Neuer Mindesthaltbarkeits-Zusatz kommt in die österreichischen Regale

Zahlreiche Produzenten sagen: Unsere Produkte sind “Oft Länger Gut”

12.03.2021 - “Oft Länger Gut” ist ein Zusatzhinweis zum Mindesthaltbarkeitsdatum. Die Initiative von Too Good To Go gemeinsam mit Lebensmittelproduzenten ermutigt Konsumentinnen und Konsumenten, ihre Sinne einzusetzen, bevor sie Lebensmittel entsorgen. Zum offiziellen Start der Initiative am 9. März haben sich bereits 12 Marken dazu bekannt, mitzumachen und den Zusatzhinweis auf ihre Produkte zu drucken.

Roberto Maccariello

Neuer Mindesthaltbarkeits-Zusatz kommt in die österreichischen Regale

Lebensmittelverschwendung stellt nach wie vor eine große Belastung für unseren Planeten dar. In der EU sind rund 10 % dieser Verschwendung auf Missverständnisse rund um Mindesthaltbarkeitsdaten zurückzuführen. Auch in Österreich hat rund jeder Fünfte Zweifel, ein Produkt nach Überschreiten des Mindesthaltbarkeitsdatums zu konsumieren. Diese Wahrnehmung ändert eine heimische Initiative von Too Good To Go: Führende lokale sowie internationale Lebensmittelhersteller wie Berglandmilch, Recheis, Lorenz, Unverschwendet, Unilever oder Danone drucken das Zeichen “Oft Länger Gut” ab sofort neben das Mindesthaltbarkeitsdatum auf ihre Produkte. Sie animieren so die Konsumentinnen und Konsumenten, ihre Sinne nach dem Motto “Schauen, Riechen, Probieren” einzusetzen, bevor sie Produkte entsorgen. So werden weniger Lebensmittel verschwendet. Auch Klimaschutzministerin Leonore Gewessler spricht der Initiative ihre Unterstützung aus.

Fruchtsaft, Chips und Milchprodukte sind oft länger gut

Das Mindesthaltbarkeitsdatum muss sich eindeutig vom Verbrauchsdatum unterscheiden, sind sich die Produzenten einig. Denn ersteres ist ein Versprechen, dass Lebensmittel zumindest bis zum angegebenen Datum eine garantierte Qualität aufweisen - und kein, wie oftmals missverstanden, Wegwerf-Gebot. Viele Produkte wie Fruchtsaft oder

© LUMITOS AG

Chips sind noch Wochen oder Monate nach dem Überschreiten des Mindesthaltbarkeitsdatums genießbar und oft einwandfrei. Auch Milchprodukte wie Butter oder Joghurt sind oft länger gut und eignen sich für den “Schauen, Riechen, Probieren”-Test. Doch gerade hier achten die meisten Österreicherinnen und Österreich besonders genau auf das Mindesthaltbarkeitsdatum, wie eine Umfrage ergeben hat. Nicht alle machen den Sinnestest und schauen das Joghurt an, riechen daran und probieren es: Dann wandert es bei jedem Fünften innerhalb der ersten zwei Tage nach Ablauf in den Müll.

Viele Produzenten schließen sich bereits an

Die Initiative von Too Good To Go vereint mit diesem Hinweis erstmals einflussreiche gesellschaftliche Kräfte, um nachhaltig die VerbraucherInnenwahrnehmung der Haltbarkeit zu ändern. Mit dabei sind zum offiziellen Start bereits 12 Lebensmittelhersteller, darunter Berglandmilch, Recheis, Danone, Lorenz oder Unilever. Ihre Produkte wie Eiscreme, Sandwiches, Nudeln, Milch, Chips oder Limonade werden den Hinweis neben dem Mindesthaltbarkeitsdatum enthalten. Auch nach dem offiziellen Start möchte Too Good To Go weitere Partner für die Initiative gewinnen, damit keine Lebensmittel mehr aufgrund von Missverständnissen entsorgt werden.

Georg Strasser, Country Manager von Too Good To Go: “‘Oft Länger Gut’ ist eine Initiative, die viele starke Marken verbindet. Durch ihre kollektive Kraft können wir sehr viele Menschen erreichen. Und das absolut simpel und unmittelbar: bei jedem Blick auf das Mindesthaltbarkeitsdatum direkt auf den Produkten. Das hat einen enormen Hebel gegen Lebensmittelverschwendung - denn zuhause wird immer noch am meisten verschwendet. Ich freue mich über jede weitere Marke, die einen Unterschied machen möchte und sich unserer Initiative gegen Lebensmittelverschwendung anschließt.”

Klimaschutzministerin Leonore Gewessler: “Viele Lebensmittel schaffen es gar nicht erst bis auf den Teller, sondern landen im Müll, weil das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten wurde. Das ist schlecht für unsere Umwelt, für unser Klima und eine Verschwendung unserer wertvollen natürlichen Ressourcen. Und genau hier setzt die Kampagne ‘Oft Länger Gut’ an. Denn oft reicht es, zu riechen, zu schauen, oder zu schmecken. So können wir ganz einfach feststellen, ob die Lebensmittel mit gutem Gewissen auf dem Teller landen können. Ich freu mich sehr, dass sich Too Good To Go diesem wichtigen Thema annimmt und wünsche einen guten Start!”

© LUMITOS AG