



Studienergebnisse: Danone und Wiener Tafel Food Waste Studie 2018

Wissensstand und Verhalten zu Lebensmittelverschwendung in Österreich

Danone und Wiener Tafel Food Waste Studie¹: Genießen statt verschwenden

Ergebnisse im Detail

Die Vermeidung von Lebensmittelmüll beginnt beim Einkauf

Food Waste ist für die Österreicher eine Herzensangelegenheit: 95 % der Konsumenten möchten nicht, dass Lebensmittel im Müll landen. Frauen, Älteren und Menschen am Land ist das Thema ein besonders wichtiges Anliegen, die Bildung spielt hingegen keine Rolle. Emotionale Antworten zeigen, dass das Thema berührt: „Wir verschwenden, andere hungern!“ oder auch: „Wenn ich in die Biotonne schaue, geht's den Leuten zu gut.“ Deshalb versuchen viele, schon beim Einkauf achtsam zu sein: Fast 50 % kaufen mit Einkaufsliste und halten sich auch daran. Nur 22 % wählen neben fixen Lebensmitteln eher spontan weitere Produkte aus oder kaufen überhaupt ohne Plan ein – darunter finden sich mehr jüngere Menschen. Das zentrale Kriterium bei der Auswahl von Lebensmitteln ist der Geschmack, gefolgt von den Faktoren „gesund“ und „regional“. Überraschend: Der Preis ist weniger wesentlich und steht erst an vierter Stelle. Auch Jüngeren ist der Geschmack am wichtigsten. Im Vergleich zu anderen Altersgruppen haben bei ihnen allerdings die Kriterien „Markenbewusstsein“ und „Umweltfreundlichkeit“ eine höhere Relevanz.

Was landet im Müll?

Am häufigsten werden Obst und Gemüse, Brot und Milchprodukte weggeworfen. Das überschrittene Verbrauchsdatum spielt die Hauptrolle, wenn Fleisch und Wurst (56 %) weggeworfen werden, bei Milchprodukten und Eiern (jeweils 43 %) jeweils das erreichte Mindesthaltbarkeitsdatum. Viele

¹repräsentative Studie durchgeführt von Wavemaker im Auftrag von Danone Österreich und der Wiener Tafel im Sommer 2018; befragt wurden 1.000 Personen in Österreich zwischen 18 und 65 Jahren

Konsumenten wollen gerade bei diesen heiklen Lebensmitteln kein Risiko eingehen und trennen sich lieber von einem Produkt, als es noch zu verzehren. Dies zeigt auch ein weiteres Ergebnis: 52 % der Konsumenten werfen Lebensmittel aus Unsicherheit weg – sie haben Zweifel: Ist ein Produkt noch frisch und genießbar? An zweiter Stelle bei den Gründen für Food Waste folgt die falsche Lagerung mit 20 % und danach das Überschreiten des MHD mit 18 %.

MHD ist kein Verfallsdatum

Ein großer Teil der Befragten gibt auch abgelaufenen Produkten durchaus eine Chance – 75 % der Konsumenten sind überzeugt: Produkte sind auch nach dem Überschreiten des MHD weiter genießbar. 44 % prüfen dann ein Produkt vor dem Verzehr. „Ansehen, riechen, schmecken, tasten und horchen“, lautet die Devise. Am Beispiel der Milchprodukte wurde konkret abgefragt, wie Abgelaufenes getestet wird:

75 % der Befragten riechen an Milchprodukten, 73 % sehen sie genau an, 64 % kosten auch. Meist wird versucht, Abgelaufenes möglichst rasch zu verbrauchen. Für rund ein Fünftel spielt das MHD übrigens gar keine Rolle: 21 % kontrollieren es gar nicht. Gerade jüngere Konsumenten achten nicht darauf, sie werfen Produkte auch häufiger weg.

Das Ausmaß von Food Waste wird unterschätzt

Im eigenen Haushalt landen nach Beurteilung der Befragten im Schnitt 1 bis 2 Lebensmittel pro Woche im Müll. Ein Drittel meint sogar, selbst nichts oder kaum etwas wegzuerwerfen. Der eigene Beitrag zur Lebensmittelverschwendung wird damit ebenso unterschätzt wie das Ausmaß insgesamt in Österreich: In Österreich werden jährlich rund 760.000 Tonnen Lebensmittel weggeworfen, rund 577.000 Tonnen davon gelten als vermeidbar. Die meisten noch genießbaren Lebensmittel werden mit 206.000 Tonnen in den Haushalten weggeworfen. Die Befragten schätzen im Mittelwert, dass lediglich rund 300.000 bis 400.000 Tonnen an Food Waste nicht notwendig sind.

Was schief läuft – und was passieren sollte

Für 69 % der Befragten ist der Überfluss an Lebensmitteln die Hauptursache für die Verschwendung von Lebensmitteln. Jeweils 54 % sehen in der Gesellschaft einen Werteverlust der Lebensmittel oder haben sehr hohe Ansprüche an Lebensmittel – nur das Frischeste ist gut genug. Diese Haltung findet sich gerade bei Jüngeren häufig. Die österreichischen Konsumenten haben auch eine klare Meinung dazu, wie das Problem zu lösen ist: Weniger einkaufen – das hält beinahe die Hälfte (48 %) für die wichtigste Maßnahme. Dicht darauf folgt mit 43 % die Weitergabe von Essen durch die Tafeln und andere karitative Organisationen.

Deutlich gewünscht wird auch mehr Information: bessere Aufklärung zur Haltbarkeit verschiedener Produktgruppen, Unterstützung beim Einkauf und Bewusstseinsbildung zum Thema Lebensmittelverschwendung. 66 % der Konsumenten befürworten mehr Aufklärung und Verantwortungsbewusstsein seitens der Hersteller, dicht gefolgt von Politik und Handel. Als konkrete Maßnahme finden 69 % einen erklärenden Hinweis zum MHD am Produkt sinnvoll – Lebensmittel würden nicht gleich weggeworfen, sondern zunächst Geruch und Geschmack geprüft und somit „der Hausverstand jedes Einzelnen“ adressiert, wie es ein Befragter formuliert.

Weitergeben statt verschwenden

Ebenso befürworten 61 % eine vereinfachte Weitergabe von Lebensmitteln als Teil eines allgemeinen Aktionsplans gegen Lebensmittelmüll. 74 % der Befragten schätzen das Engagement der Tafeln und ähnlicher Sozialeinrichtungen – die Bekanntheit und Zustimmung sind damit äußerst hoch, wie auch das Thema Food Waste insgesamt zu einem hohen sozialen und ökologischen Engagement mobilisiert.