

STOP Waste – SAVE Food

Plastik im Allgemeinen und Kunststoffverpackungen im Besonderen sind in den vergangenen Wochen und Monaten nicht zuletzt durch die Europäische Richtlinie zum Einwegplastik ins Zentrum der politischen Diskussion und privaten Wahrnehmung gerückt. Aufgrund ihrer vielen positiven Eigenschaften werden Kunststoffe in unterschiedlichen Bereichen eingesetzt. Auch als Verpackung von Lebensmitteln sind sie nicht mehr wegzudenken. Neben konventionellen Funktionen wie Transportschutz und Gewährleistung der Hygiene ist die Optimierung der Haltbarkeit von Lebensmitteln von zentraler Bedeutung.

Das Ende 2016 gestartete FFG-Branchenprojekt **"STOP Waste – SAVE Food"** beschäftigt sich mit der Frage, ob verbesserter Schutz und verlängerte Haltbarkeit von Lebensmitteln durch Verarbeitungsoptimierung und innovative Verpackungslösungen auch zu einer Reduktion von Lebensmittelabfällen führen können und damit einen zusätzlichen Nutzen bringen. Zusammen mit den Projektpartnern *OFI*, *denkstatt* und dem *Institut für Lebensmitteltechnologie* der BOKU sowie Industriepartnern (wie REWE, SPAR, Constantia, DuPont, Sealed Air, Südpack, Gurkenprinz und Staud's) werden Verbesserungsszenarien für die Lebensmittelproduktion, die Herstellung primärer und sekundärer Verpackungen sowie für Verpackung und Distribution erarbeitet.

Am *Institut für Abfallwirtschaft* der BOKU (ABF-BOKU) sollen vor allem die Effekte der optimierten Verpackungen für den Konsumenten analysiert werden. Nahrungsmittel werden oft für den Transport und Handel zwar bestmöglich verpackt, in weiterer Folge im Haushalt aber falsch gelagert, oder die Verpackung verliert nach dem ersten Öffnen ihre schützende Wirkung. Um Verpackungen auch für den Haushalt zu verbessern und somit einen weiteren Beitrag zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen zu leisten, versucht das ABF-BOKU herauszufinden, wie die Menschen nach dem Einkauf mit den Produkten umgehen. Unter anderem wurden in einer Online-Umfrage mehr als 1120 Konsumenten zu Kaufverhalten, Lager- und Aufbewahrungsmuster sowie Verpackungspräferenzen befragt.

Verpackungen werden von den Befragten hauptsächlich als Informationsträger wahrgenommen und bei Lebensmitteln als notwendig empfunden. Nur ein Bruchteil der Teilnehmer (10 %) glaubt, dass Lebensmittelverpackungen ohnehin recycelt werden und kein Umweltproblem darstellen. Etwa jedem Dritten ist bewusst, dass Lebensmittelverpackungen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen beitragen können (35 %). Trotzdem ist die Verpackung für mehr als zwei Drittel der Befragten hinsichtlich Produktwahl bzw. Kaufentscheidung relevant.

Besondere Vorteile einer Lebensmittelverpackung sind den meisten Befragten zufolge der Schutz des Produktes im Zuge des Transports (60 %) sowie die Steigerung der Produktsicherheit und -hygiene (47 %). Mehr als ein Drittel der Befragten sieht auch die Verlängerung der Haltbarkeit positiv (35 %). Nur etwa ein Fünftel der Befragten sieht einen Zusammenhang zwischen Verpackungen und der Vermeidung von Lebensmittelabfällen (22 %), mit zunehmendem Alter wächst die Zustimmung zu dieser Aussage.

Hinterfragt man, welche Verpackungseigenschaften bereits eine Kaufentscheidung beeinflusst haben, steht das Material erneut an erster Stelle. 70 % der Befragten haben sich für eine Verpackung entschieden, wenn diese aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt bzw. biologisch abbaubar war. Verpackungen aus recycelten Kunststoffen werden an dritter Stelle genannt (etwa 40 % der Befragten). Besonders ansprechend ist für den Kunden die Wiederverschließbarkeit einer Verpackung. Mehr als 60 % der Befragten geben an, dass sich diese Verpackungsfunktion auf ihre Produktwahl auswirkt.

Die Befragten nehmen Lagerungshinweise vor allem bei sensiblen Lebensmitteln wie Fleisch, Fisch, Wurstwaren oder Käse wahr. Lagerungshinweise für Gemüse sind den Teilnehmern hingegen weitgehend unbekannt. Besonders die Gruppe der Über-60-Jährigen kennt und befolgt Lagerungshinweise auf dem Etikett. Während nur 4,5 % der 19- bis 25-Jährigen Lagerungshinweise für Tomaten wahrnehmen und auch befolgen, sind es bei den Über-60-Jährigen immerhin 14,9 %.

Wie komplex die Lagerungsgewohnheiten und Aufbewahrungsmuster von Konsumenten sein können, zeigt die Gegenüberstellung von Tomaten und Erdbeeren. Obwohl beide Produkte ähnliche Verpackungstypen aufweisen, zeigt sich, dass nur etwa ein Drittel der Tomatenkäufer die Ware im originalverpackten Zustand lagert, während dies 42 % bei Erdbeeren tun. Der Großteil der Tomatenkäufer (rund 43 %) bewahrt die Ware unverpackt auf. Bei Erdbeeren sind dies mit 17 % deutlich weniger Personen.

Naturgemäß verliert die Verpackung nach dem Öffnen ihre schützende Wirkung. Es hat sich gezeigt, dass vor allem bei Obst und Gemüse, aber auch bei Wurstwaren zu Hause sofort aus- und/oder umverpackt wird. Den Konsumenten sind die haltbarkeitsverlängernden Eigenschaften von Verpackungen meist nicht bewusst, nicht zuletzt deshalb, weil sie weder einfach ersichtlich sind noch kommuniziert werden. Die positiven Eigenschaften der Originalverpackung sind dadurch hinfällig. Hier ist Aufklärungsarbeit nötig!

von Dipl. Ing. Gudrun Obersteiner, Institut für Abfallwirtschaft, Universität für Bodenkultur Wien
gudrun.obersteiner@boku.ac.at