

Nationale Woche gegen Food Waste

Focus Food Save

Ausgabe 2026: 12.09. - 20.09.2026

Warm-up: 07.09. – 11.09.2026

Cool-down : 21.09. – 27.09.2026

Inhalt

- Vision und Konzept – eine Bewegung entsteht
- Wissenschaftliche Grundlagen
 - Zielgruppen
 - Themen & Botschaften 2026
- Umsetzungshilfen & mögliche Aktionen

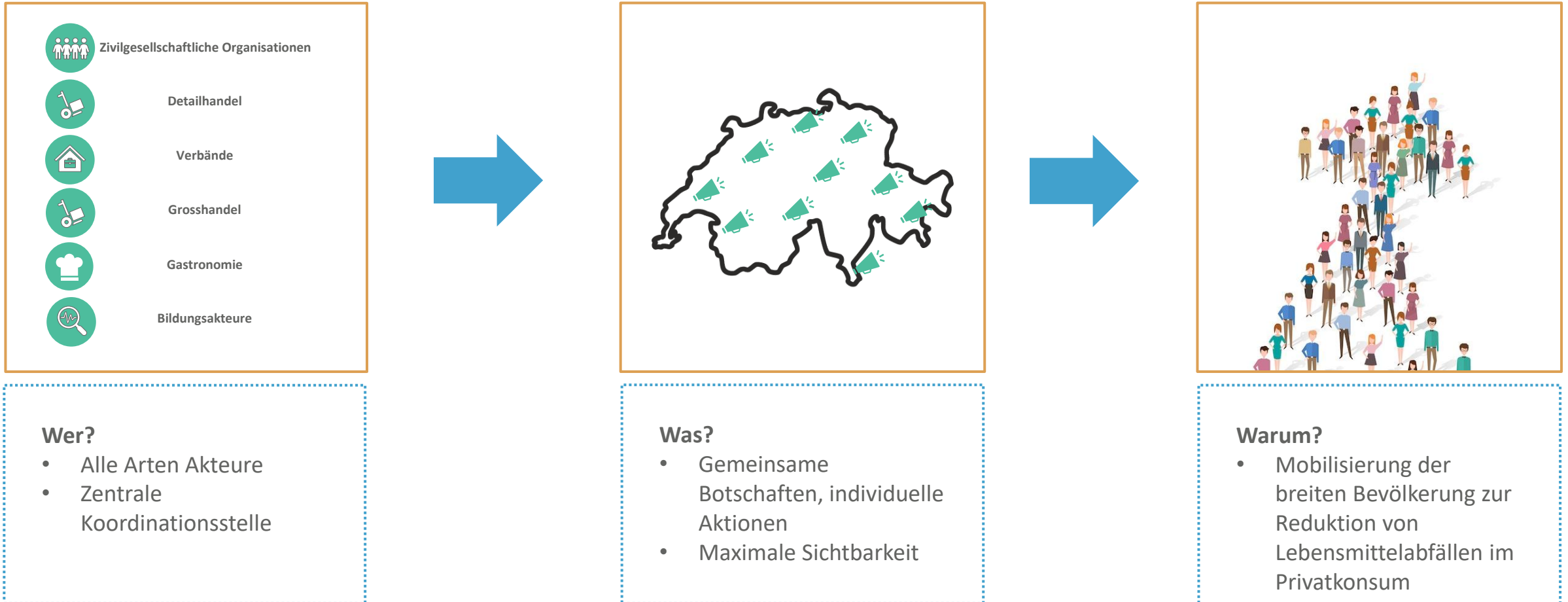


Vision und Konzept

Eine Bewegung entsteht

Nationale Woche gegen Food Waste – Konzept

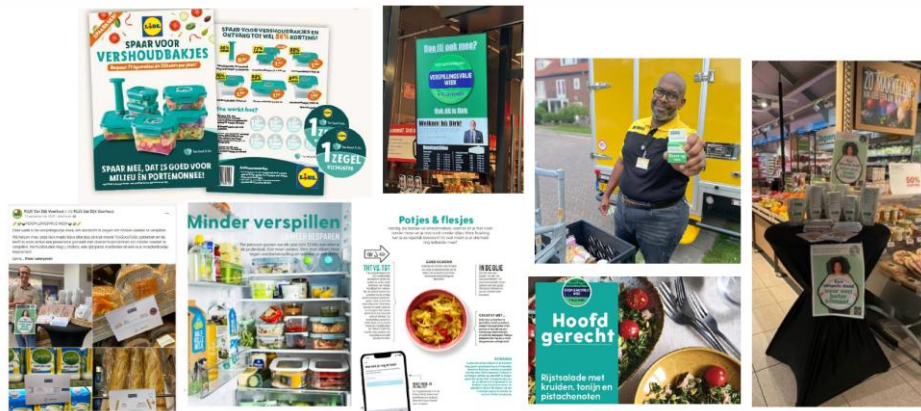
Aktivierung der Konsument:innen für das SDG 12.3 – Halbierung bis 2030



Eine Woche, gemeinsame Botschaften, viele dezentrale Aktionen der Partner:innen

Actions partners - retailers

FOOD WASTE FREE
UNITED



Actions partners - producers

FOOD WASTE FREE
UNITED



Actions partners - caterers

FOOD WASTE FREE
UNITED



Nieuws

Gastlessen over voedselverspilling tijdens de Verspillingsvrije Week!

15 september 2022

Op woensdag 14 september zijn groep 7 en 8 van Christelijke Basisschool De Ark afgereisd naar de Floriade in Almere. Zij kregen hierbij gastlessen over voedselverspilling, in het kader van de Verspillingsvrije Week!

<https://samentegenvoedselverspilling.nl/en>

**SAMEN TEGEN
VOEDSELVERSPILLING**

Nationale Woche gegen Food Waste
Semaine nationale contre le gaspillage alimentaire

Die Bewegung entsteht

Über 40 bestätigte Umsetzungspartner:innen



Bundesamt für Umwelt (BAFU)
Kanton Basel-Stadt (AUE)
Kanton Basel-Land (AUE)
Kanton Bern (AWA)
Kanton Zug (Amt für Umwelt)
Kanton Aargau (AUE, BVUALG)
Kanton Genf (DDC)
Kanton Zürich
Stadt Zürich (UGZ)
Stadt Bern (AFU)
Stadt St. Gallen (UE)
Stadt Winterthur

Pistor AG
Transgourmet AG
Aldi Suisse AG
Lidl Schweiz AG
Volg Konsumwaren AG
Migros Supermarkt AG
Denner AG
Coop Genossenschaft
ZVF-Unternehmungen
Eldora SA
SV Group AG
Unilever

Proviande
GastroSuisse
Velede
Stiftung für Konsumentenschutz
ACSI
Evangelisch-reformierte Landeskirche
des Kantons Zürich
Genossenschaft vielgrün
Swiss Retail Federation
Ernährungsforum ZH, BE
Foodsave-Bankette.ch
Madame Frigo
Äss-Bar GmbH
Stiftung Schweizer Tafel
Responsible Hotels of Switzerland
myclimate
WWF
Foodoo

Nationale Woche gegen Food Waste 2026

Nationale Woche: 12.09. - 20.09.2026

Warm-up: 07.09. – 11.09.2026

Cool-down : 21.09. – 27.09.2026

Ziel:

- Grundstein für „Nationale Woche Bewegung“ gelegt
- Test des Konzepts in der Praxis
- Aufbau Koordinationsstrukturen
- Optimierung der Prozesse (intern & extern) für die Nationale Woche 2027



Erfolgsfaktoren



- ✓ Gestaltungsfreiraum
- ✓ Bestehende Netzwerke nutzen
- ✓ Wirksames Schwerpunktthema
- ✓ Positive Kommunikation

No-Gos



- ✗ Negative oder vorwurfsvolle Kommunikation
- ✗ Vorgefertigte Kampagne
- ✗ Strenge Vorgaben für Umsetzung
- ✗ Greenwashing

Finanzierung

Co-Finanzierungsmodell

- Schlanke Projektleitung als Koordinationsstelle
- Crowdfunding-Modell

Food Save Aktionswoche

Jährliche Co-Finanzierungsbeiträge für Partnerorganisationen ab 2026

Alle Beträge verstehen sich exkl. MWST und werden zzgl. MWST verrechnet.

Wirtschaftsakteure				
Unternehmen	UAW Mitglied		Nicht UAW-Mitglied	
Gastronomie bis 25 Mio. Umsatz	CHF	500.00	CHF	750.00
Gastronomie über 25 Mio. Umsatz	CHF	3'500.00	CHF	5'250.00
Verarbeitung / Handel bis 30 Mio. Umsatz	CHF	2'000.00	CHF	3'000.00
Verarbeitung / Handel über 30 Mio. Umsatz	CHF	5'500.00	CHF	8'250.00
Bei Gruppen / Konzernen werden Tochterunternehmen als individuelle Unternehmen betrachtet um den aktiven Einbezug in die Umsetzung zu gewährleisten.				
Branchenverbände				
Nationale Branchenverbände	CHF	1'000.00	CHF	1'500.00
öffentliche Verwaltung				
Gemeinden / Städte				
Gemeinden bis 25K Einwohner:innen			kostenfrei	
bis 100K Einwohner:innen	mindestens		CHF	3'000.00
über 100K Einwohner:innen	mindestens		CHF	5'000.00
Kantone				
bis 130K Einwohner:innen	mindestens		CHF	3'000.00
130K bis 500K Einwohner:innen	mindestens		CHF	5'000.00
500K bis 800K Einwohner:innen	mindestens		CHF	7'000.00
über 800K Einwohner:innen	mindestens		CHF	10'000.00
Bund				
BAFU	in Anfrage 2025-2026			CHF 150'000.00
BLW / BLV	Kontakte bestehen			--
NGOs / Food Save Organisationen				
National organisierte NGO			CHF	1'000.00
Regionale NGO / Food Save Organisationen			kostenfrei	
Förderstiftungen				
SV Stiftung	gesichert, 2025		CHF	25'000.00
Verein OGG	gesichert, 2026		CHF	30'000.00
Seedling Foundation	gesichert, 2026 - 2028		CHF	188'000.00



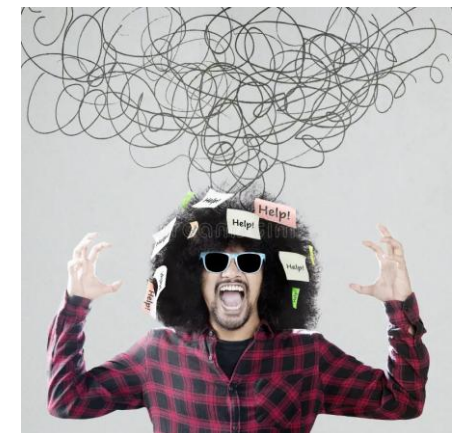
Wissenschaftliche Grundlagen

Welche Zielgruppen sind am relevantesten?

Nicht jede Zielgruppe lässt sich durch dieselben Argumente motivieren

- Die am besten zu *bewegenden* Zielgruppen sind:

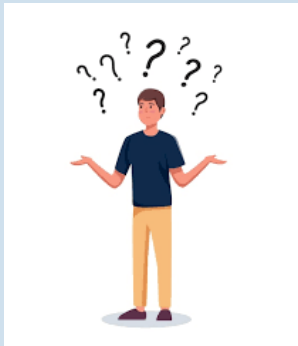
Über 50% der Bevölkerung	Konservative 24%	Selbstbezogene 8%	Spontane 21%
Merkmale	Sparsam, planungsorientiert, traditionsbewusst.	Statusbewusst, Lust & Genuss, selbstbezogen, wenig Umweltinteresse.	Chaotisch, impulsiv, oft überfordert mit Haushaltsorganisation.
Ansprache	Finanzielle Vorteile betonen: „Sparen durch Resteverwertung“	Soziale Normen & Image: „Food Waste vermeiden ist smart und im Trend“	Praktischer Nutzen & Alltagshilfen



Welches sind Gründe für Food Waste im Haushalt?

Was sagt die Schweizer Bevölkerung (Befragung Deloitte, 2021)

- Je etwa 20% aufgrund:

zu viel eingekauft	zu grosse Packungen	Haltbarkeitsdaten missverstanden	aus den Augen verloren (Lagerung)	Resten nicht verwertet
				

Themen und Botschaften 2026

Optimal Lagern

Haltbarkeitsdaten
richtig verstehen

Clever
Einkaufen

Kreativ Kochen,
alles verwerten

Freude am
Essen teilen





Umsetzungshilfen & Aktionen

Zu den Infopoints!

- 4 Infopoints à 10 Minuten
- Rotation → wir geben Zeichen

Semaine nationale contre le gaspillage alimentaire

Focus Food Save

Ausgabe 2026: 12.09. - 20.09.2026

Warm-up: 07.09. – 11.09.2026

Cool-down : 21.09. – 27.09.2026

Contenu

- Vision et concept – un mouvement voit le jour
- Bases scientifiques
 - Publics cibles
 - Thèmes et messages 2026
- Aides à la mise en œuvre et actions possibles

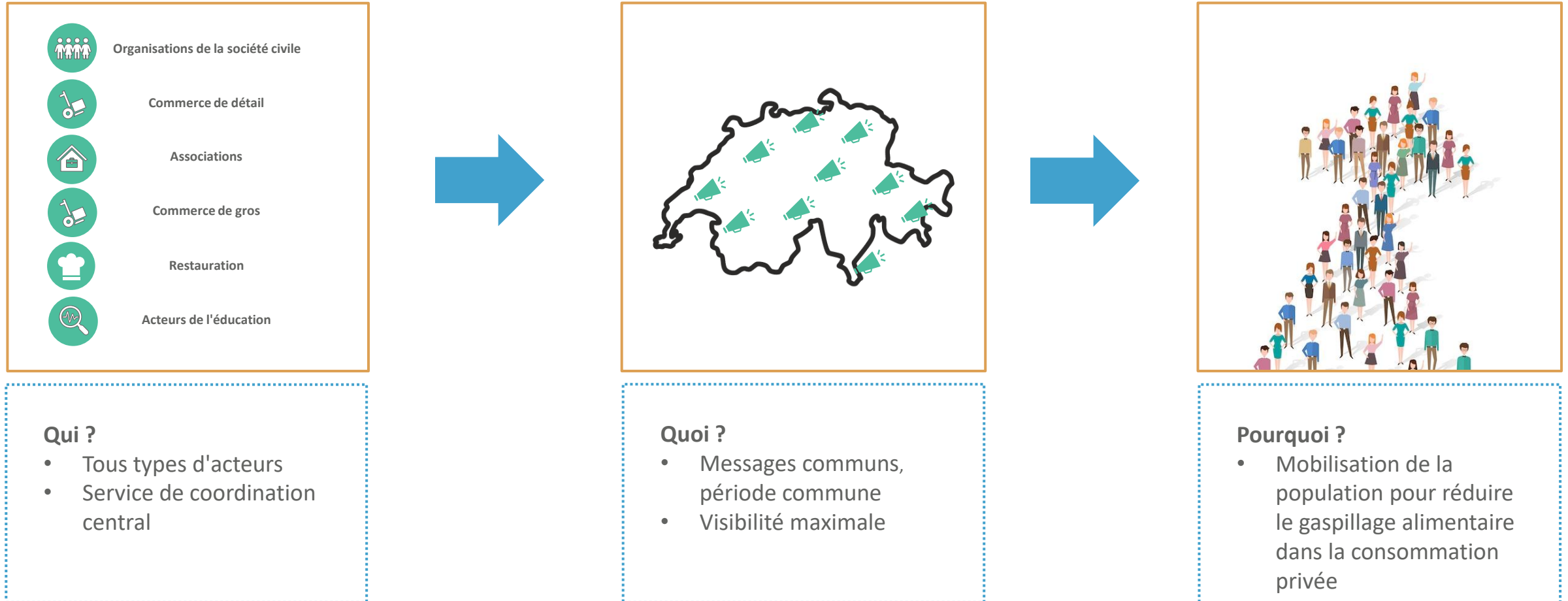


Vision et concept

Un mouvement voit le jour

Semaine nationale contre le gaspillage alimentaire

Mobilisation des consommateurs:trices pour l'ODD 12.3 – Réduction de moitié d'ici 2030



Une semaine, des messages communs, de nombreuses actions décentralisées menées par les partenaires

Actions partners - retailers

FOOD WASTE FREE
UNITED



Actions partners - producers

FOOD WASTE FREE
UNITED



Actions partners - caterers

FOOD WASTE FREE
UNITED



Nieuws

Gastlessen over voedselverspilling tijdens de Verspillingsvrije Week!

15 september 2022

Op woensdag 14 september zijn groep 7 en 8 van Christelijke Basisschool De Ark afgereisd naar de Floriade in Almere. Zij kregen hierbij gastlessen over voedselverspilling, in het kader van de Verspillingsvrije Week!

<https://samentegenvoedselverspilling.nl/en>

**SAMEN TEGEN
VOEDSELVERSPILLING**

Nationale Woche gegen Food Waste
Semaine nationale contre le gaspillage alimentaire

Messages communs, actions propres

Avantages du modèle néerlandais

Key factors for success

FOOD WASTE FREE
UNITED



Movement
instead of a
campaign



Multi-
stakeholder
collaboration



Scientific
framework
instead of
marketing



Partners use
uniform
message



Enormous
reach in a cost-
effective
manner



Combination:
awareness and
practical tools



Movement
inspires not-
involved
organisations

Le mouvement prend forme

Plus de 40 partenaires confirmés

Office fédéral de l'environnement (OFEV)
Canton de Bâle-Ville (AUE)
Canton de Bâle-Campagne (AUE)
Canton de Berne (AWA)
Canton de Zoug
Canton d'Argovie (AUE, BVUALGZ)
Canton de Genève (DT)
Canton de Zurich
Ville de Zurich (UGZ)
Ville de Berne (AFU)
Ville de Saint-Gall (UE)
Ville de Genève (DFEL)
Ville de Winterthour

Pistor AG
Transgourmet AG
Aldi Suisse AG
Lidl Schweiz AG
Volg Konsumwaren AG
Migros Supermarkt AG
Denner AG
Coop Genossenschaft
Unilever Food Solutions GmbH
ZVF-Unternehmungen
Eldora SA
SV Group AG

Proviande
GastroSuisse
Veledes
Genossenschaft vielgrün
Swiss Retail Federation
Ernährungsforum ZH, BE
Foodsave-Bankette.ch
ACSI
Stiftung für Konsumentenschutz
Reformierte Kirche Zürich
Madame Frigo
Äss-Bar GmbH
Stiftung Schweizer Tafel
Responsible Hotels of Switzerland
Tischlein deck dich
myclimate
WWF
Foodoo



Semaine d'action pilote 2026 : « Phase 0 »

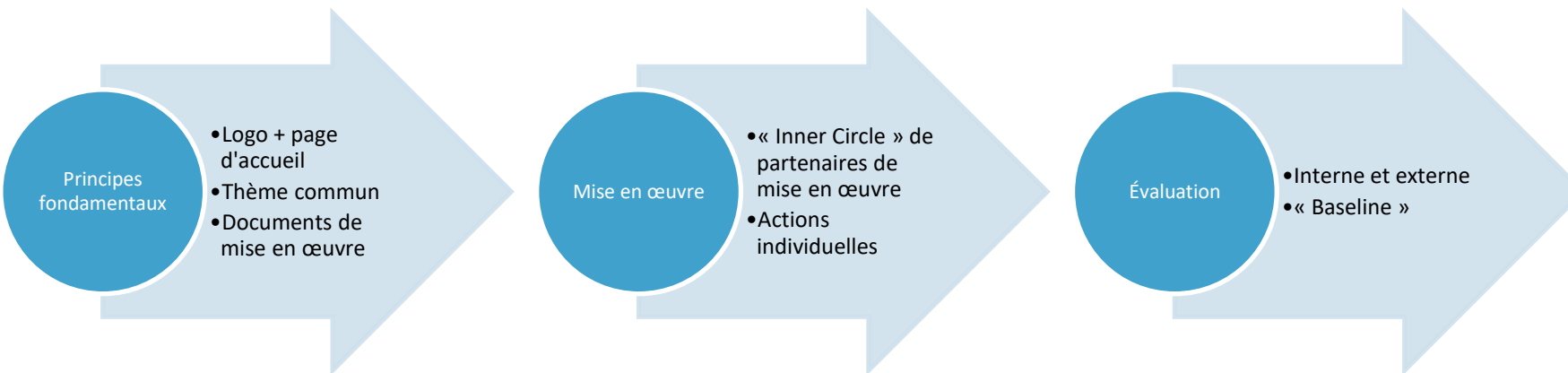
Semaine d'action : 12.09. - 20.09.2026

Warm-up: 07.09. – 11.09.2026

Cool-down : 21.09. – 27.09.2026

Objectif :

- Poser les bases du mouvement de la semaine d'action
- Test du concept dans la pratique
- Mise en place de la structures de coordination
- Optimisation des processus (internes et externes) pour la semaine d'action 2027



Facteurs de réussite



- ✓ Liberté de conception
- ✓ Utilisation des réseaux existants
- ✓ Thème central efficace
- ✓ Communication positive

À ne pas faire



- ✗ Communication négative ou accusatrice
- ✗ Campagne toute faite
- ✗ Directives strictes pour la mise en œuvre
- ✗ Greenwashing

Financement

Modèle de co-financement

- Gestion de projet allégée en tant que service de coordination
- Modèle de crowdfunding

Semaine d'action contre le gaspillage alimentaire			
Contributions annuelles en co-financement pour les organisations partenaires à partir de 2026			
<i>Tous les montants s'entendent hors TVA et <u>seront facturés avec TVA en plus.</u></i>			
Acteurs économie			
Entreprises	Membres UAW		Non-Membres UAW
Restauration CA jusqu'à 25 millions	CHF	500.00	CHF 750.00
Restauration CA au delà de 25 millions	CHF	3'500.00	CHF 5'250.00
Transformation/ commerce CA jusqu'à 30 millions	CHF	2'000.00	CHF 3'000.00
Transformation/ commerce CA au delà de 30 millions	CHF	5'500.00	CHF 8'250.00
<i>Pour des groupes / holdings, les filiales sont considérées comme des entreprises individuelles afin de garantir leur implication active dans la mise en œuvre.</i>			
Associations professionnelles			
Associations professionnelles nationales	CHF	1'000.00	CHF 1'500.00
Administration publique			
Communes/ Villes			
Communes jusqu'à 25K d'habitants			sans frais
jusqu'à 100K d'habitants	minimum		CHF 3'000.00
au delà de 100K d'habitants	minimum		CHF 5'000.00
Cantons			
jusqu'à 130K d'habitants	minimum		CHF 3'000.00
130K à 700K d'habitants	minimum		CHF 5'000.00
au delà de 700K d'habitants	minimum		CHF 10'000.00
Confédération			
un ou plusieurs offices fédéraux			CHF 80'000 - 200'000
ONG / Organisations Food Save			
ONG organisée au niveau national/ Organisations de consommateurs			CHF 1'000.00
ONG régionaux / Organisations Food Save			sans frais
Fondations			
SV Stiftung	confirmé, 2025		CHF 25'000.00
Seedling Foundation	confirmé, 2026 - 2028		CHF 250'000.00



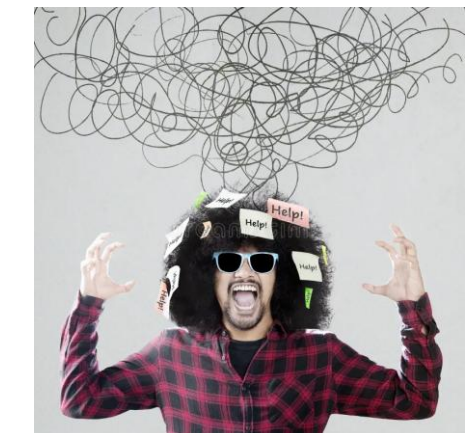
Bases scientifiques

Quels sont les publics cibles les plus pertinents ?

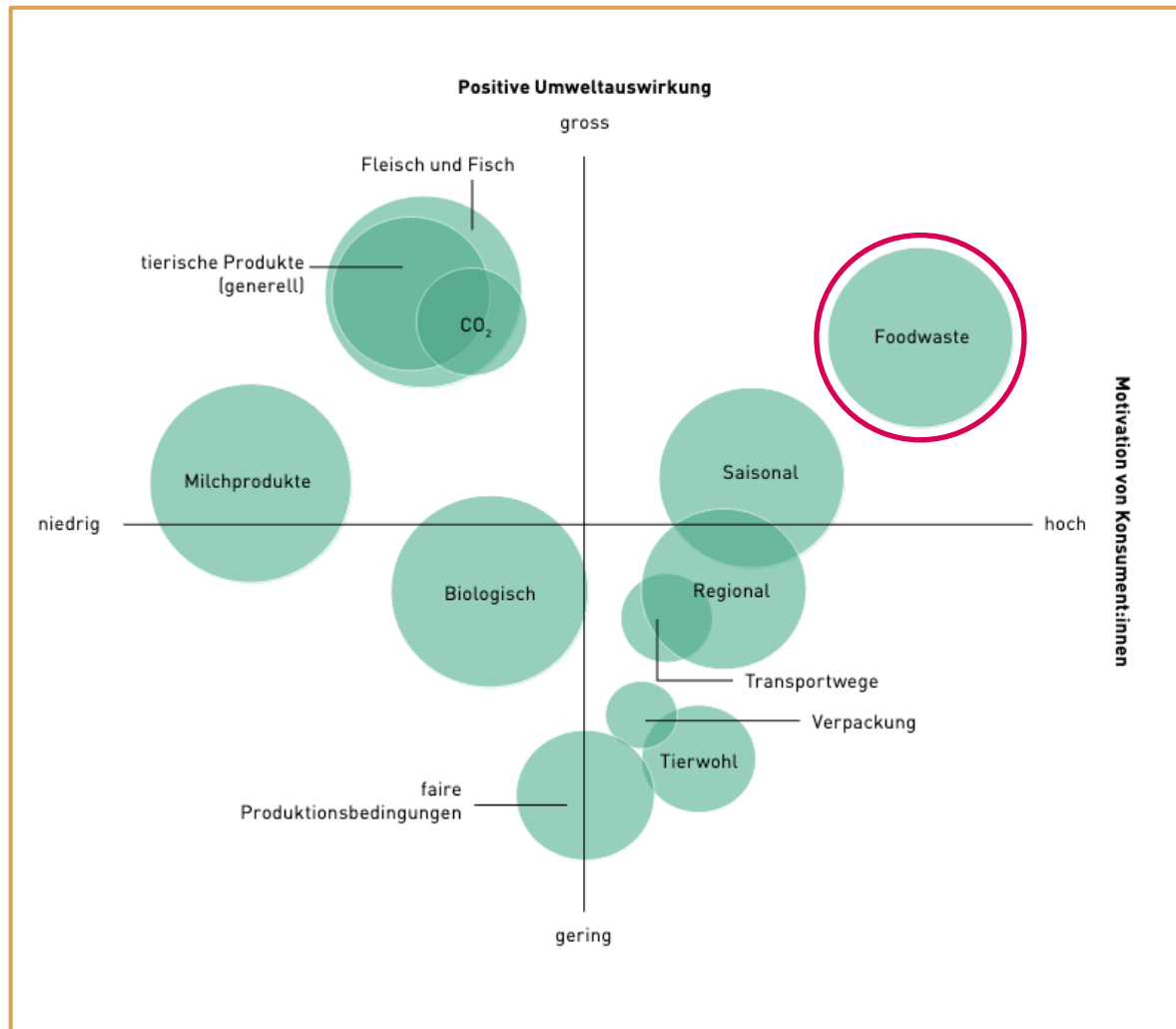
Tous les publics ne se laissent pas motiver par les mêmes arguments

- Les publics cibles les plus faciles à *mobiliser* sont :

Plus de 50% de la population	conservatives 24%	individualistes 8%	spontanés 21%
caractéristiques	Économe, soucieux de la planification, attaché aux traditions.	Soucieux du statut social, plaisir & jouissance, individualistes, peu soucieux de l'environnement.	Désordonnée, impulsive, souvent dépassée par l'organisation du foyer.
À souligner	Avantages financiers: „Faire des économies en utilisant les restes“	Normes sociales et images: „Éviter le gaspillage alimentaire, c'est malin et tendance“	Utilité pratique et aides au quotidien



Mobiliser les consommateurs:trices pour réduire le gaspillage alimentaire de moitié



EASY INFLUENCE

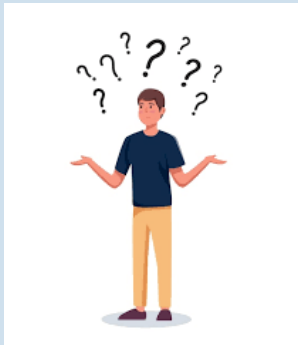
Faible besoin de connaissances
Fort potentiel d'influence

Selon une étude menée auprès des consommateurs, le domaine d'action « gaspillage alimentaire » a de bonnes chances d'aboutir à un changement efficace.

Quelles sont les causes du gaspillage alimentaire dans les foyers

Que dit la population suisse ? (Enquête Deloitte, 2021)

- Environ 20 % chacun :

acheté trop	des emballages trop grands	mauvaise interprétation des dates de péremption	perdu de vue (stockage)	Restes non valorisés
				

Thèmes et messages 2026

Stocke tes aliments de
manière optimale

Apprends à interpréter
correctement les dates
de péremption

Fais tes courses
intelligemment

Cuisine avec
créativité et sans
gaspillage
alimentaire



Partage ton plaisir
pour les aliments



Aides à la mise en œuvre et actions possibles

Vers les points d'information!

- 4 points d'information à 10 minutes
- Rotation