

# KURZE HALTBARKEIT, GROßE ERSPARNIS?

Im IN FORM Verbundprojekt „Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen“ untersucht ein Marktcheck der Verbraucherzentralen reduzierte Lebensmittel kurz vor dem Ablauf des Mindesthaltbarkeits- und Verbrauchsdatums

März 2025

## Impressum

**Herausgeber:** Verbraucherzentralen Berlin, Bremen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz

[www.in-form.de](http://www.in-form.de)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# INHALT

<b>I. DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE</b>	<b>3</b>
<b>II. HINTERGRUND</b>	<b>4</b>
1. Lebensmittelverschwendung im Einzelhandel	5
2. Mindesthaltbarkeitsdatum und Verbrauchsdatum	5
3. Rechtliche Lage	5
<b>III. SO SIND WIR VORGEANGEN</b>	<b>7</b>
1. Ziel des Marktchecks	7
2. Erhobene Daten im Marktcheck	7
<b>IV. ERGEBNISSE</b>	<b>8</b>
1. Platzierung	8
2. Preiskennzeichnung	9
3. Preisreduzierung	10
4. Vergleichsprodukte	10
5. Verbleibende Tage bis zum Ablauf des Mindesthaltbarkeits- bzw. Verbrauchsdatums	11
<b>V. SCHLUSSFOLGERUNGEN</b>	<b>12</b>
1. Fazit	12
2. Forderungen	12

# I. DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Im Rahmen des IN FORM Projekts „Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen“ wurde von vier Verbraucherzentralen ein Marktcheck durchgeführt, um herauszufinden, **ob und in welchem Umfang Verbraucher:innen beim Kauf von Lebensmitteln, die kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) oder des Verbrauchsdatums (VD) stehen, Geld sparen können.** Der Marktcheck fand in **acht Filialen von Supermärkten und Discountern in vier Bundesländern** statt und umfasste **119 unterschiedliche Produkte aus dem Kühlregal**, die aufgrund eines nahen MHD bzw. VD vergünstigt angeboten wurden. In einigen Fällen wurden diese in speziellen Kisten mit einem deutlichen Hinweis gefunden, der überwiegende Teil der preisreduzierten Artikel befand sich im Kühlregal direkt neben den regulären Produkten.

- ❖ Die Untersuchung ergab, dass viele Produkte mit einem Preisnachlass von etwa 30 Prozent verkauft wurden. **Verbraucher:innen können beim Kauf von reduzierten Produkten zwar durchaus sparen – der Marktcheck zeigt aber auch, dass sogenannte „No-Name“-Produkte, beispielsweise von Eigenmarken, immer noch günstiger sein können. Ein Preisvergleich lohnt sich also immer:** In vielen Fällen konnte ein vergleichbares Produkt gefunden werden, das immer noch günstiger als das wegen des baldigen Erreichens des MHD bzw. VD reduzierte Produkt war.
- ❖ **Eine deutlichere Kennzeichnung, zum Beispiel durch gut sichtbare Hinweisschilder, sowie eine bessere Platzierung der reduzierten Artikel würden den Einkauf erleichtern und Verbraucher:innen ermöglichen, die Ersparnis besser zu erkennen bzw. Produkte leichter zu vergleichen.**

## II. HINTERGRUND

**Lebensmittel kosten heute durchschnittlich über 30 Prozent mehr als in 2020.**<sup>1</sup> Gestiegene Energiekosten, die schwierige internationale politische Lage, Arbeitskräftemangel, Missernten durch den Klimawandel, Mitnahmeeffekte und versteckte Preiserhöhungen haben zu dieser Situation beigetragen. **Verbraucher:innen reagieren mit einem veränderten Kaufverhalten und einer höheren Preissensibilität:** Laut des Ernährungsreports 2024 des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) achten 55 Prozent der Befragten beim Kauf von Nahrungsmitteln darauf, dass diese preiswert sind. Je nach Altersgruppe liegen hier aber Unterschiede vor – unter Menschen im Alter zwischen 14 und 29 Jahren geben sogar 71 Prozent an, preisbewusst einzukaufen.<sup>2</sup>

**Höhere Lebensmittelpreise haben die Ernährungssituation vieler Haushalte verschlechtert und Ernährungsarmut** – eine qualitativ oder quantitativ unzureichende Ernährung durch mangelnde finanzielle Ressourcen oder Ernährungskompetenzen verursacht, häufig eine Kombination aus beiden – betrifft in Deutschland immer mehr Menschen. Das zeigt zum Beispiel die MEGA\_kids-Studie der Universität Hohenheim und der Charité Universitätsmedizin Berlin, die im Rahmen des 15. Ernährungsberichts der Deutschen Gesellschaft für Ernährung Ende 2024 veröffentlicht wurde. Befragt wurden armutsgefährdete Haushalte mit Kindern; fast ein Viertel von ihnen war von moderater oder starker Ernährungsunsicherheit betroffen und gab an, aufgrund von Geldmangel in ihrem Zugang zu Lebensmitteln deutlich eingeschränkt zu sein.<sup>3</sup> Laut Schätzungen der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) litten 2021-2023 über 4 Millionen Menschen hierzulande unter schwerer oder mäßiger Ernährungsunsicherheit.<sup>4</sup> Gleichzeitig waren 2023 12 Millionen Menschen in Deutschland von Armut bedroht bzw. betroffen<sup>5</sup> und es ist sehr wahrscheinlich, dass ein Großteil der armutsbetroffenen bzw. -gefährdeten Personen zumindest zeitweise, beispielsweise am Ende des Monats, auch von Ernährungsarmut betroffen ist. Die starke Steigerung der Lebensmittelpreise in den vergangenen Jahren hat die Situation für viele Bürger:innen verschärft.

**Das vom BMEL geförderte IN FORM Verbundprojekt „Gesund und nachhaltig essen mit kleinem Budget – gemeinsam Ernährungsarmut begegnen“ setzt hier an.** Es wird von den 16 Verbraucherzentralen der Bundesländer in Zusammenarbeit mit der Europa-Universität Flensburg durchgeführt und hat das Ziel, durch vielfältige Informations-, Aufklärungs- und Bildungsangebote Verbraucher:innen dabei zu unterstützen, bewusste Kaufentscheidungen bei der Lebensmittelauswahl zu treffen, um eine gesunde, nachhaltige und leckere Ernährung unter Berücksichtigung der in den letzten Jahren stark gestiegenen Lebensmittelpreisen zu gestalten. Das IN FORM Projekt richtet sich primär an Menschen, die von Ernährungsarmut betroffen oder bedroht sind – zum Beispiel junge Menschen, die vom BAföG oder einer kleinen Ausbildungsvergütung leben, Senior:innen mit kleiner Rente, Alleinerziehende, kinderreiche Familien, oder Menschen, die Sozialleistungen empfangen. Auch Fachkräfte, die haupt- oder ehrenamtlich tätig sind und einen direkten Kontakt mit betroffenen Verbraucher:innen haben, werden als Multiplikator:innen adressiert.

Es lässt sich vermuten, dass die regelmäßige Kaufentscheidung für Produkte, die aufgrund eines baldigen Ablaufs des MHD oder VD reduziert sind, dabei helfen kann, das Haushaltsbudget zu schonen. Diese Praxis kann zudem für viele Verbraucher:innen den Kauf von Produkten ermöglichen, die zum regulären Preis eher nicht erschwinglich wären. Im vorliegenden Marktcheck untersuchten die Verbraucherzentralen Berlin, Bremen, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz 119 unterschiedliche Produkte, die kurz vor Erreichen des MHD oder VD im Lebensmitteleinzelhandel vergünstigt angeboten wurden.

<sup>1</sup> Verbraucherzentrale Bundesverband, Steigende Lebensmittelpreise: Fakten, Ursachen, Tipps <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/steigende-lebensmittelpreise-fakten-ursachen-tipps-71788>, abgerufen am 28.11.2024.

<sup>2</sup> BMEL, Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2024, <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/ernaehrungsreport2024.html>, abgerufen am 22.01.2025.

<sup>3</sup> Deutsche Gesellschaft für Ernährung, 15. DGE-Ernährungsbericht. Bonn (2024).

<sup>4</sup> FAO, IFAD, UNICEF, WFP and WHO. 2024. The State of Food Security and Nutrition in the World 2024 – Financing to end hunger, food insecurity and malnutrition in all its forms. Rome. <https://doi.org/10.4060/cd1254en>, S. 180.

<sup>5</sup> Statistisches Bundesamt, Gut ein Fünftel der Bevölkerung Deutschlands von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedroht, [https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/05/PD23\\_190\\_63.html](https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/05/PD23_190_63.html), abgerufen am 30.01.2025.

## 1. MINDESTHALTBARKEITSDATUM UND VERBRAUCHSDATUM

Das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) und das Verbrauchsdatum (VD) geben Verbraucher:innen Orientierung über die Haltbarkeit von verpackten Lebensmitteln.

Das MHD gibt an, bis zu welchem Datum der Hersteller bei richtiger Lagerung die Qualität des Produktes in Bezug auf Geschmack, Geruch und Farbe garantiert.<sup>6</sup> Für manche Lebensmittel hängt die Haltbarkeit von bestimmten Bedingungen ab, wie zum Beispiel der Lagertemperatur. Das muss dann auf dem Etikett angegeben sein. Lebensmittel wie Tee, Gewürze, Joghurt, Käse, Kekse und Reis haben beispielsweise ein MHD. Das MHD ist jedoch kein „Ablaufdatum“ und Produkte können oft auch nach diesem Datum noch genießbar sein, wenn sie richtig gelagert wurden. In solchen Fällen können Verbraucher:innen nach dem Kauf das Produkt mit ihren Sinnen (sehen, riechen, schmecken) überprüfen, um festzustellen, ob es noch in Ordnung ist. Das hilft nicht nur dabei, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden, sondern auch Geld zu sparen.

Auf einigen Verpackungen finden sich auch Hinweise zu diesem Thema: Ein Beispiel für eine solche Kennzeichnung zeigt die unten stehende Abb. 1.



Abb. 1: Kennzeichnung auf einer Joghurtalternative auf Sojabasis von Alpro.

Das VD hingegen gilt für besonders leicht verderbliche Lebensmittel wie zum Beispiel Frischfleisch/-fisch, vorgeschnittenen Salat oder Vorzugsmilch. Diese Produkte können nach Ablauf des VD gesundheitsschädlich sein, deshalb sollten sie danach nicht mehr verzehrt werden.

Um Lebensmittelabfälle zu vermeiden, sind bestimmte Lebensmittel von der Pflicht zur Angabe des MHD bzw. VD befreit, bei denen sich auch bei langer Lagerungsdauer die Qualität nicht verändert. Dazu gehören unter anderem:

- Frisches Obst und Gemüse, einschließlich Kartoffeln (ungeschält, ungeschnitten oder auf ähnliche Weise behandelt; gilt nicht für Keime von Samen und ähnliche Erzeugnisse, wie Sprossen von Hülsenfrüchten)
- Essig
- Speisesalz
- Zucker in fester Form
- Backwaren, die ihrer Art nach normalerweise innerhalb von 24 Stunden nach Herstellung verzehrt werden.<sup>7</sup>

## 2. LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG IM EINZELHANDEL

Jedes Jahr entstehen in Deutschland rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittelabfälle. Laut einer Erhebung des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2022 fallen ca. 0,8 Millionen Tonnen der Lebensmittelabfälle im Handel an.<sup>8</sup> Das Thünen-Institut hat im Rahmen des Dialogforums Groß- und Einzelhandel die Abschreibungsdaten der 16 teilnehmenden

<sup>6</sup> Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit, Mindesthaltbarkeitsdatum/ Verbrauchsdatum/ Haltbarkeitsdatum, [https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01\\_Lebensmittel/03\\_Verbraucher/17\\_FAQ/FAQ\\_MHD/FAQ\\_MHD\\_node.html](https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/03_Verbraucher/17_FAQ/FAQ_MHD/FAQ_MHD_node.html), abgerufen am 07.11.2024.

<sup>7</sup> Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit, Mindesthaltbarkeitsdatum/ Verbrauchsdatum/ Haltbarkeitsdatum, [https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01\\_Lebensmittel/03\\_Verbraucher/17\\_FAQ/FAQ\\_MHD/FAQ\\_MHD\\_node.html](https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/03_Verbraucher/17_FAQ/FAQ_MHD/FAQ_MHD_node.html), abgerufen am 07.11.2024.

<sup>8</sup> Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Lebensmittelabfälle in Deutschland, <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/studie-lebensmittelabfaelle-deutschland.html>, abgerufen am 06.11.2024.

den Lebensmitteleinzelhändler geprüft, um Lebensmittelabfälle zu erfassen und zu untersuchen. Die Abschreibungsraten von 1,54 Prozent im Jahr 2020 entsprechen demnach Lebensmittelabfällen von rund 0,25 Millionen Tonnen. Hauptsächlich werden Obst und Gemüse sowie Brot und Backwaren entsorgt.<sup>9</sup>

Ein häufiger Grund für die Entsorgung von Lebensmitteln im Einzelhandel war, dass die Ware nicht mehr den Kundenerwartungen an Frische und/oder Qualität entspricht. Dies ist vor allem bei sensiblen Lebensmitteln wie Obst und Gemüse der Fall. Daraus lässt sich ableiten, dass auch bei Brot und Backwaren die Kundenerwartung an die Frische der Ware ein Grund für die Entsorgung darstellen kann. Die übrigen Lebensmittel, wie beispielsweise Trockenware mit überschrittenem MHD oder einer beschädigten Verpackung, machten bei allen untersuchten Unternehmen einen kleinen Anteil an den Lebensmittelabfällen im Einzelhandel aus.<sup>10</sup>

### 3. RECHTLICHE LAGE

Hersteller, Labore und Sachverständige führen Tests und mikrobiologische Analysen durch, um die Mindesthaltbarkeit von Lebensmitteln zu berechnen. Dabei werden verschiedene Faktoren berücksichtigt, wie die Zusammensetzung, die Art der Inhaltsstoffe, die Lagerbedingungen und die erwartete Haltbarkeit.<sup>11</sup>

**Ein Produkt mit MHD ist an der Formulierung „mindestens haltbar bis ...“ erkennbar.** Wird das MHD angegeben, erfolgt dies üblicherweise mit einem konkreten Datum (Tag/Monat/Jahr), wenn das Produkt weniger als drei Monate haltbar ist. Bei einer Haltbarkeit von drei bis 18 Monaten reicht es aus, nur den Monat und das Jahr zu nennen. Bei Produkten, die länger als 18 Monate haltbar sind, muss nur das Jahr angegeben werden, ergänzt durch den Zusatz „mindestens haltbar bis Ende ...“. Das MHD muss bei verpackten Lebensmitteln klar und gut sichtbar angebracht sein. Es gibt an, bis wann der Hersteller die spezifischen Eigenschaften und die Qualität eines Lebensmittels (zum Beispiel Geschmack, Konsistenz, Farbe) garantiert, wenn es ordnungsgemäß gelagert wurde.

**Produkte mit VD sind an der Formulierung „zu verbrauchen bis ...“ zu erkennen.** Das VD muss mit einem konkreten Datum inklusive Tag, Monat gegebenenfalls und Jahr gut sichtbar angegeben werden. Zusätzlich ist eine Kennzeichnung über die Aufbewahrungsbedingungen des Lebensmittels nötig. Diese Regelungen dienen dem Gesundheitsschutz der Verbraucher:innen und sollen verhindern, dass verderbliche Produkte nach Ablauf des VD noch konsumiert werden. Für alle mikrobiologisch empfindliche Lebensmittel, wie zum Beispiel Schnittsalate, Sprossenprodukte oder tierische Produkte gelten strenge Hygienevorschriften und zusätzliche Sicherheitsanforderungen hinsichtlich Lagerung und Transport. **Im Gegensatz zum MHD darf ein Lebensmittel nach Ablauf des VD nicht verkauft werden.**

**In Deutschland ist der Verkauf von Lebensmitteln nach Ablauf des MHD grundsätzlich erlaubt, solange bestimmte Bedingungen erfüllt sind.** Der Lebensmittelhändler ist dafür verantwortlich und muss sicherstellen, dass Produkte nach Ablauf des MHD noch verzehrbar und gesundheitlich unbedenklich sind. Nach Erreichen des MHD haftet nicht mehr der Hersteller, sondern der Händler, der das Produkt verkauft. Produkte, die nach Ablauf des MHD weiterhin einwandfrei sind, dürfen zudem umverpackt und umetikettiert werden, wobei der Händler eine Änderung des MHD vornehmen kann. Allerdings übernimmt er dann auch die volle Verantwortung für die Sicherheit des Lebensmittels.

<sup>9</sup> Johann Heinrich von Thünen-Institut, Monitoring der Lebensmittelabfälle und –weitergabe im Dialogforum Groß- und Einzelhandel 2019/2020, [https://literatur.thuenen.de/digbib\\_extern/dn064964.pdf](https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn064964.pdf), abgerufen am 06.11.2024.

<sup>10</sup> Johann Heinrich von Thünen-Institut, Monitoring der Lebensmittelabfälle und –weitergabe im Dialogforum Groß- und Einzelhandel 2019/2020, [https://literatur.thuenen.de/digbib\\_extern/dn064964.pdf](https://literatur.thuenen.de/digbib_extern/dn064964.pdf), abgerufen am 06.11.2024.

<sup>11</sup> Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit, Mindesthaltbarkeitsdatum/ Verbrauchsdatum/ Haltbarkeitsdatum, [https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01\\_Lebensmittel/03\\_Verbraucher/17\\_FAQ/FAQ\\_MHD/FAQ\\_MHD\\_node.html](https://www.bvl.bund.de/DE/Arbeitsbereiche/01_Lebensmittel/03_Verbraucher/17_FAQ/FAQ_MHD/FAQ_MHD_node.html), abgerufen am 07.11.2024.

## III. SO SIND WIR VORGEGANGEN

### 1. ZIEL DES MARKTCHECKS

Ziel des Marktchecks war es, herauszufinden, **ob und wie viel beim Kauf von Produkten, die aufgrund eines bald ablaufenden MHD oder VD zu einem reduzierten Preis angeboten werden, gespart werden kann.**<sup>12</sup>

Dabei wurde untersucht,

- ob Supermärkte und Discounter diese reduzierten Produkte anbieten,
- wie hoch die Reduzierung ausfiel,
- wie die Lebensmittel gekennzeichnet waren und
- wo sie platziert wurden.

Ein weiteres Ziel war es, den Preisunterschied zu vergleichbaren, nicht reduzierten Produkten zu ermitteln und zu prüfen, ob und welche tatsächlich Einsparpotenziale für Verbraucher:innen bestehen.

### 2. ERHOBENE DATEN IM MARKTCHECK

Beim vorliegenden Marktcheck handelt es sich um eine nicht repräsentative Stichprobe. Im Zeitraum vom 10. bis 17. September 2024 wurden insgesamt 119 unterschiedliche reduzierte Produkte in zehn Filialen von insgesamt acht verschiedenen Supermarkt- und Discounterketten in den Bundesländern Berlin, Bremen, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz untersucht.<sup>13</sup> Es wurden Filialen von Edeka, Rewe, Kaufland und HIT sowie von Aldi Nord, Netto, Penny und Lidl aufgesucht. Alle untersuchten Produkte stammten aus dem Kühlregal. Die erhobenen Daten umfassten:

#### ❖ Platzierung der reduzierten Produkte

- Unterscheidung zwischen einer Platzierung im regulären Kühlregal und einer in separaten Kisten (ebenfalls im Kühlregal)
- Kennzeichnung der Kisten mit einem Hinweis zu den reduzierten Produkten

#### ❖ Angabe der Preisreduzierung

- Erfassung, ob die Preisreduzierung durch einen festen Betrag oder einen Prozentsatz angegeben war
- Erfassung, ob der reduzierte Produktpreis und der reduzierte Grundpreis angegeben wurden

#### ❖ Prozentsatz der Reduzierung

- Erfassung des Prozentsatzes, um den die Produkte reduziert wurden

#### ❖ Vergleichbare Produkte und Preisvergleich

- Prüfung auf ähnliche Produkte mit der gleichen Bezeichnung im Sortiment
- Preisvergleich der reduzierten Produkte mit den vergleichbaren Produkten

#### ❖ Verbleibende Tage bis zum Erreichen des MHD/VD

- Erfassung der verbleibenden Tage bis zum Ablauf des MHD oder VD der Produkte

---

<sup>13</sup> Je eine Filiale von Rewe und Penny in Bremen, von Kaufland und Aldi Nord in Niedersachsen, von Netto und HIT in Rheinland-Pfalz. Je zwei Filialen von Edeka und Lidl in Berlin.

## IV. ERGEBNISSE

### 1. PLATZIERUNG

Es wurde geprüft, wo die Produkte, die aufgrund eines zeitnah ablaufenden MHD oder VD reduziert angeboten wurden, im Supermarkt oder Discounter platziert wurden.

Insgesamt 13 der 119 untersuchten unterschiedlichen Produkte wurden bei Edeka, Kaufland und HIT in einer Kiste im Kühlregal ohne einen entsprechenden Hinweis erfasst, wie Abb. 2 beispielhaft zeigt.<sup>14</sup>



Abb. 2: Platzierung in Kisten ohne Hinweis bei HIT.

14 der 119 unter die Lupe genommenen Lebensmittel befanden sich in einer Kiste im Kühlregal mit einem entsprechenden Hinweis. Solche Kisten wurden bei Edeka, Lidl und Kaufland gefunden. Die Hinweise lauten zum Beispiel „Produkte mit kurzer Haltbarkeit ... reduziert für Sie“ oder „Ich bin noch gut – gemeinsam gegen Verschwendung“ und zeigen Verbraucher:innen, dass sie an diesem Ort wegen einer kürzeren Haltbarkeit reduzierte Produkte finden können (vgl. Abb. 3-6).



Abb. 3, 4, 5: Aufsteller mit Hinweisschildern bei Edeka.

<sup>14</sup> Bei den 119 Produkten handelt es sich um unterschiedliche Produkte. Oftmals war ein Produkt mehrmals in der Kiste, dies wurde in der Auswertung als ein Produkt erfasst. Die Produkte wurden stichprobenartig untersucht, daher sind teilweise mehr Produkte auf den Fotos zu sehen





Abb. 6: Platzierung in einer Kiste mit Hinweis bei Kaufland.

In einer Filiale waren zwei gleiche Produkte mit demselben MHD waren sowohl in einer Kiste mit einem Hinweis als auch im regulären Kühlregal platziert. Insgesamt 91 und somit die allermeisten der Produkte der Stichprobe mit nahendem MHD und reduziertem Preis waren im regulären Kühlregal platziert, neben den Produkten zum regulären Preis. Abb. 7 zeigt ein Beispiel einer solchen Platzierung.



Abb. 7: Platzierung im regulären Kühlregal bei HIT.

## 2. PREISKENNZEICHNUNG

Die Angabe der Preisreduzierung erfolgte bei 103 der 119 untersuchten Lebensmittel durch eine Prozentangabe. War dies der Fall, befand sich auf dem Produkt ein Aufkleber mit einer Preisreduzierung von zum Beispiel 30 oder 50 Prozent. Dies war bei Lidl, Rewe, Penny, Kaufland, Aldi Nord, Netto und HIT der Fall, wie von Abb. 9-13 beispielhaft gezeigt.

Lediglich bei den 16 von Edeka untersuchten Produkten wurde nicht mit einer Prozentangabe gearbeitet. Stattdessen wurde auf dem Preisschild sowohl der alte als auch der neue Produktpreis aufgedruckt. Somit war die Preisreduzierung nicht angegeben, sondern mussten die Verbraucher:innen selbst errechnen (vgl. Abb. 8).

Ein reduzierter Grundpreis war bei 16 Produkten vermerkt, davon wurden 14 bei Lidl und zwei bei Kaufland gefunden. Der Grundpreis gibt den Preis pro Mengeneinheit an, zum Beispiel pro Liter oder Kilogramm, und ermöglicht es, den tatsächlichen Wert eines Artikels im Vergleich zu anderen Größen oder Verpackungen zu beurteilen.



Abb. 8: Angabe Preisreduzierung bei einer Buttermilch von Edeka.



Abb. 9: Angabe Preisreduzierung bei Netto.



Abb. 10: Angabe Preisreduzierung bei Lidl.



Abb. 11: Angabe Preisreduzierung bei Rewe.



Abb. 12: Angabe Preisreduzierung bei Kaufland.



Abb. 13: Angabe Preisreduzierung bei HIT.

### 3. PREISREDUZIERUNG

Für den Marktcheck wurde erhoben, um wie viel Prozent die Produkte reduziert waren. Von den 119 untersuchten Produkten waren 109 um 30 Prozent reduziert. Ein Produkt wurde um etwa 40 Prozent und neun um knapp 50 Prozent günstiger angeboten.

Bei Edeka lagen die Reduzierungen zur Hälfte bei 30 Prozent und zur anderen Hälfte bei etwa 50 Prozent. Die untersuchten Filialen der Discounter und Supermärkte Aldi Nord, HIT, Netto, Lidl, Rewe und Penny arbeiteten einheitlich mit einer Reduzierung von 30 Prozent. Bei Kaufland wiederum schwanken die Reduzierungen zwischen 30 und 50 Prozent, wobei der Großteil um 30 Prozent reduziert war. Auch der Durchschnitt spiegelt dies wider: Bei den unter die Lupe genommenen Lebensmitteln betrug der Mittelwert der Reduzierungen 31,60 Prozent. Dies bedeutet eine maximale Ersparnis von 4,96 Euro.

### 4. VERGLEICHSPRODUKTE

Als weiterer Parameter wurde untersucht, ob in dem jeweiligen Lebensmitteleinzelhandel Vergleichsprodukte zu finden waren, und ob diese günstiger oder teurer als die wegen eines baldigen Ablaufs des MHD bzw. VD reduzierten Produkt waren. Als Vergleichsprodukte wurden Lebensmittel herangezogen, welche die gleiche Bezeichnung hatten (zum Beispiel „Geflügelwurst“, „Salami“, „Gouda am Stück“ etc.). Es wurde der Grundpreis des vergünstigten Produkts mit dem des Vergleichsprodukts verglichen.

Bei 74 der 119 Produkte der Stichprobe wurden keine vergleichbaren Produkte gefunden, da es sich teilweise um sehr spezielle Lebensmittel handelte, wie etwa „Lyoner Fleisch“ oder diverse Produkte für den Grill. Bei 45 Lebensmitteln konnten Vergleichsprodukte gefunden werden. Davon wurden in 31 Fällen vergleichbare Produkte gefunden, die günstiger waren als das wegen des baldigen Erreichens des MHD bzw. VD reduzierte Lebensmittel. Im Schnitt waren diese Vergleichsprodukte um 33 Prozent günstiger. Bei den restlichen 14 Produkten war das Vergleichsprodukt um durchschnittlich 23 Prozent teurer als die aufgrund des baldigen Erreichens des MHD oder VD reduzierte Ware.

## 5. VERBLEIBENDE TAGE BIS ZUM ABLAUF DES MINDESTHALTBARKEITS- BZW. VERBRAUCHSDATUMS

Bei allen 119 untersuchten Produkten wurden die verbleibenden Tage bis zum Erreichen des MHD (86 Produkte) bzw. VD (33 Produkte) erfasst. Die Ergebnisse der Auswertung sind in Tab. 1 zusammengefasst. Bei zwei Produkten war das MHD noch zehn Tage entfernt, bei sechs Produkten war das MHD bereits um ein oder zwei Tage überschritten. Im Durchschnitt waren es gut zwei Tage bis zum Erreichen des MHD.

Der Durchschnittswert bis zum Erreichen des VD lag dagegen bei einem Tag, der Höchstwert betrug vier Tage. Auch wurden acht Produkte verkauft, bei denen das Verkaufsdatum dem VD entsprach. Bei diesen Produkten müssen die Verbraucher:innen sicherstellen, dass sie das Produkt am selben Tag des Kaufs verzehren: Nach Ablauf des VD können Lebensmittel gesundheitsschädlich sein und sollten aus diesem Grund nicht mehr verzehrt werden.

Verbleibende Tage bis Ablauf des	MHD	VD
<b>Minimum</b>	-2 (MHD seit zwei Tagen überschritten)	0 (Verkaufstag ist Ablauftag)
<b>Durchschnitt</b>	2	1
<b>Maximum</b>	10	4

Tab. 1: Auswertung der verbleibenden Tage bis zum Erreichen des MHD bzw. VD (Werte auf- und abgerundet).

# V. SCHLUSSFOLGERUNGEN

## 1. FAZIT

Der Marktcheck hat gezeigt, dass in allen untersuchten Supermärkten und Discountern Lebensmittel im Kühlregal angeboten wurden, die aufgrund eines baldigen Erreichens des MHD oder des VD reduziert waren. Bei den meisten Produkten der Stichprobe lag die Reduzierung bei 30 Prozent, bei knapp 10 Prozent von ihnen fiel sie höher aus.

Mit 91 Produkten befand sich der Großteil der unter die Lupe genommenen Lebensmittel im Kühlregal direkt neben den Waren zum regulären Preis. Lediglich 14 Produkte befanden sich zwar im Kühlregal, jedoch in einer Kiste mit einem entsprechenden Hinweis. In diesen Fällen wurde zum Beispiel durch ein Plakat oder einen Aufsteller auf das Sonderangebot aufmerksam gemacht.

Bei den 86 untersuchten Produkten mit MHD betrug die durchschnittliche Zeitspanne bis zum ihren Erreichen zwei Tage. Die 33 Produkte mit einem VD hingegen hatten im Durchschnitt nur noch einen verbleibenden Tag. Bei diesen Produkten müssen die Verbraucher:innen sicherstellen, dass sie das Produkt spätestens am nächsten Tag verzehren: Produkte mit MHD sind häufig noch deutlich länger genießbar, während Lebensmittel nach Ablauf des VD gesundheitsschädlich sein können und nicht mehr verzehrt werden sollten.

Bei 16 reduzierten Produkten war ein Grundpreis angegeben, also der Preis pro Kilogramm oder Liter. Aufgrund der unterschiedlichen Packungsgrößen ermöglicht nur diese Angabe einen „echten“ Preisvergleich für Verbraucher:innen – und vor allem bei reduzierten Markenprodukten kann es durchaus vorkommen, dass ein Eigenmarken-Vergleichsprodukt günstiger ist, wie der Marktcheck zeigte. Bei 45 von 119 untersuchten Lebensmitteln konnte ein Vergleichsprodukt gefunden werden, und in 31 Fällen war dies günstiger als das aufgrund des kurz bevorstehenden MHD oder VD reduzierte Produkt.

**Der Marktcheck hat also gezeigt, dass aufgrund eines baldigen Ablaufs des MHD bzw. VD reduzierte Produkte preislich nicht automatisch die günstigste Wahl sind. Vielmehr können sie nach der Reduzierung weiterhin teurer als vergleichbare Produkte sein. Preise zu vergleichen und nicht automatisch zu den reduzierten Produkten zu greifen, lohnt sich also immer.**

Mit dem Kauf von reduzierten Lebensmitteln, die aufgrund eines baldigen Ablaufs des MHD bzw. VD im Angebot sind, ist es zwar möglich, kurzfristig Geld zu sparen. Auch ermöglicht diese Praxis einen Zugang zu Lebensmitteln, die für manche Verbraucher:innen zum regulären Preis sonst zu teuer wären. **Solche Sonderangebote sind allerdings sehr unregelmäßig und unvorhersehbar und stellen somit keine verlässige, langfristige Lösung für Menschen dar, die von Ernährungsarmut betroffen oder bedroht sind. Dieser Ansatz kann also nur eine ergänzende Strategie zu strukturelleren Lösungen gegen Ernährungsarmut darstellen, da er nicht die langfristige Verfügbarkeit von gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln garantiert.** Um diese Produkte sinnvoll zu nutzen erfordert es zudem eine gewisse Flexibilität und Kreativität in der Speiseplanung. Denn landen die Lebensmittel am Ende doch in der Tonne statt auf dem Teller, werden Ressourcen und Finanzen verschwendet.

## 2. FORDERUNGEN

### ❖ Bessere, wertschätzende Platzierung reduzierter Produkte

- Werden Produkte weiterhin im Regal angeboten, sollte es eine einheitliche, gut sichtbare Kennzeichnung geben. Im Geschäft könnte beispielsweise ein Aufsteller über die Preisreduzierung und das MHD bzw. VD informieren.
- Werden Produkte stattdessen in separaten Kisten angeboten, sollten diese auf Augenhöhe platziert, gut zu erreichen und gut erkennbar gekennzeichnet werden. Auffälligere Aufkleber können helfen, reduzierte Produkte besser zu erkennen. Wichtig ist außerdem, dass die reduzierten Produkte wertschätzend angeboten werden und nicht in „Ramschkisten“.

### ❖ Bildungs- und Informationsangebote erweitern

- Bildungs-, Aufklärungs- und Informationsangebote zum Thema nachhaltiger Konsum und preisbewusstes Einkaufen sollen erweitert werden, insbesondere vor dem Hintergrund gestiegenen Lebensmittelpreise.

### ❖ Ernährungsarmut strukturell bekämpfen

- Der Kauf von reduzierten Lebensmitteln, die aufgrund eines baldigen Ablaufs des MHD bzw. VD im Angebot sind, ist keine verlässige Lösung für von Ernährungsarmut betroffene bzw. bedrohte Menschen: Solche Angebote erfolgen unregelmäßig, sind unvorhersehbar und garantieren keine langfristige Verfügbarkeit von gesunden und nährstoffreichen Lebensmitteln. Darüber hinaus erfordert die sinnvolle Nutzung dieser Produkte eine gewisse Flexibilität und Kreativität in der Speiseplanung. Dieser Ansatz kann also nur eine ergänzende Strategie zu strukturellen Lösungen gegen Ernährungsarmut darstellen.