# Electrolux Nachhaltigkeitsevent debattiert über die Küche der Zukunft

Nürnberg, 6. April 2021

**Im Rahmen des digitalen Nachhaltigkeitsevents „Future Sustainable Kitchen“, das am 22. März 2021 mit knapp 800 Teilnehmer:innen stattfand, rückten Vertreter namhafter Unternehmen und Organisationen die Küche der Zukunft in den Fokus. In den Vorträgen und Diskussionsrunden wurden die Herausforderungen der heutigen Ernährungs- und Kochgewohnheiten und ihre Auswirkungen auf das globale Klima und die Gesundheit der Weltbevölkerung betrachtet.**

Der Lebensmittelsektor steht vor einer großen Aufgabe. Das belegen die Zahlen, die Anna Ohlsson-Leijon, Electrolux CEO Business Area Europe, in ihrem Begrüßungsvortrag präsentierte. So sei etwa ein Drittel des globalen Energieverbrauchs der Lebensmittelindustrie geschuldet. Gleichzeitig werden mehr als 30 Prozent der Lebensmittel verschwendet, also ungenutzt entsorgt. Auch die CO2-Bilanz der Lebensmittelindustrie spricht für sich: 22 Prozent des globalen CO2-Aufkommens seien auf die Lebensmittelindustrie zurückzuführen. Hinzu komme ein immens hoher Wasserverbrauch, insbesondere durch die Fleischindustrie, und ein Verlust der Artenvielfalt durch Monokulturen.

Die Referenten des von Electrolux organisierten Events sind sich einig: Wenn sich die Ernährungsgewohnheiten der Weltbevölkerung nicht umgehend ändern, drohen fatale Folgen für Umwelt, Klima und Gesellschaft. Die Vereinbarungen des Pariser Klimaeinkommens, die Erderwärmung auf 1,5 bis 2 Grad zu begrenzen, seien durch die bisherigen Gewohnheiten der Lebensmittelindustrie stark gefährdet, betont WWF Global Food Lead Scientist Brent Loken. „Wir müssen endlich verstehen, dass wir nur diesen einen Planeten haben und dass wir die ökologischen Grenzen der Erde überschreiten“, warnt Loken im Hinblick auf die Klimakrise.

**Bildung und Technologien für ein nachhaltiges Umdenken**

Um den zahlreichen Herausforderungen zu begegnen, sind kreative Lösungen gefragter denn je. Alison Mountford, Gründerin und CEO der Rezeptplattform Ends+Stems, sagt der Lebensmittelverschwendung den Kampf an. Es gebe zahlreiche Gründe für die Verschwendung von Lebensmitteln, argumentiert Mountford, wobei die meisten davon auf einen Mangel an Zeit und Bildung zurückzuführen seien. Um den Gewohnheiten entgegenzuwirken, müsse Kochen wieder einen höheren Stellenwert in der Gesellschaft einnehmen. Nur so könne man die Verbraucher zu einem nachhaltigen Kochverhalten befähigen.

Vanessa Butani, Head of Sustainability von Electrolux in Europa, sieht auch die Hausgeräteindustrie in der Verantwortung, die Verbraucher zu nachhaltigen Entscheidungen zu inspirieren. Erreichen lasse sich das durch smarte Technologien, die den nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln und das Kochen erleichtern. „Es ist an der Zeit, die Sichtweise der Konsumenten zu verändern und ihnen zu zeigen, dass nachhaltiges Kochen und Essen gar nicht so schwer ist“, so Butani.

**Gemeinsam mehr erreichen: Starke Partner für die Küche der Zukunft**

Um Verbraucher darin zu unterstützen, sich beim Kochen für nachhaltige Lösungen zu entscheiden, setzt Electrolux auf die Zusammenarbeit mit Partnern wie der internationalen Kochschule Le Cordon Bleu und SideChef, einer Plattform und App für das Kochen zu Hause. SideChef CEO Kevin Yu möchte mit seinem Angebot nicht nur zur Ernährungsbildung in der Gesellschaft beitragen, sondern das Verhalten der Verbraucher langfristig verändern. In der Küche der Zukunft spielen Yu zufolge die Verschmelzung von Hardware und Software eine zunehmende Rolle, um eine einzigartige Kundenerfahrung zu bieten, etwa durch das Angebot eines SideChef-Abos beim Kauf eines smarten Küchengerätes.(i)

Ein weiteres Beispiel für erfolgreiche Kooperationen ist die Electrolux Food Foundation, die Weiterbildungen und kulinarische Schulungsprogramme anbietet und gemeinsam mit Partnern wie dem internationalen Kochverband Worldchefs Kinder und Erwachsene weltweit in der nachhaltigen Ernährungsbildung unterstützt.

**Geschmack und Design als Schlüsselfaktoren für Veränderungen**

Natürlich spielt bei den Ernährungs- und Kochgewohnheiten auch der Geschmack eine entscheidende Rolle. „Pflanzenbasierte Kost muss auf dem Teller im Mittelpunkt stehen“, argumentiert Vanessa Macedo, Senior Design Researcher bei Electrolux. Um eine bewusstere, fleischarme Ernährung zu erzielen, müsse bewiesen werden, dass gesunde Ernährung keineswegs langweilig ist. In diesem Prozess sind Produkte und Technologien gefragt, die es mühelos machen, beim Kochen über den Tellerrand zu schauen und kreative, geschmackvolle Gerichte zuzubereiten.

„Für Designer geht es darum zu verstehen, welche Momente wir (in der Kundenerfahrung) nutzen können, um etwas zu verändern“, fasst Rachel Maloney, Design Director der Innovationsagentur Ideo, die Aufgabe der Produktdesigner zusammen. Gutes Design zeichne sich dadurch aus, dass es sich auf das Verbraucherverhalten auswirkt. Auch der renommierte Küchendesigner Johnny Grey betont die emotionale Komponente in der Küche der Zukunft: „Wir können nicht nur über nachhaltige Materialien und geringeren Energieverbrauch sprechen; wir müssen nach mehr streben. Wir müssen ein Gefühl von Freude und Zugehörigkeit wecken.“

Die Quintessenz des Events: Die Küche der Zukunft erfordert ein Umdenken in der Gesellschaft, im Design und in der Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure, um Verbraucher ganzheitlich zu einer nachhaltigen Lebensweise zu inspirieren.

Mehr über Nachhaltigkeit bei Electrolux erfahren Sie hier:

<https://www.electroluxgroup.com/en/category/sustainability/>

Einen Überblick über Nachhaltigkeit bei AEG finden Sie hier:

<https://www.aeg.de/local/nachhaltigkeit/>

|  |
| --- |
| Electrolux ist ein weltweit führender Hausgerätehersteller, der das Leben seiner Kunden seit mehr als 100 Jahren besser macht. Wir erfinden Geschmacks-, Pflege- und Wohlfühlerlebnisse für Millionen von Menschen neu – immer in dem Bestreben, mit unseren Lösungen und Tätigkeiten in Sachen Nachhaltigkeit an der Spitze zu stehen. Mit unseren Marken, darunter Electrolux, AEG und Frigidaire, verkaufen wir in rund 120 Märkten jedes Jahr etwa 60 Millionen Haushaltsgeräte. 2020 beschäftigten wir 48.000 Mitarbeiter weltweit und erwirtschafteten einen Umsatz von 116 Milliarden SEK (circa 11,48 Mrd. Euro). Weitere Informationen finden Sie unter [www.electroluxgroup.com](http://www.electroluxgroup.com). |

(i) Die Verbindung der SideChef-App mit AEG-Küchengeräten ist voraussichtlich ab Ende 2021 möglich.