

# Warum Menschen Lebensmittel wegwerfen

*Bericht: Universität Trier*

**In den Müll oder noch essen? Die Sozialpsychologie der Universität Trier hat zu dem inneren Konflikt, den wohl jeder kennt, geforscht.**

**L**aut Zahlen von 2015 werden in Deutschland jedes Jahr circa 18 Millionen Tonnen Lebensmittel weggeworfen. Zehn Millionen Tonnen davon gelten als vermeidbar. Für fünf Millionen Tonnen der unnötig weggeworfenen Lebensmittel sind private Verbraucher verantwortlich. Die meisten wissen wohl, dass man beispielsweise Nudeln oder Zucker nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums – anders als verderbliche Lebensmittel mit Verfallsdatum – noch essen kann. Dennoch schmeißen wir sie in die Tonne. Forschende der Universität Trier haben nun einen Erklärungsansatz für Lebensmittelverschwendung untersucht. Sozialpsychologe und Projektleiter Dr. Benjamin Buttlar: „Wahrscheinlich kennen wir alle den Konflikt: Auf der einen Seite wissen wir, dass das Wegwerfen von Lebensmitteln der Umwelt schadet. Auch entstehen Kosten, wenn man dann das Produkt neu kauft. Auf der anderen Seite verbinden wir negative Assoziationen mit abgelaufenen Lebensmitteln. Sie lagen vielleicht länger herum und sehen nicht mehr so schön aus, sodass man vielleicht sogar vermutet, dass es riskant sein könnte, die Lebensmittel zu essen.“

Dass diese Ambivalenz gegenüber Lebensmitteln eine Rolle beim Wegwerfen spielt, konnten die Forschenden jetzt anhand von Experimenten belegen. Sie hatten Probanden unter anderem haltbare Produkte gezeigt, bei denen das Mindesthaltbarkeitsdatum bereits abgelaufen war. Mit einer Maus mussten die Versuchspersonen ihre Einstellung gegenüber dem Nahrungsmittel als positiv oder negativ bewerten. Dabei wurde der Weg des Mauszeigers aufgezeichnet. „Je geradliniger der Verlauf ist, desto weniger herrscht ein innerer Konflikt vor“, erklärt Buttlar.

In einem weiteren Experiment wurden den Versuchspersonen zusätzliche Informationen wie die Bedeutung des Mindesthaltbarkeitsdatums oder die ökologischen Konsequenzen von Lebensmittelverschwendung gegeben. Die Einstellung gegenüber den Lebensmitteln änderte sich dadurch nicht merklich. „Lange ging die Forschung davon aus, dass Menschen einfach nicht genug über ein Thema wissen und deshalb Dinge tun, die eigentlich nicht gut sind. Aber diese Erklärung greift zu kurz. Der Sachverhalt ist wesentlich komplexer. Bei Lebensmittelverschwendung spielt beispielsweise eine Rolle, ob wir gerade dazu in der Lage sind, Informationen zu verarbeiten, sodass wir Lebensmittel testen oder ob wir uns doch lieber auf das Mindesthaltbarkeitsdatum verlassen; dabei spielen auch unsere Gewohnheiten eine große Rolle“, sagt Buttlar.

Daraus schlussfolgern die Forschenden, dass es intelligente Kampagnen und Informationen braucht, die man leicht anwenden kann. Buttlar nennt hier beispielsweise die Faustformel „2+2+2“ für Lebensmittelreste. Zwei Stunden könnten frisch zubereitete Lebensmittel außerhalb des Kühlschranks stehen, zwei Tage im Kühlschrank aufbewahrt werden und zwei Monate im Gefrierfach sein, ohne dass man die Haltbarkeit zusätzlich prüfen müsse. Auch in technologischen Lösungen sehen die Trierer Forschenden großes Potenzial: beispielsweise in der Entwicklung von Verpackungen für hochpasteurisierte Milch, die ihre Farbe ändern, wenn die Milch nicht mehr genießbar ist. So könnte von vornherein verhindert werden, dass ein innerer Konflikt entsteht.

„Mit unserer Forschung wollen wir dazu beitragen, dass sich Menschen ihrer Ambivalenz gegenüber Lebensmitteln bewusst werden. Das kann auch schon zu einem Umdenken führen“, sagt Buttlar. Die Sozialpsychologie will weiter zum Thema Lebensmittelverschwendung forschen. Gerade untersuchen die Forschenden ein weitverbreitetes Verhalten: Viele Menschen kontrollieren Lebensmittel wie Joghurts nicht sofort, wenn sie gerade das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten haben, sondern lassen sie erst noch im Kühlschrank stehen. „Wenn sie nach einigen Tagen „lange genug“ abgelaufen sind, sagen sie sich dann, dass es in Ordnung ist, dass man sie wegwirft. Wir wollen herausfinden, wodurch man dieses Aufschieben der Entscheidung beeinflussen kann“, sagt Buttlar.

**Studie:** Buttlar B, Löwenstein L, Geske M-S, Ahlmer H, Walther E. Love Food, Hate Waste? Ambivalence towards Food Fosters People’s Willingness to Waste Food. Sustainability. 2021; 13(7):3971. <https://doi.org/10.3390/su13073971>

---

11.05.2021  
Peter Kuntz  
Kommunikation & Marketing  
Universität Trier  
Quelle:  
[www.idw-online.de](http://www.idw-online.de)  
[www.uni-trier.de](http://www.uni-trier.de)