Abfallvermeidungsprojekt:

Verhaltensänderung zur Lebensmittelabfallvermeidung durch Bewusstseinsbildung im Einzelhandel

Fördernehmer: Universität für Bodenkultur, Institut für Abfall- und Kreislaufwirtschaft

Projektlaufzeit: 01.07.2024 bis 30.06.2026

Kategorie(n): Abfallvermeidung durch Bewusstseinsbildung/Vermeidung von Lebensmittelabfällen

Projektart: Großprojekt

Dieses Projekt untersuchte, wie Konsument:innen mit Informationsmaßnahmen direkt beim Einkauf dabei unterstützt werden können, Obst und Gemüse richtig zu lagern und dadurch Lebensmittelabfälle im Haushalt zu vermeiden. Gemeinsam mit einem Lebensmitteleinzelhändler wurden praxisnahe Informationsmaßnahmen entwickelt, getestet und wissenschaftlich evaluiert.

Ausgangspunkt war die Erkenntnis, dass ein Teil der vermeidbaren Obst- und Gemüseabfälle aus Haushalten auf eine falsche Lagerung zurückzuführen ist und Konsument:innen sich Informationen direkt beim Einkauf wünschen. Um wirksame Maßnahmen entwickeln zu können, wurde zunächst eine umfassende Literaturrecherche durchgeführt und anschließend das Einkaufsverhalten in Filialen des Lebensmitteleinzelhandels untersucht. Es wurden zahlreiche Kund:innen befragt und ergänzend dazu fanden Fokusgruppen statt, in denen potenzielle Informationsmaßnahmen gemeinsam mit Konsument:innen entwickelt und verbessert wurden. Die Ergebnisse machten deutlich, dass insbesondere bei Zitrusfrüchten, Bananen sowie Äpfeln und Birnen Wissenslücken bestehen. Gleichzeitig wurde klar, dass Informationen möglichst einfach formuliert und unmittelbar beim jeweiligen Produkt platziert werden sollten. Auf Basis dieser Erkenntnisse wurden mehrere Maßnahmen entwickelt und in ausgewählten Filialen praktisch getestet.

Die Evaluation der Maßnahmen lieferte wertvolle Erkenntnisse für zukünftige Strategien zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen. Das Projekt zeigte, dass grundsätzlich großes Potenzial für Verbesserungen bei der Lagerung von Obst und Gemüse besteht und dass viele Menschen offen für entsprechende Informationen sind. Insgesamt wurden hunderte Personen aktiv in Befragungen und Fokusgruppen eingebunden, wodurch ein umfangreicher Wissensschatz über die Gestaltung wirksamer Kommunikationsmaßnahmen entstand. Besonders hervorzuheben ist die Erkenntnis, dass Reichweite, Sichtbarkeit und wiederholte Ansprache über mehrere Kanäle entscheidende Erfolgsfaktoren sind. Die im Projekt erarbeiteten Handlungsempfehlungen bieten daher eine wertvolle Grundlage, um zukünftige Kampagnen gezielter zu gestalten.