

## Marktforscher Stephan Grünewald im Interview

### Psychogramm der Verschwendung

**Die Bananen haben braune Flecken? Ab in den Müll! Etwa 20 Millionen Tonnen Lebensmittel landen in Deutschland jährlich im Abfall. Ab Montag (16.05.11) beschäftigt sich in Düsseldorf der Kongress "Save Food" mit der Verschwendung.**






Grünewald: "Produkte sind Stimmungsoptionen"

Experten, Politiker und Wirtschaftsvertreter wollen dabei über Möglichkeiten diskutieren, die Lebensmittelverluste einzudämmen. Der Kongress ist ein Gemeinschaftsprojekt der Welternährungsorganisation FAO und der Messe Düsseldorf und findet parallel zur Verpackungsmesse "Interpack" statt. Unser Interviewpartner Stephan Grünewald ist Gründer und Geschäftsführer des Rheingold Instituts in Köln. Der Marktforscher und Psychologe hält bei "Save Food" einen Vortrag mit dem Titel: "Der Kühlschrank als Apotheke der Gefühle - Wie die Marktforschung den Konsumenten sieht"

**WDR.de:** Herr Grünewald, "Der Kühlschrank als Apotheke der Gefühle" - was hat es damit auf sich?

#### Links

-  Zu schnell im Müll [Aktuelle Stunde]
-  Wegwerfwahn bei Lebensmitteln [Funkhaus Europa]
-  Ein Drittel aller Lebensmittel landet nicht im Magen [tagesschau]

**Stephan Grünewald:** Warum kaufen Menschen so viel mehr, als sie benötigen? Das liegt auch daran, dass der Kühlschrankinhalt nicht nur der Bedarfsdeckung dient. Wir sorgen mit den Produkten für alle möglichen Stimmungsoptionen vor. Eine Mutter kauft zum Beispiel Dinge, die ihre Mutterrolle betreffen, wie Butter und Milch. Aber sie will auch Karriere machen. Deshalb auch der Gesundheitsjoghurt, der sie fit für diese Herausforderung macht. Und sie will natürlich eine gute Freundin sein - dafür gibt es Prosecco für Gäste. Und so weiter. Der Kühlschrank bietet Produkte, die uns je nach Verfassung aktivieren oder beruhigen, die uns erotisieren oder ausbalancieren und so weiter.

**WDR.de:** Und warum landen von diesen tollen Sachen trotzdem so viele im Müll?

**Grünewald:** Die Menschen haben eine Art Hassliebe zu diesen Produkten. Einerseits sind die vielen Stimmungsangebote hilfreich für den Alltag, andererseits sind die Menschen von den vielen Handlungsaufforderungen auch überfordert. Der Prosecco sagt: "Lad' mal wieder Gäste ein!" Wir haben den Impuls, uns von diesen ganzen Handlungsappellen zu befreien. Das Wegwerfen wäre in diesem Zusammenhang ein verzweifelter Befreiungsversuch.



Hassliebe zu Produkten?

**WDR.de:** Aber ist Wegwerfen von Lebensmitteln nicht ein Zeichen von schlechter Erziehung oder schlechter Planung?

**Grünewald:** Nein, eher ein Zeichen von Überforderung. Deshalb suchen wir nach einer Trennungsabsolution. Dabei spielt das Mindesthaltbarkeitsdatum eine wichtige Rolle. Sind die

Lebensmittel abgelaufen, ist dies die Legitimation, sich von den ganzen uneingelösten Optionen zu befreien.

**WDR.de:** Sie als Marktforscher können das sicher beurteilen: Werden Konsumenten zu einem solchen Verhalten verführt?

**Grünewald:** Der Markt macht zwar verlockende Angebote, die müssen aber auch auf fruchtbaren Boden fallen. Wie man mit dem Angebot umgeht, ist also eine sehr individuelle Sache.

**WDR.de:** Wie können sich Konsumenten aus dieser Zwickmühle befreien?



Absolution zum Entsorgen

**Grünewald:** Zunächst sollte man sich bewusst werden, dass man sich in einer Zwickmühle befindet. Denn diese Prozesse laufen meist unbewusst ab. Was einen aufhorchen lassen sollte, ist das schlechte Gewissen, das einen immer wieder überfällt. Viele Verbraucher haben das Gefühl, dass ihre Gewohnheiten zum Hunger in der Welt beitragen, dass unsere Kinder übergewichtig sind, dass wir mit dem Verpackungsmüll die Umwelt belasten. Die Lösung ist oft eine Komplexitätsreduktion. Manche Menschen gehen dann beim Discounter einkaufen, weil sie da nicht so viel Auswahl haben. Eine andere Strategie sind Bioprodukte. Da gab es bisher eine künstliche Limitierung. Allerdings ist die Zahl der Bioprodukte stark angewachsen - die Qual der Wahl hat also auch diesen Markt erreicht.

**WDR.de:** Können Handel und Industrie nicht auch etwas zur Lösung des Problems beitragen?

**Grünewald:** Speziell bei den Mindesthaltbarkeitsdaten ist die Industrie bisher eher an kurzen Zeiträumen interessiert. Da gäbe es noch eine Menge Spielraum.

*Das Interview führte Andreas Poulakos.*

#### Mehr zum Thema

---

- ▶ Lebensmittel für den Müll [WDR 5; pdf]
- ▶ Interview: Warum macht Müll hungrig?
- ▶ ARD-Themenwoche 2010: Essen ist Leben

Kommentare: 76

---

- ▶ Neueste Kommentare anzeigen
- ▶ Alle Kommentare anzeigen
- ▶ Kommentar hinzufügen

---

**Stand: 16.05.2011, 11:45 Uhr**

Diese Seite speichern oder weiterempfehlen

▶ Hilfe



© WDR 2011