

## Gemeinsam gegen Food Waste



Repräsentative Studie von YouGov im Auftrag von Dr. Oetker, August 2024

Bielefeld, September 2024 – Nur 12 Prozent der Deutschen verzehren alle Lebensmittel, bevor das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) erreicht ist – und das müssen sie auch gar nicht. Denn viele Lebensmittel sind länger gut. Die gute Nachricht: Rund 67 Prozent der Deutschen gehen bei einem abgelaufenen MHD bereits nach dem „Look, Smell, Taste“-Verfahren vor und schauen, riechen und probieren, ob diese noch essbar sind. Damit geht die Mehrheit hierzulande sehr bewusst mit Lebensmitteln um und vermeidet unnötige Lebensmittelabfälle. Dies ist ein Ergebnis einer repräsentativen Dr. Oetker Studie zum Thema „Lebensmittelverschwendung“, die vom Marktforschungsinstitut YouGov Deutschland GmbH im Auftrag von Dr. Oetker mit 2.027 Befragten durchgeführt wurde. Dr. Oetker setzt sich täglich für möglichst wenig Lebensmittelabfälle in Produktion und Lagern ein – und unterstützt Konsument\*innen, darauf auch bei sich zu Hause zu achten.

### Kein Grund zum Wegwerfen

Die Deutschen geben sich bereits jetzt viel Mühe, möglichst wenig Lebensmittel zu verschwenden: So gaben 55 Prozent der Befragten an, dass sie bereits auf einen bewussten Einkauf achten. Rund 51 Prozent frieren Lebensmittel wenn möglich einfach ein und

44 Prozent überlegen sich genau, was Sie aus Resten zubereiten können. Nur sechs Prozent der Befragten werfen Lebensmittel nach Ablauf des MHD einfach ungeprüft in den Müll.

### **A little less waste, big taste – ein bisschen weniger Abfall, mehr Geschmack**

Mit unserer aktuellen Kampagne "A little less waste, big taste" ermutigen wir bei Dr. Oetker ab September verstärkt unsere Verbraucher\*innen, gegen Lebensmittelabfälle aktiv zu werden. Den Kern der Kampagne bilden kreative und neu gedachte Rezepte, die zur vielfältigen und variablen Kombination von Lebensmitteln animieren. Vom Karotten-Wurzelbrot mit Pesto über ein goldenes Karamell aus Bananenschalen bis zu Pizza Margherita mit Rucola und Antipasti – gebündelt werden die inspirierenden Rezepte zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen in einem Booklet mit zahlreichen Tipps und Tricks rund um das Thema, das auf der Website zu finden ist: [Dr. Oetker](#)



### **Bis auf den letzten Krümel – wir retten Lebensmittel in der Produktion**

Wer Lebensmittelabfälle minimieren möchte, muss natürlich auch bei sich selbst schauen: Im Rahmen unserer [Dr. Oetker Sustainability Charter](#) möchten wir bis 2025 unsere Lebensmittelabfälle in den Lagerhäusern und der Produktion um 25% verringern. Zahlreiche Maßnahmen in unseren Werken weltweit zahlen auf dieses Ziel ein. Nicht perfekt gebackene Pizzaböden werden vermahlen und im nächsten Teigansatz mit genutzt, vorbei rieselnder Käse wird sauber aufgefangen, Stillstände vermieden – die Liste der Ideen ist lang: [Wir retten Lebensmittel | Dr. Oetker Stories](#)

<sup>1</sup> Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2027 Personen zwischen dem 07. und 09.08.2024 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

#### Die Dr. Oetker Sustainability Charter

Nachhaltiges Handeln und unternehmerische Verantwortung haben bei Dr. Oetker eine lange Tradition. Unser Anspruch ist es, jedem ein Gefühl von Zuhause zu geben. Geleitet von diesem Purpose entwickeln wir unser Unternehmen stetig weiter und ebnen den Weg für eine nachhaltige Zukunft. Daher haben wir 2020 die Dr. Oetker Sustainability Charter verabschiedet und dadurch unsere Ambitionen zum Thema Nachhaltigkeit fest in unserem Handeln verankert. Die Sustainability Charter besteht aus den Dimensionen [Our Food](#), [Our World](#) und [Our Company](#) und beinhaltet sowohl konkrete Nachhaltigkeitsziele als auch Verpflichtungen, denen wir uns als verantwortungsbewusstes Unternehmen stellen.



Mehr unter <https://www.oetker.com/de/unsere-verantwortung/nachhaltig-handeln>



Weiteres Bildmaterial sowie Details der Studie stellen wir auf Nachfrage gern zur Verfügung.

Fotohinweis:

© Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG (exklusive Rechte), September 2024

Nutzung: Abdruck bis Februar 2025 zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung.

Nur im Zusammenhang mit Informationen zu Produkten und Marken von Dr. Oetker und dem Unternehmen Dr. Oetker zu verwenden. Abdruck honorarfrei, Belegexemplar/Online-Link erbeten

PR-Kontakt:

**Dr. Oetker Deutschland**  
**Brand and Product Communication**

**Katharina Ahnepohl**

Communication Business Partner and  
Media Spokesperson Nachhaltigkeit

P: 0521 – 155 2407

M: katharina.ahnepohl@oetker.com

**Linked** 

**Hannah Strüver**

Executive Manager and Media Spokesperson  
Brand and Product Communication

P: 0521 – 155 3044

M: hannah.struever@oetker.com

**Linked** 