

# Im Kampf gegen Verschwendung

Das Luxemburger Start-up F4A sorgt für einen effizienteren Umgang mit Lebensmitteln

Von Thomas Klein

Während in manchen Teilen der Erde Hunger herrscht, landet Jahr für Jahr ein riesiger Berg von Lebensmitteln auf dem Müll. So wird geschätzt, dass jährlich nicht weniger als 1,3 Milliarden Tonnen Nahrung verschwendet werden. In Luxemburg sind es über 70 000 Tonnen im Jahr, pro Haushalt etwa 88,5 Kilogramm, wie die Umweltverwaltung 2019 ermittelt hat. Ein Großteil der Lebensmittelverschwendung geht auf Supermärkte und Restaurants zurück, die Essen, dessen Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten ist, entsorgen müssen, obwohl es in aller Regel noch genießbar ist. Diese Praxis ist aber nicht nur ethisch fragwürdig und ökonomisch ineffizient, sondern belastet auch unnötig das Klima. So gehen laut einer Studie aus dem Jahr 2018 etwa 26 Prozent der jährlich ausgestoßenen Treibhausgase auf die Lebensmittelproduktion zurück.

Bedürftige Menschen oder solche, die gegen diese Form der Verschwendung protestieren wollen, greifen daher zum Mittel des „Dumpster Diving“ oder Containerns, indem sie den Abfall von Supermärkten und Fabriken nach verwertbaren Lebensmitteln durchsuchen.



In Supermärkten landen viele genießbare Lebensmittel im Abfallcontainer.

Foto: Getty Images

LW 25108121



## Dumpster Diving als Initialzündung

Ilana Devillers studierte Jura in Straßburg, als sie 2016 beschloss, etwas gegen die Lebensmittelverschwendung zu unternehmen. Schon länger aufgebracht über verschiedene Skandale der Nahrungsmittelindustrie, kam der Moment der Erkenntnis für sie, als sie ein Kommilitone zum Essen einlud. „Nachdem wir gegessen hatten, forderte er mich auf, zu raten, wo die Zutaten herkamen. Als ich erfuhr, dass er sie aus den Abfallcontainer gefischt hatte, war ich natürlich schockiert“, sagt sie heute. Als sie sich der Tragweite des Phänomens bewusst wurde, beschloss sie, alles hinzuschmeißen, um ein Unternehmen zu gründen, das einen effizienteren Umgang mit Lebensmitteln ermöglicht. Parallel zu ihrem Master in „Entrepreneurship and Innovation“ an der Uni Luxemburg feilte sie an einem Konzept für einen entsprechenden Business-Plan.

„Zunächst haben wir uns angeschaut, wie die rechtliche Situation im Lebensmittelbereich aussieht, welche Bestimmungen es zu Gesundheit und Sicherheit gibt“, erklärt sie. „Dann haben wir viel Marktforschung betrieben, Interviews mit Managern von Supermärkten geführt.“ Daneben entwickelte die Gründerin Fragebögen in mehreren Sprachen, um ein Gefühl dafür zu bekommen, wie Luxemburger Konsumenten zu Lebensmittelverschwendung stehen und wie strikt sie auf Haltbarkeitsdaten achten.

Schließlich gründete Ilana Devillers 2018 das Start-up F4A. Im Kern des Unternehmens steht eine App, mit deren Hilfe Konsumenten Lebensmittel in ihrer Nähe finden können, deren Haltbarkeitsdatum in nächster Zeit abläuft und die deswegen vergünstigt abgegeben werden. Um das zu erreichen, hat das Unternehmen Partnerschaften mit Supermarktketten in Luxemburg wie Delhaize oder Pällcenter abgeschlossen. Diese befüttern die App fortlaufend mit aktuellen Daten und neuen Sondergeboten, die durchschnittlich 50 Prozent unter den Listenpreisen liegen. Manche haben direkte Schnittstellen zwischen ihren Warenmanage-



Die junge Unternehmerin Ilana Devillers hat mit ihrem Start-up F4A der Verschwendung den Kampf angesagt.

Foto: Alain Piron

mentsystemen und der Software des Start-ups. Aktuell laufen acht solcher Kooperationen. Weitere sollen in Kürze folgen. Wichtig für die Entwicklung dieser Partnerschaften sei es gewesen, nicht mit dem erhobenen Zeigefinger zu drohen, sondern den Firmen aufzuzeigen, wie ein effizienterer Umgang mit Lebensmitteln auch ihren Geschäftsinteressen dient, sagt die junge Gründerin. „Wir waren positiv überrascht, wie offen viele Firmen für diese Ideen waren. Einige waren wirklich froh, als wir mit Lösungen für das Problem der Verschwendung kamen“, versichert sie.

Daher entwickelte das Team nicht nur die App, die sich in erster Linie an die Konsumenten richtet, sondern in Zusammenarbeit mit den Geschäftskunden auch Lösungen für die gesamte Lieferkette. „Die Ursache des Pro-

blems ist vielfach ein schlechtes Lagermanagement. Also haben wir ein Dashboard entwickelt, durch das Lebensmittelverschwendung frühzeitig erkannt und verhindert werden kann“, sagt die Unternehmerin.

Das Start-up sieht sich in erster Linie als ein Technologieunternehmen. Von den aktuell 17 Mitarbeitern sind neun Programmierer. So soll auch die kostenlose App ständig weiterentwickelt und das Nutzererlebnis personalisiert werden. Anwender erhalten etwa Kochtipps und Rezepte, die zu den Waren passen, die sie eingekauft haben. Derzeit nutzen über 17 000 Menschen in Luxemburg die App.

### Bald auch Partner im Horeca-Sektor

Konzentrierte sich das Unternehmen bisher vor allem auf die Supermarktketten des Landes, startet in den nächsten Tagen eine weitreichende Kooperation mit dem Luxemburger Horeca-Sektor. Damit werden Restaurants, Hotels und Catering-Services über die App Angebote mit Nahrungsmitteln machen, deren Haltbarkeitsgrenze bald erreicht ist. Kunden können dann die Gerichte, die sie über die App gekauft haben, bei den Restaurants abholen. Auch das Geschäftsmodell des Start-ups hat sich mit der Zeit gewandelt. Verlangte F4A anfangs noch von den Supermärkten eine Kommission für jeden Verkauf über die App, erwies sich dieser Ansatz bald als zu umständlich.

## Die Ursache von Verschwendung ist oft schlechtes Lagermanagement

Ilana Devillers, Gründerin F4A

Heute betreibt das Unternehmen ein „Software-as-a-Service“-Modell, bei dem die Unternehmen einen fixen Betrag für die Nutzung zahlen. „Um unseren Partnern gegenüber fair zu sein, bieten wir eine Reihe von Gebührenmodellen an, die sich nach dem monatlichen Verkaufsvolumen der Verkaufsstelle richten“, sagt Devillers.

Das erste Startkapital sammelten die Gründer bei Familie und Freunden ein. „Aber da wir von Anfang an Einnahmen generieren konnten, standen wir nicht unter dem ganz großen Druck, Mittel einwerben zu müssen“, sagt Ilana Devillers. Inzwischen sind aber mehrere internationale Geldgeber an Bord, so ein ehemaliger Skype-Manager und der belgische Risikokapitalgeber „The Faktory“. Mit den zusätzlichen Mitteln will das Unternehmen die internationale Expansion vorantreiben. Details will die Gründerin noch nicht nennen, aber in den nächsten Monaten soll die App auch in anderen Ländern an den Start gehen. „Lebensmittelverschwendung ist überall ein Problem. Wir haben daher eine Expansionsstrategie über die kommenden zehn Jahre im Sinn und wollen langfristig auch auf amerikanischen und asiatischen Märkten vertreten sein“, so Devillers über die ehrgeizigen Wachstumsziele des Unternehmens.

Die Corona-Krise habe das Start-up aber im vergangenen Jahr bei dem Versuch ausgebremst, neue Märkte zu erschließen und zusätzliche Partner zu gewinnen. „Viele Firmen waren in der Krise vor allem mit sich selbst und ihren internen Prozessen beschäftigt. Unser Business-Development hat das natürlich verlangsamt und wir mussten einige unserer Pläne verschieben“, sagt die Unternehmerin. Das soll aber nun im kommenden Jahr nachgeholt werden.