



Medienmitteilung

Generationenkluft beim Lebensmittelkonsum: Junge Schweizer*innen verschwenden mehr als ältere Menschen



Medienmitteilung, Zürich, November 2024 – **Lebensmittelverschwendung bleibt ein grosses Problem in der Schweiz. Missverständnisse über das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) und fehlendes Wissen spielen eine entscheidende Rolle. Eine aktuelle, repräsentative Umfrage von Too Good To Go zeigt: Schweizer*innen werfen Lebensmittel oft weg, obwohl sie noch geniessbar wären. Besonders jüngere Menschen entsorgen Produkte oft voreilig.**

Die Schweiz hat grosses Potenzial, die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Mit 119 Kilogramm weggeworfenem Essen pro Kopf und Jahr ist sie im europäischen Vergleich auf Platz 1 in der Lebensmittelverschwendung.¹ Ein Grund dafür ist der konservative Umgang mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum. Das zeigt eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsunternehmens APPINIO² im Auftrag des Social Impact Unternehmens Too Good To Go. Fast 100% der Befragten haben demnach kein Problem damit, Lebensmittel zu entsorgen, auch wenn diese möglicherweise noch essbar sind. 16% geben an, dass sie Lebensmittel am Tag des Erreichens des Mindesthaltbarkeitsdatums sofort wegwerfen – ohne zu überprüfen, ob diese noch geniessbar sind. Besonders die jüngeren Generationen sind hier wenig achtsam: 71% der 18- bis 24-Jährigen prüfen nicht, ob ein Produkt noch gut ist, bevor sie es entsorgen. Die über 55-Jährigen gehen sorgsamer vor: 62% von ihnen prüfen Lebensmittel stets auf ihre Geniessbarkeit, bevor sie sie wegwerfen.

¹ <https://www.unep.org/resources/publication/food-waste-index-report-2024>

² Repräsentative Umfrage mit dem deutschen Marktforschungsunternehmen APPINIO GmbH im November 2024 unter 500 Schweizer*innen



Medienmitteilung

Der Röstigraben zeigt sich auch beim Mindesthaltbarkeitsdatum

Die Umfrage zeigt auch Unterschiede zwischen den Sprachregionen der Schweiz. Westschweizer*innen sind besonders skeptisch gegenüber Lebensmitteln, deren Mindesthaltbarkeitsdatum erreicht ist: 82% glauben, dass diese nach Ablauf nicht mehr bedenkenlos verzehrt werden können, in der Deutschschweiz sind es 73%. Das führt dazu, dass 21% der in der Romandie lebenden Schweizer*innen Lebensmittel am Tag des Mindesthaltbarkeitsdatums direkt entsorgen, während nur 15% der Deutschschweizer*innen so vorgehen.

Sorgfältiger Einkauf: Schweizer*innen achten stark auf das MHD

Die Umfrage zeigt auch, dass viele Schweizer*innen bereits beim Einkauf grossen Wert auf das Mindesthaltbarkeitsdatum legen: 45% suchen gezielt nach Produkten mit dem längsten Haltbarkeitsdatum. Im Vergleich zu den Nachbarländern Deutschland und Österreich ist das deutlich mehr – dort achten nur 29% (DE) bzw. 32% (AT) beim Einkauf auf das MHD.

Mehr Aufklärung würde helfen

Trotz regionaler und generationsbedingter Unterschiede sind sich die Befragten einig: Aufklärung würde helfen. Rund drei Viertel der Befragten sind überzeugt, dass mehr Wissen rund ums Mindesthaltbarkeitsdatum die Lebensmittelverschwendung senken könnte. Denn gegen die gängige Annahme sagt das MHD lediglich, dass das Produkt bis zu diesem Tag bei richtiger Lagerung Geruch, Geschmack, Beschaffenheit, Nährwert, Farbe und Konsistenz behält. Anders als beim «Verbrauchen bis»-Datum, nach dessen Erreichen Produkte wie Fleisch und Fisch nicht mehr verzehrt werden sollten, da ein Gesundheitsrisiko besteht, sind die meisten Lebensmittel weit über ihr MHD hinaus geniessbar.

Ein Ansatz ist das «Oft länger gut»-Label von Too Good To Go, das 58% der Schweizer*innen kennen. Dieser Zusatzhinweis zum MHD macht Konsument*innen direkt auf ihrem Produkt aufmerksam darauf, dass diese oft nach Erreichen des MHD noch einwandfrei geniessbar sind. Das Label weist darauf hin, anstatt nur auf das MHD zu achten, auch auf die eigenen Sinne zu vertrauen. «Schauen – Riechen – Probieren» ist die Devise. In der Schweiz ist das «Oft länger gut»-Label von Too Good To Go unter anderem auf Produkten von Emmi, Nestlé und Lidl zu finden.



Medienmitteilung

Über Too Good To Go Schweiz

Too Good To Go geht mit unterschiedlichen Lösungen gegen Lebensmittelverschwendung vor und betreibt den weltweit grössten Marktplatz für überschüssige Lebensmittel. Das Social Impact Unternehmen mit B-Corp-Zertifikat verfolgt die klare Mission, Menschen zu befähigen, gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung vorzugehen. Mit über 2.5 Millionen registrierten Nutzer*innen und rund 7'000 Partnerbetrieben konnten in der Schweiz bereits mehr als 12 Millionen Überraschungspäckli von Bäckereien, Supermärkten und Gastronomiebetrieben über die Too Good To Go-App gerettet werden.

Das dänische Unternehmen mit Hauptsitz in Kopenhagen ist in 19 Ländern in Europa, Nordamerika und Australien aktiv, zählt weltweit über 100 Millionen registrierte Nutzer*innen und arbeitet mit 170'000 Partnerbetrieben zusammen. Seit dem Start im Jahr 2016 hat Too Good To Go weltweit über 350 Millionen Mahlzeiten gerettet. Laut Project Drawdown (2020) ist die Reduzierung von Lebensmittelverlusten eine der wirksamsten Massnahmen, um Treibhausgasemissionen zu senken.

Weitere Informationen auf www.toogoodtogo.ch.

Pressekontakt Too Good To Go

Too Good To Go Schweiz
presse@toogoodtogo.ch

Medienstelle JUNE Corporate Communications

Melanie Kälin
melanie.kaelin@gojune.ch
+41 79 654 43 98