



Großmarkt Berlin: Hierher kommen frühmorgens Einkäufer von Sirplus, um palettenweise Obst und Gemüse zu retten



Die Lebensmittelretter

Unmengen an Essen werden weggeworfen. Zwei Berliner Start-ups haben neue Wege gefunden, Lebensmittel vor dem Mülleimer zu retten. Das eine stellt sie in Supermarktregale. Das andere serviert sie in einem Restaurant

TEXT: MARKUS WANZECK / FOTOS: KATHRIN HARMS

Die East Side Mall in Friedrichshain, nicht weit von den letzten verbliebenen 1,3 Kilometern der Berliner Mauer, ist ein austauschbares Einkaufszentrum, wie es allüberall auf der Welt stehen könnte. Mehr als 100 Shops, Neonlicht, Dudelmusik. Nicht besonders originell. Nicht besonders lustig.

Und doch gibt es darin einen ausgefallenen Ort, an dem sich mit schöner Regelmäßigkeit lustige Szenen abspielen. „Immer wieder mal kommen Kunden auf mich zu, die sich nicht so richtig im Laden umgucken haben“, erzählt Anton Hartwig, Filialleiter eines kleinen Lebensmittelmarktes. „Die sagen dann: Ich hab hier ein Produkt gefunden, bei dem das Mindesthaltbarkeitsdatum schon sehr lange verstrichen ist. Haben Sie das vielleicht noch frisch im Lager?“

Nein, haben sie nicht. Und ja, manches im Laden ist schon sehr lange abgelaufen. Nicht schlimm, überhaupt nicht, denn das gehört bei „Sirplus“ zum Konzept. Dieses Konzept erklärt Hartwig dann seinen ungeduldrigen Kunden, immer wieder geduldig, immer wieder gern, gehört ja zum Job: Werte Dame, werter Herr, sehr vieles, was Sie in diesen Regalen und Kühlschränken finden werden, hat in der Tat das sogenannte Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten. Und das ist gut so. Sie befinden sich hier in einem „Rettermarkt“. Einem Supermarkt, der Lebensmittel vor der Verschwendung gerettet hat, um sie, wie man so sagt, zurück in den Kreislauf zu bekommen.

Ein Rettermarkt also, als Gegenkonzept zum maßlosen Konsum gedacht, in einem Bauwerk, das zum Ankurbeln des Konsums errichtet wurde – eine Fehlplanung? Überhaupt nicht, findet Anton Hartwig, trotz, nein, gerade wegen der damit einhergehenden Konfusion: „Die Wahl des Standorts war sogar geschickt, weil

man hier mit vielen Menschen in Kontakt kommt, die durch Zufall auf Sirplus stoßen. Und so das Ganze für sich entdecken.“

„Das Ganze“, um das es Sirplus geht: Das Start-up möchte Menschen, die beim Vermeiden von Lebensmittelverschwendung mitmachen möchten, eine bequeme Möglichkeit dazu bieten.

Denn die Verschwendung ist groß und Rettungsmöglichkeiten lauern überall. Der WWF schätzt, dass allein in Deutschland pro Jahr rund 18 Millionen Tonnen Lebensmittel verlorengehen. 42 Prozent dieser Nahrungsmittelverluste passieren laut WWF bereits während und kurz nach der Ernte, bei der anschließenden Weiterverarbeitung sowie im Groß- und Einzelhandel; auf Großverbraucher (wie Restaurants und Kantinen) entfallen weitere 19 Prozent; und für 39 Prozent zeichnen die Endverbraucher verantwortlich.

Sirplus möchte mit seinen Rettermärkten vor allem dazu beitragen, jene ersten drei Verlustposten zu reduzieren, auf die man als Endverbraucher den geringsten Einfluss hat. Salopp gesagt, indem Lebensmittel, die auf dem Weg vom Feld auf den Teller die falsche Abzweigung genommen haben, wieder auf den rechten Weg zurückgeführt werden.

Sirplus kauft sie zu einem reduzierten, meist bloß symbolischen Preis auf. Und bietet sie, zu einem ebenfalls stark reduzierten Preis, Herrn und Frau Endverbraucher an.

„Dass bei den Supermärkten ein Haufen Essen im Müll landet, wissen inzwischen viele“, sagt Raphael Fellmer, einer der Gründer von Sirplus. „Aber die Supermarktmülltonne ist wie die Spitze des Eisbergs. Wie viele Lebensmittel schon auf dem Weg zum Supermarkt verlorengehen, ist den meisten Leuten total schlei-

»Die Supermarktmülltonne ist wie die Spitze des Eisbergs«

Raphael Fellmer, Sirplus-Geschäftsführer



Enrico Asmis

erhaft.“ Auch für Fellmer war dies ein längerer Lernprozess. Als er 2009 erfuhr, wie viele Lebensmittel wegwerfen werden, wurde er zum „Mülltaucher“ – ernährte sich also fortan vor allem von Essen aus Supermarkt-Abfallcontainern. 2011 gründete er die „Lebensmittelretten“-Bewegung, die sich später mit der Internetplattform *foodsharing.de* zusammenschloss und heute in Deutschland, Österreich und der Schweiz Hunderttausende Mitglieder zählt.

Eigentlich ein großer Erfolg. Trotzdem überkam Fellmer irgendwann ein Sisypus-Gefühl: „Ich habe gemerkt, dass es allein mit Foodsharing noch Hunderte Jahre dauern würde, bis wir alle Lebensmittel gerettet haben.“ Er wollte nicht mehr nur hinter der „teils hochgradig ineffizienten Maschine“, für die er die Lebensmittelindustrie wegen ihres Ausschusses von weltweit rund 30 Prozent der produzierten Nahrung hält, ein wenig den Dreck wegräumen. Er wollte selbst ein Rädchen in dieser Maschine werden. Sie nachhaltiger, effektiver machen – und das Nischenphänomen Lebensmittelretten in den Mainstream befördern.



Was sich auf dem Großmarkt nicht verkauft, landet im Container – oder im Lieferwagen von Essenrettern



Doch wie sollte das funktionieren? Etwa, indem man entsorgtes Essen ins Supermarktregal stellt? Eine verrückte Idee. Die ziemlich viele ziemlich charmant fanden. Im April 2017 startete Sirplus sein erstes Crowdfunding im Internet. Bis Juni jenes Jahres wollten sie 50000 Euro eingesammelt haben, um den ersten Rettermarkt zu eröffnen. Es wurden gut 90000 Euro, überwiesen von rund 1700 Unterstützern.

Unförmiges, Restposten, „Abgelaufenes“

Inzwischen gibt es drei Rettermärkte in Berlin – neben dem in der East Side Mall auch je einen in Neukölln und in der Schloßstraße in Steglitz, einer der beliebtesten Einkaufsmeilen der Stadt – sowie einen Online-Shop. Zusammen haben sie gut 100 Mitarbeiter. Gesamtumsatz 2018: rund 1,2 Millionen Euro. Seit der Gründung 2017, so hat es Sirplus errechnet, wurden schon fast drei Millionen Kilogramm Lebensmittel gerettet. Unförmiges, nicht der Norm entsprechendes Obst und Gemüse. Produkte, deren Verpackungen kleine Fehler haben. Überproduktionen. Restposten.

Und vor allem: Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum, kurz MHD, entweder unmittelbar bevorsteht oder schon überschritten wurde. Was erstmal kein Problem ist, denn dieses Datum sei „sehr konservativ“ gewählt, erklärt Sirplus-Filialeiter Hartwig. „Joghurt beispielsweise ist bei ordnungsgemäßer Kühlung noch Wochen nach dem MHD einwandfrei.“ Laut Timo Schmitt, der bei Sirplus für die Qualitätskontrolle zuständig ist und seit zehn Jahren mit abgelaufenen Lebensmitteln arbeitet, können korrekt gekühlte Joghurts mit intakter Verpackung teilweise sogar noch mehr als sechs Monate nach MHD-Ablauf genießbar sein.

Eine der wichtigsten Sirplus-Rettungsaktionen – reifes Obst und Gemüse, dem der Müllcontainer droht –



beginnt täglich um fünf Uhr in der Früh auf dem Großmarkt am Berliner Westhafen. Hier befindet sich der „Fruchthof Berlin“, eine Halle, so endlos und unübersichtlich wie ein Ikea-Warenlager. 30000 Quadratmeter. 220000 Tonnen Obst- und Gemüseumschlag pro Jahr. 120 elektrische Gabelstapler, die amesienfleißig durcheinandersurren.

Es ist noch stockdunkle Nacht, als Sirplus-Einkäufer Felix Wagner in die Halle tritt, in der es kaum wärmer ist als draußen. Vielleicht fünf Grad. Trotzdem wird Wagner schnell warm ums Retterherz. In seiner Lieblingsecke, wo einer der Großhändler kistenweise assortierte B-Ware abstellt: Salat, reichlich, eigentlich einwandfrei. „Da wunder ich mich tatsächlich gerade, warum der hier steht.“ Daneben: Staudensellerie. „Geht immer gut.“ Grünkohl: „Auf jeden Fall spannend.“ Und: Fenchel, zwei Kisten. „Wenn man die äußere Schale abmacht, sieht der darunter aus wie neu.“ Wird alles gerettet.

Eine Wand voller Clementinen

Der Sirplus-Einkäufer stapelt Kiste um Kiste auf eine Holzpalette. Wischt auf seinem Handy hoch und runter, um die Wunschlisten der Sirplus-Märkte damit abzugleichen. Packt noch drei Kisten Gurken drauf, je eine Kiste Dill und Suppengrün, zwei Kisten Romanesco. Und was sonst noch spannend ist oder gut geht.

Wagner ist mit der Ausbeute zufrieden, er ruft den Preismacher. Der tippt Kiste um Kiste in seinen Rechner. Plötzlich dreht er sich um und zeigt auf eine Wand aus Pappkartons, die hinter der Retterpalette meterhoch aufragt. Clementinen, in Beuteln. Zwei Lkw-Ladungen seien geliefert worden, eine davon habe sich gut verkauft, erzählt der Preismacher. Dann sei der Markt in Berlin

und Brandenburg satt gewesen.

„Die Clementinenbeutel“, sagt der Preismacher, „kannste palettenweise mitnehmen.“ „Sind die durch?“, will Wagner wissen.

Der Preismacher zögert. „Jo-aaah ... Ein bisschen durch sind sie ... Da ist halt in jedem Beutel mal eine drin, die kaputt ist.“

Wagner schaut sich zwei, drei Kisten an. „Hmm ... Was sagst du? Wie viel der Beutel?“ „Beutel 10 Cent. Scheißegal. Weg damit! Wir wollten die eigentlich gestern schon wegschmeißen.“

„Gut, zehn Kisten.“

„Na, siehste. Geht doch.“

Der Preismacher lächelt, zückt nochmal den Rechner. Er verdient so nicht nur etwas Geld. Er spart obendrein Entsorgungsgebühren, die der Großmarkt für Nichtverkauftes in Rechnung stellt. Wagner lädt die zehn Kartons auf die Palette. „Ich hoffe jetzt mal“, sagt er beim Rausgehen, „da hab ich mich nicht verschätzt.“

Auf dem Parkplatz vor dem Großmarkt steht inzwischen ein zweiter Sirplus-Transporter, vor dem schon ein Fahrer wartet. Zusammen verteilen er und Felix Wagner das gerettete Obst und Gemüse auf drei Paletten. Eine für jede Filiale. Steglitz, Neukölln, Friedrichshagen. Besprechung der beiden Routen. Auf Wagners Weg liegt eine Großbäckerei. Der andere Transporter wird unterwegs noch 625 Liter Milch retten. ➤



Einkäufer Felix Wagner (o.l.) und Filialeiter Anton Hartwig begutachten eine Brotlieferung. Gerettetes Obst und Gemüse in der Sirplus-Filiale (u.)



Dingsdums-Inhaber Mauritz Schröder kauft bei Sirplus getretete Lebensmittel für sein Restaurant

Als Wagner in der East Side Mall eintrifft und die Brotlaibe ablädt, ist Filialleiter Anton Hartwig bester Laune: Gerade hat er einen stattlichen Kürbis verkauft, den er extra direkt an der Kasse positioniert hatte – nicht zu übersehen. Wagner kann die Freude seines Kollegen gut verstehen: „Für den klassischen Einzelhandel wäre ein solcher Kürbis zu groß. Wir geben ihm die Chance, hier trotzdem verkauft zu werden.“

Dann muss Wagner weiter. Brote nach Steglitz bringen. Eventuell noch im Lager vorbeischauchen. Den Großmarkteinkauf für morgen vorbereiten. Sein Wecker klingelt um 3:30 Uhr, deshalb hat er am frühen Nachmittag Feierabend. Schon da ist abschbar, dass seine wichtigste Wette des Tages aufgegangen ist. Die Clementinen, die im Morgengrauen ihrem unrühmlichen Ende im Container gerade noch von der Schippe gesprungen sind, finden reißenden Absatz.

Einen etwas anderen Arbeitsrhythmus haben Ann-Kathrin Wohlrab und Mauritz Schröder. Ihr Restaurant „Dingsdums“, in dem sie Dumplings gefüllt mit Gerettetem servieren, ist donnerstags bis montags von 18 bis 23 Uhr geöffnet. Es liegt auf der anderen Seite der Spree, am Görlitzer Park in Kreuzberg – für Berliner Verhältnisse also geradezu in der Nachbarschaft des Sirplus-Markts in der East Side Mall. Auch unternehmenshistorisch besteht eine Nähe zwischen den beiden Essensretter-Start-ups. Als Sirplus 2017 sein erstes Crowdfunding mit einer Party feierte, kam das Catering dafür von Dingsdums.

Mit einem Karton schreiten Wohlrab und Schröder die Regale des Rettermarkts ab, legen Karotten und Pastinaken, Rettiche und Orangen hinein, dazu ein paar Dosen mit geschälten Tomaten. Heute seien die Oran-



Mauritz Schröder und Ann-Kathrin Wohlrab servieren gerettete Lebensmittel in Teigtaschen – so hübsch verpackt, sieht alles lecker aus



gen für den Salat, erklärt Wohlrab. „Aber manchmal finden sie durchaus auch den Weg in die Teigtaschen.“ Das sei ja das schöne an Dumplings: dass man alles Mögliche reinpacken könne. Das Aussehen der Füllung ist egal – Hauptsache, Qualität und Geschmack stimmen. Die inneren Werte.

Nachdem Wohlrab und Schröder die Einkäufe in der Küche ihres Restaurants abgelegt haben, weckt der Koch einen Teil des geretteten Gemüses direkt in einem Essig-Chili-Sud ein. So wird es länger haltbar. Und das Kochen etwas besser planbar.

Trotzdem wechselt die Speisekarte bei Dingsdums naturgemäß ständig – kommt halt immer darauf an, was gerade gerettet werden muss. Und sie funktioniert mit einem Farbenleitsystem. Damit alle – Gäste, Bedienung, Koch – wissen, welche Füllung in welcher Teigtasche ist, wird der Teig unterschiedlich eingefärbt, mit Weizengraspulver etwa oder Rote-Beete-Saft. Eine Konstante gibt es aber doch: „Zwei Drittel unserer Dumplings sind vegetarisch oder vegan“, sagt Ann-Kathrin Wohlrab.

Leckeres Lebensmittelretten

Sofort nach der Produktion werden die Dumplings schockgefrostet und wandern in die Tiefkühltruhe. In dieser lagern kiloweise vorproduzierte Teigtaschen, die sich bei Bedarf schnell auftauen und zubereiten lassen. Für die Gäste im „Showroom“, wie Wohlrab ihr kleines Ladenlokal mit zwei Tischen nennt. Oder für die Caterings, die die Dingsdums-Macher weiterhin anbieten.

Nicht alles allerdings, was Dingsdums in die Dumplings packt, ist gerettetes Essen. Das, erklärt Mauritz Schröder, sei nicht machbar. „Wir haben eine gewisse

Menge an Zukauf. Dazu gehören Mehl, Salz, Gewürze – überwiegend Sachen, die eigentlich nie ablaufen.“ Natürlich versuche man, diesen Zukauf möglichst gering zu halten, aus ökologischen wie auch ökonomischen Gründen, so Schröder. „Über den Daumen gepeilt, verarbeiten wir zu 80 bis 90 Prozent gerettete Lebensmittel.“

Passat schon, 100 Prozent seien auch gar nicht ihr Ziel, ergänzt Ann-Kathrin Wohlrab. „Perfekt kann man es nie machen.“ Wichtiger sei, dass man bewusst Dinge hinterfrage, sich an Neues herantaste. Wohlrab meint in diesem Moment das Streben nach Nachhaltigkeit, sie sagt: „Kein Mensch kann keinen CO₂-Fußabdruck haben.“

Doch auch die Dingsdums-Dumplings dürfen sich gemeint fühlen, die durchaus etwas Neues sind, an das heranzutasten sich lohnt. So denkt man, wenn man die Schälchen mit Beispielteigtaschen sieht, die Mauritz Schröder nun aus der Küche herüberträgt. Eine Kreation raffinierter als die andere – gefüllt mit Zutaten, die andere Menschen weggeworfen haben. So lecker kann Lebensmittelretten sein. ■

WEINWISSE

Für alle, die mehr über Wein wissen wollen

Unabhängig, fundiert, kompakt:

WEINWISSE ist das führende deutschsprachige Wein- und Verkostungsmagazin für Weinprofis, ambitionierte Weinliebhaber und für alle, die mehr über Wein und deren Macher wissen wollen. Seit 25 Jahren beschreibt und bewertet WEINWISSE jährlich systematisch über 4.000 Spitzenweine aus aller Welt und bietet Profis und Weingenießer eine einzigartige Einkaufshilfe und wertvolle Orientierung in der Welt der großen, feinen und gesuchten Weine.



Das Autorenteam des WEINWISSE besteht aus den besten deutschsprachigen Weinjournalisten und professionellen Verkostern.
www.weinwisser.com

Hier kostenloses Probeheft anfordern: ☎ +49 711 72 52 239

www.weinwisser.com