

Pressemeldung.

„Brasserie 2050“: So schmeckt die Zukunft!

Die Rabobank unterstützt ein „Zero-Waste“-Pop-up-Restaurant, das auf dem Musikfestival Lowlands in Holland kulinarisch für nachhaltigen Genuss sorgte.

FRANKFURT – 4. Oktober 2018. In diesem Jahr war das beliebte Lowlands-Festival in den Niederlanden nicht nur wegen seiner Gigs das Highlight des Sommers. Dank der Förderung durch die Rabobank, zu der in Deutschland auch RaboDirect gehört, kamen die zahlreichen Schlemmer-Fans unter den Kulturbegeisterten voll auf ihre Kosten: Sie konnten in der futuristischen „Brasserie 2050“ ihren Hunger stillen und dabei live erleben, wie lecker nachhaltig zubereitete Gerichte schmecken können.

Unter dem Leitmotiv „Banking for Food“ fördert die Rabobank zukunftsweisende Projekte zur Sicherung der weltweiten Lebensmittelversorgung und zur Vermeidung von Ressourcenverschwendung. So auch die Initiative „Brasserie 2050“, die die Besucher während der dreitägigen Open-Air-Konzertveranstaltung Lowlands für diese Themen sensibilisieren sollte. Denn Fakt ist: Die Anzahl der Weltbevölkerung wird bis 2050 wohl auf nahezu neun Milliarden anwachsen, die Nachfrage nach Lebensmitteln entsprechend steigen. Doch schon heute hungern nach Angaben der Vereinten Nationen 800 Millionen Menschen. Wie soll die Menschheit angesichts dieser Prognosen in Zukunft ernährt werden? Mit dieser Frage beschäftigt sich die Rabobank, die ihre Wurzeln im Agrar- und Lebensmittelsektor hat, bereits seit vielen Jahren intensiv. Wichtige Aspekte: sensibilisieren, aufklären, unterstützen. Und dafür ist das Musik-Spektakel Lowlands mit seinen circa 90.000 Besuchern eine ideale Plattform.

Recyclbares Pop-up-Restaurant.

Das niederländische Designstudio „Overtreders W“ errichtete auf dem Festivalgelände ein transparentes Pop-up-Restaurant in Form einer Scheune. Gearbeitet wurde mit recycelten oder recycelbaren Materialien wie Palettenregalen für die Wände und Wellkunststoff für das Giebeldach. Alles kann nach dem Abbau des Pavillons wiederverwendet werden.

„Zero Waste“ auch auf dem Teller.

Passend zu dieser „Zero-Waste“-Idee gestaltete die Cateringfirma The Food Line-Up auch die Speisekarte nachhaltig: Anstelle von sonst üblichen Hotdogs und Hamburgern gab es Brot aus Kartoffelschalen oder Pesto aus überschüssigen Lebensmitteln. Auch angeboten wurden klassische Gerichte wie Steak Tatar, Ravioli, Boeuf Bourguignon und Crème Brûlée – angereichert mit überraschenden Infos bezüglich der Zutaten und mit Fakten zum Thema Lebensmittelverschwendung. „Unser Steak Tatar heißt ‚Meat me half way‘ und ist halb so groß wie ein ‚normales‘ Stück“, erklärt

Maartje Nelissen, die 2013 zusammen mit Lotte Wouters The Food Line-Up gründete. Um das Fleisch anzureichern, eigne sich beispielsweise Wassermelone und rote Paprika. Nelissen: „Wir empfehlen nicht, Fleisch vollständig aus unserer Ernährung zu entfernen, sondern weniger und qualitativ besseres Fleisch zu essen. Denn die Fleischproduktion hat eine beachtliche Ökobilanz, sowohl in Bezug auf die CO₂-Emissionen als auch auf die Nutzung landwirtschaftlicher Flächen.“ Das Fleisch für die „Brasserie 2050“ kam von Kühen aus der Region. „Durch den Verzehr von mehr lokalen Produkten wird weniger Transport benötigt und wir können so den CO₂-Ausstoß reduzieren“ – ein Bestreben, das die Rabobank gerne fördert.

Bewusstsein schärfen – Verantwortung übernehmen.

Die Speisen, die in der „Brasserie 2050“ angeboten wurden, beweisen, dass zukunftsweisendes, nachhaltiges Essen nicht langweilig oder geschmacklos sein muss. Im Gegenteil: The Food Line-Up arbeitet extra mit Köchen zusammen, die den Nachhaltigkeitsgedanken leben, aber auch Spezialisten auf ihrem Gebiet sind oder sich durch ein bestimmtes Produkt auszeichnen. Vor allem Selbstgemachtes steht im Vordergrund. „Und die Konsumenten sind durchaus bereit, dafür einen höheren Preis zu bezahlen“, weiß Nelissen aus Erfahrung. „Die Erkenntnis, dass Lebensmittel auf ganz unterschiedliche Weise zubereitet werden können und dass wir eine Verantwortung für eine nachhaltigere Zukunft haben, kann Großes bewirken“, ist sie sich sicher. Deshalb sei es so wichtig, immer wieder darauf hinzuweisen – zum Beispiel durch Aktionen wie im Rahmen des Festivals. Dass die Rabobank Sponsor-Partner der Initiative ist, liege laut Nelissen auf der Hand. „Schließlich finanziert die Bank fast 80 Prozent aller Landwirte in den Niederlanden“, sagt sie. „Ich denke, diese Kooperation ist sehr kraftvoll.“

Über RaboDirect Deutschland

RaboDirect Deutschland ist ein Geschäftsbereich der deutschen Zweigniederlassung der Coöperatieve Rabobank U.A., einer holländischen Bankengruppe mit Sitz in Frankfurt am Main. Das Direktbankgeschäft wurde im Juni 2012 als neuer Geschäftsbereich der Zweigniederlassung Frankfurt errichtet und ist auf Sparprodukte für Privatkunden spezialisiert. Im Firmenkundengeschäft ist die deutsche Zweigniederlassung der 1898 als Genossenschaftsbank gegründeten Rabobank Gruppe bereits seit 1984 als Spezialist für Finanzierungen im Agrar- und Nahrungsmittelsektor tätig. Die Rabobank Gruppe ist einer der größten Finanzdienstleister der Niederlande. Inzwischen ist die Bank in 40 Ländern mit über 8,7 Millionen Kunden und knapp 45.000 Mitarbeitern vertreten und verfügt über Einlagen von über 340 Milliarden Euro (Stand 2017). Weitere Informationen im Internet auf www.rabodirect.de und www.rabobank.com.

Pressekontakt

Assana Jensen

c/o Havas PR Germany

Tel. 040 43175 123

Fax 040 43175110

assana.jensen@havaspr.com

RaboDirect Deutschland/Pressestelle

c/o Havas PR Germany

Assana Jensen, Tel. 040 431 75-123, assana.jensen@havaspr.com