

Erfolgreich gegen Food Waste: Über 100'000 gerettete Mahlzeiten dank Partnerschaft mit Too Good To Go

Die Familie Wiesner Gastronomie (FWG) kämpft aktiv gegen Food Waste mit Too Good To Go, Europas führende App zur Lebensmittelrettung. Doch das ist nicht genug. Die FWG weitet ihr Engagement aus und sensibilisiert ihre Mitarbeitende und Gäste noch stärker sich gegen die Lebensmittelverschwendung einzusetzen.

Die Familie Wiesner Gastronomie bietet mit den Food-Brands Negishi Sushi Bar, Nooch Asian Kitchen, Miss Miu, Poke Nation und Kitchen Republic im Kampf gegen Food Waste täglich Essen zum reduzierten Preis an. Über die kostenlose App Too Good To Go können Gäste kurz vor Betriebsschluss Essen abholen, das sonst weggeschmissen werden würde. Ganz nach dem Motto: „Auf den Tisch, statt in den Abfalleimer.“

Eine beeindruckende Bilanz

Seit 2016 arbeitet das Familienunternehmen mit Too Good To Go zusammen. Im Januar 2022 wurde ein grosser Meilenstein geknackt: Über 100'000 Mahlzeiten hat die Food-Family gerettet. Das sind rund 250 Tonnen CO₂-Emissionen, oder anders ausgedrückt, 49 Flüge um die Welt.

Zwei wichtige Fakten, um diese Zahlen in den Kontext zu setzen: in der Schweiz fallen 2,8 Millionen Tonnen Food Waste pro Jahr an. Mehr als 1/3 aller produzierten Lebensmittel landen im Abfalleimer.

Familie Wiesner Gastronomie als „Waste Warrior Brand“

Die FWG ist mit allen Food-Brands, die Mahlzeiten über Too Good To Go anbieten, als sogenannter „Waste Warrior Brand“ aufgelistet. Die Waste Warrior Brands sind eine Vereinigung von Unternehmen, die zusammen mit Too Good To Go gegen Lebensmittelverschwendung kämpfen. Damit verpflichtet sich die Familie Wiesner Gastronomie zu hohem Engagement gegen Lebensmittelverschwendung, indem sie Mitarbeitende und Gäste noch stärker für das Thema sensibilisieren und zusätzliche Massnahmen gegen Lebensmittelverschwendung ergreift. Ziel ist es, die Kräfte im Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung zu vereinen, um gemeinsam einen Wandel anzustossen.

Quellenverzeichnis:

[BAFU - Bundesamt für Umwelt](#)
[Lebensmittelabfälle \(admin.ch\)](#)

Kontakt für weitere Informationen:

Manuel Wiesner, Co-Lead Strategy & Innovation Familie Wiesner Gastronomie AG

Mobile: +41 76 528 21 51 E-Mail: manuel.wiesner@fwg.ch

Bilder auf Anfrage an marketing@fwg.ch

Familie Wiesner Gastronomie – das Familienunternehmen für Erlebnisgastronomie in der Schweiz

Die Familie Wiesner Gastronomie AG (FWG) ist seit Anfang der 90er-Jahre erfolgreich auf dem Schweizer Markt tätig. Treu der Überzeugung, dass schöne Erlebnisse in guter Gesellschaft glücklich machen, bietet die FWG ihren Gästen seither Gastronomie zum Erleben und Geniessen. Die FWG erzielt im Jahr 2021 einen Umsatz von CHF 77.4 Mio. und gehört zu den 20 grössten Gastronomieunternehmen der Schweiz. Mit über 970 Mitarbeitenden aus rund 70 Ländern betreibt die FWG 34 Betriebe – verteilt auf die Städte und die Agglomerationen Zürich, Bern, Basel, Zug, Luzern und Winterthur. Das Portfolio des Familienunternehmens besteht aus Nooch Asian Kitchen (11 Standorte), Negishi Sushi Bar (9 Standorte), The Butcher (8 Standorte), Miss Miu (2 Standorte), The Butcher & his Daughter, Outback Lodge, und Gypsy Rose (je 1 Standort), Poke Nation, The Dumpling Brothers und Angry Chicken (drei virtuelle Brands) sowie Kitchen Republic (mit Ghost Kitchens an 4 Standorten). Weitere Informationen gibt's unter fwg.ch.

Über Too Good To Go

Too Good To Go ist nicht nur eine App zur Lebensmittelrettung, sondern eine Bewegung gegen Lebensmittelverschwendung. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht eine Community aufzubauen, in der jeder die Möglichkeit hat, sich gegen Foodwaste einzusetzen. Ihre Vision ist eine Welt ohne Abfall, in der jeder und jede den Wert unserer Ressourcen versteht und schätzt. Deshalb haben sie eine kostenlose App entwickelt, die Betriebe und Konsumenten zusammenbringt. Vor Betriebsschluss können die Betriebe die übriggebliebenen Mahlzeiten zu einem reduzierten Preis

anbieten und müssen so das Essen nicht wegwerfen. Eine Win-Win-Win-Situation für alle: die Betriebe, die Konsumenten und die Umwelt.