

Compass Group erweitert Engagement gegen Food Waste mit neuer Initiative von Too Good To Go

Kloten, 28. April 2021

Compass Group wird ein Waste Warrior Brand und tritt damit einer von Too Good To Go Schweiz initiierten Vereinigung von Unternehmen bei, die gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung kämpft. In Zusammenarbeit mit Too Good To Go sensibilisiert die Compass Group ihre Mitarbeiter*innen und Kund*innen noch stärker für Lebensmittelverschwendung und ergreift zusätzliche Massnahmen dagegen.

Mehr als ein Drittel aller Lebensmittel wird verschwendet. Too Good To Go will das ändern und startet am 27. April 2021 zusammen mit der Compass Group und weiteren Lebensmittelunternehmen in der Schweiz die WAW Brands Initiative.

Kund*innen und Mitarbeiter*innen sensibilisieren

WAW Brands steht für Waste Warrior Brands und für eine Vereinigung von Unternehmen, die gegen Lebensmittelverschwendung kämpft. Neben der Compass Group haben sich bio-familia, Danone, Emmi, Hero, die HUG Familie (HUG, Wernli, DAR-VIDA), IKEA, Lidl Schweiz, Opaline, Reitzel, Two Spice (Yalda, Yooji's, Nooba, Rice-up!), Unilever (Ben & Jerry's, Knorr), Valora (Brezelkönig, Caffè Spettacolo) und Volg dazu entschieden, ein WAW Brand zu werden, um ihr Engagement gegen Lebensmittelverschwendung in Zusammenarbeit mit Too Good To Go zu erweitern. «Mit Too Good To Go an ihrer Seite sensibilisieren die WAW Brands ihre Mitarbeiter*innen und Kund*innen stärker für Lebensmittelverschwendung und ergreifen zusätzliche Massnahmen dagegen,» erklärt Alina Swirski, Country Managerin Too Good To Go Schweiz. «Als weltweit führender Caterer konzentrieren wir uns auf die Bereiche, bei denen wir den grössten positiven Einfluss auf die Umwelt nehmen können. Deswegen ist eines unserer globalen Nachhaltigkeitsziele, «Food Waste» bis 2030 um 50% zu reduzieren. Die Zusammenarbeit mit Too Good To Go hilft uns dabei, dieses zu erreichen und wir sind stolz, als einer der ersten WAW Brands unser Engagement zu untermauern.» kommentiert Thomas Truttmann, Managing Director der Compass Group Schweiz. Die Compass Group spannt in drei Bereichen mit Too Good To Go zusammen: Internes Engagement, externe Kommunikation und Massnahmen. In der Erklärung «Für einen Planeten ohne Food Waste» definiert die Compass Group und jeder weitere WAW Brand, welche spezifischen Aktivitäten er gegen Lebensmittelverschwendung umsetzt.

Aktiv werden im Kampf gegen Food Waste

Im Rahmen des internen Engagements informiert und schult die Compass Group ihre Mitarbeiter*innen zum Thema Lebensmittelverschwendung. Weiter kommuniziert die Compass Group ihre Aktivitäten gegen Lebensmittelverschwendung gegenüber Kund*innen und weiteren externen Anspruchsgruppen. Too Good To Go berät die Compass Group und unterstützt sie mit Kommunikations- und Schulungsmaterial für die unterschiedlichen Anspruchsgruppen und Kommunikationskanäle. Zudem setzt die Compass Group seit 2019 die Too Good To Go App ein, um übriggebliebene Lebensmittel vor der Verschwendung zu bewahren. Die App verbindet Betriebe mit übriggebliebenen Lebensmitteln mit Konsument*innen, damit das Essen konsumiert statt verschwendet wird.

Über Compass Group

Die Compass Group (Schweiz) AG ist mit ihren sektorspezifischen Marken Eurest, Scolarest, Medirest, Eurest Services, Rapport und Compass Catering in der Gemeinschaftsgastronomie, im Eventcatering sowie im Bereich Reception Desk und Hospitality Services tätig. Als Mitglied von Compass Group PLC, dem weltweit führenden Unternehmen im Bereich Foodservice mit über einer halben Million Beschäftigten in mehr als 50 Ländern, verbindet sie internationale Kompetenz gekonnt mit lokaler Verbundenheit und Relevanz und begeistert so ihre Kunden und Gäste täglich aufs Neue.

Über Too Good To Go

Mehr als ein Drittel aller produzierten Lebensmittel wird verschwendet. In der Überzeugung, dass produziertes Essen auch konsumiert werden soll, kämpft das dänische Unternehmen Too Good To Go seit seiner Gründung 2016 mit der gleichnamigen App gegen Lebensmittelverschwendung. Die kostenlose App verbindet Bäckereien, Restaurants, Supermärkte und weitere gastronomische Betriebe mit Konsument*innen. Die Konsument*innen sehen auf der App, in welchen Betrieben in ihrer Nähe Lebensmittel übrig geblieben sind, können diese zu einem reduzierten Preis reservieren und als Überraschungspäckli retten. So kann wertvolles Essen doch noch verkauft werden – und alle gewinnen dabei: der Betrieb, die Konsument*innen und die Umwelt. Aktuell ist die Bewegung in 14 europäischen Ländern und den USA aktiv, seit Sommer 2018 auch in der Schweiz vertreten. Mehr Informationen unter <https://toogoodtogo.ch/de-ch>. Nebst der App hat Too Good To Go die Initiative «Oft länger gut» für Produkte mit Mindesthaltbarkeitsdaten zusammen mit verschiedenen Produzenten eingeführt, um Verbraucher*innen für den Umgang mit Haltbarkeitsdaten zu sensibilisieren und Lebensmittelverschwendung in Haushalten zu reduzieren. Details unter <http://oftlaengergut.ch>.

Für Medien

Compass Group (Schweiz) AG

Silvia Zysset, Manager Marketing & Communication

Tel. +41 43 557 11 13

media@compass-group.ch

www.compass-group.ch

Too Good To Go Schweiz

Jessica Jocham

+41 43 550 76 76,

presse@toogoodtogo.ch

www.toogoodtogo.ch / www.wawbrands.ch

/ [Medienkit](#)

Video ([kurze Version](#), [lange Version](#))