

Recy & DepoTech 2018, Leoben, 07.-09.Nov.2018

Auswirkung von optimierter Verpackung auf das Lebensmittelabfallvermeidungspotential bei Konsumenten

G. Obersteiner, M. Cociancig, J. Mayerhofer, S. Schwödt

Universität für Bodenkultur Wien

Department für Wasser, Atmosphäre und Umwelt

Institut für Abfallwirtschaft



Vermeidbare Lebensmittelabfälle in Österreich

	Landwirtschaft	Produktion	Handel	Außer-Haus-Verpflegung	Haushalt
Datenübersicht	<p>?</p>	<p>86.200 t/a</p>	<p>116.300 t/a (Bruch und Abschreibung: 74.100 t; Weitergabe an soziale Einrichtungen: 6.600 t; Retourware: 35.600 t)</p>	<p>175.000 t/a¹⁾ 156.000 – 258.000 t/a²⁾</p>	<p>206.990 t/a (Restmüll: 157.650 t; Biotonne: 49.340 t)</p>
Datenquellen	SCHNEIDER et al. 2014 (orientierende Erhebung der Verluste – Befragung von 287 Landwirten, 71 Lieferanten von 24 Obst- und Gemüsesorten)	HIETLER und PLADERER 2017 (qual. und quan. Erhebung in 10 Lebensmittelbranchen)	LEBERSORGER und SCHNEIDER 2014 (Beteiligte Unternehmen decken 83% des Marktanteils)	¹⁾ HRAD et al. 2016, www.united-against-waste.at (Berechnungsbasis 49 Betriebe) ²⁾ SCHNEIDER et al. 2012	SCHNEIDER et al. 2012 (Verlässliche Daten zu LM-Abfall im Restmüll; nur grobe Abschätzung zu Abfällen in Biotonne)
Datenlücken	Befragung deckt nur geringen Anteil der österr. Anbauflächen (2016 Fortführung der Erhebung)	Keine vollständige branchenspezifische Erhebung	Großhandel	unvollständige Abdeckung einzelner Sektoren; geringe Anzahl an Datensätzen	weitere Entsorgungswege wie Kanal, Heimkompostierung, Verfüterung

Geringe Datenlage

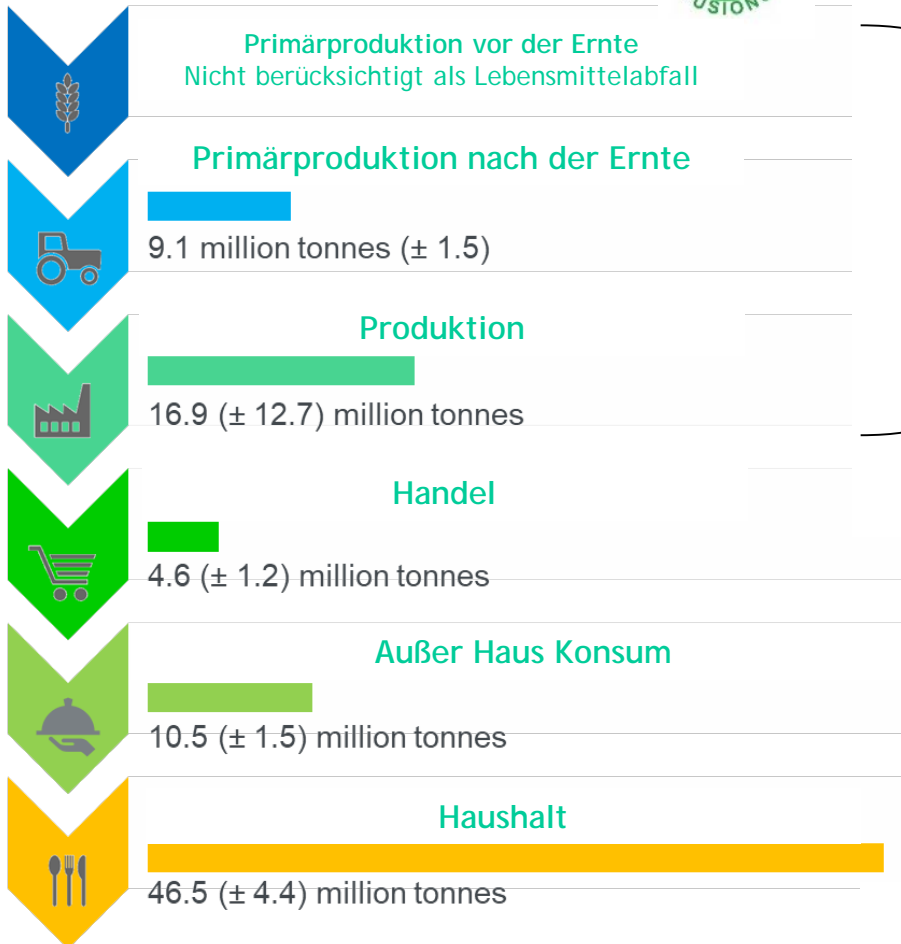
Mäßige Datenlage

Ausreichende Datenlage

EU Lebensmittelabfallaufkommen

EU Schätzungen

(Data from Stenmarck et al., 2016)



„Lebensmittelabfälle entlang der Produktionskette inkl. Landwirtschaft reduzieren“

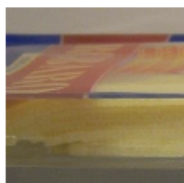
„bis 2030 das Lebensmittelabfallaufkommen pro Kopf im Handel und bei den Konsumenten halbieren“

→ Reduktion um rund. 31 Millionen Tonnes

Dokumentierte Änderungen v. Abfällen nach Verpackungsumstellung:



Beiried: 12 % → 3 %



Bergbaron: 5 % → 0,14 %



Hefezopf: 11 % → 0,8 %



Gartenkresse: 42 % → 3,4 %



Salatgurke: 9,4 % → 4,6 %

Fragestellungen

- Führt die Verpackungsoptimierung und damit einhergehende Haltbarkeitsverlängerung auch zu einer Abfallreduktion beim Konsumenten
 - Nimmt der Konsument die optimierte Verpackung wahr? (positiv, oder negativ)
 - Beeinflusst die optimierte Verpackung die Kaufentscheidung?
 - Nutzt der Konsument die optimierte Verpackung richtig?
 - Analyse der üblichen Lagerung (Ort und Art) beim Konsumenten



Online Befragung:

übergeordnete Einstellung der Konsumenten zu Verpackungen



Direkte Befragung (vor Ort im Supermarkt):

direkter Produktvergleich (in Bezug auf spezifische optimierte Verpackungen)



Fokusgruppen

Einstellungen, Wahrnehmung und Umgang mit optimierten Lebensmittelverpackungen, sowie Lagerungsgewohnheiten



Konsumentensimulation (Kühlschrankversuch)

Objektive Erkenntnisse zur Haltbarkeit (auch nach dem Öffnen)



Haushaltserhebungen

Erkenntnisse zu Lagerungsgewohnheiten

Produktauswahl

- Neu entwickelte haltbarkeitsverlängernden Verpackungen
- Produkte, die in identer Form in unterschiedlichen Verpackungen im Handel angeboten werden
 - Erdbeeren (inkl. optimierte Verpackung sofern verfügbar)
 - Tomaten (inkl. optimierte Verpackung sofern verfügbar)
 - Schinken (Fokus Wiederverschließbar)
 - Bresso (Fokus kleinere Verpackungseinheit)
 - Camembert (Fokus kleinere Verpackungseinheit)
 - Marmelade (Verpackungsgröße)
 - Kräuter (noch offen)
 - Fleisch (unterschiedliche Verpackungsvarianten)

Ergebnisse

	Gesamt	Bereinigt
Online FB	1489	1117
PoS	208	208
PoS (allgemein)	94	94
PoS produktspezifisch	122	122
PoS Fleisch	24	24
PoS (Berger)	68	68
Fokusgruppen	24	24
LM-Tagebücher (in Arbeit)	28	

Wahrnehmung von VERPACKUNG

Verpackungen:

...tragen zu meiner Entscheidung bei

...sind wichtige Informationsträger

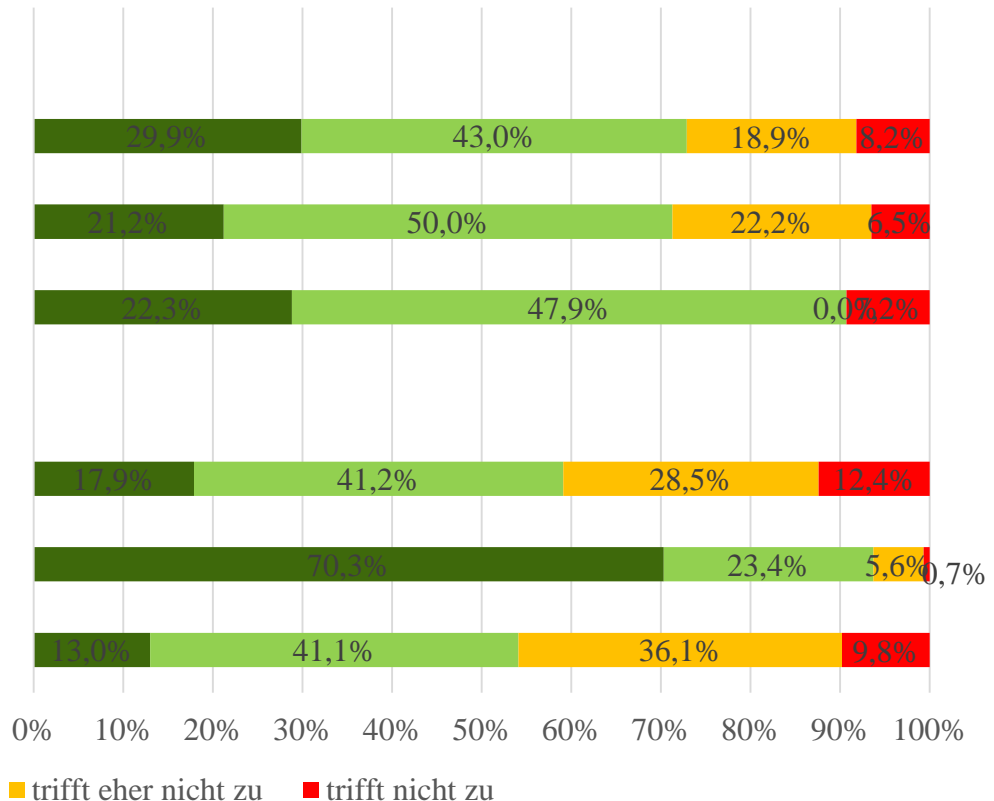
...tragen zur erhöhten Produktsicherheit bei

Lebensmittel:

...in ihrer Originalverpackung weisen eine längere Haltbarkeit auf

...sind heutzutage meist überverpackt

...bleiben in der Originalverpackung länger frisch



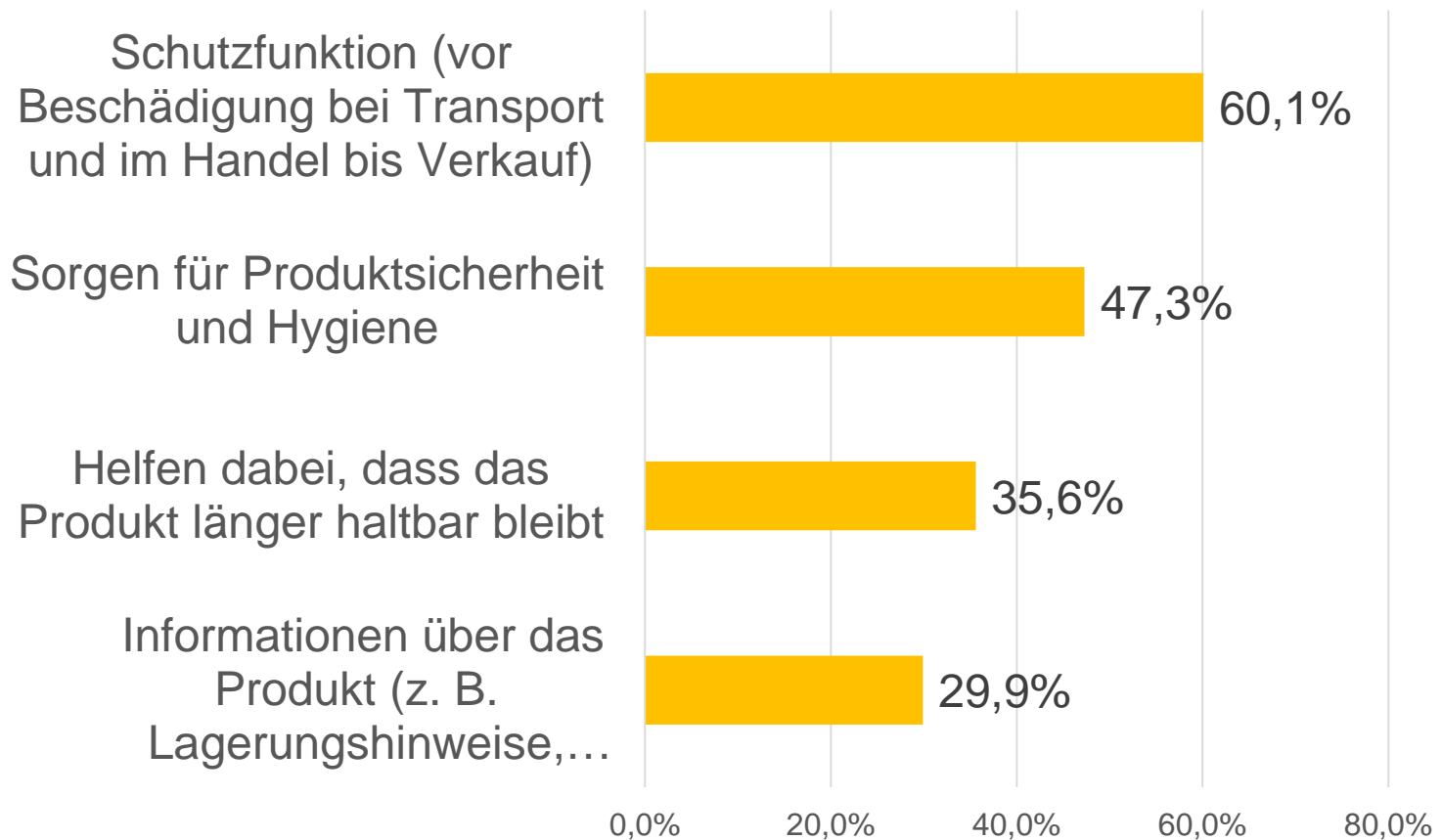
n=1117

Ergebnisse Fokusgruppen

- KonsumentInnen legen großen Wert auf Nachhaltigkeit (minimaler Materialeinsatz, NaWaRo)
- besonders wichtig: gute Sicht auf das Produkt, Transportschutz (vor allem Erdbeeren)

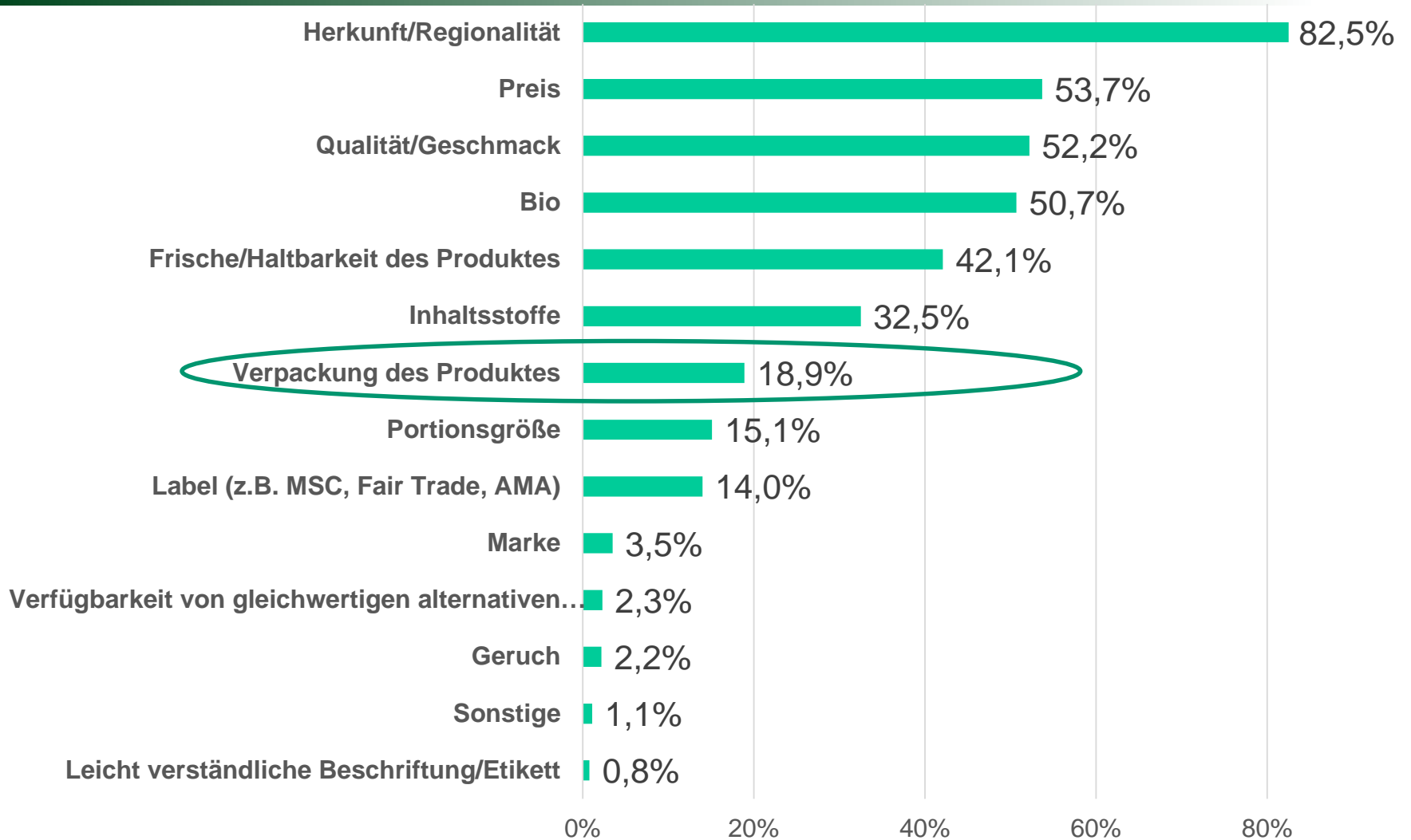
Wahrnehmung von VERPACKUNG

Welche der folgenden Punkte sind für Sie die 4 wichtigsten Vorteile einer Verpackung? (n=1117)



EINKAUF allgemein

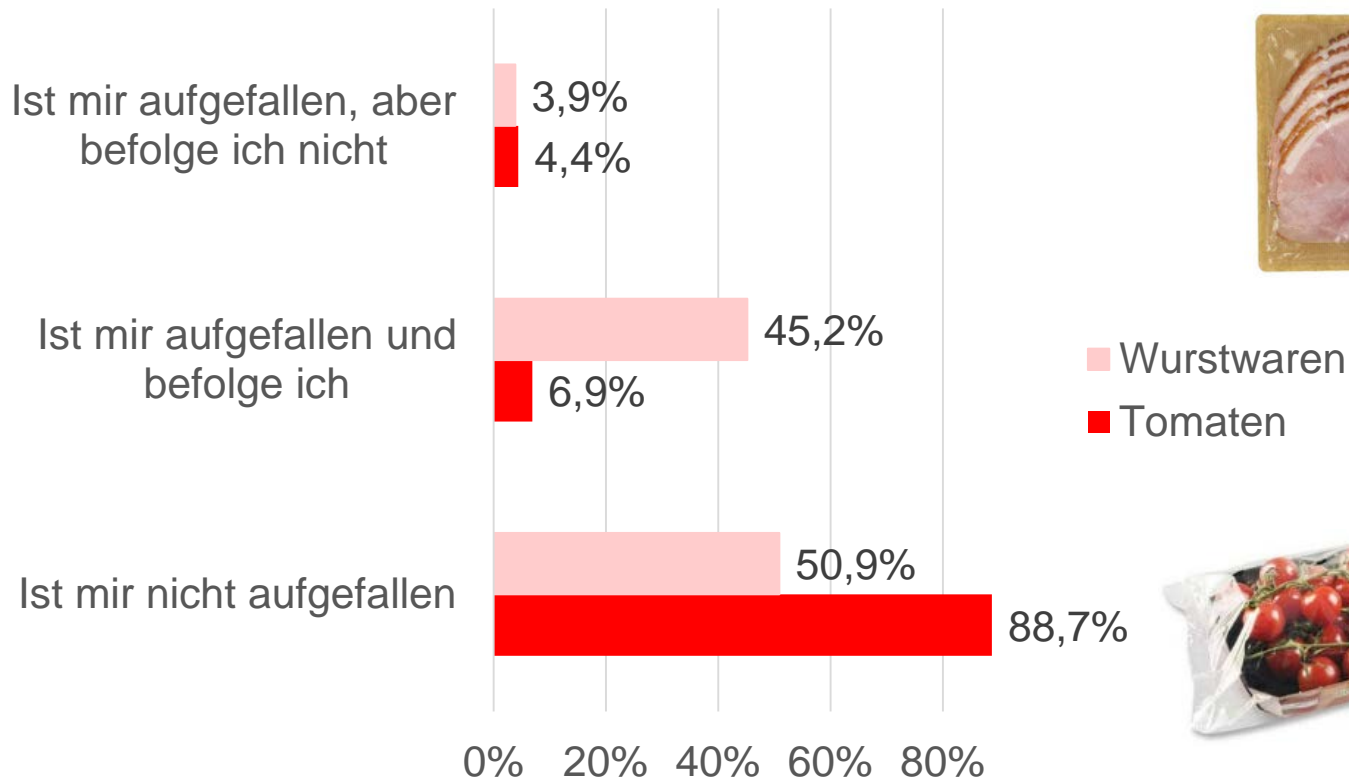
Welche Gründe sind kaufentscheidend? (n=1117)



Wahrnehmung von Lagerungshinweisen

Sind Lagerungshinweise aufgefallen und werden diese befolgt?

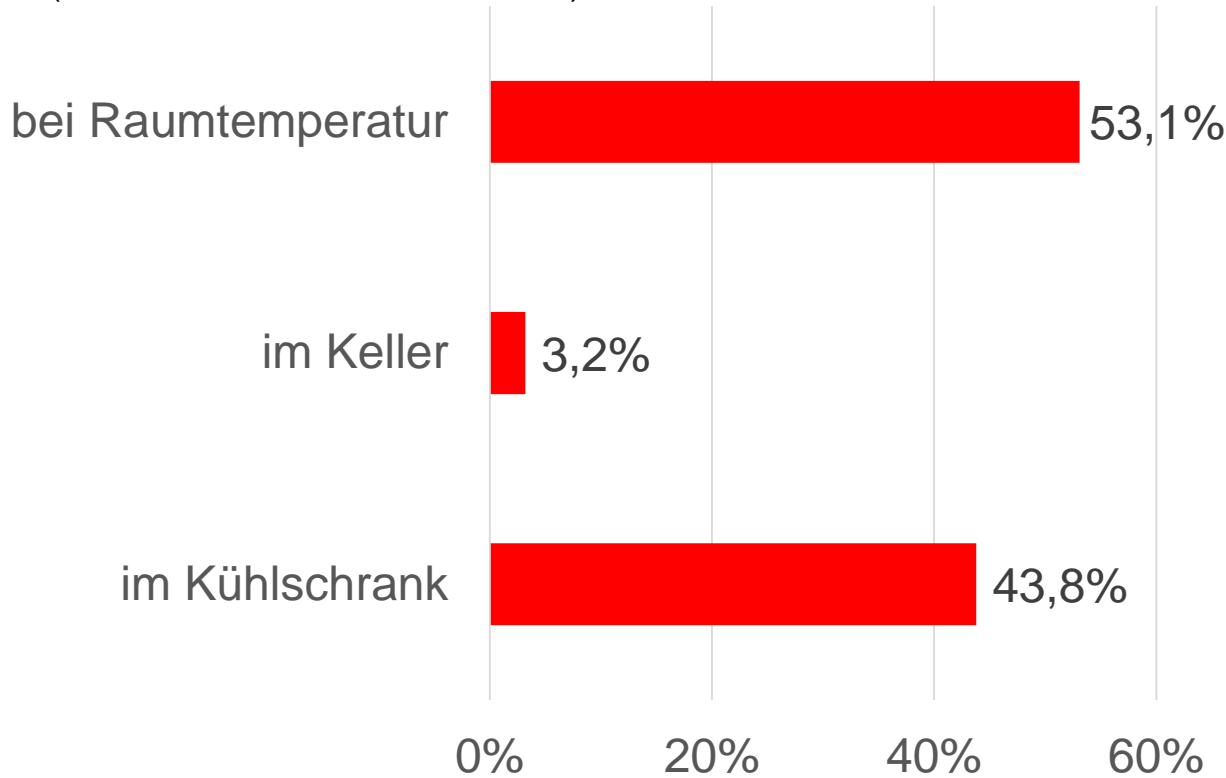
am Bsp. Tomaten (n=1008); Wurstwaren (n=843)



LAGERUNG von Lebensmitteln

Wie gehen Sie zuhause mit den gekauften Lebensmitteln direkt nach dem Einkauf um (Lagerung)?

n=1008 (Personen, die Tomaten kaufen)



400g

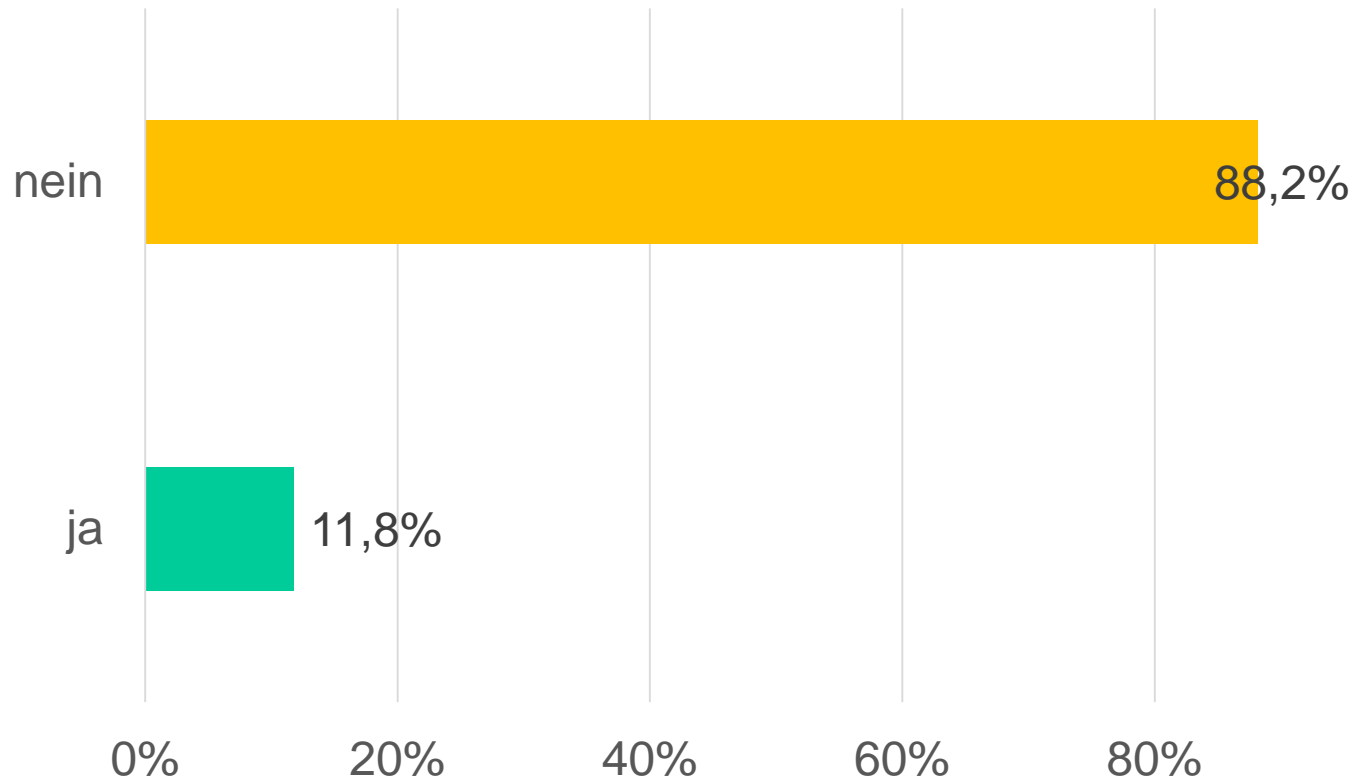
D

F

LAGERUNGSHINWEISE

Haben Sie bereits aufgrund von Hinweisen auf der Produktverpackung Ihre bisherigen Lagerungs-gewohnheiten verändert?

n=1117



KAUFVERHALTEN – präferierte Verpackung Schinken

Frage: Zu welcher Verpackungsvariante würden Sie bei den folgenden Produkt am ehesten greifen? (Berger Schinken, n=843)



C: Von der Theke im Feinkostpapier

61,8%



B: Kunststoffunter- und -oberfolie unter Schutzatmosphäre (100g)

11,9%



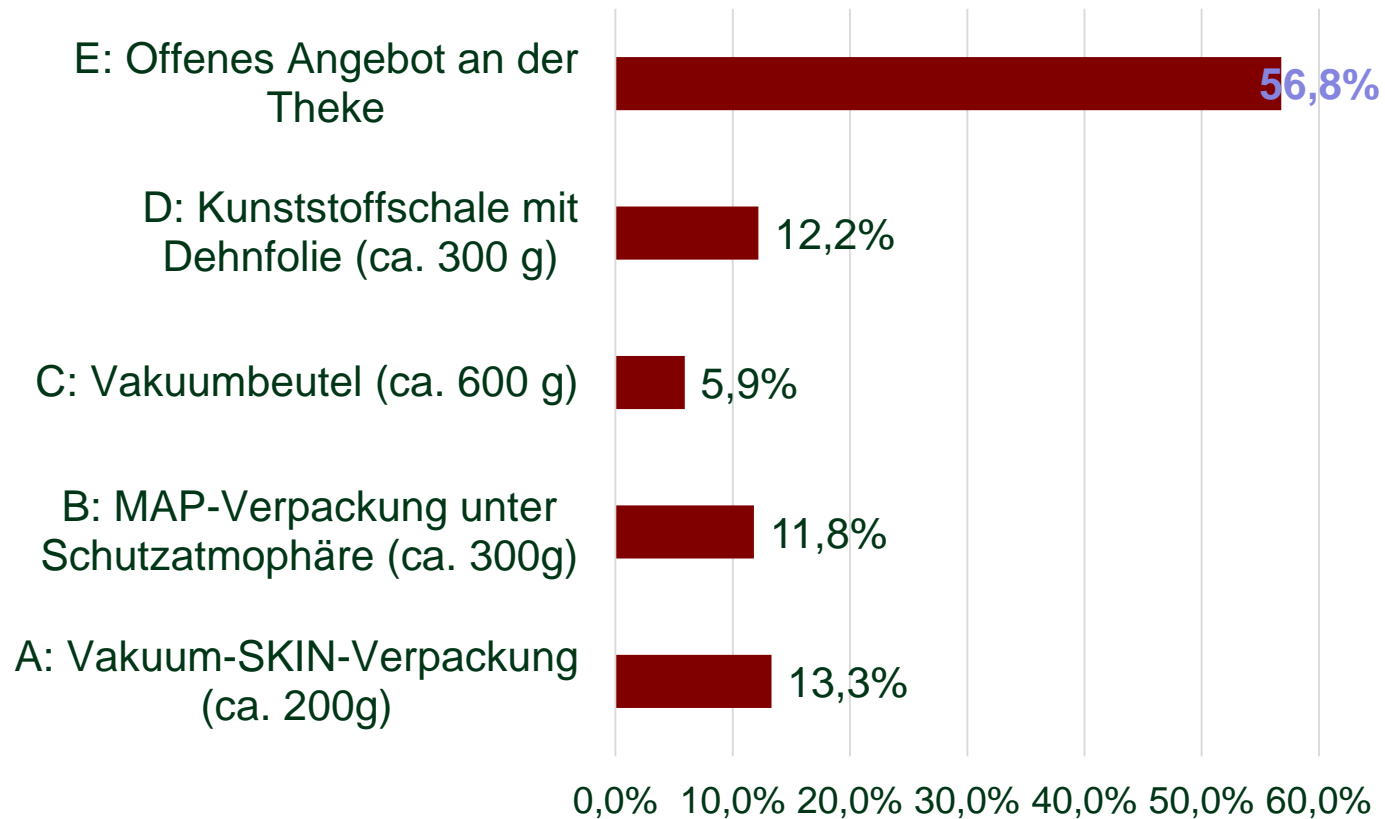
A. MAP-Verpackung unter Schutzatmosphäre wiederverschließbar (100g)

26,3%

0,0% 20,0% 40,0% 60,0% 80,0%

KAUFVERHALTEN – präferierte Verpackung Fleisch

Frage: Zu welcher Verpackungsvariante würden Sie bei den folgenden Produkt am ehesten greifen? (Fleisch, n=854)



Schlussfolgerungen

- optimierte Verpackung wird als solche (Bsp. Fleisch) zwar wahrgenommen, hat aber nur einen geringen Einfluss auf die Kaufentscheidung.
 - Hinweise zur richtigen Lagerung auf der Verpackung werden kaum wahrgenommen.
 - V.a. Obst und Gemüse werden nicht optimal gelagert.
 - Produkte werden nach dem Kauf oft ausgepackt und offen gelagert
- haltbarkeitsverlängernde Verpackung haben nur geringen Einfluss auf Lebensmittelabfallaufkommen beim Konsumenten

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt: gudrun.obersteiner@boku.ac.at

Universität für Bodenkultur Wien
Department für Wasser, Atmosphäre und Umwelt

Institut für Abfallwirtschaft

abf@boku.ac.at, www.wau.boku.ac.at/abf.html

Tel.: +43 (0)1 318 99 00, Fax: +43 (0)1 318 99 00 350

Muthgasse 107/3.Stock, A-1190 Wien

