

Repräsentative Umfrage: Eine:r von fünf Verbraucher:innen folgt blind der Haltbarkeitskennzeichnung und wirft dadurch unnötig Essen weg

- **HelloFresh hat in Zusammenarbeit mit Kantar über 7.500 Menschen in Deutschland, Großbritannien, Belgien, den Niederlanden und Frankreich befragt**
- **Mehr als 40 % der Befragten sind davon überzeugt: die aktuelle Haltbarkeitskennzeichnung trägt zu Lebensmittelverschwendung**
- **Die Mehrheit ist offen für ein neues Kennzeichnungssystem, um Lebensmittelverschwendung vorzubeugen**
- **HelloFresh schließt sich mit weiteren Organisationen zusammen, die sich für die Einführung von Zeit-Temperatur-Indikatoren zur Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung auf EU Ebene einzusetzen**

Berlin, 28. Juni 2023 – HelloFresh SE (“HelloFresh”), der weltweit führende Anbieter von Kochboxen, hat in Zusammenarbeit mit Kantar¹ eine repräsentative Umfrage zum Thema Lebensmittelverschwendung und -kennzeichnung in Deutschland, Großbritannien, Belgien, den Niederlanden und Frankreich durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass im Durchschnitt jede zweite Person mindestens ein- bis zweimal in der Woche Essen wegwirft (UK: 61,3 %, NL: 53,8 %, BE: 49,0 %, DE: 44,1 %, FR: 39,3 %). Davon vernichtet jede Fünfte Lebensmittel, weil sie der Datumsangabe auf der Verpackung befolgt - unabhängig von der Qualität des Essens (UK: 28,6 %, BE: 20,3 %, NL: 19,4 %, DE: 13,7 %, FR: 13,8 %). Mehr als 40 % der Befragten sind davon überzeugt, dass ein neues System der Lebensmittelkennzeichnung notwendig ist, um die Lebensmittelverschwendung zu minimieren (FR: 52,3%, UK: 46,5 %, DE: 45,8 %, BE: 40 %, NL: 35,5 %). Die Mehrheit ist offen für ein neues Kennzeichnungssystem, das dabei hilft, Lebensmittelverschwendung vorzubeugen (FR: 92,5 %, UK: 90 %, BE: 88,2 %, DE: 87,1 %, NL: 83,6 %).

Um Verbraucher:innen dabei zu unterstützen, weniger Essen wegzuworfen, schließt HelloFresh sich mit anderen Unternehmen, Verbänden und wissenschaftlichen Institutionen wie Keep-It Technologies, Zebra Technologies und der Wageningen Universität zusammen. Die Organisationen engagieren sich gemeinsam für die regulatorische Zulassung innovativer Lebensmittelkennzeichnungen wie den Zeit-Temperatur-Indikator als Alternative zum gedruckten Haltbarkeitsdatum.

Jede:r Zweite wirft monatlich Lebensmittel im Wert von 20 Euro weg

Der am häufigsten genannte Grund weshalb Verbraucher:innen Essen wegwerfen, sind

¹**Methodik der Umfrage:** Diese Online-Panel-Umfrage wurde in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Kantar unter 7.582 Teilnehmenden in fünf Ländern durchgeführt (N=1.500 In Deutschland, Großbritannien, Niederlanden, Belgien und Frankreich, repräsentative Verteilung bei Alter, Geschlecht und Region) im Alter zwischen 18 und 65 Jahren durchgeführt. Die Online-Interviews fanden im Zeitraum vom 12.-22.05.2023 statt.

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

gesundheitliche Bedenken (FR: 57,0 %, UK: 51,7 %, BE: 43,7 %, NL: 36,8 %, DE: 34,0 %).

Verbraucher:innen folgen der Empfehlung auf der Verpackung und entsorgen Lebensmittel, weil sie Angst vor gesundheitlichen Beschwerden haben. Weiter gaben die Befragten an, dass sie abgelaufenes Essen entsorgen, weil es nicht mehr schmecken könnte (NL: 22,0 %, BE: 21,8 %, UK: 19,5 %, DE: 16,4 %, FR: 11,4 %) oder weil sie schlichtweg der Haltbarkeitsempfehlung folgen (UK: 28,6 %, BE: 20,3 %, NL: 19,4 %, DE: 13,7 %, FR: 13,8 %). Fast die Hälfte (57,3%) ist davon überzeugt, dass Verbraucher:innen nicht wissen, wie sie mit dem Verzehrempfehlungen auf der Verpackung umgehen müssen und deshalb zu oft Essen wegwerfen (DE: 57,3%, FR: 49,1%, UK: 45,7 %, NL: 45,2 %, BE: 44,9 %).

Gegen Lebensmittelverschwendung: Über zwei Drittel sehen Verantwortung bei der Politik

Mehr als 40 % der Umfrageteilnehmenden sind davon überzeugt, dass ein neues Kennzeichnungssystem für Essen erforderlich ist, um gegen Lebensmittelverschwendung vorzugehen (FR: 52,3 %, UK: 46,5 %, DE: 45,8 %, BE: 40 %, NL: 35,5 %). Im europäischen Durchschnitt sehen rund drei Viertel der Befragten die Politik zumindest teilweise in der Verantwortung, eine Veränderung zu ermöglichen (UK: 78,5 %, FR: 75 %, NL: 71,2 %, DE: 71,2 %, BE: 70,7 %).

Aber Verbraucher:innen sind auch selbstkritisch: Rund die Hälfte (DE: 49,6 %, FR: 44,8 %, UK: 43,8 %, NL: 40,3 %, BE: 36,8 %) sieht sich selbst dafür verantwortlich, das Wegwerfen von Lebensmitteln zu minimieren. Über 60 % sind der Meinung, dass mehr Aufklärung und Tipps für private Haushalte hilfreich wäre, um weniger Essen wegzuerwerfen (UK: 63,1 %, DE: 60,2 %, FR: 59,5 %, BE: 56,3 %, NL: 53,8 %).

HelloFresh setzt sich für eine gesetzliche Neuerung innovativer Lebensmittelkennzeichnung ein

Das oft missverstandene Verbrauchs- und Mindesthaltbarkeitsdatum verleitet Verbraucher:innen dazu, vermeintlich verdorbene Lebensmittel zu entsorgen. HelloFresh glaubt daran, dass der Zeit-Temperatur-Indikator eine innovative Lösung ist, der beim Kampf gegen Lebensmittelverschwendung eine wichtige Rolle einnehmen kann. Zeit-Temperatur-Indikatoren zeigen die Haltbarkeit von Produkten in Echtzeit an, unter Berücksichtigung der Lager- oder Temperaturbedingungen. HelloFresh kooperiert bereits seit 2021 mit [Keep-It®](#) und testete die innovative Haltbarkeitsanzeige des Unternehmens mit 3.000 HelloFresh Kund:innen innerhalb einer [Studie mit dem Thünen Institut und der Wageningen Universität in Deutschland und den Niederlanden](#). Die Studie belegte, dass der Zeit-Temperatur-Indikator das Potential bietet, 15% Lebensmittelverschwendung zu vermeiden und von Verbraucher:innen intuitiv verstanden wurde.²

Um die innovative Haltbarkeitsanzeige nutzen zu können, bedarf es regulatorischer Veränderung auf EU-Ebene. Deshalb schließt sich HelloFresh mit anderen Unternehmen, Verbänden und wissenschaftlichen Institutionen zusammen, darunter [Keep-It®](#), [Zebra Technologies](#), [Wageningen University & Research](#), [Rema 1000](#), [Siegwerk Druckfarben AG & Co.](#), [Samen Tegen Voedselverspilling](#),

² Link zum [wissenschaftlichen Paper](#) und zur [Fallstudiensammlung](#) der Initiative „Zu gut für die Tonne“ des BMEL.

HELLOFRESH

GROUP

Pressemitteilung

[Across Consult AG](#) and [Buhrs Packaging Technology B.V.](#) Bereits im Dezember 2022 wurde ein gemeinsamer Brief an den Vizepräsident der Europäischen Kommission Frans Timmermans verfasst und im Mai 2023 veranstaltete die Gruppe das erste gemeinsame Event in Brüssel. Das Schreiben wurde von insgesamt 30 europäischen Unternehmen und Organisationen aus einem breiten Spektrum von Lebensmitteleinzelhändlern, Lebensmittelherstellern, Verpackungsherstellern, Handelsorganisationen und Forschungseinrichtungen unterstützt. In den kommenden Monaten sollen weitere Gespräche mit Politiker:innen auf nationaler und EU-Ebene folgen, um Aufmerksamkeit für den innovativen Zeit-Temperatur-Indikator und sein Potential beim Kampf gegen Lebensmittelverschwendung zu schaffen.

„Unsere Studie zeigt, dass Fisch am häufigsten aufgrund der Empfehlung auf der Verpackung weggeworfen wird. Genau dieses Produkt wäre eines der ersten, für das wir den Zeit-Temperatur-Indikator einsetzen möchten, um unsere Kund:innen bei der Rettung von Lebensmitteln zu unterstützen“, sagt Tilman Eichstädt, COO Upstream bei HelloFresh SE. „Während die EU gerade an einer Neuerung zum Haltbarkeitsdatum arbeitet, können nationale politische Entscheidungsträger:innen mit lokalen Pilotprojekten, wie sie bereits in den Niederlanden angestoßen wurden, einen Wandel hin zu einer smarten Haltbarkeitsanzeige herbeiführen. Davon profitieren Kund:innen, der Planet und Unternehmen.“

HelloFresh setzt sich für die Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg ein

Die Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung bleibt ein zentraler Bestandteil von HelloFreshs Nachhaltigkeitsstrategie. Während HelloFresh die Lebensmittelabfälle in den Haushalten im Vergleich zu traditionell gekochten Gerichten um 38 Prozent reduziert³, arbeitet das Unternehmen auch innerhalb der internen Betriebsabläufe kontinuierlich an der Minimierung von Lebensmittelabfällen. Im Jahr 2022 spendete HelloFresh insgesamt 12.040 Tonnen unverkaufter, essbarer Lebensmittel an Wohltätigkeitsorganisationen. Dies entspricht 53 % unserer gesamten Lebensmittelüberschüsse.⁴ Im Vergleich zu 2019 gelang es dem Unternehmen, die Lebensmittelabfälle um 42 % zu reduzieren.

Darüber hinaus engagiert sich das Unternehmen bereits in vielen lokalen Initiativen, wie [Samen Tegen Voedselverspilling](#) („Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung“) in den Niederlanden seit 2018. Außerdem hat HelloFresh kürzlich eine Selbstverpflichtung zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) in Deutschland unterzeichnet.

³ Quelle: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652622035739?via%3Dihub#>

⁴ [Nichtfinanzieller Bericht 2022](#)

HELLOFRESH GROUP

Pressemitteilung

About HelloFresh

Die HelloFresh SE ist eine globale Food Solutions Group und der weltweit führende Anbieter von Kochboxen. Die HelloFresh-Gruppe bietet ihre Produkte unter sechs verschiedenen Marken an und versorgt ihre Kund:innen mit passenden, hochwertigen Lebensmitteln und Rezepten für unterschiedliche Anlässe. Das Unternehmen wurde im November 2011 in Berlin gegründet und ist in den USA, dem Vereinigten Königreich, Deutschland, den Niederlanden, Belgien, Luxemburg, Australien, Österreich, der Schweiz, Kanada, Neuseeland, Schweden, Frankreich, Dänemark, Norwegen, Italien, Irland und Spanien tätig. Im ersten Quartal 2023 lieferte HelloFresh mehr als 278 Millionen Mahlzeiten aus und erreichte 8,11 Millionen aktive Kund:innen. HelloFresh SE ging im November 2017 an die Frankfurter Wertpapierbörse und wird derzeit im MDAX gehandelt. Die HelloFresh-Gruppe hat Büros in Berlin, Saarbrücken, New York, Chicago, Boulder, London, Amsterdam, Sydney, Toronto, Auckland, Paris, Kopenhagen, Mailand, Dublin und Barcelona.

Pressekontakt

Sophie Kohoutek
Corporate Communications Manager
HelloFresh Group

+49 (0)157 85510407
sophie.kohoutek@hellofresh.com
www.hellofreshgroup.com