



Rabobank

Bewusst wie!

Plastikverzicht: Die Generation „Fridays for Future“ sieht Zukunft in innovativen Lebensmittel-Verpackungen

FRANKFURT — 17. August 2021. Einwegplastik gilt es zu vermeiden. Das ist nicht nur Konsens in Politik und Gesellschaft, sondern den Deutschen auch im eigenen Alltag sehr bewusst. Auch der „Rabobank Food Navigator“ zeigt, dass der Verzicht auf Plastikverpackungen den Menschen immer wichtiger wird – in den alten Bundesländern aktuell stärker als im Osten der Republik.

Aktuell gibt es kaum ein größeres Thema als Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein. Wir wollen umweltschonender essen, reisen, leben. Dennoch sieht die gelebte Realität in vielen Punkten noch anders aus – beispielsweise im Supermarkt, wo der Großteil der Produkte in Einwegplastik verpackt ist. Zu Hause landet das meiste davon sofort im Mülleimer. Um die Abkehr von Einwegplastik zu unterstützen, wird daher auch der Gesetzgeber regelmäßig aktiv. Beispielsweise dürfen seit Juli 2021 Trinkhalme, Essgeschirr und Wattestäbchen aus Einwegplastik nicht mehr hergestellt werden. Weitere Produkte unterliegen ab sofort einer Kennzeichnungspflicht, in den kommenden Jahren werden die Anforderungen weiter verschärft. Der Trend ist klar: Deutschland will weg vom Einwegplastik.

Dass dies für die deutschen Verbraucher mehr ist als ein flüchtiger Trend, bestätigt auch der Rabobank Food Navigator: Rund die Hälfte der Befragten (**49,2 Prozent**) ist der Meinung, dass sich innovative Verpackungen und der Verzicht auf Plastik in den nächsten Jahren durchsetzen werden. Zudem sehen die Deutschen bei der Frage, welche Food-Trends sich in den kommenden Jahren durchsetzen werden, innovative Verpackungen für Lebensmittel unmittelbar hinter dem Gesamt-Spitzenreiter Bio-Lebensmittel.

Je jünger die Befragten, desto wichtiger die Abkehr vom Plastik

Die Generation „Fridays for Future“ hält den Verzicht auf Plastik für besonders wichtig: In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen sieht mehr als die Hälfte (**57,1 Prozent**) das Thema bei den zukunftsfähigen Food-Trends an erster Stelle. Bio-Lebensmittel rangieren auf Platz 2 (**46,8 Prozent**). Im Vergleich dazu rechnen nur **40,5 Prozent** der ältesten Befragten (65 Jahre und älter) damit, dass sich Plastikverzicht in den nächsten Jahren durchsetzt.

Im Westen ist Plastikverzicht präsenter als im Osten

Spitzenreiter beim Thema Plastikverzicht sind die Großstädte: In Hamburg (**57,3 Prozent**) und Berlin (**55,7 Prozent**) sind die Zustimmungswerte am höchsten. In den Flächenländern entfallen die höchsten Werte auf Schleswig-Holstein (**53,0 Prozent**), Niedersachsen und Baden-Württemberg (beide **51,1 Prozent**) sowie Nordrhein-Westfalen (**50,3 Prozent**). Schlusslicht bei den alten Bundesländern ist das Saarland mit **47,9 Prozent** – insgesamt liegen die westdeutschen Länder also nah beieinander.

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Ein größeres Gefälle zeigt sich im Vergleich zwischen Ost und West: Insgesamt sagen **50,8 Prozent** der Befragten in Westdeutschland, dass sich Plastikverzicht in den nächsten Jahren durchsetzen wird – fast zehn Prozent mehr als im Osten (**43,4 Prozent**). Mit **43,8 Prozent** spielt Plastikverzicht für die Brandenburger die größte Rolle, in Mecklenburg-Vorpommern halten nur **37,4 Prozent** das Thema für zukunftsrelevant. Grundsätzlich schätzt die Bevölkerung im Westen die Durchsetzungsfähigkeit von Food-Trends höher ein.

Bye bye, Einwegplastik? „Unverpackt“ ist kein Allheilmittel

Trotzdem: Plastik ist nicht überall alternativlos. Vor allem in den Lebensmittelregalen erfüllen Plastikverpackungen oft einen wichtigen Zweck – indem sie Zellatmung und Flüssigkeitsverlust bremsen, machen sie frisches Obst und Gemüse länger haltbar. „Unverpackt“ allein ist also nicht die Lösung. Es gilt vielmehr, Plastik einzusparen, ohne Kompromisse bei der Haltbarkeit in Kauf zu nehmen.

Deshalb wird mit Hochdruck an neuen Lösungen geforscht. Das Grundprinzip dabei lautet „Beschichtung statt Verpackung“: Statt Obst und Gemüse in Plastik einzuwickeln, kann es mit natürlichen Substanzen beschichtet und so länger haltbar gemacht werden. Im vergangenen Jahr haben verschiedene Supermarktketten begonnen, Zitrusfrüchte und Avocados mit einer essbaren Schutzschicht aus Fruchtzucker zu verkaufen.

Auch [FoodBytes!](#), das Start-up-Pitchprogramm der Rabobank, fördert die Entwicklung der sogenannten Coating-Technologien. Im vergangenen Jahr nahm das chilenische Unternehmen [PolyNatural](#), das eine pflanzenbasierte Emulsion zur Beschichtung verschiedener Fruchtsorten herstellt, an dem innovativen Wettbewerb teil.

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit [Civey](#), einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfragen zu den vier Fokusthemen **Verantwortungsvolle Produktion, Effiziente und effektive Lieferketten, Bewusster Konsum** und **Banking for Food** sind repräsentativ und werden online durchgeführt. Dafür wurden seit dem 11. März 2021 schon mehr als 21.000 Teilnehmer*innen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 5.000 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Der „Rabobank Food Navigator“

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild „Growing a better world together“ neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Pressekontakt

Rabobank Presseservice

Laura Maria Kämz

fischerAppelt, relations GmbH

rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726

146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de