

Steckbrief zur Untersuchung „Einkauf, Verwendung und Verderb von frischen und verpackten Lebensmitteln in Verbraucherhaushalten“

Durchgeführt von	Technische Universität München Lehrstuhl für BWL – Marketing und Konsumforschung Alte Akademie 16 85350 Freising-Weihenstephan
Arbeitsgruppe und Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> - Prof. Dr. Jutta Roosen (Projektleitung) - Dr. Thomas Zängler (Projektmanagement) - Inna Ivanova, M.Sc. (Literatur, Methode, Fragebogenentwicklung, quantitative Analyse) - Anne Ixmeier, B.Sc. (Methode, Fragebogenentwicklung, Feldarbeit, qualitative Analyse, Bericht) - Liane Herold, M.Edu (Feldarbeit)
Ausgangssituation und Problemstellung	<ul style="list-style-type: none"> - Lebensmittelverluste entlang der Wertstoffkette - Erheblicher Anteil der Lebensmittelverluste in privaten Haushalten - Ansatzpunkte zur Verminderung von Lebensmittelverlusten in privaten Haushalten (insb. Verderb) durch den Einsatz von Lebensmitteldosen sollen aufgezeigt werden.
Hypothese	<ul style="list-style-type: none"> - Die Verwendung von in Dosen verpackten Lebensmitteln in Verbraucherhaushalten kann einen Beitrag zur Reduzierung von Lebensmittelverderb bei den Verbrauchern leisten. <p style="margin-left: 40px;">⇒ Effizienter, umweltfreundlicher und nachhaltiger Umgang mit Lebensmitteln.</p>
Zielsetzung	Einkauf, Verwendung und Verderb von Lebensmitteln sollten mit der Untersuchung analysiert werden. Dabei waren insbesondere die Einstellungen der Verbraucher zu Einkauf, Einsatz und Verderb von frischen und in Dosen verpackten Lebensmitteln von Interesse.

	<p>Unterziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aussagen über den Einkauf und Einsatz von frischen und konservierten Lebensmitteln für die Speisenzubereitung (Lebensmittelmix) treffen - die Menge/Masse/Art/Umfang an während der Lagerhaltung verdorbenen frisch gekauften Lebensmittel in Relation zu den verzehrten Lebensmitteln ermitteln - die Menge/Masse/Art/Umfang an konservierten Lebensmitteln ermitteln, die nach Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums entsorgt werden in Relation zu den verzehrten Lebensmitteln
<p>Erhebungsdesign/ Methodik</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mix aus quantitativem und qualitativem Ansatz - Stichprobenziehung - Pretest mit 10 Prozent Probanden - Befragung vor Ort („Studie zum Thema Lebensmittel in Privathaushalten“) <ul style="list-style-type: none"> o Quantitativer Fragebogen o Bestandsaufnahme der gelagerten Lebensmitteldosen (Gemüse) o Qualitative Befragung (Laddering) - Telefoninterview nach mindestens fünf Tagen
<p>Teilnehmer in Zahlen und Daten</p>	<p>Bei den Studienteilnehmern handelt es sich um ein Convenience Sample von 50 Verbraucherhaushalten, das hinsichtlich Alter, Bildung, Haushaltsform und Typ des Standortes eine gewisse Verteilung abbildet.</p> <p>Haushaltsform:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Single-Haushalte (34 Prozent) - Paare ohne Kinder (28 Prozent) - Paare mit einem oder mehreren Kindern (32 Prozent) - Alleinerziehende mit Kindern (6 Prozent) <ul style="list-style-type: none"> - Räumlich wurde in Bayern so rekrutiert, dass sowohl städtische (München Stadt, Freising Stadtgebiet) mit 58 Prozent als auch ländliche Regionen (Landkreis München, Freising Umland, Landkreis Kitzingen, Landkreis Tirschenreuth) mit 42 Prozent vertreten sind. - Die Verteilung des Nettohaushaltseinkommens spiegelt auch

	<p>sehr identisch die tatsächliche Situation in Deutschland wider: Knapp 34 Prozent der Befragten stehen zwischen 1.500 und 3.000 € pro Monat zur Verfügung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Rekrutierung der Haushalte erfolgte kalt. Neben Ausschreibungen in der Zeitung und auf der Homepage der Technischen Universität München, wurden Poster und Flyer verteilt sowie Briefe an Haushalte gesendet, in denen die Adressaten um die Teilnahme gebeten werden. Adressen und Telefonnummern wurden dabei als Stichprobe aus den örtlichen Telefonbüchern gezogen, so dass es möglich war, die Bereitschaft zur Teilnahme der kontaktierten Haushalte in einem anschließenden Telefonat zu erfragen. - Bei der Rekrutierung musste sichergestellt werden, dass am Ende tatsächlich die Person im Haushalt befragt wird, die überwiegend Lebensmittelentscheidungen trifft.
<p>Einschränkung bei Rekrutierung</p>	<ul style="list-style-type: none"> - extreme Ernährungsweisen (durch Lebensmittelunverträglichkeit, Vegetarismus, Veganismus oder dauerhafte Gewichtsreduzierung) - keine Ausschlusskriterien: Diabetes, Adipositas oder durch Bluthochdruck verursachte Einschränkungen bei der Ernährung
<p>Zentrale Erkenntnisse</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Die 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.
- 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.
 - Fragen zum Kauf-, Lager- und Einsatzverhalten von Gemüsedosen ergaben: In 15,6% der Fälle fand der Kauf innerhalb der letzten Woche, in 36,1% der Fälle innerhalb der letzten 2-4 Wochen statt und in 46,7% der Fälle vor mehr als 4 Wochen statt. Eine Verwendung ist in 13,9% der Haushalte innerhalb der kommenden Woche, in 50,8% der Haushalte innerhalb der kommenden 2-4 Wochen und in 32,8 der Haushalte in mehr als 4 Wochen geplant. Es wird deutlich, dass der Kauf sowie die geplante Verwendung von Gemüse in Dosen größtenteils im Zeitraum 2-4 oder mehr Wochen erfolgen. Dies bestätigt die große Bedeutung der Lagerfähigkeit und guten Planbarkeit für die Verwendung von Lebensmitteln in Dosen für einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Umgang mit Nahrung.
 - Konsumenten von in Dosen verpackten Lebensmitteln versuchen durch Produkteigenschaften der Dose wie gute Lagerfähigkeit, schnelle Zubereitung, gute Verfügbarkeit und angemessenen Preis die für sie wünschenswerten Genussziele wie Wohlbefinden/Zufriedenheit, Glück, Lebensqualität, Selbst-vertrauen/ Selbstbestätigung sowie familiäres Wohlergehen zu erreichen.
 - Die gute Verfügbarkeit von Lebensmitteldosen unabhängig von Tageszeit und Saison resultiert für Verbraucher darin, dass sie Gutes für die Umwelt tun können, weil nicht mehr Lebensmittel gekauft werden müssen als eventuell benötigt werden. Dadurch können Konsumenten Verantwortung für sich, ihre Familien und die Umwelt übernehmen und familiäres Wohlergehen sowie Selbstbestätigung erhalten.

	<ul style="list-style-type: none"> - Immerhin 32 % der Studienteilnehmer kaufen Dosen, weil sie so auf Vorrat kaufen können, und die Lebensmittel lange lagerfähig sind. Dadurch wird ein verantwortungs- und planvoller Umgang mit Lebensmitteln ermöglicht.
Fazit	<p>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.</p>
Begleitende Erkenntnisse	<ul style="list-style-type: none"> - Die Ergebnisse zeigen, dass durch die Verwendung von Lebensmitteldosen Lebensmittelabfälle und somit auch finanzielle Verluste für Haushalte minimiert werden können. - Die Studie zeigt, dass die Stärken der Lebensmitteldose vor allem in der langen und einfachen Lagerfähigkeit, der unkomplizierten Zubereitung, guter Verfügbarkeit, Lebensmittelsicherheit sowie einem angemessenen Preis liegen. - Bezüglich der psychographischen Einstellungen der Teilnehmer lässt sich sagen, dass Teilnehmern durchaus eine Notwendigkeit der Verhaltensänderung sehen. Somit zeigt sich, dass die Studienteilnehmer Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme erkennen und sich darum sorgen. Es kann davon ausgegangen, dass unter den Teilnehmern ein Bewusstsein für Umweltprobleme sowie eine Bereitschaft zu Veränderungen vorhanden ist. - Gesundheit steht für die Teilnehmer der TUM-Studie an zweiter Stelle der Gründe für eine Kaufentscheidung bei Lebensmitteln.
Begleitende und weiterführende Veröffentlichungen	<ul style="list-style-type: none"> - FAO: Save Food Kongress; Präsentationen und Studien, 2011 - Groot-Marcus, J.P., P.M.J. Terpstra, L.P.A. Steenbekkers und C.A.A. Butjin (2006): Technology and Household Activities. S. 33-42. In: Verbeek, P.-P. und A. Slob: User Behavior and Technology Development: Shaping Sustainable Relations Between Consumers and Technologies. Springer.

- Save Food Studie (2011): Das Wegwerfen von Lebensmitteln – Einstellungen und Verhaltensmuster: Quantitative Studie in deutschen Privathaushalten. Cofresco®, durchgeführt in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut TheConsumerView GmbH.
- Reynolds, T.J. und J. Gutman (1988): Laddering Theory, Method, Analysis, and Interpretation. Journal of Advertising Research, 02/1988, 11-31.
- Russell, C.G., A. Busson, I. Flight, J. Bryan, J.A. van Lawick van Pabst und D.N. Cox (2004b): A comparison of three laddering techniques applied to an example of a complex food choice. Food Quality and Preferences, 15, 569-583.

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 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. Mehr Informationen zur Initiative sowie einen detaillierten Einblick in die bisher veröffentlichten Untersuchungen im Bereich Inhaltsstoffe und Genusswert finden Sie auf der Website www.initiative-lebensmitteldose.de.

Kontakt

Informationsbüro Initiative Lebensmitteldose, zweiblick // kommunikation,
Wilhelm-Hale-Straße 50, 80639 München
Telefon: 089 216681-12, Telefax: 089 216681-15,
E-Mail: info@initiative-lebensmitteldose.de