

PRESSEMITTEILUNG

Mit Dosen und klugem Einkaufsmix gegen Verderb und Wegwerfmentalität

Untersuchung der TU München zeigt Lösungsansätze für verantwortungsvollen Umgang mit Lebensmitteln auf

München, im Oktober 2011 – Die Initiative Lebensmitteldose hat in einer wissenschaftlichen Erhebung Einkauf, Verwendung und Verderb von frischen und verpackten Lebensmitteln in Verbraucherhaushalten in Bayern, exemplarisch für Deutschland, genauer unter die Lupe genommen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich Lebensmittelabfälle in privaten Haushalten im Rahmen eines optimierten Einkaufs- und Ernährungsmixes deutlich verringern lassen. Die Initiative wird die Ergebnisse für den intensiven Dialog mit Ernährungsexperten nutzen, deren Beratungskompetenz in dieser Thematik zukünftig noch stärker gefragt sein wird. Verbraucher müssen wieder lernen, eine am tatsächlichen Bedarf angepasste Einkaufsplanung zu betreiben.

Das Projektteam des **Lehrstuhls für BWL, Marketing und Konsumforschung der TU München** hat unter der Leitung von **Prof. Dr. Jutta Roosen** sowie der Projektkoordination von Dr. Thomas Zängler im Auftrag der Initiative Lebensmitteldose die Hypothese überprüft, dass die Verwendung von in Dosen verpackten Lebensmitteln einen Beitrag zur Reduzierung von Lebensmittelverderb leistet und so einen effizienten und umweltfreundlichen Umgang mit Lebensmitteln unterstützt.

Ziele der Untersuchung lauteten:

- Aussagen über den Lebensmittelmix zu treffen, d.h. Einkauf und Verwendung von frischen und konservierten Lebensmitteln für die Speisenzubereitung
- den Umfang an während der Lagerhaltung verdorbenen frisch gekauften Lebensmitteln im Verhältnis zu den verzehrten Lebensmitteln zu ermitteln
- die Menge an haltbar gemachten Lebensmitteln festzustellen, die nach Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums entsorgt werden, im Verhältnis zu den verzehrten Lebensmitteln

Als Erhebungsdesign wurde vom Projektteam ein Mix aus quantitativem und qualitativem Ansatz gewählt. Bei der Befragung vor Ort in den Privathaushalten wurde ein quantitativer Fragebogen eingesetzt, den die Konsumenten beim Besuch nach einer kurzen Einweisung allein ausfüllten. Zudem wurde eine qualitative Befragung nach der sogenannten Laddering-Methode durchgeführt. Des Weiteren wurde eine Bestandsaufnahme der

gelagerten Lebensmitteldosen (Gemüse) vorgenommen. Dem Besuch vor Ort folgte nach mindestens fünf Tagen ein telefonisches Interview, um die persönlichen Aussagen nochmal zu überprüfen und verifizieren zu können.

Bei der **Stichprobenerhebung** wurde darauf geachtet, dass die Zusammensetzung der Teilnehmerhaushalte der Verteilung in ganz Deutschland entspricht. So kann gut ein Drittel der Befragten in die Kategorie Single-Haushalte (34 Prozent) eingestuft werden, bei einem weiteren Drittel handelt es sich um Paare ohne Kinder (28 Prozent) und Paare mit einem oder mehreren Kindern (32 Prozent). Sechs Prozent der Teilnehmer stellt die Gruppe der Alleinerziehenden mit Kindern dar. Die 50 Zielpersonen in den Haushalten waren zu 20 Prozent männlich und zu 80 Prozent weiblich. Um Unterschiede in den Lebenssituationen und ein daraus resultierendes Konsumverhalten zu berücksichtigen, wurden sowohl Stadtbewohner (58 Prozent) in München und Umgebung sowie 42 Prozent Bewohner im ländlichen Raum (Landkreise Kitzingen und Tirschenreuth) befragt. Die Verteilung des Nettohaushaltseinkommens der Befragten spiegelt die tatsächliche finanzielle Situation deutscher Verbraucherhaushalte wider: Knapp 34 Prozent der Befragten stehen zwischen 1.500 und 3.000 € pro Monat zur Verfügung.

Zentrale Erkenntnisse der Untersuchung

Die heute vor allem in Ballungszentren herrschenden beruflichen und sozialen Anforderungen an die Verbraucher werden immer vielschichtiger. Arbeitszeiten verschieben sich unvorhergesehen. Das Arbeitspensum und die damit verbundene längere Tagesarbeitszeit sind nicht über eine längere Sicht planbar, sondern können nur von Tag zu Tag eingeschätzt werden. Ein hoher Flexibilitätsgrad, der von Arbeitgebern verlangt wird, und kurzfristig anberaumte berufliche, aber auch private Termine führen in Verbraucherhaushalten vermehrt dazu, dass bereits eingekaufte und gelagerte Lebensmittel verderben und im Hausmüll entsorgt werden, weil die Gelegenheit zur Zubereitung nicht gegeben ist. Diese mangelnde Planungssicherheit in Sachen frische Lebensmittel, kombiniert mit der Tatsache, dass viele Verbraucher aus übertriebener Vorsicht Lebensmittel, deren Mindesthaltbarkeitsdatum noch nicht überschritten ist, wegwerfen, führt zu einer enormen Lebensmittelverschwendung.

Die vom Projektteam der TU München befragten Verbraucher geben an, dass in Dosen gelagerte Lebensmittel so gut wie nie weggeworfen werden. Die Überprüfung der Lebensmittelbestände in diesen Haushalten bekräftigt und bestätigt diese Aussage: Bei lediglich 1,6 Prozent aller bei den Probanden gelagerten Dosen war das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten. Zur Validierung der Verbrauchereinschätzung sowie der konkreten Festlegung der Lagerbestände wurde eine weitergehende Frage

gestellt. Ergebnis: Die Verbraucher stufen Lebensmittel in Dosen in die Kategorie mit der niedrigsten Wegwerfquote ein (0 bis maximal 10 Prozent) ein, wohingegen frische Lebensmittel in die Kategorie von mindestens 10 bis maximal 30 Prozent eingeordnet werden. Somit wurde die Aussage bestätigt, dass Lebensmittel in Dosen deutlich weniger (da so gut wie nie) weggeworfen werden als frische Lebensmittel.

Der Verbraucher ist also zukünftig gefordert, denn schon mit kleinen Änderungen seines Einkaufs- und Konsumverhaltens kann er eine große Wirkung erzielen. Dies zeigen die Ergebnisse der Untersuchung deutlich auf: Wer seinen Lebensmittelbedarf ausschließlich aus frischen Lebensmitteln decken wollte, müsste aus Gründen des höheren Verderbrisikos sehr viel mehr einkaufen. Wer hingegen ein Drittel des täglichen Ernährungsbedarfes von 1.800 g mit Lebensmitteln aus der Dose deckt (ca. 640 g) kann den Verderb von Lebensmitteln um real 29 Prozent senken. Pro Jahr könnte so jeder Konsument bis zu 21 kg Lebensmittelabfälle vermeiden.***

Unter den Teilnehmern der Untersuchung herrscht durchaus eine große Zustimmung, dass eine gewisse Veränderung des eigenen Verhaltens stattfinden muss. Somit zeigt sich, dass sie Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme erkennen und sich darum sorgen.

Es ist auf jeden Fall positiv zu bewerten, dass Haushalte bei der Befragung angegeben haben, häufig vor dem Einkaufen ihre Vorräte zu kontrollieren, gut zu planen und nicht allzu häufig Lebensmittel zu kaufen, weil sie im Angebot sind. Im Zuge der Befragung konnten die Projektverantwortlichen jedoch auch feststellen, dass Verbraucher das Ausmaß des verursachten Verderbs sowie das eigene Wegwerfverhalten nicht durchgängig realistisch einschätzen.

Fazit: Ein intelligenter Einkaufsmix aus haltbaren und frischen Lebensmitteln hilft, die Wegwerfquote und damit den Verderb von Lebensmitteln im Haushalt sehr deutlich zu verringern. Gerade hier wird zukünftig die Beratungskompetenz von Ernährungsexperten gefragt sein, die zusammen mit den Verbrauchern eine am tatsächlichen Bedarf angepasste Einkaufsplanung zum Ziel setzen sollten.

Über die Initiative Lebensmitteldose

Im Jahr 2000 schlossen sich namhafte deutsche Hersteller aus der Lebensmittel- und Verpackungsindustrie zu einer Initiative zusammen, die heute unter dem Namen Initiative Lebensmitteldose aktiv ist. Ziel ist es, Verbraucher und Ernährungsexperten sowie den Handel und die Lebensmittelindustrie umfassend über Lebensmittel aus Dosen zu informieren. Darüber hinaus klärt die Initiative über die Vorteile der Lebensmitteldose im Kontext von Klimaschutz und Nachhaltigkeit sowie Reduzierung der Verschwendung von Lebensmitteln durch Verderb auf.

Weitere Informationen finden Sie unter www.initiative-lebensmitteldose.de.

Belegexemplar oder Veröffentlichungslink erbeten.

Weitere Informationen können Sie gern anfordern bei:

Initiative Lebensmitteldose

c/o zweiblick // kommunikation

Alexandra Endres

Morassistraße 26

80469 München

Tel.: 089/21 66 81 12

Fax: 089/21 66 81 15

info@initiative-lebensmitteldose.de

**Kontakt für Fachpresse Lebensmittelhandel,
Lebensmittelindustrie und Verpackung**

Havas PR Düsseldorf GmbH

Patricia Meißner-Peters

Kaiserswerther Straße 135

40474 Düsseldorf

Tel.: 0211/91 49-853

Fax: 0211/91 49-757

patricia.meissner-peters@havaspr.com