

Pressemeldung.

Die Macht der Medien. forsa bestätigt: Deutsche werfen dank Berichterstattung weniger Lebensmittel weg.

FRANKFURT – 12. September 2019. Das Thema Lebensmittelverschwendung ist in den Medien derzeit erfreulich präsent. Die Botschaft ist klar: Es müssen endlich weniger Nahrungsmittel in der Tonne landen. Doch hat die verstärkte Thematisierung seitens der Medien einen Effekt auf die Verbraucher? Und was tun Deutsche, um Lebensmittelverschwendung zu vermeiden? Die Antwort auf diese Fragen liefert die aktuelle forsa-Umfrage im Auftrag von RaboDirect.

Ob [Foodsharing-Festivals](#) oder Apps wie „[Too Good To Go](#)“ — individuelle Veranstaltungsformate ebenso wie Tipps und Hilfen für Verbraucher zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung nehmen zu. Wichtige Initiativen, auch angesichts der globalen Erwärmung, denn weggeworfene Lebensmittel bedeuten unnötigen [CO2-Ausstoß](#). Hinzu kommt eine stetig wachsende Weltbevölkerung, die auch in Zukunft satt werden möchte. Den Deutschen ist die Brisanz des Themas durchaus bewusst: 91 Prozent von ihnen wurden in letzter Zeit über die Medien auf die Problematik der Lebensmittelverschwendung aufmerksam.

Fast jede/-r fünfte Bundesbürger/-in wirft deutlich weniger weg als vorher.

Die forsa-Umfrage zeigt: Der Einfluss der Presse ist nicht zu unterschätzen. So werfen 18 Prozent derjenigen, die in den Medien etwas über Lebensmittelverschwendung erfahren haben, nun deutlich weniger weg. Bei einem Viertel der Bundesbürger/-innen (26 %) landet immerhin etwas weniger Nahrung im Müll als vorher. Dabei setzt die Mehrheit der Deutschen (70 %), die ihr Wegwerfverhalten aufgrund neuer Kenntnisse durch die Medien verändert haben, auf das Einfrieren überschüssiger Portionen. Die Berichterstattung zeigt also Wirkung – auch wenn noch immer 54 Prozent aller Befragten angeben, dass sie ihr Verhalten aufgrund von Medienberichten nicht verändert haben.

14- bis 29-Jährige medial besonders beeinflusst.

Besonders die jungen Befragten machen Nägel mit Köpfen. Jeder Zweite der 14- bis 29-Jährigen wirft nach eigenen Angaben weniger Nahrung weg, seitdem er durch Medienberichte umfassender über die Konsequenzen der Lebensmittelverschwendung informiert ist. Bei den 45- bis 59-Jährigen sind es 40 Prozent, die weniger Essen in den Müll befördern, nachdem sie über die Medien aufgeklärt wurden. Bei 20 Prozent sogar noch mal deutlich weniger. Interessant: Auch Sparer lassen sich stärker von Medienberichten beeinflussen als Nicht-Sparer. 45 Prozent von ihnen haben ihr Verhalten geändert und schmeißen nun weniger Lebensmittel weg. Bei den Nicht-Sparern sind es hingegen nur 31 Prozent.

Heißer Tipp „Einkaufsplan“.

Wie kann jeder Einzelne von uns Lebensmittelverschwendung vermeiden? Wir haben die 44 Prozent der Studienteilnehmer, die nur selten Nahrung wegwerfen, nach ihren besten Tipps befragt. Ein Erfolgskonzept, das von 60 Prozent der Befragten genutzt wird: das Schreiben eines Einkaufsplans. In den Korb kommt lediglich, was nach gründlicher Sichtung des Kühlschranks und der Vorratskammer wirklich gebraucht wird. Was dann immer noch übrig bleibt, wird einfach eingefroren – dazu raten 59 Prozent der Lebensmittelretter. Eine weitere Empfehlung ist das Kochen kleinerer Portionen (47 %) und falls man sich hier doch verschätzt, das Einladen von Nachbarn und Freunden zum Resteessen (5 %). Angesichts der guten Resteverwertungsangebote durch Organisationen wie beispielsweise der „Tafel“ überrascht hingegen folgendes Ergebnis: So gut wie niemand (2 %) nutzt die Option, Lebensmittel zu spenden.

Die Details der forsa-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an RaboDirectMarketing@rabobank.com senden.

Hinweis: Für die repräsentative forsa-Erhebung wurden im Auftrag von RaboDirect Deutschland zwischen dem 21. März und dem 4. April 2019 insgesamt 1.230 Personen befragt. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „forsa/RaboDirect Deutschland“ frei zur Veröffentlichung.

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 gegründet 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 38 Ländern mit mehr als 8,4 Millionen Kunden und über 43.600 Mitarbeitern vertreten und verfügt über Einlagen von fast 347 Milliarden Euro (Stand 2018). Weitere Informationen im Internet auf www.rabodirect.de und www.rabobank.com.

Pressekontakt

RaboDirect Deutschland
Pressestelle
Assana Jensen
c/o Havas Hamburg GmbH
Tel. 040 431 75 123
assana.jensen@havas.com