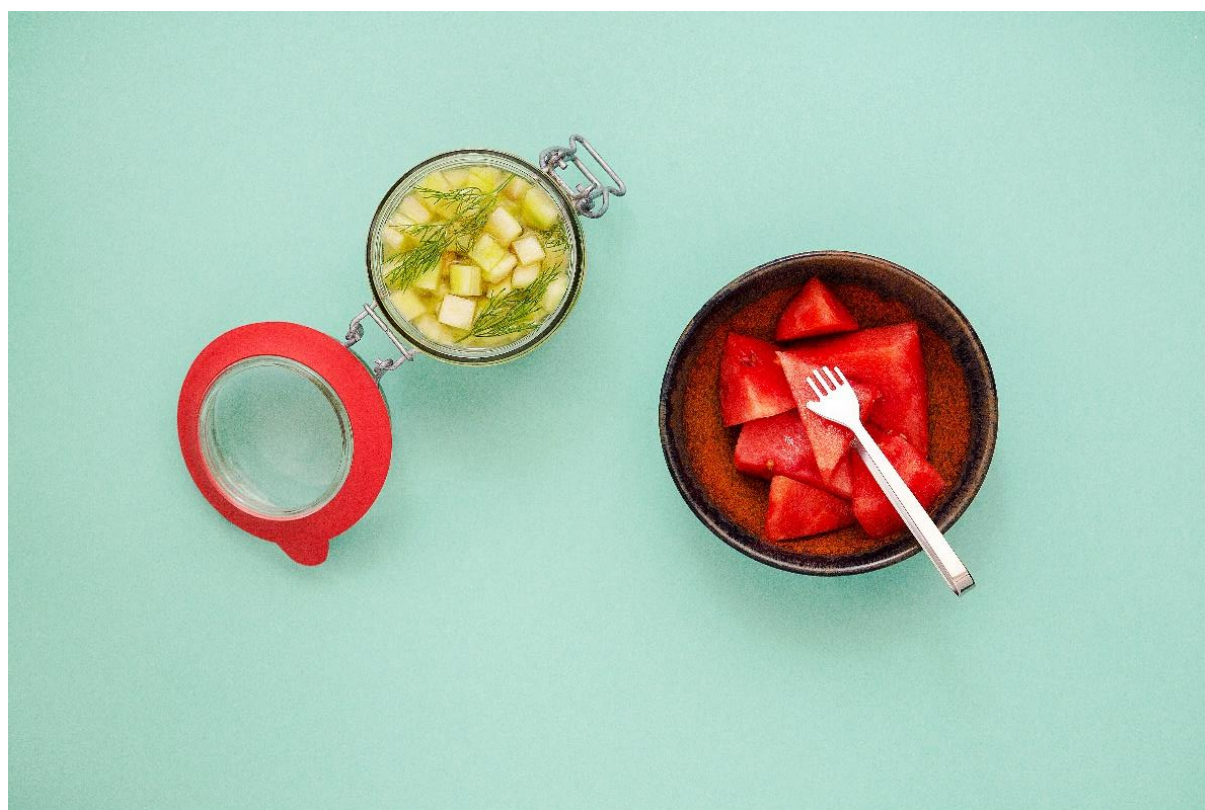


Hwa-Youl, Brandmanagerin von Braun

Rezepte gegen Lebensmittelverschwendung

Im Rahmen des virtuellen Panels zeigte Sophia Hoffmann dann auch am Beispiel der Wassermelone, wie Lebensmittel mit Hilfe eines Stabmixers ohne Reste in leckere Gerichte verwandelt werden können. Aus dem Fruchtfleisch wird eine erfrischende Melonen-Pfirsich-Gazpacho, angepickelt mit etwas altbackenem Brot. Die Schale der Wassermelone wird ebenfalls verwertet und in Würfel geschnitten gepickelt, um dann als Topping oder saurer Snack zu dienen.

[Hier geht es zu Sophia Hoffmanns Rezepten](#)



Wassermelonenschalen-Pickles zubereitet von Sophia Hoffmann

100 Jahre gutes Design: Einfach. Nützlich. Langlebig.

Mit ihrem 100-jährigen Bestehen feiert die Traditionsmarke Braun auch 100 Jahre gutes Design. Gutes Design, so Dieter Rams, der die Designsprache von Braun bis heute geprägt hat, ist einfach, nützlich und langlebig. Langlebigkeit, so eines seiner berühmten 10 Prinzipien, weil es vermeidet modisch zu sein und somit nie antiquiert, nie veraltet wirkt und ergo nicht ersetzt werden muss. Es kann von Generation zu Generation weitergegeben werden. Ein weiteres seiner Prinzipien definiert gutes Design als umweltfreundlich, weil es Ressourcen schont und die physische und visuelle Belastung während des gesamten Lebenszyklus eines Produkts minimiert. Braun gibt auf einige Produkte eine erweiterte Garantie von 5 Jahren⁴.

Weitere Informationen zum Download hier oder im Newsroom

Quellen:

¹ [Universität Leipzig](#), 2021

² [Verbraucherzentrale](#) 2021; [Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft](#) 2021; [Ernährungsreport](#) 2020

³ Forsa Studie 2019: Wie viel Geld wir durch weniger Lebensmittelverschwendung sparen könnten ([Quelle](#))

⁴ Durch die Registrierung der Limited Edition Modelle, zum 100-jährigen Jubiläum der Marke, unter <https://www.braunhousehold.com/de-de/product-registration>, kann die Garantie der Geräte auf 5 Jahre erweitert werden.

Über De'Longhi:

Die italienische De'Longhi Group gehört zu den führenden Unternehmen in der Branche der Elektro-Haushalt-Kleingeräte. Mehr als 8.500 Mitarbeiter erwirtschafteten im Jahr 2020 einen Umsatz von 2,4 Milliarden Euro. Seit 2001 an der italienischen Börse MTA notiert, vertreibt die De'Longhi Group Produkte unter den Marken De'Longhi, Kenwood, Braun, Ariete, Nutribullet und Magic Bullet in mehr als 120 Märkten weltweit. Die britische Kenwood Group gehört seit 2001 vollständig zu De'Longhi und 2012 erwarb De'Longhi von Procter & Gamble die Markenrechte an den Haushaltsgeräten der Traditionsmarke Braun. Jüngst, im Dezember 2020, übernahm das Unternehmen die in den USA ansässige Capital Brand Holding, Inhaberin der Marken Nutribullet und Magic Bullet.

Die De'Longhi Deutschland GmbH beschäftigt in Neu-Isenburg bei Frankfurt am Main rund 110 Mitarbeiter. Mit führenden Marken in den Geschäftsbereichen Kaffee, Food-Preparation, Klimageräte und Luftbehandlung sowie Bügeln konnte das Unternehmen seinen Umsatz in den letzten Jahren kontinuierlich und 2020 deutlich über Marktniveau steigern. Das Unternehmen vertreibt Premiummarkenprodukte von De'Longhi, Kenwood und Braun und setzt im deutschen Markt auf eine Dreimarkenstrategie aus einer Hand.

Informationen über die Unternehmen der De'Longhi Group sind auf den Websites www.delonghi.com, www.kenwoodworld.com und www.braunhousehold.com abrufbar.

PR Agentur

Current Global
IPG DXTRA (Germany)
Karlstraße 68
80335 München

Tel.: +49 (0)89 380179 0

teambraun@currentglobal.com

Kontakt De'Longhi

De'Longhi Deutschland GmbH
Carl-Ulrich-Straße 4
63263 Neu-Isenburg

Andrea Perleth

andrea.perleth@delonghigroup.com

Anika Zinn

anika.zinn@delonghigroup.com

Maria Mahler

maria.mahler@delonghigroup.com