



## Mehr als „nur“ Food-Design auf dem Teller: Ein kulinarisches Gesamterlebnis

Ihr Fachberater für Culinary  
Design bei FAWC:



### Lutz Sauvant

Experte für strategisches Produktdesign  
und Innovationsberatung im  
kulinarischen Kontext  
Tel +49 6228 9139462  
design@foodandwineculture.com

[www.fb-experts.de](http://www.fb-experts.de)

[www.foodandwineculture.com](http://www.foodandwineculture.com)

Der Begriff „Culinary Design“ ist ein relativ neues Konzept in der Food-Branche und weit mehr als eine einfache Neuformulierung von Lebensmitteln oder Gerätschaften. Er umfasst auch funktionelle Eigenschaften, neuartige Materialien bis hin zu nachhaltigen Mehrweglösungen für Lebensmittelverpackungen, wie sie heute von der biobasierten Industrie und der Kreislaufwirtschaft gefordert werden.

Wer hat das noch nicht erlebt: Die leckeren Speisen sind im Restaurant to go oder beim Lieferdienst bestellt, gebracht werden sie in halb durchgeweichten Pappschachteln oder, noch schlimmer, in quietschenden Styroporförmchen; die ausgelaufenen Saucen vermengen sich zu einem klebrigen Etwas, der Käse oder Reis haftet am Deckel und am Ende verstopft ein Riesenhaufen Verpackungsmüll den Abfalleimer. Das soll ein kulinarisches Erlebnis sein?

An der Frischetheke im Supermarkt sieht es auch nicht viel besser aus. Fleisch, Wurst oder Käse werden gleich dreifach in Folien, polyethylenbeschichtetem Papier und Papiertüten eingepackt, denn frische, fettige oder feuchte Lebensmittel sollen sicher verpackt werden. Darüber hinaus gilt es, vorgegebene Hygienestandards zu berücksichtigen und empfindliche Waren vor Druck, Beschädigung oder Verderb zu schützen.

Doch schießen die vielen Vorgaben nicht über das Ziel hinaus? Völlig zu Recht kritisieren Umweltschützer und die Deutsche Umwelthilfe unter Berufung auf Zahlen des Umweltbundesamtes den Verpackungswahnsinn im Lebensmittelhandel. Das Consulting-Unternehmen FOOD AND WINE CULTURE appelliert deshalb an Produzenten, Handel und Gastronomie, ihre Verpackungen zu überprüfen und systematisch ökologisch zu optimieren. Das schließt auch deren Recyclingfähigkeit ein. Zudem müssten deutlich mehr Mehrwegangebote eingeführt werden, neben Frische- oder Getränkeverpackungen auch bei Delivery-Angeboten und Verzehr to go.

Welche Vorschläge haben die Spezialisten der auf Lebensmittel und Getränke spezialisierten Unternehmensberatung? Lutz Sauvant ist Teil des F&B-Netzwerks und Experte für strategisches Produktdesign und Innovationsberatung im kulinarischen Kontext. *„Als begeisterter Segler erlebe ich die katastrophalen Auswirkungen des Verpackungswahnsinns hautnah und kann außerdem nicht einsehen, warum Restaurantessen bei mir zu Hause so schlecht präsentiert wird“*, erklärt der Diplom-Designer und verweist auf kulinarische Lösungsansätze und spannende Konzepte.

### **Neue Verpackungssysteme für die Gastronomie**

Professionelle Verpackungslösungen vermitteln dem Gast die ganze Liebe und Sorgfalt, die bei der Zubereitung investiert wurde, und schaffen ein hochwertiges Kundenerlebnis zu Hause. Die Speisen können dabei ohne irgendwelchen Verpackungsmüll sicher transportiert und geliefert werden. Diverse Behältnisse vom flachen Teller mit Cloche bis zur tiefen Schale mit Deckel oder kleineren Behältern für Saucen, Suppen oder Desserts lassen sich einfach und dicht aufeinander stapeln und in speziellen Thermoboxen sehr platzsparend befördern.

Der Gastronom kann die Verpackung mit bedruckten Pappeinlegern auf sein individuelles Branding abstimmen und Botschaften an seine Kunden mitschicken, auch das Beilegen von kleinen Extras wie Tischdekoration, Servietten, Blumen etc. ist kein Problem.

### **Neue Verpackungssysteme für den Lebensmitteleinzelhandel**

Eine Alternative zum Verpackungsmüll besteht aus einer Serie von Mehrwegbehältern, die in einem Pfandsystem von Lebensmittelherstellern mit den verschiedensten Produkten befüllt und im Supermarktregal oder am POS platziert werden. Der Kunde gibt die geleerten Behälter an den gewohnten Rückgabeautomaten ab und erhält sein Pfand zurück.

### **Neues Design**

Kulinarisches Design geht über die Gestaltung von Geschirr, Speisen, Getränken oder anderen Lebensmitteln hinaus. Komplette Markenerlebnisse rund um das Produkt, von Verpackungs-, Service- und Vertriebskonzepten, Zubereitungsmaschinen bis hin zu zielgruppenaffinen Food-Ökosystemen ergänzen diese Entwicklung und eröffnen neue Wege.

## **Neue Materialien**

Die potenzielle Verwendung von Material aus Abfällen oder Nebenprodukten aus der Lebensmittelproduktion und Landwirtschaft für Verpackungen stellt einen weiteren Lösungsansatz dar. Noch stehen biobasierte Verpackungsmaterialien vor technischen Schwierigkeiten, die eine breite Marktakzeptanz verhindern (z. B. Rohstoffschwankungen, ein zu enges Verarbeitungsfenster im Vergleich zu den üblichen erdölbasierten Gegenstücken oder die Anpassung der Stoffübertragungseigenschaften). Doch essbare Beschichtungen und wasserlösliche Folien auf Basis des Algen-Biopolymers Natriumalginat oder durchsichtige Verpackungen für Tiefkühlkost aus dem Milchprotein Casein zeigen vielversprechende und neue Wege zur künftigen Müllvermeidung.

## **Form follows function – Facelift für die kulinarische Welt**

Ansprechende Lösungen für Mehrwegverpackungen werden immer stärker nachgefragt. Nicht nur im Fast-Food-Bereich oder bei Speisen zum Mitnehmen, sondern auch in der heimischen Küche. Ganz gleich ob Besteck, Teller, Schüsseln, Töpfe oder Topfuntersetzer: Funktion und wirtschaftliche Fertigung sind die wichtigste Voraussetzung, vor allem aber muss das Produkt beim Kunden einen Film im Kopf starten und durch hohe Anwenderfreundlichkeit und eine attraktive Optik, kurz durch ein gelungenes „Culinary Design“ Emotionen auslösen.

## **From farm to fork ... to farm**

Ein weiterer Aspekt: Nicht nur Materialien schaffen, die als Verpackungen verwendet werden können, sondern auch solche, die traditionelle Materialien ersetzen können, weil sie die gleichen geforderten Eigenschaften und Lebenszyklen bieten. In einem anderen von der EU finanzierten Projekt, Reusable Packaging BBI, wurden Flaschen und andere Verpackungsformate entwickelt, um zu zeigen, dass die gesamte Familie der heute auf dem Lebensmittelmarkt befindlichen Produkte nachhaltig reproduziert werden und am Ende natürlich kompostiert werden kann. Im Rahmen dieses Projekts wurden u. a. auch wiederverwendbare Teller entwickelt, die mehr als 125 mal gewaschen werden können. Am Ende seines Lebenszyklus wird der Teller über häusliche oder industrielle Kompostierungssysteme im Boden vergraben, wo er im feuchten Milieu Mikroorganismen ausgesetzt ist und vollständig abgebaut wird. Diese Art von Rückführung von Produkten in den Boden ist das beste Beispiel für organisches Recycling und eine der nachhaltigsten Lösungen für die Zukunft.

## **Weitere Informationen:**

<https://www.foodandwineculture.com/culinarydesign-foodconsulting>

<https://www.fb-experts.de>

<https://www.bbi.europa.eu/projects>

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fnut.2018.00121/full>

## **Nehmen Sie Kontakt zu uns auf:**

Telefon 06228 - 913 9462

Telefonischen Beratungstermin vereinbaren: <https://www.terminland.eu/foodandwineculture/>

E-Mail an Lutz Sauvant: [design@foodandwineculture.com](mailto:design@foodandwineculture.com)

oder über unser → [Kontaktformular](#)

Weitere Infos unter [www.fb-experts.de](http://www.fb-experts.de) und [www.foodandwineculture.com](http://www.foodandwineculture.com)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:

## **PRESSEKONTAKT**

Cyriacus Schultze

FOOD AND WINE CULTURE

Höhenweg 33

69250 Schönau b. Heidelberg

[www.foodandwineculture.com](http://www.foodandwineculture.com)

[www.fb-experts.de](http://www.fb-experts.de)

Telefon 06228 - 913 9462

[cs@foodandwineculture.com](mailto:cs@foodandwineculture.com)

## **RESSORTS**

Lebensmittelbranche / Getränkebranche / Food and Beverage / Unternehmensberatung / Consulting

## **FOOD AND WINE CULTURE**

FOOD AND WINE CULTURE ist ein Consulting-Unternehmen für operative und strategische Beratung und wurde 2015 von Cyriacus Schultze gegründet. Die Unternehmensberatung mit Büros in Heidelberg und Frankfurt setzt sich für verantwortlich erzeugte Lebensmittel ein und unterstützt Unternehmen, Produzenten und Gastronomen bei sämtlichen Fragestellungen rund um Handel, Vertrieb, Branding, Marketing, Markterschließung und Export.

Kunden kommen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Darüber hinaus bietet FOOD AND WINE CULTURE Keynotes, Workshops und Webinare an und ist regelmäßig auf Messen mit Insights zu Food- und Consumer-Trends vertreten.