



«RDT, E-Learning, Workshop, Roll-out, Waste-Tracker, Too Good To Go» – wie all diese englischen Begriffe zum Food Save beitragen – und warum der richtige Mindset ein Schlüsselfaktor dabei ist? Sie erfahren es in dieser Story.

Das erste Marché-Restaurant in der Schweiz wurde 1986 an der Autobahn A2 in Neuenkirch Ost eröffnet. Dieser Standort ist nun auch der Pilotbetrieb für das erste Food Save Projekt der Marché Restaurants Schweiz AG. Die stellvertretende Store Managerin und Food Save Projektleiterin Kayathiry (Kay) Yoganathan setzt zusammen mit dem 21-jährigen Systemgastronomen und Teamleiter Food & Restaurant Tobias Hollinger, das Food Save Projekt im Marché-Restaurant in Neuenkirch nach dem Ansatz: Research Development Training (RDT) um.

RDT: umgekehrte Hierarchie-Pyramide

Der RDT-Ansatz basiert auf einer umgekehrten Hierarchie-Pyramide und ist ein wesentlicher Bestandteil des Marché-Förderungskonzeptes. Die Mitarbeitenden erhalten den nötigen Gestaltungsraum und das Vertrauen der Führungskräfte, um bisherige Prozesse offen zu hinterfragen und konstruktive Vorschläge einzubringen. Diesem Ansatz folgend wurde dem jungen Gespann und seinem Team nicht einfach ein Massnahmenplan zur Umsetzung des Pilotprojekts vorgelegt. «Wir sind an der Front, kennen die Prozesse, die Mitarbeitenden und wissen, was funktioniert und was nicht», meinen Kay und Tobias übereinstimmend. Das Know-how und die Erfahrungen der Mitarbeitenden, die täglich in der Küche und in direktem Gästekontakt stehen, sollen gezielt in den Entwicklungsprozess einfließen. Gestützt auf diese Erfahrungswerte entscheidet das Marché-Team in Neuenkirch selbst über die nötigen und sinnvollen Food Save Massnahmen im Betrieb und setzt diese in Eigenregie um. Fehler zu machen und daraus zu lernen, ist erlaubt und erwünscht. Die Ergebnisse des Pilotprojekts werden anschliessend mit der über-



betrieblichen Führungsebene ausgewertet mit dem Ziel, die Optimierungsmassnahmen auch an anderen Standorten integrieren zu können.

Motivation aus persönlichem Antrieb

Das 39-köpfige Team rund um Kay, Tobias und den kürzlich neu dazugestossenen Store Manager, Christoph von Atzigen, ist heterogen zusammengesetzt – vom 17-jährigen Lehrling bis zu Mitarbeitenden, die schon seit Eröffnung des Marché in Neuenkirch, sprich 37 Jahre, dabei sind. Trotz dieser Diversität haben sich alle rasch auf die angestrebten Food Save Ziele verstanden. Zwar verlief der Anfang nicht reibungslos: Die Zuordnung zu den Food Waste Kategorien beispielsweise hat während des zweiwöchigen Testdurchlaufs noch für Verwirrung gesorgt. Indes: «Es hat mich positiv überrascht, wie gut alle mitgemacht haben. Schon nach zwei Wochen haben die Mitarbeitenden von sich aus die Rüsttechnik angepasst und das Büffet am Abend bedarfsgerechter aufgefüllt», konstatiert Tobias. «Ich bin sehr stolz, dass wir ein Pilotbetrieb sein können», meint Kay, sichtlich erfreut, und ergänzt: «Wenn wir selbst von der Sache überzeugt sind und als Vorbilder vorangehen, können wir auch die Mitarbeiter motivieren.» Die Realität gibt ihnen Recht.

«Ich bin sehr stolz, dass wir ein Pilotbetrieb sein können»

Online-Schulung mit «Wow!»-Effekt

Einen weiteren Boost hat das E-Learning «Von Food Waste zu Food Save» bewirkt. Diese Gruppen-Schulung behandelt während rund zwei Stunden allgemeine Umweltthemen und führt den Mitarbeitenden vor Augen, wie viel Food Waste global und in der Schweiz produziert wird und wie dieser wirkungsvoll bekämpft werden kann. Laut Kay und Tobias führt das bei den Mitarbeitenden oft zu einem «Wow!»-Effekt und bestärkt sie beim Food Save im Alltag. Die Adaption des ursprünglich 20-minütigen E-Learnings von United Against Waste (UAW) auf den Marché-Betrieb hat Birke Baden, Quality Managerin bei Marché, unterstützt. Sie hat auch bei der Ein- und Durchführung der ersten Food Save Messung vor Ort tatkräftig mitgewirkt, sodass sie die Diskussionen und Prozessabstimmungen aus erster Hand mitbekommen hat und Kay und Tobias auch beim weiteren Prozess unterstützen konnte.

Offene Türen eingerannt

Im Januar 2022 wurde das Marché Neuenkirch Ost direkt von UAW für eine Teilnahme am Projekt «Food Save Luzern» angefragt. Birke wurde zusammen mit der Geschäftsleitung in den Entscheidungsprozess involviert. Weil Food Save bei Marché sowieso ein zunehmend gewichtigeres Thema wurde, wurden gleichsam offene Türen eingerannt. Nach dem Entscheid, ein Pilotprojekt im Marché Neuenkirch umzusetzen, nahmen Birke, Kay und Tobias an einem Workshop von UAW teil. In diesem Workshop haben sie Informationen zur praktischen Umsetzung sowie elektronische Tools wie den «Waste Tracker», Instruktionsunterlagen und ein Tagebuch erhalten. Das Tagebuch ist ein nützliches Instrument, um die Prozesse auch bei Abwesenheit der Leitungspersonen am Laufen zu halten. Laut Kay und Tobias haben die Beratung und die Tools von UAW den ganzen Prozess enorm vereinfacht.

«Das Gästeverhalten hat sich positiv verändert»

Kay und Tobias stellen fest, dass die Gäste heute sensibilisierter für Food Waste sind als noch vor ein paar Jahren. Auch das Angebot von drei verschiedenen Tellergrössen trägt dazu bei, dass das Potential für die Reduktion des Tellerrücklaufs weitgehend ausgeschöpft ist. Das Verhalten und Verständnis der Gäste ist bei einem grossen Player wie Marché, der in der Schweiz jährlich 9.1 Mio. Gäste bewirbt, matchentscheidend. Wenn heute einem Gast erklärt wird, dass die Cremeschnitten ausverkauft sind oder das Buffet-Angebot am Abend reduziert ist, stösst das auf Verständnis. Das erlaubt einem Gastrobetrieb wie Marché den Mut zur Lücke bzw. die Anpassung des Angebots am «Marktplatz» entsprechend den tageszeitüblichen Besucherzahlen. Durch diese Massnahmen kann der End-of-Day-Waste merklich



vermindert werden. Ein Teil davon kann noch via App von «Too Good To Go» zu einem reduzierten Preis bei Marché bestellt und abgeholt werden – eine weitere sinnvolle reaktive Food Save Massnahme.

Roll-out

Zwei Punkte werden von den Betrieben nach der erfolgreichen Umsetzung von Food Save Massnahmen – nebst dem ökologischen und ökonomischen Nutzen – immer wieder genannt: Zufriedenheit und Zusammenhalt durch das, was man gemeinsam erreicht hat, und die verbesserte Kommunikation unter den Mitarbeitenden – auch über die Teams hinaus. So auch im Marché Restaurant in Neuenkirch Ost. Das hat beispielsweise dazu geführt, dass Mitarbeitende vom Team «Food» sich nun auch bereit erklären, flexibel im Team «Restaurant» anzupacken – und umgekehrt. Neuerdings wird zusätzlich auch via Gruppenchat miteinander kommuniziert. «So können wir uns gegenseitig motivieren!», bemerkt Kay und resümiert: «Und natürlich sind wir stolz darauf, als Pilotbetrieb Erfahrungen zu sammeln und diese anschliessend beim Roll-out an andere Marché-Restaurants weiterzugeben.»



Facts & Figures Marché Restaurant Neuenkirch Ost

Mitarbeitende: 42

- davon Food (Küche): ca. 50%
- davon Restaurant: ca. 50%

Tische: 52

Durchschnittliche Zahl der Mittagmenüs: ca. 25
(Tageshit)

Gäste (Transaktionen*): 300–500 (am WE)

Bestseller: Asia Counter

*Bestellung pro Gästeverbund, z.B. Familie

Überblick

- **Alle Mitarbeitende haben Gestaltungsfreiraum und Vertrauen, um Prozesse zu hinterfragen und Vorschläge einzubringen – gemeinsames Vorgehen ermöglicht gemeinsames Verständnis (RDT-Ansatz im Marché-Förderungskonzept)**
- **Team entscheidet selbst über Food Save Massnahmen und setzt sie eigenständig um**
- **Adaptiertes E-Learning «Von Food Waste zu Food Save» hat positiven Effekt auf Mitarbeitende, regt weitere Erkenntnisse an und stärkt ihr Bewusstsein für Food Save im Alltag**
- **Verschiedene Tellergrößen reduzieren den Tellerrücklauf**
- **Anpassung des Angebots und der Frequenzen an Besucherzahlen reduziert «End-of-Day-Waste»**

Ergebnis

Food Save Massnahmen führen zu Zufriedenheit, Zusammenhalt und verbesserter Kommunikation bei Mitarbeitenden

