

# *Zu gut für die Tonne!*

wird 10 Jahre alt

Rückblick und Planungen, Erfolge und Herausforderungen

25. November 2021



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft

BUNDES  
WEITE  
STRATEGIE

ZU  
GUT  
FÜR DIE  
TONNE  
!

# 2012 Start als Kampagne

- Bürger:innen und gesellschaftliche Akteur:innen für das Thema **mobilisieren**
  - Information und Aufklärung mit dem Ziel Bürger:innen zu animieren, ihre **Lebensmittelabfälle zu verringern**
  - Steigerung der **Wertschätzung von Lebensmitteln** beitragen
- 
- **Webseite:** November 2012 bis Oktober 2013 insgesamt **223.329 Zugriffe**
  - **920.000 Broschüren 1.500.000 Postkarten, 17.000 Bastelbögen und 14.000 Poster verschickt oder verteilt**
  - **ZgfdT-App** bis November 2012 **500.000 Mal** heruntergeladen

Jedes achte Lebensmittel,  
das wir kaufen, werfen wir weg.  
**Du kannst das ändern.**

[www.zugutfuerdietonne.de](http://www.zugutfuerdietonne.de)



# Auszeichnungen

- **Politikaward 2012** gewonnen  
Kampagnen für öffentliche Institutionen
- **2013** wurde die ZgfdT-App für den **Digital Communication Award** als eine der fünf erfolgreichsten Anwendungen Europas nominiert
- **2014** war die ZgfdT-App für den **Bundespreis Ecodesign** in der Kategorie Service nominiert



# Initiative – Zu gut für die Tonne!

- Zielgruppe Verbraucher:innen informiert und aufmerksam gemacht
- Aktionstage in knapp 20 deutschen Städten mit Partnern wie Tafel Deutschland e.V., Slow Food, Evangelische Landjugend
- 2016 Aktion Restlos genießen: **Mitnehmen statt wegwerfen – die Beste-Reste-Box** inzwischen fast eine Millionen Mal verteilt (923.100 Stck)
- 2018 Refresh - Vielfältiges Angebot an Materialien wurde **inhaltlich und gestalterisch überarbeitet**



## *Zu gut für die Tonne!* - Bundespreis

- 2016 Bundespreis für beeindruckendes Engagement gegen Lebensmittelverschwendung in vier Kategorien verliehen
  - Landwirtschaft & Produktion
  - Handel
  - Gastronomie
  - Gesellschaft & Bildung
- Kriterien: Themengenauigkeit, **Innovation**, **Erfolg**, **Vorbildwirkung**
- 2019 fünfte Kategorie Digitalisierung
- **Förderpreise** insgesamt 15.000 Euro
- 2021 neue Trophäe



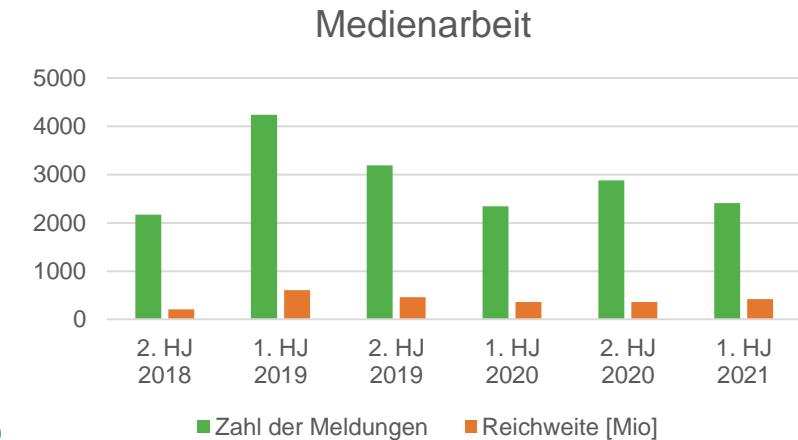
## 2019 Fokus erweitert

- **Februar 2019** Verabschiedung der *Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendungen*
- **Zu gut für die Tonne!** Bestandteil der Strategie für die Kommunikation von der Primärproduktion bis zu den Verbraucher:innen
- **Webseite** neu strukturiert und **zusammengeführt** mit **lebensmittelwertschaetzen.de**
- **Neue Formate** für Verbraucher:innen entwickelt mit dem Schwerpunkt Resteverwertung
- Verstärkt **Social Media**, um jüngere Menschen zu erreichen
- Seit 2020 **bundesweite Aktionswoche Deutschland rettet Lebensmittel!**

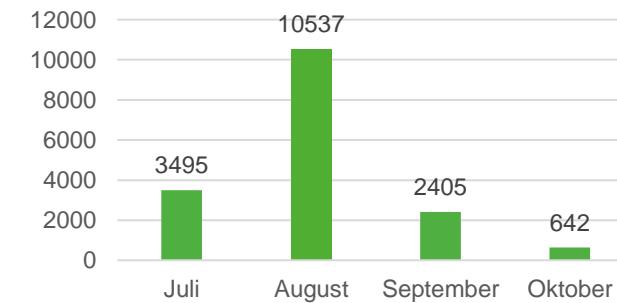


## Zu gut für die Tonne! – ein paar Zahlen

- Bekanntheit in den letzten Jahren bei ca. 45 Prozent
- Im Mittel 2600 Meldungen pro Halbjahr in den Medien Reichweite von rund 400 Millionen Personen
- @zgfdt Follower steigen stetig: 2018 ca. 1500; aktuell knapp 3.600
- Materialien in diesem Sommer sehr beliebt insgesamt 17.000 Stck. bestellt
- Aktionswoche 2021 mit über 204 Aktionen im ganzen Bundesgebiet
  - 1.300 SoMe-Beiträge mit über 17.000 Interaktionen
  - 680 Materialpakete für die Außer-Haus-Verpflegung
  - Gelbe Band-Aktion 8.700 Gelbe Bänder, 345 Infotafeln und 15.580 Infoflyer

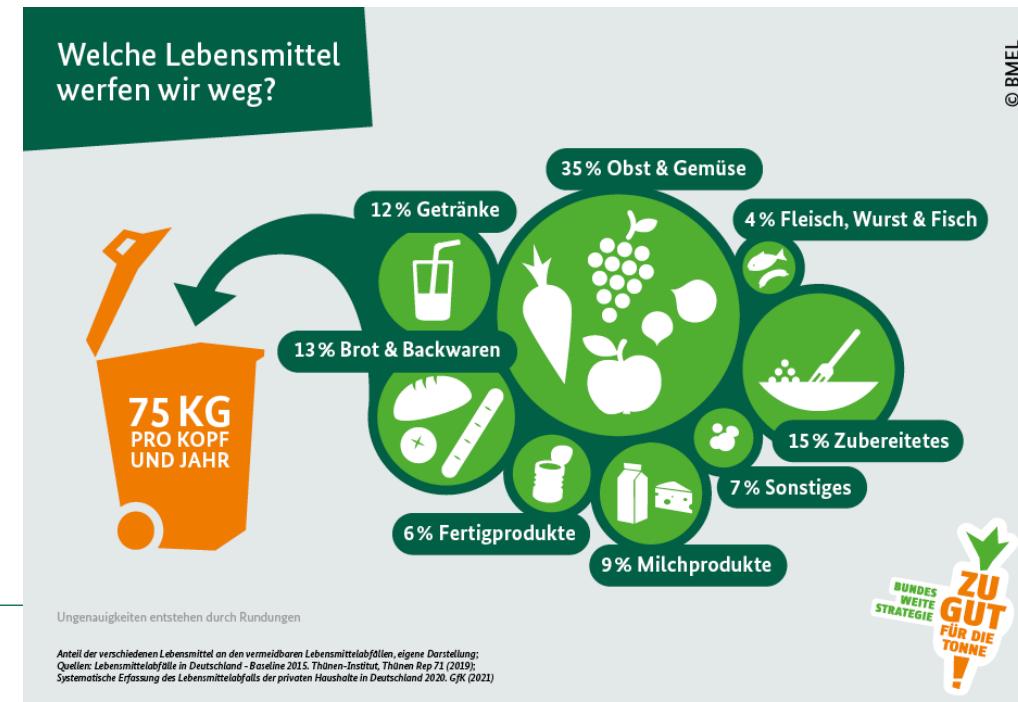


Bestellungen Printmedien  
Sommer 2021



# Private Haushalte – GfK-Studie 2020

- **86 % der Haushalte** werfen Lebensmittel weg, rund **40 %** der Lebensmittelabfälle könnten **vermieden werden**
- Erfassungszeitraum in Coronapandemie – **absolute Abfallmenge nicht gestiegen**
- Anteil der Abfälle in Bezug zur Einkaufsmenge bei 8 % konstant geblieben
- Umgang mit **MHD** leicht verbessert für knapp 5 % der Lebensmittelabfälle wird das MHD als Wegwerfgrund angegeben
- **Haltbarkeit ist der wichtigste Wegwerfgrund** und hierbei vor allem Obst, Gemüse sowie Brot und Backwaren



# 10 Jahre *Zu gut für die Tonne!*

- **Fokus private Haushalte: Ändern von Verhalten**
- Maßnahmen zur **Beeinflussung sozialer Normen**, gewünschtes Verhalten zeigen und benennen
- **Wirksamkeit von Maßnahmen** überprüfen, Citizen Science Projekt des Dialogforums unterstützen
- Wegwerfgründe: verdorben, zu viel gekauft, zu alt daher in der Medienarbeit **verstärkt bedarfsgerechten Einkauf und richtige Lagerung** thematisieren



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Bitte geben Sie Ihre E-Mail-Adresse ein, um sich [anzumelden](#).

E-Mail\*

Anmelden