

Too Good To Go hat 3 Millionen Mahlzeiten in 3 Jahren gerettet

Too Good To Go kämpft in der Schweiz mit seiner gleichnamigen App und mehreren Initiativen zur Sensibilisierung gegen Lebensmittelverschwendung. Zum 3. Geburtstag in der Schweiz zieht das Unternehmen Bilanz¹ und lanciert seine erste grosse Werbekampagne.

Mehr als doppelt so viele Mahlzeiten gerettet

Die Too Good To Go App verbindet Lebensmittelbetriebe mit Konsument*innen, damit übriggebliebenes Essen konsumiert statt entsorgt wird. Seit Start des dänischen Unternehmens in der Schweiz vor 3 Jahren konnten so über 3 Millionen Mahlzeiten vor der Verschwendung bewahrt werden. Mittlerweile zählt die App hierzulande über 4200 Partnerbetriebe und mehr als 1,3 Millionen registrierte Nutzer*innen. Das sind im Vergleich zu Juni 2020 kumuliert mehr als doppelt so viele Mahlzeiten, 30% mehr Betriebe und über 50% mehr registrierte Nutzer*innen. Insgesamt konnten mit den geretteten Mahlzeiten etwa 7600 Tonnen CO₂e eingespart werden. Das entspricht derselben Menge CO₂e, wie etwa 5'000 Flüge zwischen Zürich und Tokyo verursachen. «Wir gewinnen täglich neue Nutzer*innen und Partnerbetriebe in allen Regionen der Schweiz im Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung,» sagt Alina Swirski, Country Managerin von Too Good To Go Schweiz. Am meisten Überraschungspäckli gingen bisher in den Kantonen Zürich (960'000), Waadt (375'000), Genf (210'000), Bern (195'000) und Luzern (175'000) an umweltbewusste Konsument*innen. Zürich führt auch den Städtevergleich an (645'000), gefolgt von Basel (170'000), Genf (140'000), Lausanne (125'000) und Bern (110'000). Alle Zahlen zu den Kantonen und den Top 20 Städten sind im Medienkit aufgelistet (S.15-18). Swirski führt ein Team von 31 Mitarbeiter*innen, im Juni 2020 waren es noch 21.

Initiative gegen Food Waste

Um das Bewusstsein der Schweizer Bevölkerung für Lebensmittelverschwendung zu schärfen, hat Too Good To Go diverse

Initiativen zum Thema ins Leben gerufen. «Unsere App ist eine von vielen Lösungen für das Problem, aber um die Lebensmittelverschwendung ganz zu stoppen, müssen wir alle mit anpacken,» kommentiert Swirski. Zu den Initiativen zählen die im April 2021 lancierte Waste Warrior Brands (WAW Brands) Initiative oder die im Oktober 2019 gestartete Initiative «Oft länger gut». Während im Fokus der WAW Brands Initiative die Sensibilisierung von



Mitarbeiter*innen sowie Kund*innen von lebensmittelnahen Unternehmen steht, will «Oft länger gut» zusammen mit Lebensmittelproduzenten die Wahrnehmung zur Haltbarkeit von Produkten mit Mindesthaltbarkeitsdatum nachhaltig ändern. Mittlerweile zählt Too Good To Go Schweiz total 14 WAW Brands und 20 «Oft länger gut» Partner.

Erste grosse Werbekampagne lanciert

Zum 3. Geburtstag startet Too Good To Go Schweiz seine erste Out of Home Werbekampagne. Damit bringt das Unternehmen seine direkte, einfache Art der Kommunikation den Sozialen Medien und weiteren digitalen Kanälen auf die Strasse. Auf Plakaten und digitalen Bildschirmen ist eine Checkliste ersichtlich, die die Optionen «Food Waste

- Zum 3. Geburtstag hat das Unternehmen Too Good To Go in der Schweiz die 3-Millionen-Mahlzeiten-Marke geknackt und verzeichnet 31 Mitarbeiter*innen.
- Die Too Good To Go App, der weltweit grösste Marktplatz für übriggebliebenes Essen, zählt heute schweizweit über 4200 Betriebe und mehr als 1,3 Millionen registrierte Nutzer*innen.
- Seit kurzem engagieren sich auch die Detail- und Grosshändler ALIGRO, IKEA, Manor Food, MÜLLER Reformhaus, SPAR, TopCC und Volg mit Too Good To Go gegen Lebensmittelverschwendung, von der Migros Gruppe sind weitere Betriebe dazugekommen.
- Nach «Oft länger gut» im Jahr 2019 hat Too Good To Go Schweiz vor zwei Monaten die WAW Brands Initiative lanciert, um für Lebensmittelverschwendung zu sensibilisieren.

reduzieren», «Gutes Essen geniessen», «Vergünstigt einkaufen» und «Alles in Einem» zur Auswahl stellt, wobei die letzte Option bereits angekreuzt ist. «Wer die Too Good To Go App einmal genutzt hat, versteht wie einfach sie funktioniert und wie sinnvoll das Konzept ist. Mit der Kampagne wollen wir bestehende Nutzer*innen daran erinnern und weitere Personen darauf aufmerksam machen,» erklärt Yann Gurtner, Head of Marketing bei Too Good To Go Schweiz. Die Kampagne ist ab heute in verschiedenen Städten in der Deutsch- und Westschweiz zu sehen.

Über Too Good To Go

Ein Drittel aller produzierten Lebensmittel wird verschwendet. Too Good To Go will alle Menschen für den Kampf gegen Lebensmittelverschwendung inspirieren und befähigen. Die Too Good To Go App ist der weltweit grösste Marktplatz für übriggebliebenes Essen und verbindet Bäckereien, Restaurants, Supermärkte und andere Betriebe mit Konsument*innen, damit Lebensmittel konsumiert statt entsorgt werden. Darüber hinaus sensibilisiert Too Good To Go für Lebensmittelverschwendung mit verschiedenen Initiativen und Kampagnen, in der Schweiz unter anderem mit den Waste Warrior Brands (WAW Brands) und «Oft länger gut». Aktuell ist das Unternehmen in 14 europäischen Ländern und den USA aktiv, seit 2018 auch in der Schweiz vertreten.

www.toogoodtogo.ch