

Universität Trier

Geographie – Bachelor of Education

Bachelorarbeit

Exposé

**Zero Waste Strategien in gastronomischen Familienbetrieben – eine
Analyse der Herausforderungen und Barrieren**

Dezember 2023

Konzept der Forschungsarbeit

Die Zero Waste Strategie hat sich als ein vielversprechender Ansatz etabliert, um Ressourcenverbrauch zu minimieren und Umweltauswirkungen zu reduzieren (vgl. Zero Waste Germany). Obwohl die Gastronomie nur für 17 Prozent der Lebensmittelabfälle verantwortlich ist, was nahezu einem Drittel der Abfälle entspricht, die von Haushalten erzeugt werden, stehen Familienbetriebe vor einzigartigen Herausforderungen bei der Umsetzung dieser Strategie (vgl. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft).

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit werde ich die Herausforderungen und Barrieren der Implementierung der Zero-Waste-Strategie anhand eines konkret ausgewählten Familienbetriebs analysieren und herausarbeiten. Es wird untersucht, inwiefern der Einsatz dieser Strategie in einem Gastronomiebetrieb als möglich erscheint und welche Schwierigkeiten es mit sich bringt. Diese Forschungsfrage zielt darauf ab, die Durchführbarkeit der Implementierung der Zero Waste Strategie in einem Gastronomiebetrieb zu bewerten. Sie beabsichtigt auch, die spezifischen Herausforderungen und Hindernisse zu identifizieren, die dieser Prozess mit sich bringen könnte.

Eine Zero Waste Strategie für ein Restaurant ist eine gezielte Herangehensweise, die darauf abzielt, die Menge an Abfall, die das Restaurant erzeugt, auf nahezu null zu reduzieren. Dies beinhaltet verschiedene Maßnahmen, um Lebensmittelverschwendung, Verpackungsabfälle und generellen Müll zu minimieren, indem Ressourcen effizient genutzt und wiederverwendet werden. Dazu gehören Praktiken wie die Verwendung von Lebensmitteln von der Wurzel bis zur Schale, die Reduzierung von Einwegverpackungen, das Recycling und die Kompostierung von Abfällen sowie die Einführung nachhaltiger Beschaffungs- und Betriebsabläufe, um die Umweltbelastung zu verringern.

Die Abfallwirtschaft konzentriert sich darauf, Müll in Ressourcen umzuwandeln, während Zero Waste darauf abzielt, zu verhindern, dass Ressourcen überhaupt zu Abfall werden. In diesem System bleibt der Wert von Materialien und Produkten innerhalb der Gesellschaft erhalten, da sie kontinuierlich wiederverwendet und recycelt werden (vgl. Zero Waste Europe 2020: 11). Es ist allgemein bekannt, dass Strategien zur Abfallvermeidung das Abfallvolumen um etwa 30 bis 50% reduzieren können und die Recyclingquote durch diese Maßnahmen auf bis zu 90% erhöht werden kann (vgl. Zero Waste Europe 2020: 4).

„In einem natürlichen Ökosystem besteht ein Gleichgewicht, bei dem die Abfälle eines Prozesses oder einer Spezies zur Nahrung oder den Ressourcen für andere Arten oder

Prozesse werden. Nichts wird verschwendet. In unserer Gesellschaft wird Abfall als natürlicher Bestandteil des Lebens akzeptiert. Wir glauben, dass es möglich ist, das vorherrschende Abfallparadigma von heute zu verändern. Tatsächlich hat sich dieser Wandel bereits in einigen Bereichen zu vollziehen begonnen“ (übersetzt aus Doppelt & Dowling-Wu 1999: 5). Im Rahmen dieser Arbeit wird speziell untersucht, wie diese Konzepte des Abfallmanagements und der nachhaltigen Ressourcennutzung auf gastronomische Familienbetriebe angewendet werden können und welche Herausforderungen es mit sich bringt.

Im Kontext der Gastronomie widmet sich nachhaltiger Konsum der Entwicklung von Strategien, die darauf abzielen, Abfall in dieser Branche zu reduzieren und umweltbewusstes Verhalten zu fördern. „Unter Konsum versteht man den Ge- und Verbrauch wirtschaftlicher, d.h. knapper Güter durch den Endverbraucher mit dem Ziel, bestehende Bedürfnisse unmittelbar zu befriedigen“ (Neumann/Rosenstiel 1991: 343). In der Gastronomie bezieht sich Konsum auf den Verbrauch von Gütern, insbesondere Lebensmittel und anderen Ressourcen, um unmittelbare Bedürfnisse der Endverbraucher zu erfüllen. Dabei geht es um die Nutzung von Nahrungsmitteln und anderen knappen Ressourcen, um den Bedarf der Gäste an Mahlzeiten und gastronomischen Dienstleistungen zu decken. Der Konsum in der Gastronomie zielt darauf ab, die Bedürfnisse nach Nahrung und Genuss zu befriedigen, indem Lebensmittel und anderen Waren auf eine Weise genutzt werden, die den Gästen ein kulinarisches Erlebnis bietet und gleichzeitig effizient und nachhaltig ist. Gemäß Neumann/Rosenstiel (1991) sind Konsumhandlungen von privaten Endverbrauchern auf deren Entscheidungen zurückzuführen. Diese Entscheidungen können in verschiedene Typen unterteilt werden, darunter *impulsive*, *habituelle*, *kontraktierte* und *echte* Entscheidungen (vgl. Neumann/Rosenstiel 1991: 343). Bei nachhaltigem Konsum wird in der Regel mehr Wert auf echte Entscheidungen gelegt, da diese einen höheren Grad an Reflexion und Bewusstsein mit sich bringen. In Bezug auf Kunden in der Gastronomie bezieht sich das Konzept echter Entscheidungen auf die Wahl und das Verhalten der Kunden beim Essen außerhalb ihres Zuhauses. Echte Entscheidungen von Kunden im gastronomischen Kontext beinhalten bewusstes und reflektiertes Handeln bei der Auswahl von Restaurants, Mahlzeiten und Produkten. Kunden, die sich für nachhaltigen Konsum entscheiden, könnten bspw. Restaurants bevorzugen, die lokale, biologische oder umweltfreundliche Lebensmittel verwenden. Sie könnten auch darauf achten, dass die von ihnen gewählten Speisen wenig Abfall erzeugen oder dass das Restaurant nachhaltige Verpackungen verwendet. Diese echten

Entscheidungen der Kunden tragen dazu bei, die Nachfrage nach nachhaltigen Praktiken in der Gastronomie zu fördern und die Branche in Richtung eines umweltbewussteren und nachhaltigeren Ansatzes zu lenken (vgl. ebd.). Geschäftsführer eines gastronomischen Betriebes beziehen sich auf echte Entscheidungen, die darauf abzielen, nachhaltige Praktiken im Betrieb zu implementieren, er könnte bspw. Nachhaltige Lieferanten auswählen, Maßnahmen zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen ergreifen, wie portionierte Speisen, umweltfreundliche Verpackungen verwenden, etc., um ökologische Verantwortung zu übernehmen, Ressourcen effizient zu nutzen und die Umweltauswirkungen zu minimieren, was letztendlich langfristige und umweltfreundlichere Betriebsabläufe zu ermöglichen (vgl. Schöflinger 2006: 182).

Um die Herausforderungen der Zero Waste Strategien in gastronomischen Familienbetrieben bewerten zu können, werde ich fünf bis sieben Interviews durchführen. Die Erlaubnis für diese habe ich bereits vor der finalen Themenfindung eingeholt und mit den Beteiligten besprochen. Zunächst werden von den vier Geschäftsführenden zwei oder drei interviewt, um herauszufinden, ob und inwiefern die Zero-Waste-Strategie bereits verfolgt und umgesetzt wird. Es ist erwünscht, dass das Gespräch in einer freien und offenen Atmosphäre verläuft, um Raum für Antworten zu schaffen, die möglicherweise neue Aspekte und Wege des Themas eröffnen. Auf diese Weise kann eine umfassendere Information über den Betrieb erlangt werden. Die Interviews werden strukturiert sein und auf offenen Fragen basieren, um eine umfassende Diskussion über die Herausforderungen im Zusammenhang mit der Zero Waste Implementierung zu ermöglichen.

Nicht nur die Geschäftsführer werden befragt, auch die Mitarbeiter, sowohl aus dem Service- als auch Thekenbereich. Hierbei wird ein leitfadengestütztes Interview durchgeführt bei dem die vorbereiteten Fragen mir als Orientierung und Hilfe dienen, von denen ich je nach Gesprächsverlauf auch abweichen kann.

Da unterschiedliche Perspektiven abgefragt werden, beispielsweise von Geschäftsführern und Servicemitarbeitern, werden die Leitfäden angepasst, um die Ergebnisse besser vergleichbar zu machen. Da die Meinungen und Erfahrungen zwischen diesen beiden Perspektiven variieren können und voraussichtlich variieren werden, ist es sinnvoller, angepasste Fragen zu stellen, um die Unterschiede effektiver zu erfassen.

Die Interviews werden im Anschluss an die induktive Kategorieentwicklung nach Mayring ausgewertet (vgl. Mayring/ Fenzl 2014). Dabei erfolgt eine systematische Analyse der

Interviewdaten, um Muster und wiederkehrende Themen zu identifizieren. Diese Methode ermöglicht es, die Informationen aus den Interviews in neue Kategorien zu ordnen und so Schlüsselthemen abzuleiten. Anhand dieser induktiven Herangehensweise werden die Interviews gründlich analysiert, um ein tieferes Verständnis für die Herausforderungen im Kontext der Zero Waste Implementierung in gastronomischen Familienbetrieben zu gewinnen.

Ich selbst gehe davon aus, dass es sehr große Barrieren und Herausforderung bei der Umsetzung der Zero-Waste-Strategie in gastronomischen Familienbetrieben gibt und auch in naher Zukunft noch geben wird. Um kleinen Betrieben die Chance zu geben, diese Strategie umzusetzen, bedarf es einer sehr starken Zusammenarbeit zwischen diversen Akteuren, wie zum Beispiel den Lieferanten. All dies soll durch die Zusammenführung von Expertenmeinungen und existierender Literatur analysiert und bewertet werden.

Informationen zu dem Untersuchungsgegenstand

Der Fokus der Untersuchung liegt auf einem einzelnen Restaurant in Aachen, das von drei Geschäftsführern geleitet wird und als eigenständiger Betrieb operiert, ohne Teil einer Kette zu sein. Das Restaurant bietet Platz für etwa 500 Gäste und beschäftigt ungefähr 30 bis 35 Mitarbeiter, die sich auf Service, Theke und Küche verteilen.

Detaillierte Informationen und genaue Zahlen werden im Verlauf der noch zu führenden Interviews ermittelt und erfragt.

Mögliches Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung
2. Theoretischer Rahmen
 - 2.1 Zero Waste
 - 2.2 Nachhaltiger Konsum
3. Methodik
4. Empirische Ergebnisse
5. Diskussion
6. Fazit
7. Literaturverzeichnis
8. Anhang (Transkripte, etc.)

Möglicher Interviewleitfaden

Begrüßung und Einführung in das Gespräch: Vorstellung des Zwecks des Interviews und bei möglicher Aufnahme des Gesprächs eine Zustimmung einholen. Trotz Sprachaufnahme werden Notizen gemacht.

Zu Beginn des Interviews ist es wichtig, zu erfragen, ob der Befragte mit dem Konzept von Zero Waste vertraut ist. Sollte dies der Fall sein, wird ein Austausch darüber stattfinden, um sicherzustellen, dass beide Parteien über dieselben Informationen verfügen und auf einer gemeinsamen Basis für das Interview stehen. Falls die Person das Thema nicht kennt, wird in einem Klärungsgespräch sichergestellt, dass ein klares Verständnis für das Thema besteht, um Missverständnisse bei der Beantwortung folgender Fragen zu vermeiden.

Folgende Fragen sind nicht in der korrekten Reihenfolge geordnet. Es handelt sich lediglich um Ideen. Bei intensiver Auseinandersetzung mit der Literatur können Fragen dazu kommen oder gestrichen werden.

- Kaufen Sie Ihre Lebensmittel in Großpackungen oder Pfandbehältern, um diese immer wieder austauschen zu können, ohne Behälter wegschmeißen zu müssen?
- Wie verwenden Sie nicht verkaufte Lebensmittel oder Lebensmittel, die schlecht geworden sind, weiter?
- Können Sie sich vorstellen mit einem Unverpackt-Laden zusammenzuarbeiten? Wenn nein, wieso? -> Kosten, komplex, keine in der Region?
- Benutzen Sie wiederverwendbare Deko? Bspw. Reservierschilder, Pflanzen, etc.
- Wie verpacken Sie Essen, welches von Kunden mitgenommen werden möchte? Gibt es Alternativen?
- Können Sie sich vorstellen Apps wie „too good to go“ zu verwenden und teilzunehmen?
- Werden Plastikbesteck- oder -geschirr eingesetzt?
- Was für Untersetzer benutzen Sie für die Getränke? Falls Pappe, wie oft werden diese eingesetzt und gibt es keine Alternativen? (bspw. Keine benutzen und Tisch häufiger wischen)
- Handtrockner in den WCs oder Tücher?
- Ist es möglich auf Kassenzettel zu verzichten, bspw. Durch E-Mail-Versand, QR-Code, etc.?
- Was für Strohhalme nutzen Sie? Papier, Nudeln, Edelstahl?

- Wie bieten Sie Zucker für z.B. Kaffee an? -> Gewürze im Streuer anbieten
- Wechseln Sie oft ihre Menükarte und was passiert mit den Alten? -> laminierte Karten verwenden, mit Folienstift schreiben und wegwischen, etc.
- Bieten Sie verschiedene Portionen an, um zu großen Portionen und die damit einhergehende Lebensmittelverschwendung zu verhindern? Bsp. Nudelportionen 100g, 200g, 300g, anbieten oder bei Burgern verschiedene Pattys, verschiedene Pizzagrößen, etc.

Literaturverzeichnis

Doppelt, B./ Dowling-Wu, L. (1999): Establishing Environmentally Sustainable and Economically Efficient Economies: From Waste Towards Zero Waste. Oregon.

Neumann, P./ Rosenstiel, L. (1991): Konsum. In: Flick, U. et al. (Hrsg.): Handbuch Qualitative Sozialforschung. Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. Psychologie Verlags Union, 343-347.

Schöflinger, U. (2006): Nachhaltigkeit im täglichen Umgang. Eine ethnographische Studie anhand zweier nachhaltiger Wohnlagen in Wien. Diss., Wien.

Zero Waste Europe (2020): Der Zerowaste Masterplan. Wie die Vision einer Kreislaufwirtschaft für Europa wahr wird. Brüssel.

Internetquellen:

<https://zwia.org/zwh/>

<https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/studie-lebensmittelabfaelle-deutschland.html>

Literatur, die für die Auswertung der Interviews genutzt werden kann:

Mayring, P. (2019): Qualitative inhaltsanalyse. Abgrenzungen, Spielarten, Weiterentwicklungen (30 Absätze). Forum Qualitative Sozialforschung.

Mayring P-/ Fenzl T. (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur N., Blasius J. (eds) Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Springer VS, Wiesbaden

Mayring, P. (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.

Literatur, die Zero Waste in gastronomischen Betrieben behandelt:

Filimonau, V./Chiang, C./ Wang, L./ Muhialdin, B./ Ermolaev, V. (2022): Resourcefulness of chefs and food waste prevention in fine dining restaurants. International journal of Hospitality Management.

Giaccherini, M./ Gilli, M./ Mancinelli, S./ Zoli, M. (2021): Nudging food waste decisions at restaurants. European Economic Review.

Kuntscher, M./ Schmidt, T./ Goossens, Y. (2020): Lebensmittelabfälle in der Außer-Haus-Verpflegung – Ursachen, Hemmnisse und Perspektiven-. Thünen Working Paper 161, Braunschweig.

Makani, F. (2016): Strategies Small Restaurant Owners Use to Reduce Food Waste and Increase Profits.

Principato, L./ Pratesi, C./ Secondi, L. (2018): Towards Zero Waste: an Exploratory Study on Restaurant managers. International Journal of Hospitality Management.

Weber, K. (2019): Erfassung von Lebensmittelabfällen in der Außer-Haus-Verpflegung. Überblick über politische Rahmenbedingungen und vorhandene Instrumente zur Erfassung. WWF Deutschland.