



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK

Bundesamt für Umwelt BAFU

Warum verschwenden wir Lebensmittel?

**Erkenntnisse aus der ersten
Bevölkerungsbefragung zu Food Waste in
der Schweiz**

16. Juni 2014, Food Waste Forum 2014



Ablauf

- Ausgangslage und Angaben zur Bevölkerungsbefragung
- Einkaufen von Lebensmitteln
- Aufbewahrung und Güte der Lebensmittel
- Kochen und Essen
- Vier Typen von Konsumentinnen und Konsumenten
- Lebensmittelverschwendung
- Informationsgrad
- Synthese
- Fragen



Ausgangslage und Angaben zur Bevölkerungsbefragung

- Qualitative Phase mit Tiefeninterviews
- Fragebogen: Herangehensweise gesamtheitlich und nach Trichterlogik
- Fragen zu:
 - Einkaufen
 - Aufbewahrung von Lebensmitteln
 - Kochen
 - Essen und Essensreste
 - Lebensmittelverschwendung und deren Vermeidung



Ausgangslage und Angaben zur Bevölkerungsbefragung

- Angaben zur Befragung:
 - Grundgesamtheit: Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz ab 15 Jahren
 - Datenerhebung: telefonisch, computergestützt
 - Stichprobengrösse: effektiv 1017 Personen, DCH: 711, FCH: 246, ICH: 60
 - Befragungszeitraum: 28. April – 4. Mai 2014

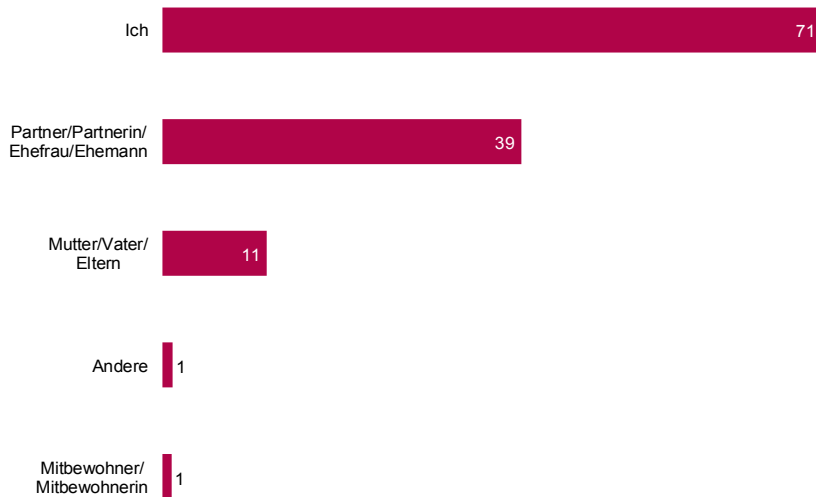


„Wer einkauft entscheidet auch, was gekauft wird“

Einkauf Lebensmittel

„Wer kauft bei Ihnen im Haushalt Lebensmittel ein?“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren, Mehrfachnennungen möglich

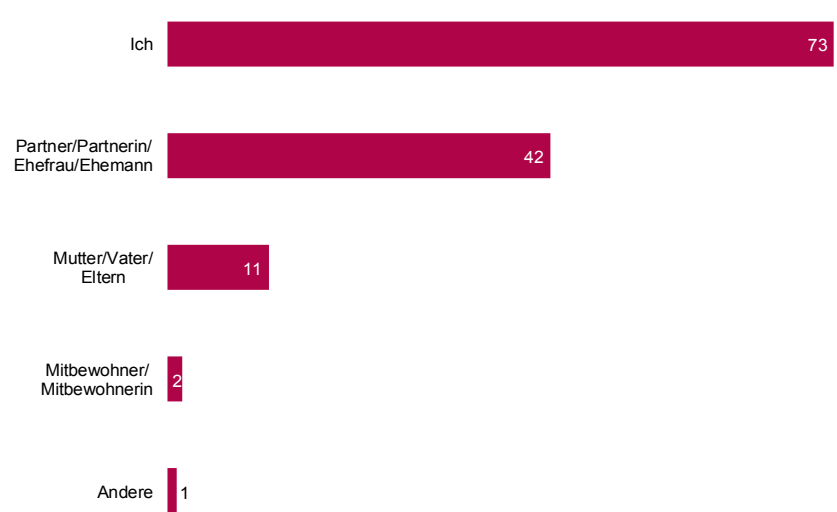


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)

Entscheid über Einkauf

„Und wer entscheidet, welche Lebensmittel bei Ihnen für den Haushalt eingekauft werden?“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren, Mehrfachnennungen möglich

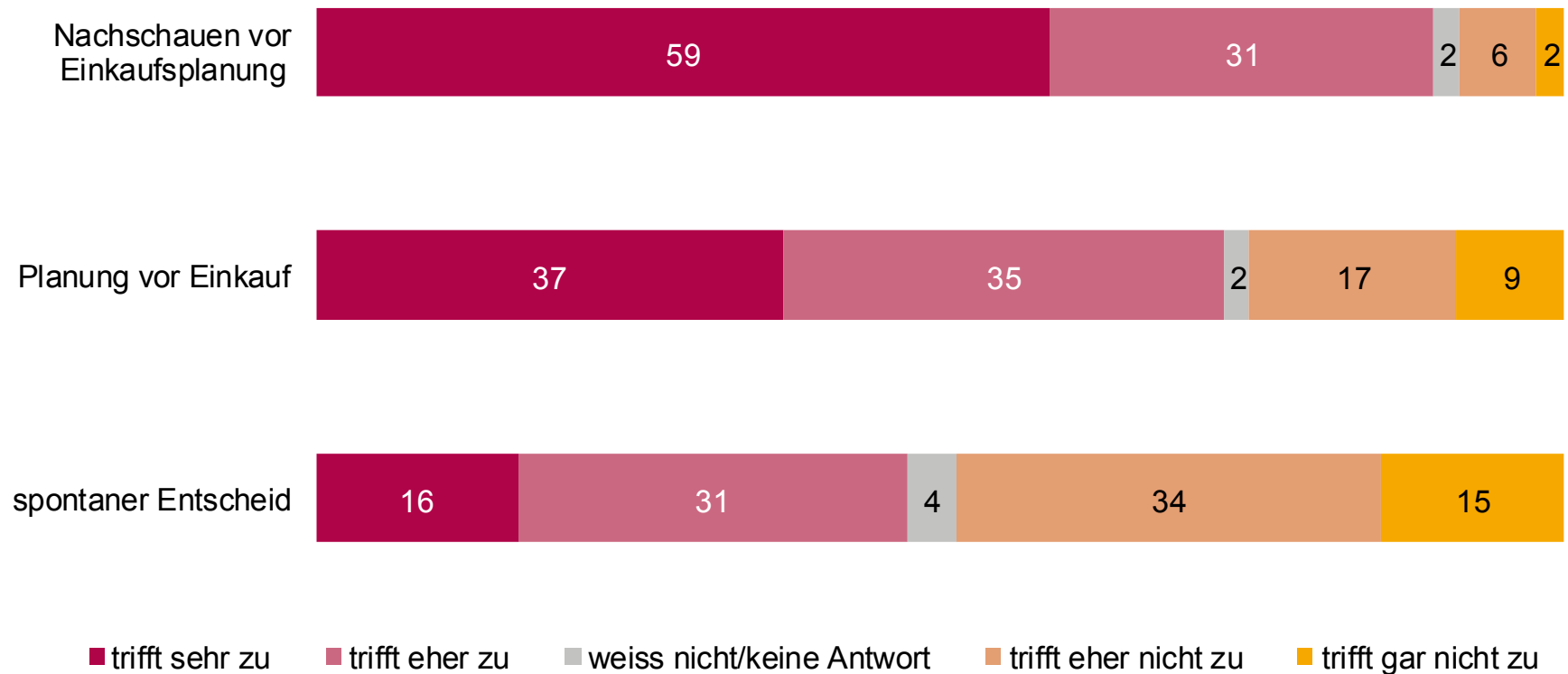


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Nachschauen und Planung vor Einkauf“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren

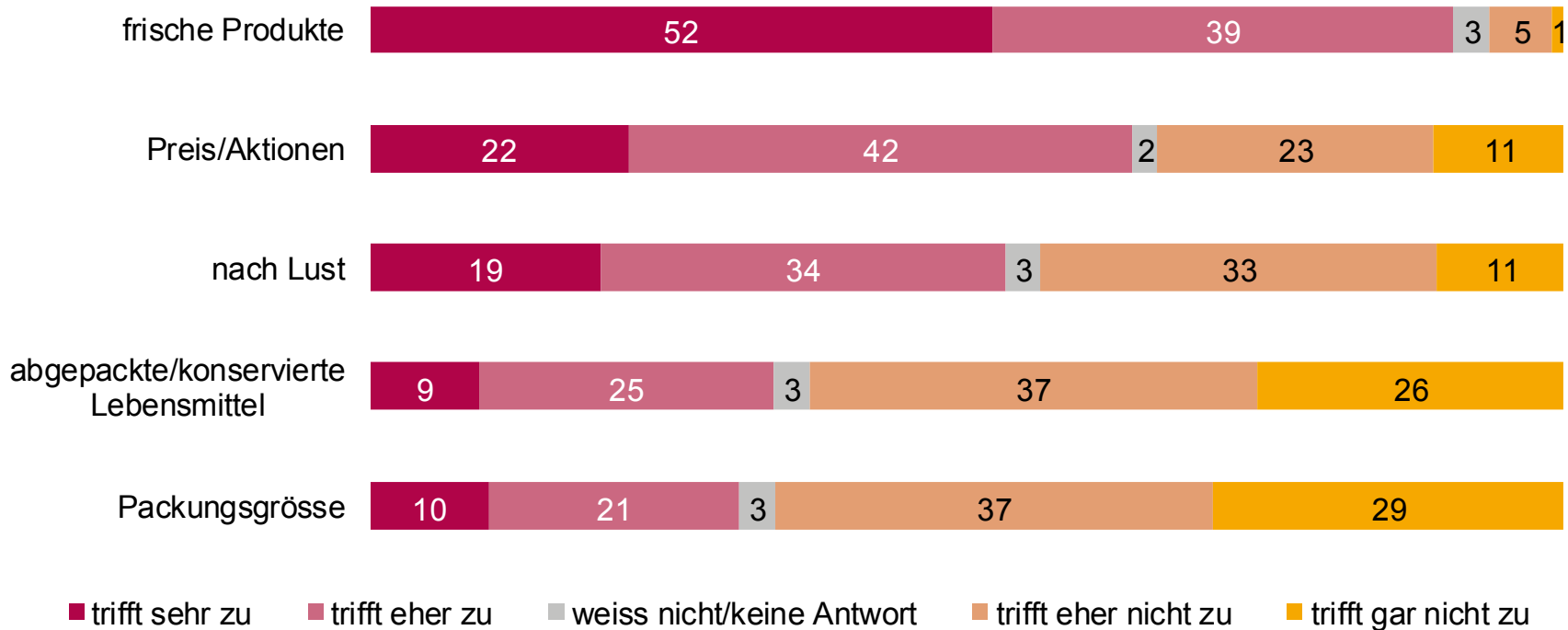


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Auf frische Produkte beim Einkauf wird geachtet“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren

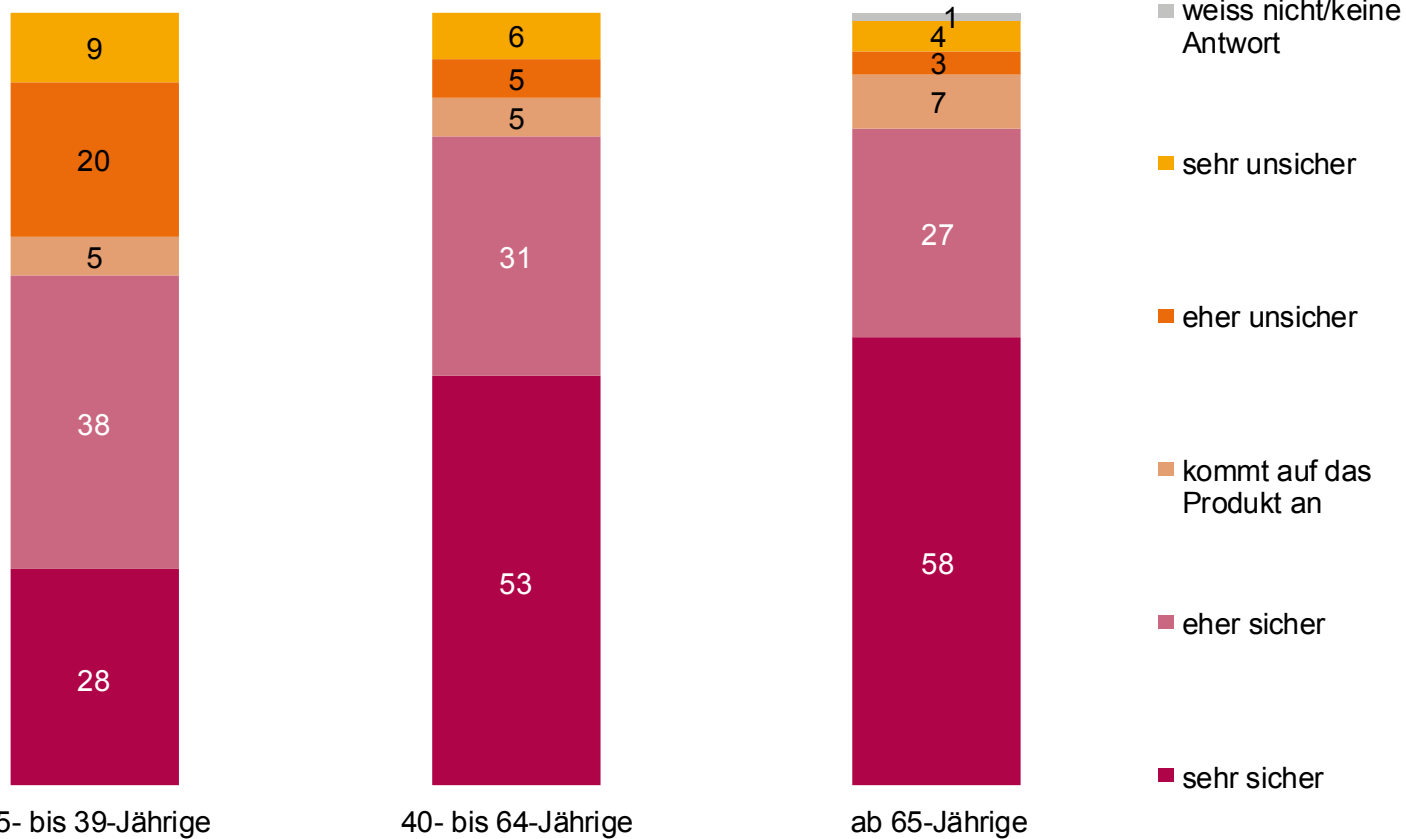


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Sicheres Gefühl bezüglich Aufbewahrung von frischen Lebensmitteln“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren

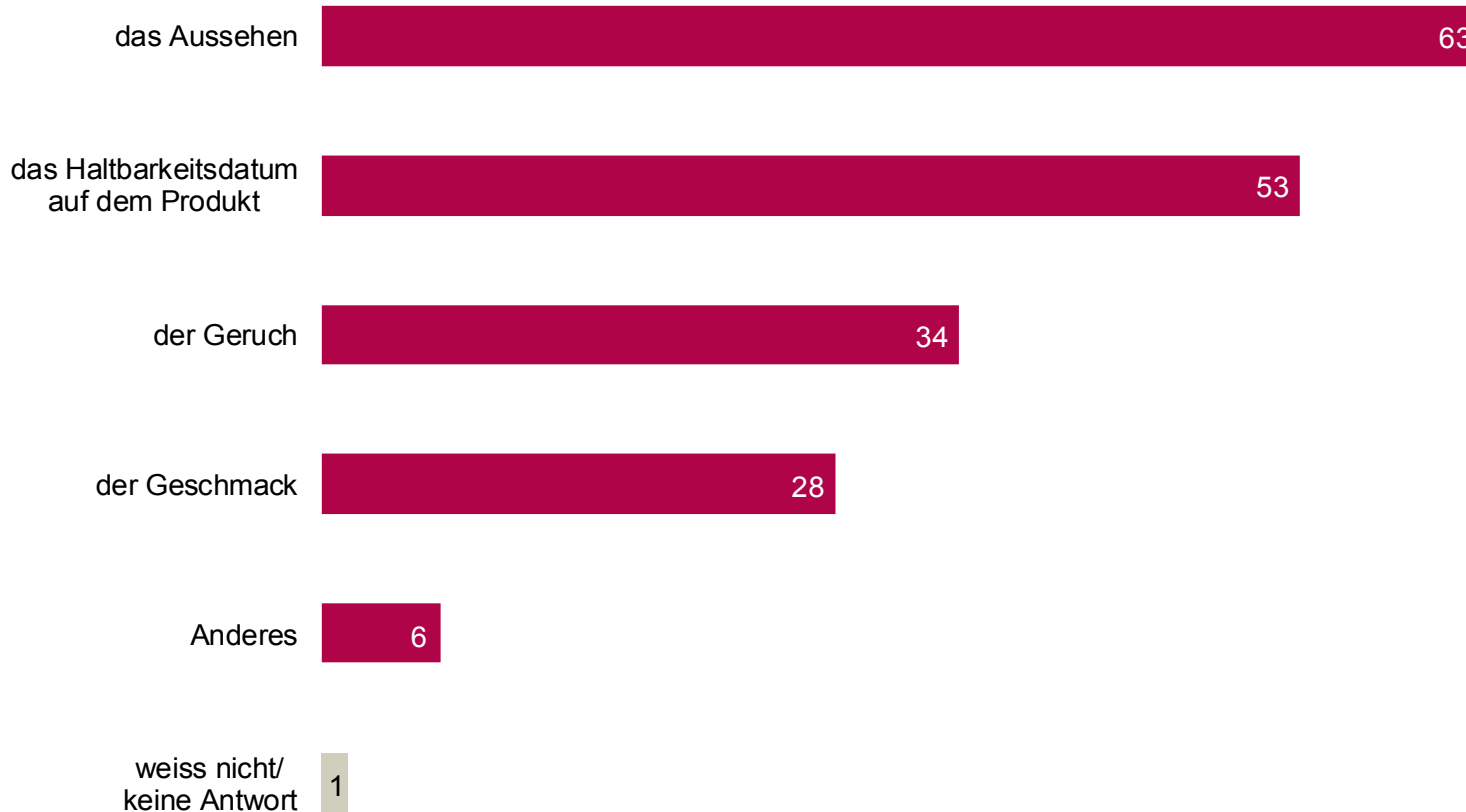


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Aussehen massgebend für Beurteilung der Güte“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren, Mehrfachnennungen möglich

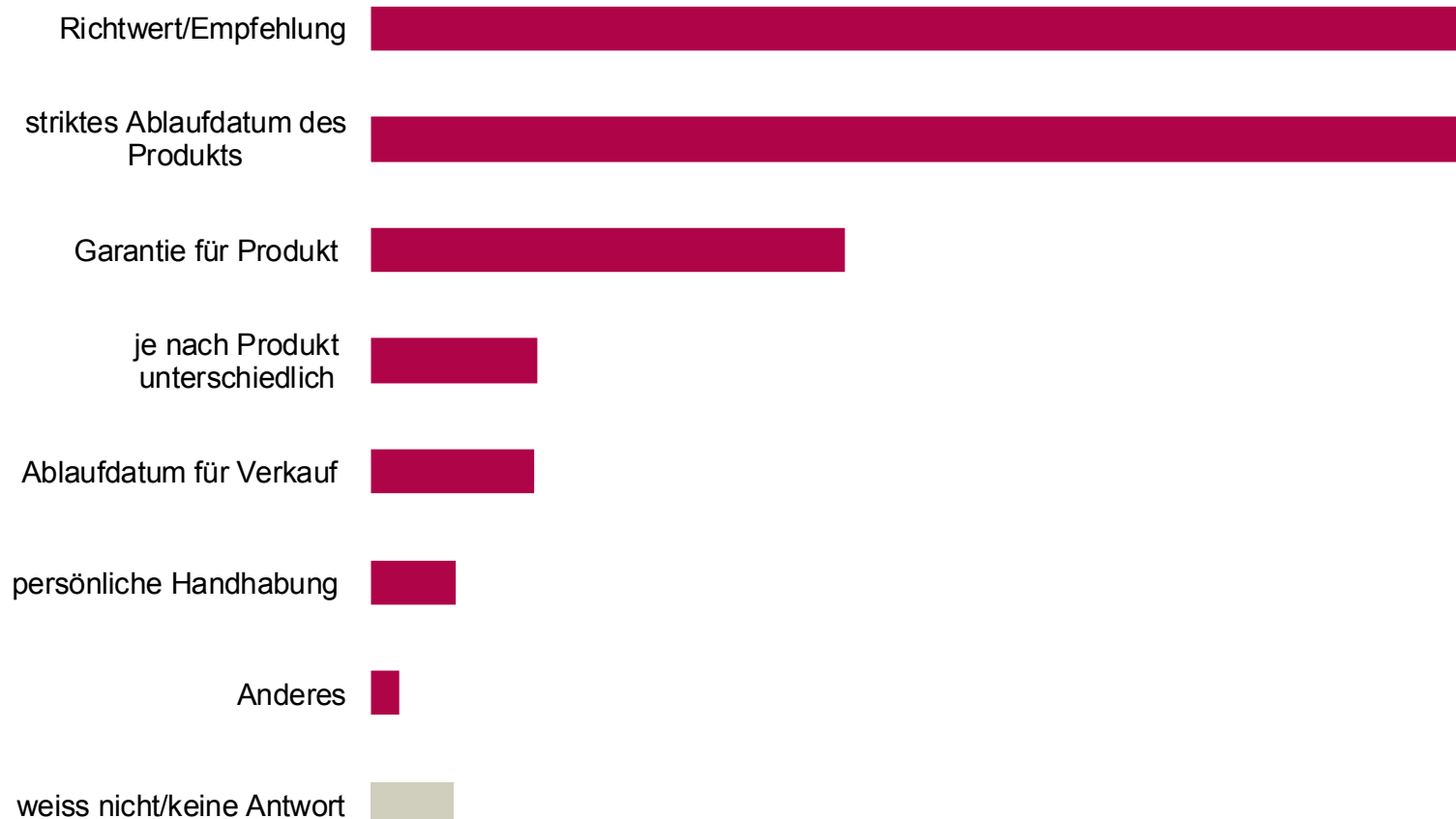


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Zu verbrauchen bis...“

Basis: Inhaltliche Nennungen der Hälfte der befragten EinwohnerInnen ab 15 Jahren

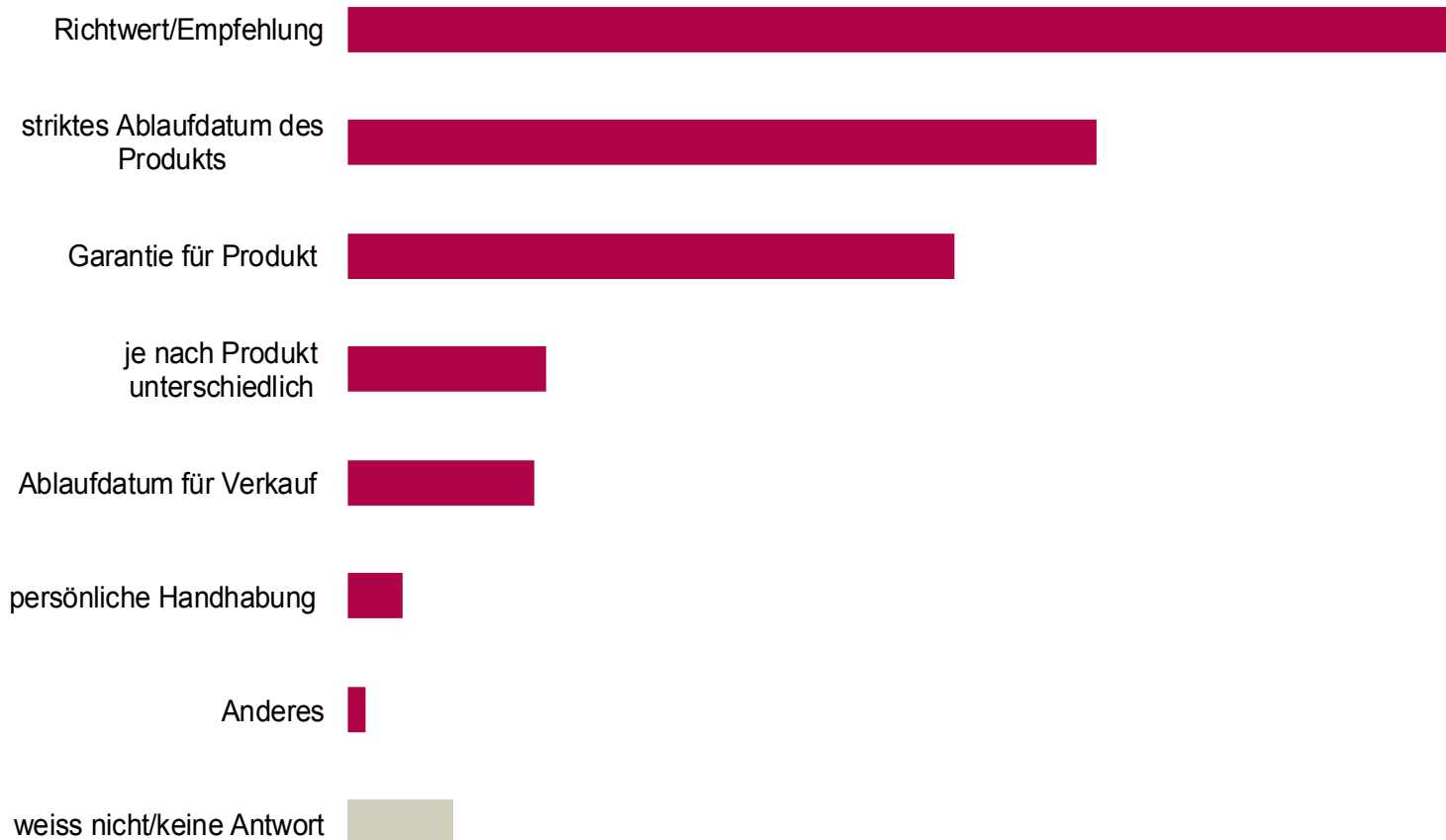


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (n = 525)



„Mindestens haltbar bis...“

Basis: Inhaltliche Nennungen der Hälfte der befragten EinwohnerInnen ab 15 Jahren

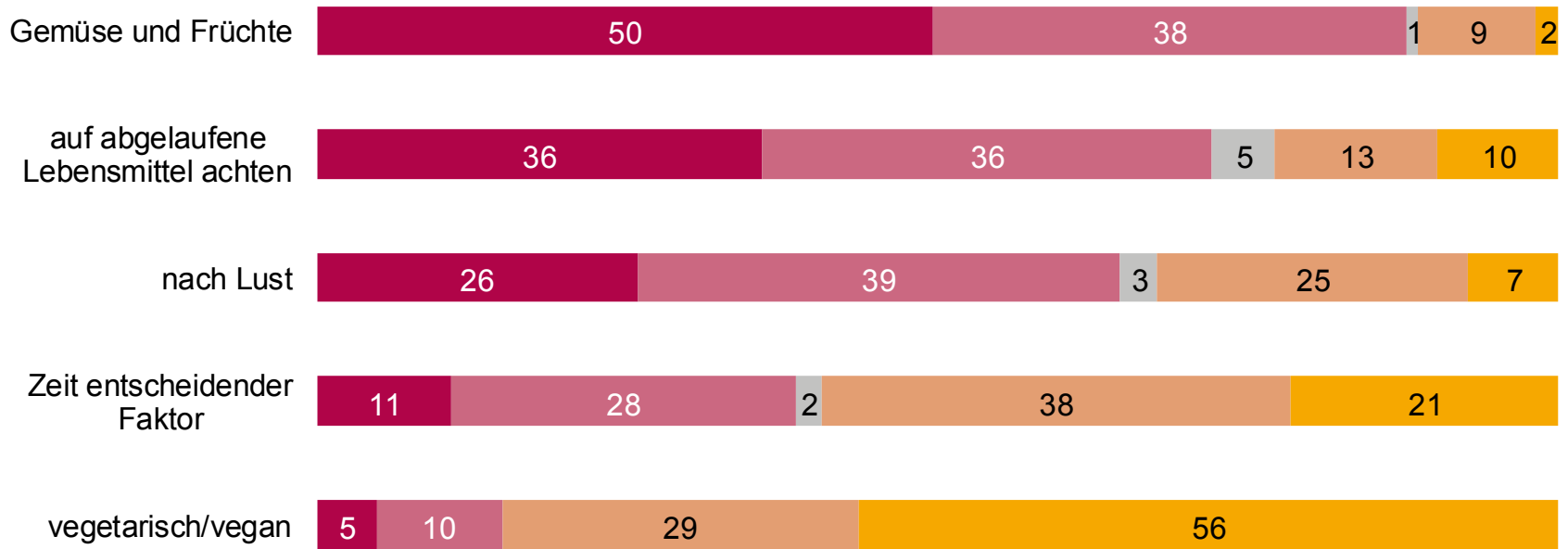


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (n = 492)



„Man achtet beim Kochen auf Gemüse/Früchte und auf abgelaufene Lebensmittel“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren



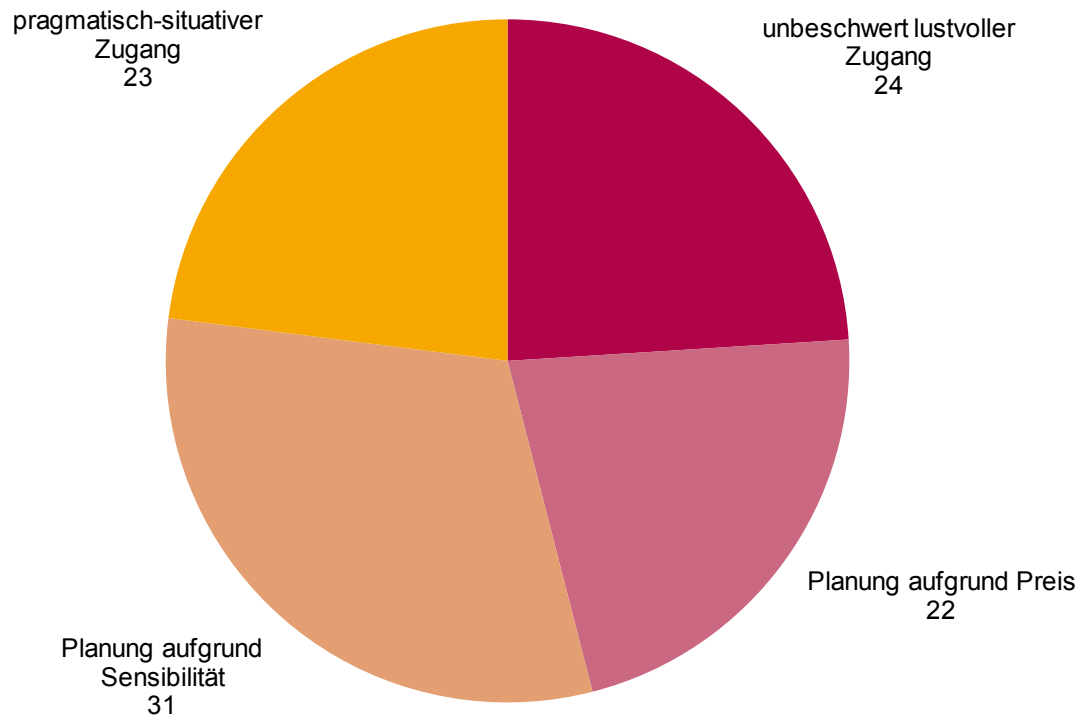
■ trifft sehr zu ■ trifft eher zu ■ weiss nicht/keine Antwort ■ trifft eher nicht zu ■ trifft gar nicht zu

© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„4 Typen von Konsumentinnen und Konsumenten“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren

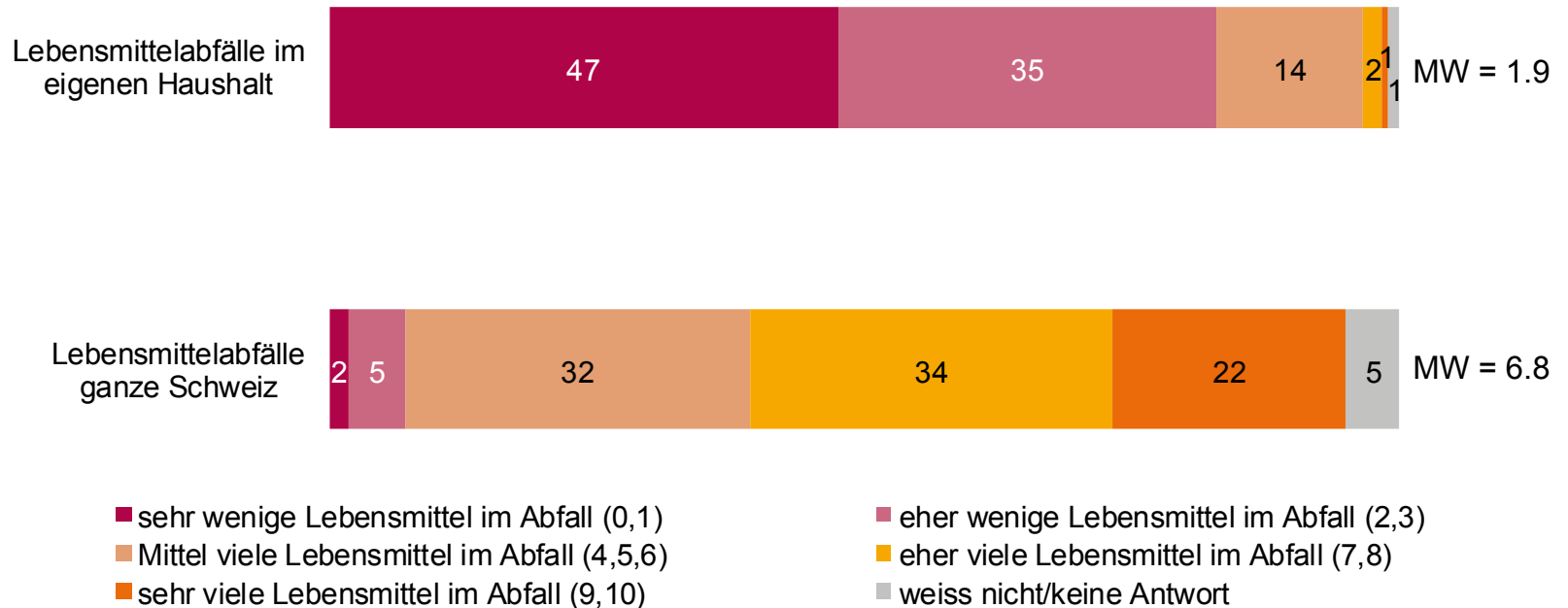


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Lebensmittelverschwendung – das Problem der Anderen“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren

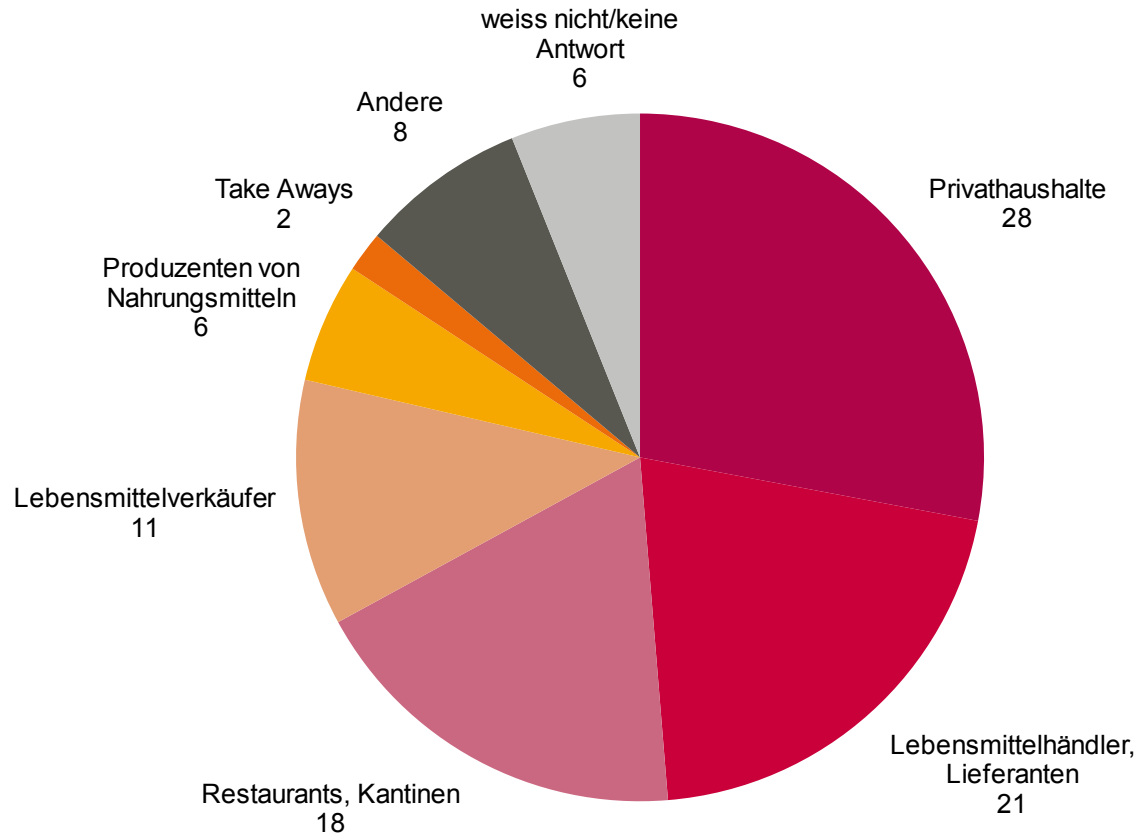


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Lebensmittelverschwendung hauptsächlich durch Privathaushalte und Lebensmittelhändler /Lieferanten“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren

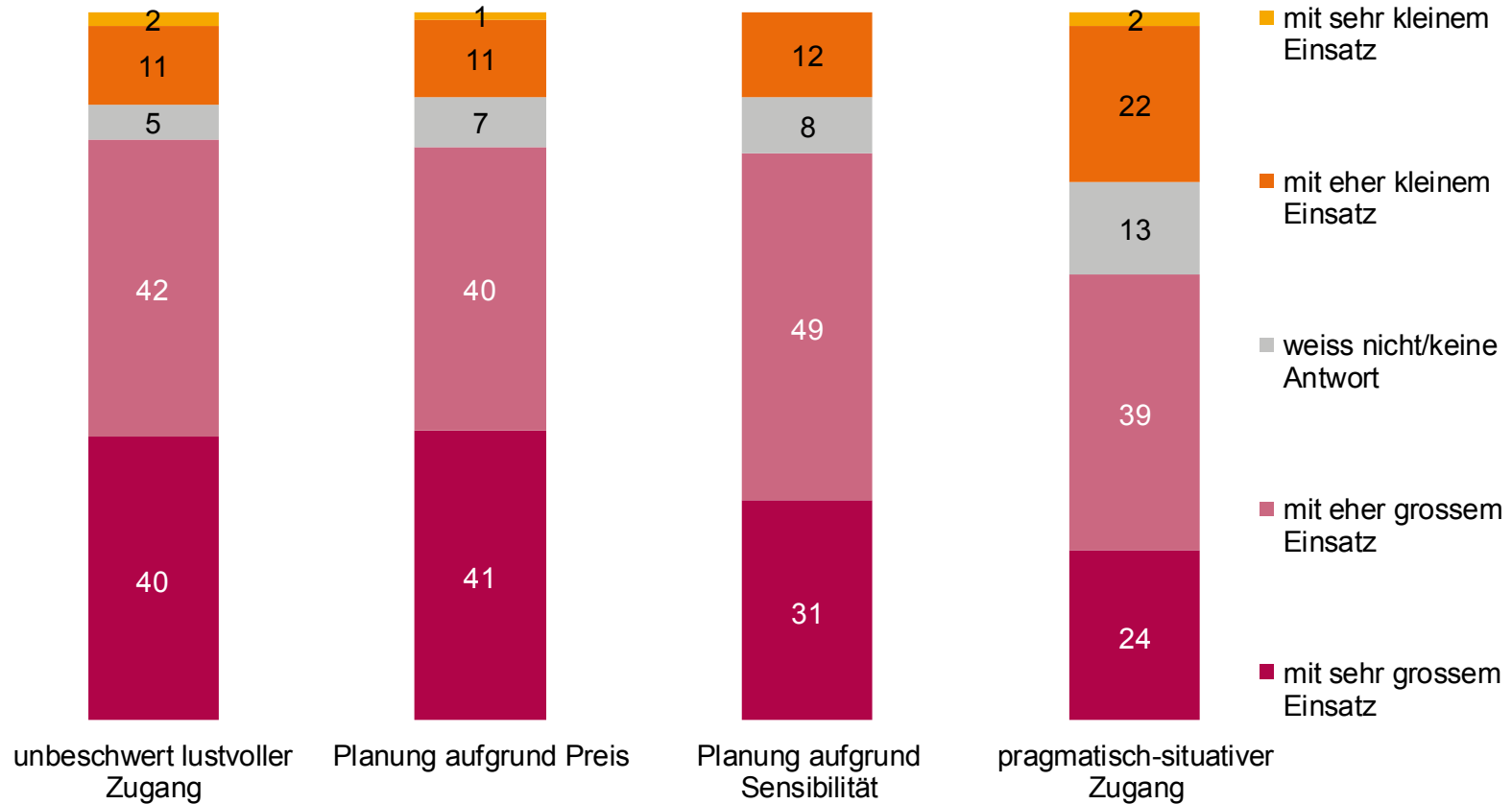


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Es braucht Einsatz gegen Lebensmittelverschwendung“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren



© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Lebensmittelverschwendung belastet Umwelt und ist ethisch nicht vertretbar“

Umweltbelastung "Lebensmittelverschwendung ist eine unnötige Umweltbelastung."

Hunger verpflichtet "Solange in anderen Ländern Menschen verhungern, ist es unsere Pflicht, möglichst wenige Lebensmittel zu verschwenden."

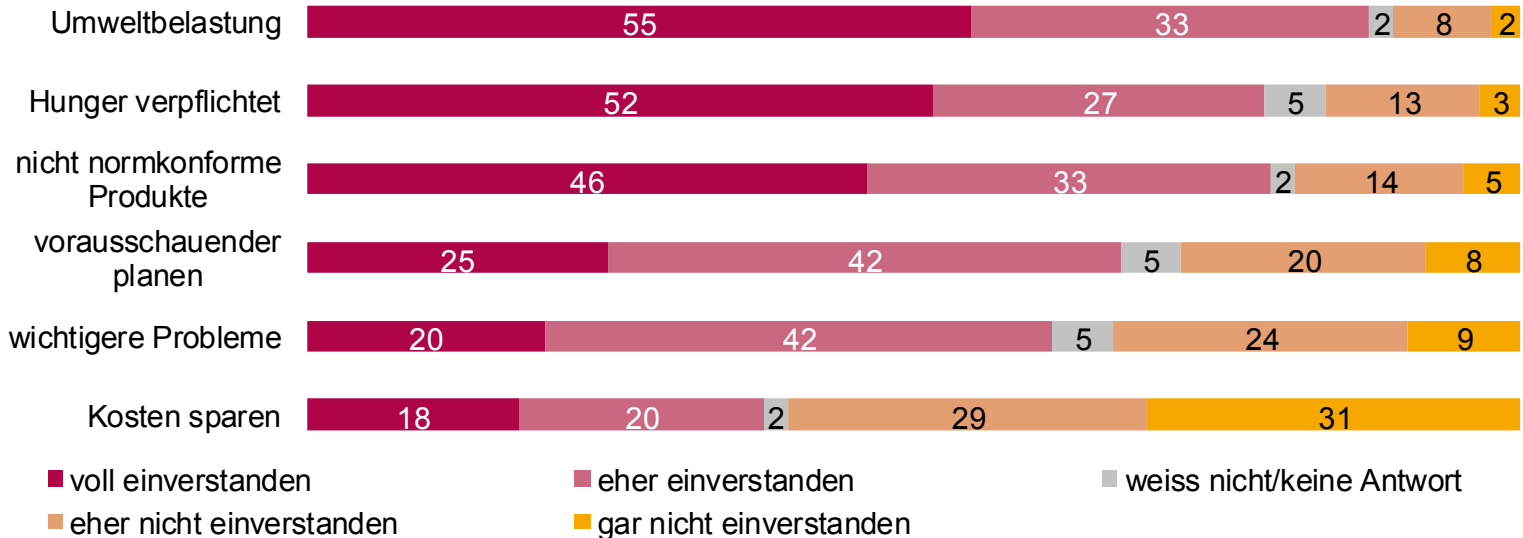
nicht normkonforme Produkte "Mir ist es beim Einkaufen meist egal, wenn ein Apfel Flecken hat oder ein Rüebli nicht der Norm entspricht."

vorausschauender planen "Wenn in Privathaushalten beim Kochen und Essen vorausschauender geplant würde, liesse sich das Problem der Lebensmittelverschwendung von selbst lösen."

wichtigere Probleme "Wir haben in der Schweiz wichtigere Probleme zu lösen als Lebensmittelverschwendung."

Kosten sparen "Durch das verstärkte Vermeiden von Lebensmittelverschwendung könnte ich in unserem Haushalt beträchtliche Kosten einsparen."

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren

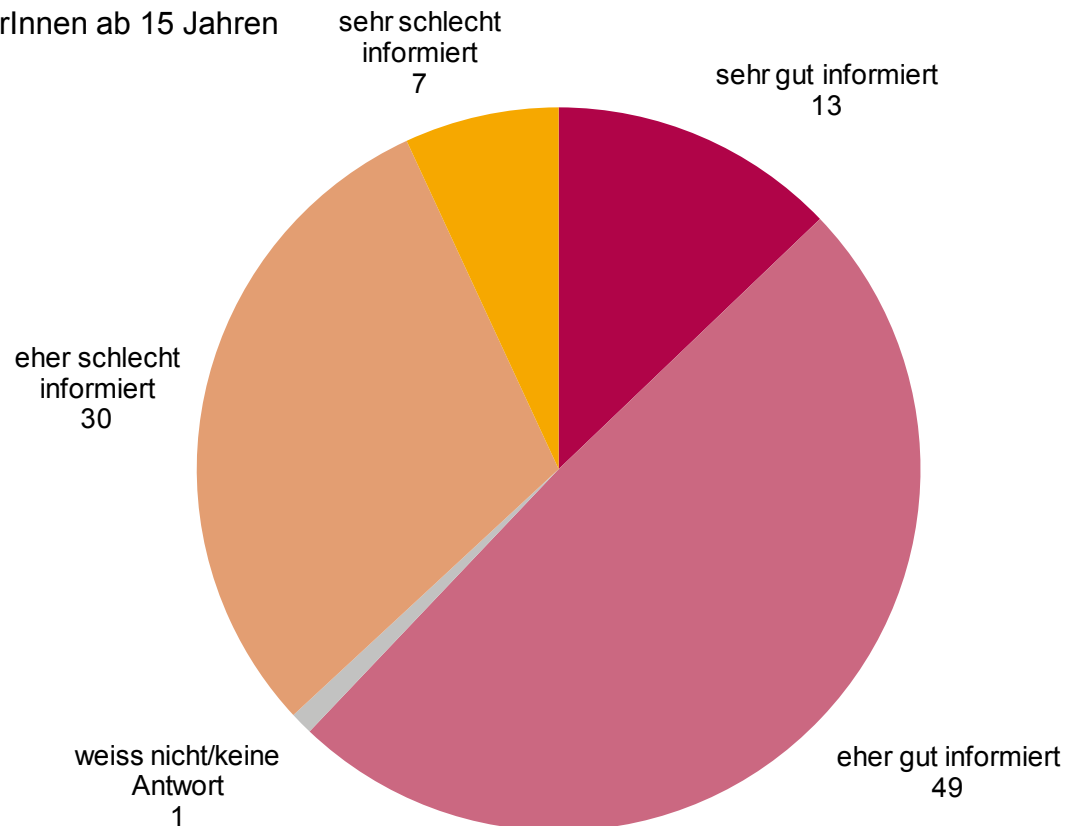


© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



„Mehrheit fühlt sich gut informiert“

in % EinwohnerInnen ab 15 Jahren



© gfs.bern, Wirkungsmessung Kommunikation "Food Waste", April/Mai 2014 (N = 1017)



Synthese

These 1:

„Ernährung ist ein hochgradig prädisponiertes Thema –
der Aspekt der Lebensmittelverschwendung hingegen
nicht“



Synthese

These 2:

„Die Einstellung gegenüber Ernährung ist ein Substrat aus Genuss, Preisüberlegungen, normativen und zeitlichen Ansprüchen“



Synthese

These 3:

„Die Disziplin rund um Ernährung ist ein komplexes Konstrukt aus einer ganzen Vielzahl an moralischen, kulturellen und individuellen Ansprüchen an Ernährung – Reduktion von Food Waste ist dabei nicht der dominierende Anspruch“



Thesen zu Lebensmittelverschwendung

These 4:

„Food Waste ist das Problem der Anderen“



Thesen zu Lebensmittelverschwendung

These 5:

„Die Einstellung gegenüber Food Waste beruht auch auf Falschwissen“



Fragen?



Ich danke Ihnen
für Ihre Aufmerksamkeit!