



## Essen retten in a Nutshell

Gestaltung einer Fibel für die Minderung von Lebensmittelverschwendung  
im Haushalt und Konzeption der zugehörigen Marketingkampagne

## **MASTER THESIS**

zur Erlangung des Grades Master of Arts  
im Studienfach Medienproduktion  
Technische Hochschule Ost-Westfalen Lippe

### **Essen retten in a Nutshell - Gestaltung einer Fibel für die Minderung von Lebensmittelverschwendung im Haushalt und Konzeption der zugehörigen Marketingkampagne**

**1. Prüferin/ Betreuerin :** Anke Stache  
**2. Prüferin:** Susann Ehrig

**Vorgelegt von:** Carolin Beckmann

**Abgabedatum:** 06.08.2023

Bielefeld, 06.08.2023

## GENDER-HINWEIS

Die in dieser Arbeit verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich immer gleichermaßen auf Personen jedes Geschlechtes. Auf eine Doppelnennung und gegen-  
derte Bezeichnungen wird zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

## INHALT

Abstract

<b>1 EINLEITUNG</b> .....	1
Motivation .....	2
<b>2 EXTREME AUSMASSE - MASSENPROBLEM LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG</b> .....	3
Gründe für Lebensmittelverschwendung im Haushalt .....	4-6
<b>3 HERANGEHENSWEISE UND VORTEILE</b> .....	7-8
<b>4 KONZEPTION - DIE FIBEL VON A-Z GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG</b>	
Zielgruppen Festlegung .....	9
Persona 1 .....	10
Persona 2 .....	11
Persona Auswertung .....	12
Wettbewerbsanalyse .....	13 -14
<b>5 GESTALTUNG - DIE FIBEL VON A-Z GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG</b>	
Inhalt der Fibel .....	15-16
Gestaltung des Seitenlayouts .....	17
Typografie .....	18-19
Gestaltung der Illustrationen .....	20
Farbgestaltung .....	21-22
Informationsseiten .....	23
Covergestaltung .....	24
<b>6 VERMARKTUNG UND VERTRIEB</b>	
Titel und Tone of voice .....	25
Marketing und Werbung .....	26
Produktion und Vertrieb .....	27
Preisgestaltung .....	28
Zukunftsplanung .....	29
<b>7 KONKLUSION</b> .....	30
Quellenverzeichnis	

## ABSTRACT

Thema dieser Arbeit ist das Massenproblem **Lebensmittelverschwendung**, von dem ein Großteil bei den Endverbrauchern, also im Haushalt entsteht. Durch eine qualitative **Umfrage** und ergänzende quantitative **Recherche** wird deutlich, dass es wenige, immer gleiche Gründe für die große Menge an Lebensmittelabfällen gibt. Dazu gehören vor allem fehlende Aufklärung, falsche Lagerung und zu große Einkaufsmengen. Auch die Missinterpretation vom Mindesthaltbarkeitsdatum oder fehlende Wertschätzung von Lebensmitteln, tragen zu dem Problem bei. Die Lösungen bilden hier Aufklärung und Kommunikation zu Problemausmaß und **Lösungsansätzen**. Im weiteren Verlauf wird die **Fibel** „Essen retten in a Nutshell - Einfache Tipps um Lebensmittelverschwendung von A-Z zu verringern“ vorgestellt. Das kurze, übersichtliche Nachschlagewerk adressiert eine große Zielgruppe und zeigt mittels Tipps zur richtigen Aufbewahrung von Lebensmitteln, wie man die Haltbarkeits dieser verlängern kann. Informationen zu lebensmittelschonendem Einkaufen und Konservieren sowie Aufklärung über die Problematik der Lebensmittelverschwendung, runden den Inhalt des Buches ab. Aufgrund des durchdachten Layouts ist die Fibel nicht nur optisch ansprechend, sondern auch übersichtlich und intuitiv, sodass sie sich als zweckmäßige und attraktiv **Informationsquelle** eignet.

# 1 EINLEITUNG UND MOTIVATION

## VIEL ZU VIEL

### EINLEITUNG

Jährlich werden in Deutschland ca. **11 Mio. Tonnen** Lebensmittel ungegessen entsorgt; das entspricht einem Drittel der produzierten Menge. Die stärkste Entsorgung von eigentlich genießbaren Lebensmitteln, findet dabei beim Endkonsumenten also in den Haushalten statt. (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2020)

Die folgende Arbeit dient als Vorstellung einer **Fibel**, die Informationen und Ratschläge zusammenfasst, um Endverbraucher bei der Reduktion von Lebensmittelverschwendung zu helfen.

Um die Relevanz des Themas und somit des Produktes zu zeigen, werden zunächst das Ausmaß der Problematik und die zugehörigen Kennzahlen vorgestellt. Im weiteren Verlauf werden durch eine qualitative Umfrage die häufigsten Ursachen für Lebensmittelverschwendung im Haushalt ermittelt, um sie bestmöglich angehen zu können. Im Zentrum der Arbeit steht die Konzeption und Gestaltung der Fibel. Das handliche **Nachschlagewerk** hilft mittels Informationen und Fakten zur richtigen Beschaffung, Lagerung und Verwendung von Lebensmitteln, die Verschwendung dieser einzudämmen.

### MOTIVATION

Ich zog im Herbst 2021 mit meinem Freund zusammen in unsere erste gemeinsame Wohnung. Eine große Umstellung war dabei, dass wir beide aus großen Familien kommen und somit immer mit mindestens drei, teilweise aber auch fünf anderen Menschen zusammen gelebt hatten. Früher war es demnach eher üblich, dass Produkte zu schnell aufgebraucht wurden. In unserem neuen Zweipersonenhaushalt wurde nun aber klar, dass das Problem eher in die andere Richtung ging: Wir hatten unglaublich viele **Abfälle**, gefühlt sogar mehr als in den größeren Familienhaushalten. Dabei handelte es sich nicht nur um Verpackungen oder Lebensmittelabfälle, sondern um Essen, das eigentlich noch hätte gegessen werden können. Nicht selten mussten wir Lebensmittel entsorgen, weil die Packungen so groß waren, dass wir sie zu zweit nicht rechtzeitig leeren konnten, bevor nicht mehr nur das **Mindesthaltbarkeitsdatum** sondern auch die Grenze der Genießbarkeit überschritten waren. Brot wurde zu hart, Gemüse zu weich und gerade tierische Produkte entsorgt man schließlich grundsätzlich lieber zu früh als zu spät.

Es ist immer ein schlechtes Gefühl, Essbares entsorgen zu müssen, zumal dann der Gedanke bleibt, dass es ein eigentlich so wertvolles Gut ist. Viele Menschen hungern und haben zu wenig zum Leben, während wir, trotz steigender **Lebensmittelpreise** und **Umweltbelastungen** bei Lebensmittelherstellung und Transport, mal wieder zu viel gekauft haben und so Reste im Müll landen. Ich ging schließlich dagegen vor, in dem ich ständig die richtige **Lagerung** und **Konservierungsmethode** für einzelne Lebensmittel recherchierte, Notizen machte und Artikel speicherte. Eine einfachere Lösung wäre doch ein simples Nachschlagewerk, das diese Informationen kurz zusammenfasst, ohne dass ich lange danach suchen oder mich durch diverse Fließtexte arbeiten muss.

Da ich auf dem Markt nichts vergleichbares finden konnte, kam die Idee zu einem eigenen Produkt auf. Ich trug alle Informationen zusammen und erfuhr, dass viele Menschen ähnliche Probleme haben. Die Gesellschaft möchte in vielen Fällen Lebensmittelverschwendung vermeiden, weiß teilweise aber nicht wie oder ist sich dem Ausmaß des Problems, bis sie damit konfrontiert wird, nicht bewusst. Es ist ein so ein alltäglicher Teil unseres Konsums geworden, dass es nicht kritisch hinterfragt wird.

## 2 EXTREME AUSMAßE

### 2 MASSENPROBLEM LEBENSMITTELABFÄLLE

Als Einzelperson weniger Lebensmittel zu verschwenden ist ein guter Anfang. Doch um wirklich etwas zu bewegen und nicht nur wenige Kilogramm, sondern mehrere Tonnen einzusparen, müssen viele Menschen auf Lösungen (Beispielsweise die Fibel) und zunächst natürlich auf die Problematik aufmerksam gemacht werden. Im Folgenden wird erläutert, weshalb unbedingter Handlungsbedarf bei dem Thema Lebensmittelabfällen und dessen Vermeidung besteht. Jährlich werde in Deutschland etwa 11 Mio. Tonnen und so knapp **ein Drittel** der produzierten Menge Nahrung entsorgt. Damit liegt das Land auf Platz eins in Europa und zeigt besonders hohen Handlungsbedarf. Weltweit sind es ganze **931 Millionen Tonnen**, das entspricht 17% der produzierten Lebensmittel und das, obwohl ein Großteil dieser noch genießbar gewesen wäre. Die hohen Mengen zeigen, dass Lebensmittelverschwendung ein **Massenproblem** ist, welches sich durch alle gesellschaftlichen Schichten und Altersklassen zieht. Zudem sorgt es für große weltweite Unterschiede und Ungerechtigkeit. Reiche Kontinente wie die USA (jährlich ca. 91.000.000 Tonnen) führen die Liste der größten Lebensmittelverschwender an. (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2020; Statistika, 2018)

Auf anderen Kontinenten hingegen herrschen genteilige Problematiken; **Lebensmittelknappheit** und damit verbundene Unterernährung kosten Schätzungen zu Folge täglich zwischen 7.000 und 19.000 Menschenleben. (Islamicreliefe, 2023). Besonders erschreckend ist dabei die Tatsache, dass auf der Erde genug Lebensmittel produziert werden, um **12 Milliarden Menschen** ausreichend ernähren zu können. Durch die schlechte Verteilung dieser leidet aber etwa ein Siebtel der 7 Milliarden Menschen Hunger. (Noleppa & Cartburg, 2015)

Es wird also deutlich, dass es ein großer Teil der Konsumenten gewohnt ist, in einem **Lebensmittelüberfluss** zu leben, der eine hohe Selektierung nach vielen Kriterien erlaubt und demnach zu hohem Lebensmittelausschuss führt. Dieser hat nicht nur entsprechendes Fehlen von Nahrung in anderen Teilen der Welt zur Folge, sondern auch starke Umweltbelastungen. Die Entsorgung dieser Mengen führt dazu, dass rund **25 Prozent** der landwirtschaftlich genutzten Flächen in Deutschland verschwendet werden, da ihr Ertrag nie konsumiert wird. Pro Kopf werden zudem jährlich **2.700 Liter** Wasser verschwendet. Anbau, Transport und Verpackungen der Lebensmittel verursachen zusätzliche Umweltverschmutzungen und schaden dem Klima. Durch Lebensmittelverschwendung verursacht jeder Bewohner jährlich etwa eine halbe Tonne **Treibhausgase**, das entspricht circa 4 Prozent der jährlichen Gesamtemissionen von Deutschland. (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2020)

## GRÜNDE FÜR LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

Doch was sind die Gründe und Ursachen für diese starke **Separation** von genießbaren Lebensmitteln? Zunächst ist zu beachten, dass Lebensmittel verschiedene Stationen von der **Produktion bis zum Konsum** durchlaufen und dabei in jedem Schritt Anteile verloren gehen, wie in der unteren Grafik zu sehen ist.

Es wird deutlich, dass bei der Primär Produktion noch vergleichsweise wenig genießbare Lebensmittel wegfallen (2%), bei der Weiterverarbeitung sinkt die **Gesamtmenge** allerdings bereits um weitere 15%. Die Gastronomie sortiert ganze 1,9 Mio Tonnen (17%) der gelieferten Ware aus, der Handel 0,8 Tonnen (7%). Die stärkste Lebensmittelverschwendung findet offensichtlich beim Verbraucher, also in den deutschen Haushalten, statt: Knapp 60% der vorzeitig entsorgten Ware kommt von den Endkonsumenten. Studien zeigen deutlich, dass vor allem an dieser Stelle Handlungsbedarf besteht. So wirft jeder Deutsche im Durchschnitt **ca. 78kg Lebensmittel** pro Jahr weg; bei einem Vierköpfigen Haushalt entspricht das jährlich über 310kg Lebensmittel. (Statistisches Bundesamt, 2020)

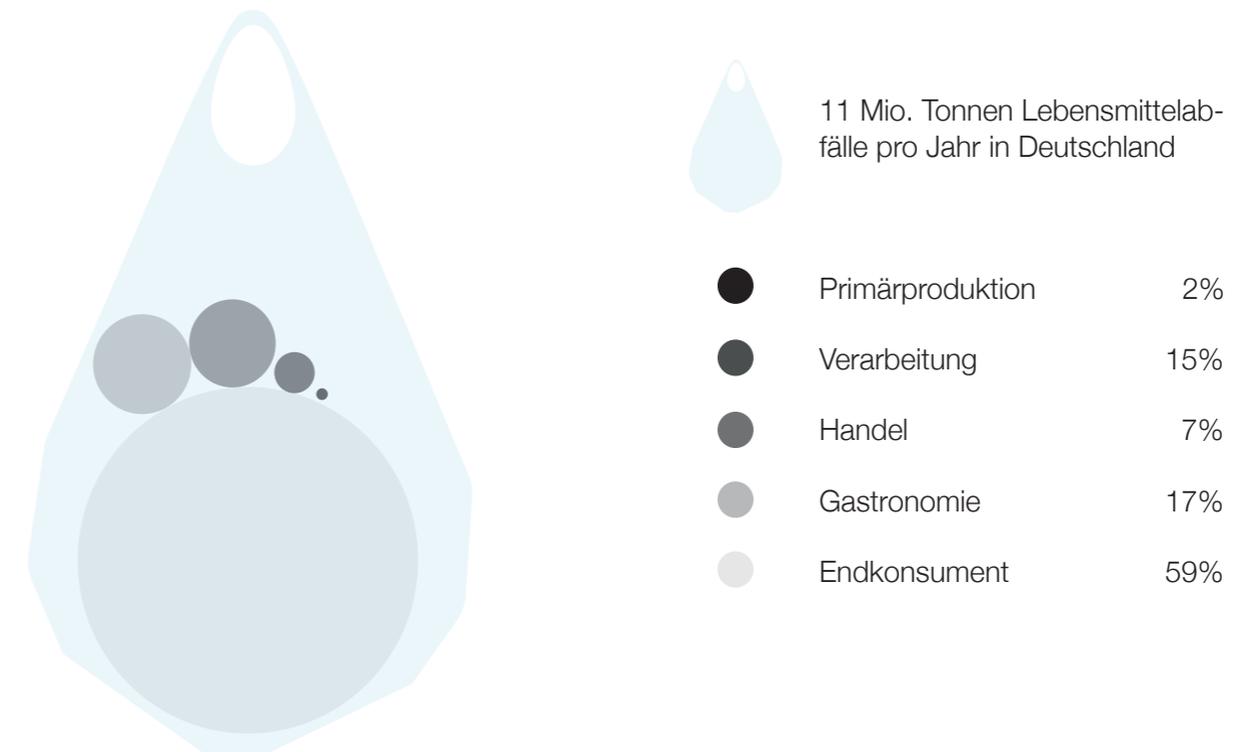


Abbildung 1  
Herkunft der Lebensmittelabfälle in Deutschland 2020  
in Tonnen pro Jahr. Informationsquelle: Statistisches Bundesamt, 2020  
Quelle: eigene Abbildung

Doch weshalb wird nach so starker Selektierung an vorherigen Stellen, immer noch so viel Nahrung in den Haushalten aussortiert und nicht konsumiert? Welche Gründe geben Menschen an, wenn es um die Entsorgung von Lebensmitteln geht, die eigentlich noch essbar wären? Um diese Kriterien zu konkretisieren wird im Folgenden zunächst eine qualitative Studie mit 10 Probanden durchgeführt. Alle Teilnehmer stammen aus verschiedenen Altersgruppen, sozialen Hintergründen und Bildungsschichten. Die Studienergebnisse werden anschließend mit repräsentativen Rechercheergebnissen abgeglichen und vervollständigt.

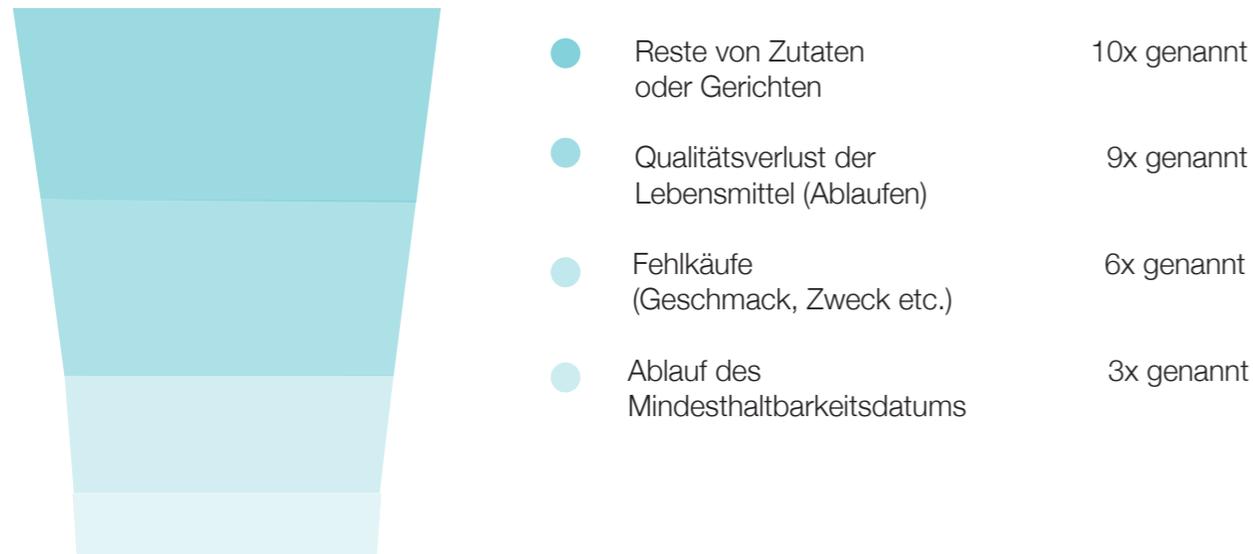


Abbildung 2  
Meist genannte Gründe für Lebensmittelverschwendung im Haushalt nach einer eigens durchgeführten quantitativen Studie (10 Proband/Innen, 2023)  
Quelle: Eigene Abbildung

Das obige Schaubild zeigt die häufigsten **Gründe** der Probanden für das Entsorgen von Lebensmitteln im eigenen Haushalt. Alle Teilnehmer haben angegeben, dass sie häufig Reste von Zutaten entsorgen, weil sie z.B. nur eine geringe Menge davon für ein Rezept benötigten oder die Verpackungsgrößen zu groß für ihren Haushalt sind. Auch Übriggebliebenes von gekochten Gerichten wird häufig entsorgt, weil falsch kalkuliert wurde oder sich das aufheben von kleinen Mengen nicht lohnt. Bis auf einen Teilnehmer nannten zudem alle, die mit der längeren Lagerung, **abnehmende Qualität** der Lebensmittel als Hauptgrund für die Entsorgung. So konnten geplante Gerichte nicht umgesetzt werden oder es wurden zu große Mengen gekauft, die schlecht wurden, bevor sie verzehrt werden konnten.

6 von 10 Probanden gaben zudem an, Lebensmittel die ihrem persönlichen **Geschmack** nicht entsprechen, wegzuworfen. Vor allem wenn man neue Lebensmittel ausprobieren möchte oder Rezepturen von bekannten Produkten geändert wurden, kommt es häufig zu einer starken Selektion der Lebensmittel durch den Endverbraucher. Auch das **Mindesthaltbarkeitsdatum** spielt eine Rolle bei den Wegwerfgewohnheiten. So gaben 3/10 Teilnehmern an, Nahrung die das entsprechende Datum überschritten hat, direkt zu entsorgen. Dies geht noch einen Schritt weiter als die oben genannte Entsorgung bei tatsächlichem Qualitätsverlust, denn meist beginnt dieser erst lange Zeit nach dem angegebenen Ablaufdatum.

Daten der **deutschen Verbraucherzentrale** verzeichnen ähnliche Ergebnisse, in gleicher Reihenfolge; genau so auch eine repräsentative Umfrage des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft von 2022.

Es wird demnach deutlich, wie stark Endverbraucher in Deutschland bei dem Konsum von Lebensmitteln selektieren können. In anderen Industriestaaten lassen sich vergleichbare Zahlen erkennen. Auch werden ähnliche Gründe angegeben: Der eigene Bedarf und die optische Erscheinung von Lebensmitteln wirken sich stark auf das Kauf-, Konsum und Entsorgungsverhalten der Verbraucher aus. Hinzu kommt der persönliche Geschmack, der in einer **Überfluss Gesellschaft**, Nahrung zu einem Genussmittel macht. Auch das von der Industrie festgelegte Mindesthaltbarkeitsdatum verunsichert einige Menschen, sodass sie das Produkt lieber vorzeitig entsorgen. (Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft, 2022; Deutsche Verbraucherzentrale, 2016)

Das **Mindesthaltbarkeitsdatum** in Deutschland wurde in den letzten Jahren stark kritisiert. Doch die Ergebnisse der Studie und der Abgleich mit Recherche-Ergebnissen zeigen, dass das Ausmaß der Lebensmittelverschwendung in Haushalten nur bedingt den **Lebensmittelproduzenten** und Vertreibern zuzuweisen ist. Viel mehr stehen hier die Verbraucher selbst in der Verantwortung sich zu informieren, was sowohl das Mindesthaltbarkeitsdatum als auch das Ablaufdatum zB bei Fleischprodukten angeht. Da Lebensmittel-Unternehmen, anders als Privatpersonen, stark durch Gesetze eingeschränkt werden, wird das Mindesthaltbarkeitsdatum aus Sicherheitsgründen früher festgelegt, als das Produkt tatsächlich abläuft. Natürliche Lebensmittel werden stark nach optischen Kriterien wie Größe, Form oder Farbe selektiert, obwohl sie eine gute Qualität aufweisen. Die Industrie hält diese Standards ein, um den **Kundenwünschen** gerecht zu werden und so schließt sich der Kreis. Die Konsumenten erwarten neben perfekter Ware auch ewig volle Regale und eine große Auswahl an Marken und Produkten. Da dies die Kalkulation erschwert und nicht immer alles abverkauft werden kann, sind Verbraucher nicht zuletzt auch für große Teile der verschwendeten Lebensmittel im Einzelhandel verantwortlich. (Deutsche Verbraucherzentrale, 2023)



Nun da die Probleme und die Gründe dieser bekannt sind, soll es um **Lösungsvorschläge** gehen. Die wenigen, immer gleichen Gründe lassen sich laut dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft durch Maßnahmen zur Förderung von **Verhaltensänderungen** im Konsumverhalten eindämmen. (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2023) Auch die bereits erwähnte Umfrage unterstützt diese These. So nannten die Probanden als **Ursache** der eigenen Lebensmittelverschwendung vor allem, dass zu wenig über das Thema und die vielen Vorteile der Vermeidung des verschwenderten Konsums gesprochen wird. Vielen Teilnehmern war das Ausmaß des Problems und der eigene Beitrag dazu nicht bewusst. „Auch wenn man sich für das Thema interessiert, sind gute Informationen und Ratschläge nicht leicht und gebündelt genug zu finden. Das erschwert den Einstieg“ so ein Proband (J. Wittgrebe, persönliche Kommunikation, 09. Juni 2023). Wichtig ist es demnach, genau die Gründe zu adressieren, die zu den großen Mengen an Abfälle führen und gezielt zu **informieren**, wie man welche Lebensmittel richtig einkauft, lagert und zubereitet. Alle Befragten waren sich einig: Ein mediales Produkt zu diesem Thema, das diese wichtigen Eckdaten und Tipps zusammenfasst, würde eine gute Möglichkeit der Aufklärung und **Bekanntheitssteigerung** bieten und im Alltag hilfreich sein.

Die Nutzung einer Fibel gegen Lebensmittelverschwendung hat neben dem großen Vorteil der **Müllreduktion** und der damit einhergehenden besseren **Umweltbilanz**, noch weitere Vorteile. So sorgt sie für eine höhere **Wertschätzung** von Lebensmittel und spart durch selteneres und besser planbares Einkaufen viel **Zeit**. Ein für viele Verbraucher sehr starkes Argument, kann die **finanzielle** Ersparnis sein. Ein deutscher Haushalt gibt durchschnittlich etwa 15 % ihres Einkommens für Nahrung und Getränke aus, das entspricht gut 400€ pro Monat. Da im Schnitt 30%, der mit diesem Geld gekauften Lebensmittel nie verzehrt werden, könnte eine bessere Einteilung eine hohe Summe einsparen. Zudem reagiert die Industrie, wie bereits beschrieben, sehr stark auf Kundenwünsche. Stellen die Verbraucher z.B. Weniger optische Ansprüche an qualitativ einwandfreie Lebensmittel, kann ein Teil der Verschwendung schon im **Einzelhandel** vermieden werden. (Statistisches Bundesamt, 2021)

Die bisher genannten Fakten zeigen, dass Lebensmittelverschwendung ein **allgegenwärtiges Problem** ist, welches sich aber durch minimale Änderungen im alltäglichen Konsumverhalten eindämmen lässt. Ziel dieser Kampagne ist es, Konsumenten die Vorteile der Auseinandersetzung mit dem Thema sowie der Anwendung der gezeigten Anstöße, aufzuzeigen. Weder bei der Fibel noch bei deren Werbemaßnahmen soll es darum gehen, Menschen das Gefühl einer Belehrung zu geben oder ein schlechtes Gewissen zu verbreiten. Es handelt sich lediglich um Appelle, die nicht nur Vorteile für **Umwelt** und **Mitmenschen** bringen, sondern auch für den **eigenen Lebensstil** und die finanziellen Ausgaben.

Im weiteren Verlauf wird dem Leser die bereits erwähnte Fibel, welche bei der Eindämmung von Lebensmittelverschwendung hilfreich sein kann, vorgestellt. Dabei wird zunächst die **Zielgruppe** der Produktes bestimmt und anschließend eine **Wettbewerbsanalyse** durchgeführt. Anhand dieser Ergebnisse wird dann der Inhalt und die **Gestaltung** des Buches festgelegt. Zuletzt wird die zukünftige Vermarktung und der Vertrieb beschrieben.

# 4 KONZEPTION

## 4 DIE FIBEL VON A-Z GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

### ZIELGRUPPE

Zur Konzeption des Produktes, wird zunächst mittels zwei **Personas** die **Zielgruppe** bestimmt. Da Ernährung ein alltägliches und wichtiges Thema ist, fällt grundsätzlich kaum jemand nicht in die Zielgruppe der Fibel gegen Lebensmittelverschwendung. Einzig für Menschen die weder Interesse an Ernährungsthemen noch an Umweltschutz und Müllvermeidung haben, könnte das Buch uninteressant sein. Hier kann trotzdem die finanzielle Ersparnis ein **Kaufargument** für weniger einkommensstarke Menschen werden, vor allem wenn es sich z.B. um große Familien oder Wohngemeinschaften handelt.

# LOUISA

### ALTER

21

### CHARAKTER

Kreativ, neugierig, experimentierfreudig

### BESCHÄFTIGUNGSART

Studium an der Filmhochschule  
Werkstudentin in einer Werbeagentur

### LEBENSSTIL

Wechsel von Uni- und Arbeitsalltag  
Unterschiedliche, schwer planbare  
Tagesabläufe  
Hobbys: Filme drehen, backen, lesen  
Setzt sich stark für die Umwelt ein und  
beschäftigt sich mit Zero-Waste Themen

### WOHNSITUATION

Neu gegründete Studenten WG  
mit 2 Mitbewohnern  
Die Wochenenden verbringt sie häufig  
bei ihren Eltern

### EINKOMMEN

Finanziert sich ihren Lebensunterhalt  
durch ihren Werkstudentenjob  
Monatliches Netto Einkommen  
variiert zwischen 900€ und 1100€

### ERNÄHRUNG

Gesund und vegetarisch  
Kocht eher einfache, schnelle Gerichte  
Ihre Mitbewohner haben unterschiedliche  
Ernährungsweisen und Geschmäcker

Abbildung 3  
Frau Persona  
Quelle: Courtesy



# HENRY

ALTER  
39

CHARAKTER  
Ruhig, Perfektionistisch, ordentlich

BESCHÄFTIGUNGSART  
Pianist in einem Orchester

LEBENSSTIL  
Berufsbedingt viel auf Reisen  
Hobbys: Lesen, Sport, Schach

WOHNSITUATION  
Singlehaushalt, die Wohnung  
wird unregelmäßig genutzt

EINKOMMEN  
Vollzeit Festanstellung als  
Berufsmusiker  
Monatliches Netto Einkommen: 3150€

ERNÄHRUNG  
Häufig Catering, Essen vom Lieferservice oder Restaurant Gerichte da er viel unterwegs ist  
Zuhause meist Instand- oder Tiefkühlgerichte, da frische Lebensmittel zu schnell verderben und er nicht für sich alleine kochen möchte



## PERSONAS AUSWERTUNG

Wie die beiden Personas zeigen, ist das Produkt für verschiedene Konsumenten, mit sehr **unterschiedlichen Lebens- und Ernährungsweisen**, geeignet. So ist die Fibel für Menschen, die gerne kochen, viel Wert auf Lebensmittel legen und sich mit dem Thema beschäftigen möchten eine gute Möglichkeit, ihren Wissensstand auszubauen. Die Informationen lehren Hobby Köchen die richtigen Aufbewahrungsweise von überschüssigen Zutaten, sodass ein lang anhaltender Vorrat entsteht und die Entsorgung von Resten vorgebeugt wird. Gerade für **junge Menschen**, die nicht aus eigenen Erfahrungen bezüglich Lebensmittellagerung agieren können, ist die Fibel eine gute Wahl. Hinzu kommt, dass die jüngere Zielgruppe vermehrt Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz legt. (Rector, 2021) Vor allem die Digitale Variante des Buches ist an diese Zielgruppe angepasst.

**Ältere Generationen** (40+) sind hingegen mit klassischen Kochbüchern aufgewachsen und demnach empfänglich für Printprodukte und Anleitungen in der Küche. Sie haben in der Regel einen größeren Erfahrungsschatz, sind aber trotzdem bei vielen Lebensmitteln unsicher, wie die Umfrage zeigte.

Gleichzeitig eignet sich das Produkt für Menschen, die nicht so viel **Interesse** an ihrer Ernährung haben. Die richtige Lagerung und die beschriebenen Konserviermöglichkeiten von Lebensmitteln, führen auf lange Sicht durch einen lang anhaltenden Lebensmittelvorrat zu seltenerem Einkaufen und somit zu **Zeitersparnis**. Dies ist vor allem für Konsumenten interessant, die einen unbeständigen, wechselnden Alltag haben und seltener Zuhause sind. Sie können auf ihre Vorräte zurückgreifen und sicher sein, dass diese, auch wenn sie längere Zeit nicht benötigt werden, genießbar bleiben. Durch das praktische Fibel-Format müssen sich weniger Interessierte nicht lange mit dem Thema auseinandersetzen, sondern nutzen nur bei Bedarf ein einziges Nachschlagewerk für alle Lebensmittelgruppen.

## WETTBEWERBSANALYSE

Nachdem sichergestellt wurde, dass es eine Zielgruppe gibt, für die das Produkt interessant ist, wird nun eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt. Hierbei wird beschrieben, was die Fibel von Vergleichsprodukten abhebt und weshalb mit dem Produkt eine Marktlücke gefüllt wird.

Gegen das Problemthema Lebensmittelverschwendung wird bereits seit dem Jahr 2012 vorgegangen, trotzdem gibt es vergleichsweise wenig Produkte, die die Reduzierung der hohen Mengen unterstützen. (Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft, 2022) Eine der größten und bekanntesten Organisationen gegen Lebensmittelverschwendung ist „**Too good to go**“. Hierbei handelt es sich um einen App-Dienst, der mit Unternehmen zusammenarbeitet. 2023 sind ganze 17.000 Betriebe Vertragspartner von „To good to go“ und verkaufen sogenannte „Überraschungstüten“ mit Lebensmitteln die abgelaufen sind oder kurz vor dem **Ablaufdatum** stehen. Auch Cafés oder Bäckereien bieten Gutes vom Vortag an, anstatt die Produkte zu entsorgen. Zudem veröffentlicht To good to go unter anderem auf der Social Media Plattform Instagram, hilfreiche Tipps rund um das Thema Lebensmittelverschwendung. Dabei geht es häufig auch um Maßnahmen, die Nahrung länger frisch halten. Meist handelt es sich allerdings um **ungeordnete Tipps** zu einzelnen, speziellen Lebensmitteln; eine Übersicht über alle Lebensmittelgruppen, die zudem schnell zur gewünschten Information führt, sucht man vergeblich. Als Nachschlagewerk zur Lebensmittellagerung und Verlängerung der Haltbarkeit dient die Seite also nicht. (Toogoodtogo.com, 2023)

Ein Produkt das der Fibel gegen Lebensmittelverschwendung näher kommt, ist das Taschenbuch: „**Wirf mich nicht weg – Das Lebensmittelparbuch**“ (16,95 €), welches auch als E-Book (11,99 €) erhältlich ist. Doch bereits ein Blick auf die Eckdaten des Buches zeigt deutliche Unterschiede. Es handelt sich nicht um ein Nachschlagewerk, welches die wichtigsten Tipps zusammenfasst, sondern um ein **288 Seiten** langes Kochbuch, welches neben über **330 Rezepten** auch Tipps gegen Lebensmittelverschwendung enthält. Hierbei wird eher beschrieben, wie Lebensmittelreste genutzt werden können, es geht weniger darum, Lebensmittel durch richtige Lagerung und Zubereitung haltbar zu machen. Zudem fehlt auch hier wieder die Möglichkeit, die gesuchte Information möglichst einfach zu finden, wie es die alphabetische Reihenfolge und das systematische Seitenlayout der Fibel ermöglichen. (Smarticular Verlag, 2020, Thalia, 2023)

Der Ratgeber „**Alles verwenden. Nichts verschwenden**“ von Antonia Kögl ist der Recherche nach das ähnlichste Buch auf dem Markt und kostet als gedruckte Variante 8,99 €, das E-Book erhält man für 4,99€. Trotzdem unterscheiden sich wieder vergleichbare Punkte wie bei dem zuvor beschriebenen Produkt. Auch hier stehen nicht die hilfreichen Tipps zur Vermeidung von übermäßiger Lebensmittelentsorgung im Vordergrund, sondern **Rezepte** zur Resteverwertung und Gerichte, die Reste vorbeugen sollen. Die Zielgruppe bilden hier demnach einzig koch-affine Menschen. Der Inhalt von „Alles verwenden. Nichts verschwenden“ besteht des Weiteren, aus Wochenplänen zu Essensplanung und Einkaufstipps. Zudem werden bereits auf dem Cover Begriffe wie „**Zero Waste Küche**“ verwendet. Dieser Trend-Begriff, könnte falsche Erwartungen wecken, denn Lebensmittelabfälle nicht nur zu reduzieren sondern sie gänzlich zu vermeiden, ist ein utopisches Vorhaben. Zusammen sind diese Inhalte auf knapp **200 Seiten** in der Größe 23,6x17,3cm verteilt, das Buch wiegt über ein halbes Kilo, ist damit aber immer noch das Leichteste im Vergleich. (Kögel, 2019; Thalia, 2023)

**Zusammenfassend** lässt sich sagen, dass die Fibel gegen Lebensmittelverschwendung, wie sich durch die Wettbewerbsanalyse gezeigt hat, ein neues Produkt ist, welches in dieser Art noch nicht existiert. Der Hauptunterschied ist hierbei die kurze, prägnante Auswahl an Tipps, die trotzdem eine große Menge an Lebensmittel einsparen können. Die einfache Unterteilung in **alphabetischer Reihenfolge** macht das Buch übersichtlicher und für eine breitere Zielgruppe interessant als die Konkurrenzprodukte. Da nicht nur koch-affine Konsumenten angesprochen werden, eignet sich die Fibel auch für Menschen, die keine Bücher mit hunderten von Seiten lesen möchten, sondern einzig an **schnellen Lösungen** interessiert sind. Der prägnante Inhalt der Fibel ist auf 62 Seiten zusammengefasst und wird im Gegensatz zu den anderen Büchern durch eine interessantere Gestaltung gestützt. Das praktische Nachschlagewerk lässt sich durch das minimale Gewicht leicht **transportieren** und passt durch die kleineren **Maße** (16x19cm) gut z.B. in die Einkaufstasche oder auf das Küchenregal.

# 5 GESTALTUNG

## DIE FIBEL VON A-Z GEGEN LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

### INHALT DER FIBEL

Den Hauptteil der Fibel werden hilfreiche Rat-schläge bilden, die beschreiben, wie vor allem die richtige Lagerung, aber auch besondere Zuberei-tungsweisen und andere Tipps die **Haltbarkeit von Lebensmitteln** verlängern können. Auf jeder dieser Seiten wird je nach Einteilung ein Lebens-mittel bzw. eine Lebensmittelgruppe vorgestellt. Dabei wird absichtlich nicht streng nach der Ein-teilung der **Lebensmittelgruppen** vorgegangen, sondern auch die Vorlieben der Zielgruppe berück-sichtigt. Bei dieser deutschen Ausgabe der Fibel werden z.B. Kartoffeln nicht in die Kategorie Wur-zeln einsortiert sondern einzeln behandelt. Genau-so werden auch Nudeln nicht zu den Teigwaren gezählt, sondern in Unterkategorien (getrocknete und frische Nudeln) eingeteilt. Hierbei handelt es sich um beispielhafte Grundnahrungsmittel, die in Deutschland häufig verzehrt und demnach auch häufiger entsorgt werden. Darunter fallen auch frische Produkte wie Obst und Gemüse sowie tierische Lebensmittel wie Fleisch, Fisch, Meeres-früchte und Milchprodukte.

Komplementiert werden diese Inhalte von **Informationsseiten**, die über weitere Aspekte des Themas **Lebensmittelverschwendung** auf-klären. Dazu gehören bspw. das Aufzeigen des Problemausmaßes in Zahlen, **Tipps** zu verschie-denen Aufbewahrungsmöglichkeiten, eine Vor-rechnung der möglichen Geldersparnis und Auf-klärung über das Mindesthaltbarkeitsdatum. Der folgende Seitenplan (Seite 16) zeigt die Aufteilung der Fibel. Die blau markierte Schrift deutet auf die Informationsseiten hin, diese werden auch im **Inhaltsverzeichnis** blau hervorgehoben. Zudem werden dort Kategorien in Bold dargestellt, die zu den Grundnahrungsmitteln gehören oder häufig verzehrt werden.

Die **Seitenreihenfolge** ist so konzipiert, dass die Informationsseiten, ebenfalls alphabetisch sortiert, zwischen den Lebensmittelseiten verteilt sind. Durch diese Anordnung lässt sich leicht, z.B. beim Kochen oder nach dem Einkauf, nach-schlagen, wie ein Lebensmittel richtig gelagert und vorbereitet werden muss, um möglichst er-giebig und lange genießbar zu sein.

Titelblatt a-z		Inhaltsver- zeichnis		Inhaltsver- zeichnis		Einleitung		Einleitung		Sinnes- Check		Sinnes- Check			
<b>A</b> Aufbewah- rung		<b>A</b> Aufbewah- rung		A Alkohol		A Alkohol		B Babynah- rung		C Chips und Kbabbereien		<b>B</b> Brot		B Beeren	
D Datteln		D Dosen		E Einkaufen		E Einkaufen		E Eis		<b>E</b> Eier		Einkochen & Ein- frieren Einlegen & trocknen		Einkochen & Ein- frieren Einlegen & trocknen	
Einkochen & Ein- frieren Einlegen & trocknen		Einkochen & Ein- frieren Einlegen & trocknen		<b>F</b> Fleisch		F Fisch		F Fette und Öle		G Getreide		<b>G</b> Gemüse		<b>G</b> Gemüse	
G Getränke		G Getränke		G Gewürze		<b>G</b> Geld sparen		H Hülsen- früchte		H Honig		I Instant- gerichte		<b>J</b> Joghurt	
K Kohlgemüse		<b>K</b> Kartoffeln		Kartoffel- schrift Potadoni		K Kräuter		L Lauchge- wächse		M Meeres- früchte		Mindest- haltbar- keits- datum		Mindest- haltbar- keits- datum	
<b>M</b> Milch		M Marmelade		<b>N</b> Nudeln		N Nüsse		O Obst		Proble- matik in Zahlen		<b>S</b> Salat		S Süßigkeiten	
<b>V</b> Vegane Al- ternativen		<b>Z</b> Vertragen sich nicht		<b>W</b> Wasser		W Wurzeln		<b>Z</b> Zukunft		Quellen					

Abbildung 3  
Seitenplan der Fibel  
Quelle: eigene Abbildung

## GESTALTUNG DES SEITENLAYOUTS

Der **Aufbau** der Lebensmittel-Seiten folgt einem Schema, welches für mehr Übersichtlichkeit sorgt. Der Leser muss nicht lange nach Informationen suchen sondern sieht das Wichtigste auf den ersten Blick und wird dann durch die Informationen geführt. Für mehr **Varianz** unterscheidet sich die Platzierung der Gestaltungselemente leicht, entsteht aber durch immer gleiche Bausteine. Die Textblöcke sind immer 4, 3 oder 2,5 Spalten breit und sind entweder mittig, links bündig, an der rechten Kante oder 2 Spaltig ausgerichtet. (Siehe Abbildung 4)



Abbildung 4  
Musterseite mit Raster und Beispielseiten: „Nudeln“, „Nüsse“ und „Dosen“ aus der Fibel  
Quelle: eigene Abbildungen

## TYPOGRAFIE

Wie an den Beispielseiten (Abbildung 4) zu sehen ist, fällt dem Betrachter zuerst die große Überschrift mit der prägnanten Schriftart **Potadoni** ins Auge. Diese Schriftart besteht aus Buchstaben, die durch **Kartoffeldruck** erzeugt und später digitalisiert wurden. Der Name leitet sich aus dem englischen Wort Potato (Kartoffel) und dem Namen der bekannten Schriftart „Bodoni“ ab.

**BODONI**  
**POTADONI**

Abbildung 5  
Vergleich der Schriftarten Bodoni Sans Bold und Potadoni  
Quelle: eigene Abbildung

Die Schriftart Bodoni steht stellvertretend für den Stil, der stark unterschiedliche Strichstärken in einer Schriftart vereint, so wie es auch bei Potadoni zu sehen ist. Die obige Abbildung zeigt, dass Potadoni direkt im **Schriftschnitt Bold** und mit einer relativ breiten Laufweite erstellt wurde. Durch die stärkeren Linien entstehen größere Flächen, welche die speziellen Texturen der Buchstaben besser zur Geltung bringen. Diese **Texturen** kommen durch das Stempeln mit den (abgelaufenen) Kartoffeln zu Stande und verleihen der Schrift eine spezielle, organische Optik. Jeder Buchstabe weist eine andere Textur auf, zudem wird die Schriftart absichtlich immer leicht **unterschiedlich** gesetzt. Ungleiche Abstände zwischen den Buchstaben und leicht abweichende Schriftgrößen verstärken bewusst den organischen Effekt.



Abbildung 5  
Beispielseite „Chips“ aus der Fibel  
Quelle: Eigene Abbildung

Die auffällige, organische Schriftart bildet, wie oben zu sehen ist (Abbildung 5), einen starken Kontrast zu den sonst minimalistisch gestalteten Seiten. Unter der Überschrift befindet sich auf jeder Lebensmittelseite der Satz **„Unterm Strich“** in Helvetica Neue. Der Satz hebt sich durch eine stärkere Strichstärke (Bold) vom Fließtext ab und bildet durch die verlängerte Laufweite optisch eine Linie. Der darunter folgende Text, ist stichpunkthaft formuliert und fasst die wichtigsten Informationen einer jeden Seite prägnant zusammen. Somit entsteht in kürzester Form eine Art **„Faustregel“**, welche die Betrachter immer wieder anwenden können, falls sie bei Lebensmitteln unschlüssig sind. Leser können somit je nach Situation selbst entscheiden, ob sie die ganze Informationsseite zu einem Lebensmittel lesen oder nur die Faustregel erfahren möchten. Alle Fließtexte sind in Helvetica Neue in der Variante Light gesetzt. Diese Schriftart eignet sich durch ihre gute Lesbarkeit auch für Fließtexte in kleiner Schriftgröße und lenkt durch die schlichte, serifenlose Form nicht von den anderen Gestaltungselementen ab.

Überschrift in der Schmuckschrift Potoadoni;  
Schriftgröße + Laufweite variieren leicht

„Unterm Strich:“ in Helvetica Neue, Bold  
Schriftgröße 7; verlängerte Laufweite 650

Fließtexte in Helvetica Neue, Light  
Schriftgröße 11

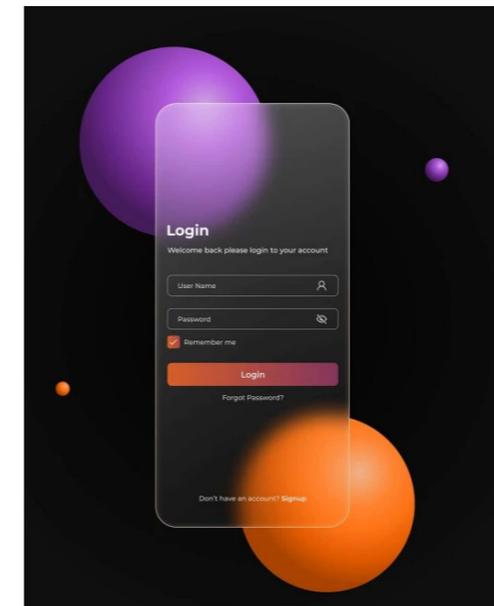


Abbildung 6  
Beispiel Glasmorphism im Interfacedesign  
Quelle: Waqas, 2020, Fiverr

Durch unterschiedliche Farben und Transparenzstufen, lassen sich nicht nur Glas, sondern jedes Material, das nicht zu 100% opak ist, darstellen. Durch Glasmorphism entsteht ein einzigartiges Gestaltungselement, das den wichtigsten Bestandteil, den Inhalt der Verpackungen, in den Vordergrund rückt. Durch die transparente Optik der modernen Illustration wird die organische Transparenz in den gestempelten Buchstaben der **Schmuckschrift** aufgegriffen. Somit kommt es zu einer Zusammenführung der sonst stark kontrastierenden **Gestaltungselemente**. Die Seitengestaltung wirkt abgestimmt und harmonisch, ohne dass die interessante Wirkung des Kontrastes genommen wird.

## GESTALTUNG DER ILLUSTRATIONEN

Das Highlight jeder Seite sind die Illustrationen der beschriebenen Lebensmittel. Es wird der Stil **Glassmorphism** verwendet, der sonst eher im Interface Design Anwendung findet. Glassmorphism zeichnet sich durch die Verwendung von semitransparenten Flächen aus, welche die dahinterliegenden Elemente mit einer Unschärfe darstellen. (uxma.com, 2023) Ich entschied mich, diesen Stil für ein Druckprodukt anzupassen, da er medienübergreifend eine moderne und „cleane“ Optik mit sich bringt. Zudem eignet sich der Eindruck von **Mehrdimensionalität** sehr gut um verpackte Gegenstände, in diesem Fall Lebensmittel, darzustellen (Siehe z.B. Abbildung 7).

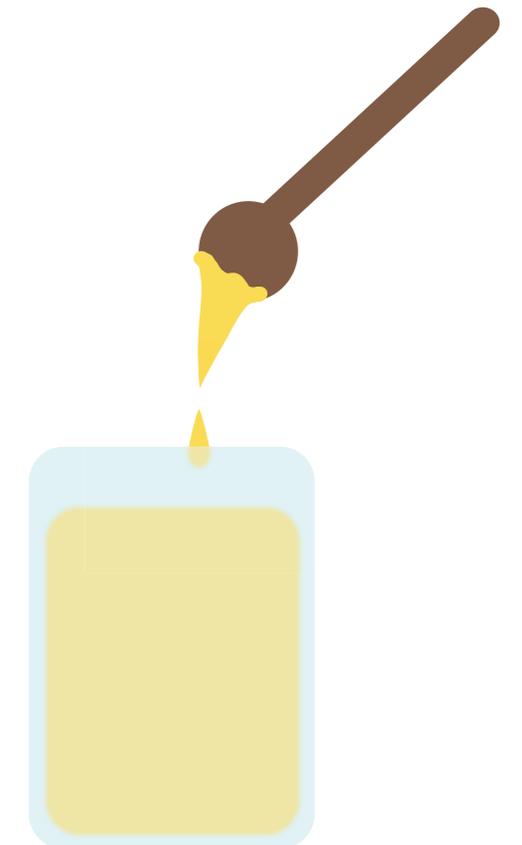


Abbildung 7  
Beispiel Glasmorphism Illustration „Honig“ in der Fibel  
Quelle: Eigene Abbildung

## FARBGESTALTUNG

Glassmorphism wirkt vor allem durch den Einsatz von verschiedenen und lebendigen **Farben**, da sie auch durch die Unschärfe noch eine leuchtende Wirkung haben. Ich legte für die Fibel eine Farbpalette aus **11 leicht getrübbten Farben** an, hinzu kommen schwarz und weiß, die Hintergrund-, Schrift- und Akzentfarben bilden. Schwarze Seiten sorgen für mehr Abwechslung und bieten sich vor allem bei hellen Lebensmitteln an (Beispiel „Milch“, Abbildung 8).



Abbildung 8 + 9  
Beispielseiten „Milch“, „Marmelade“ und „Kohl Gemüse“, „Kartoffeln“ aus der Fibel  
Quelle: Eigene Abbildungen

Dies ist genau die Menge an Farben, die benötigt wird um Lebensmittel erkennbar darzustellen, ohne sie zu stark verfremden zu müssen. Gleichzeitig erzeugt die Farb-Capsul eine **Wiedererkennbarkeit** innerhalb der Fibel, die nicht gegeben wäre, wenn zu viele verschiedene Farben Verwendung finden würden. Für mehr Varianz sorgen die unterschiedlichen **Transparenzstufen**, welche die Mehrdimensionalität von Glassmorphism wieder aufgreifen und noch verstärken. Um sicherzugehen, dass die UI-Technik auch in gedruckter Form wirkt, wurden **Drucktests** durchgeführt. Dabei ließ sich auch die Erkennbarkeit von Objekten mit sehr niedriger Deckkraft gewährleisten.



## INFORMATIONSSSEITEN

Die Informationsseiten sind signifikant schlichter und **neutraler** gestaltet als die Lebensmittelseiten. Hier stehen die Fakten und Zahlen zum Thema Lebensmittelverschwendung im Vordergrund. Daher sind die Texte in schwarz weiß gehalten und werden nicht durch Illustrationen unterstützt. Lediglich die unterschiedliche Gestaltung der **Typografie** mit der Schmuckschrift wird als Gestaltungselement verwendet. Das **kleine i**, welches in einem blauen Kreis eingefasst ist, hebt die Informationsseiten noch weiter von den Lebensmittelseiten ab. Auch im Inhaltsverzeichnis werden sie farblich gekennzeichnet.



Abbildung 10  
Beispielseiten „Geld Sparen“ und „vertragen sich nicht“ aus der Fibel  
Quelle: Eigene Abbildungen

## COVERGESTALTUNG

Das Buchcover sowie die letzte Seite der Fibel werden von einem halbtransparenten, semi-matten **PP (Polypropylen) Zuschnitt** bedeckt. Das Material bietet eine vollständige Wiederverwertbarkeit am Ende des Produktlebenszyklus. Demnach kann es vollständig **recycelt** und für die Herstellung neuer Produkte genutzt werden und minimiert die Schadstoffausbreitung in der Umwelt. Zudem ist PP sehr widerstandsfähig, was die Seiten der Fibel schützt und vollständig abwaschbar macht. Letzteres ist für ein Buch, welches in der Küche oder unterwegs Anwendung findet, unerlässlich. (Fair Cup.de 2023)

Wie in Abbildung 11 zu sehen ist, greifen die verschiedenen Transparenzstufen des Materials die verwendeten **Gestaltungselemente** Glassmorphism und Multidimensionalität wieder auf. Bei dem zugeklappten Exemplar (Abbildung 11) ist der leicht gräuliche Ausschnitt eines Müllsacks über die Illustration der bunten Lebensmittel gelegt und trübt diese. Somit wirkt sie weniger wertig und steht für die verschwendeten Lebensmittel-mengen. Schlägt man das PP-Cover um, wird die Illustration wieder bunt und zeigt, dass sich hinter den Abfällen noch essbare und frische Lebensmittel befinden, die einen hohen Wert haben.



Abbildung 11+12  
Covergestaltung der Fibel mit und ohne PP-Zuschnitt  
Quelle: Eigene Abbildungen

#### TITEL UND TONE OF VOICE

Die Fibel wurde nach der Fertigstellung mit „**Essen Retten in a Nutshell - Einfache Tipps um Lebensmittelverschwendung von A-Z zu verringern**“ betitelt. Dieser **Titel** fasst den Inhalt des Buches kompakt zusammen und zeigt, dass eine spielerische Herangehensweise auch bei wichtigen und ernsten Themen möglich ist. Zudem lassen sich durch leichte Veränderungen weitere Ausgaben der Fibel gestalten, die dann immer den Slogan „in a Nutshell“ aufgreifen. Dieser deutet auf das Thema Lebensmittel hin und macht auf eine prägnante, kurze Fibel aufmerksam, welche die wichtigsten Informationen präzise zusammenfasst.

Insgesamt ist es nicht das Ziel der Fibel, die Leser zu belehren oder ihnen Änderungen in ihrem Lebensstil vorzuschreiben, viel mehr sollen Vorschläge aufgezeigt werden, die auch private Vorteile für den Käufer bringen. So ist die gesamte Fibel sehr verbindlich formuliert, von der Anrede in der **Du-Form** bis hin zu leicht umgangssprachlichen Formulierungen. Eine Veränderung des **Tone of voice** ist auf den Informationsseiten zu erkennen. Hier unterstützt der **neutrale**, professionellere Ton die wissenschaftlich belegten Fachtexte.

#### MARKETING UND WERBUNG

Entsprechend wird in Zukunft auch die **Marketingstrategie** zum Produkt aufgebaut. Es soll kein schlechtes Gewissen erzeugt, sondern neutral über das Thema Lebensmittelverschwendung aufgeklärt werden. Zudem sollen die erreichbaren Vorteile durch die Nutzung, im Vordergrund stehen, ohne dass sich die Zielgruppe schon vor dem Kauf belehrt oder angegriffen fühlt. Daher wird die Fibel mit der Marketingstrategie „**Nudging**“ beworben.

Beim Nudging geht es darum Menschen zu zeigen, dass es ein **Problem** bzw. einen zu verändernden Zustand gibt. Hierfür ist zum Einen notwendig, dass negative Zustände überhaupt als solche wahrgenommen werden. Zum Anderen müssen Menschen die Zeit und **Motivation** haben, die Veränderung vorzunehmen. Um dies zu erreichen ist entsprechendes Engagement notwendig.

Bei der Marketing-Methode geht es also darum, Kunden **Optionen** aufzuzeigen und gleichzeitig darauf aufmerksam zu machen, dass der Kauf des Produktes die bessere Wahl bietet um ihr Ziel zu erreichen; in diesem Fall die Einsparung von Lebensmittelabfällen. Der Kauf der Fibel und die Umsetzung der Tipps, werden als beste Option in den Vordergrund gestellt, die Entscheidungsfreiheit bleibt trotzdem vorhanden. Demnach sehen Experten Nudging als ethisch vertretbare Methode, die keinen direkten Druck auf die Kunden ausübt.

Nudging eignet sich vor allem für Themen, die eine hohe **Vergleichbarkeit** zwischen Konsumenten bieten, wie hier das Thema Ernährung. Die Fibel zeigt auf, wie Lebensmittel korrekt gelagert werden, diese richtige Ausübung von einer Tätigkeit bringt Vorteile, die der potenzielle Käufer ebenfalls erlangen möchte. Zudem wollen Menschen **schnelle Ergebnisse**, auch wenn sich **langfristige Verbesserungen** noch positiver auf die Situation auswirken würden. Es ist demnach sinnvoll zunächst aufzuzeigen, wie viel Geld sie direkt sparen können, wenn sie ihre Lebensmitteleinkäufe besser ausnutzen. Hat man die **Aufmerksamkeit** der Kunden, kann des Weiteren aufgezeigt werden, dass eine kurze Beschäftigung mit dem Thema Lebensmittel, auf lange Sicht weniger Zeitaufwand für Entsorgung, Einkaufen und Lagerung benötigt. Auch der positive Umweltaspekt kann an dieser Stelle genannt werden. (Kenning, Reisch, Wertenbroch, 2016).

## PRODUKTION UND VERTRIEB

Die Fibel sorgt nicht zuletzt für Umwelt- und Ressourcenschutz. Diese Werte sollen auch bei dem letzten Schritt, der **Produktion**, berücksichtigt werden. Wie auf den unteren Abbildungen zu sehen, wird die Fibel auf glattes, reinweißes Naturpapier gedruckt, welches vor allem die Mehrdimensionalität der Illustrationen perfekt zur Geltung bringt. Das Cover und die Rückseite des Buches bestehen, wie bereits im Punkt Covergestaltung ausgeführt wurde, aus Polypropylen. Dieser vollständig recycelbare Kunststoff greift, den **Nachhaltigkeitsgedanken** der Fibel auf, ist widerstandsfähig und leicht zu reinigen. Genau so auch die Spiralbindung mit einer stabilen Metallspirale; diese ermöglicht zudem das vollständige Aufschlagen und flache Hinlegen des Buches. All diese Eigenschaften sind erstrebenswert für ein Produkt, dass in der Küche aufbewahrt und häufig transportiert wird.

Die Fibel wird neben der Druck-Variante auch als E-Book **vertrieben**. Endverbraucher können beide Varianten, direkt bei den **Internetanbietern** Amazon und Etsy erwerben. Beide Online Shops bieten **Print on Demand** (zu deutsch: Druck auf Bestellung) an. Dieses Verfahren ermöglicht eine ressourcenschonende Fertigung von Druckprodukten, da es nicht zu Überproduktionen kommt und wenig Lager- und Transportkapazitäten genutzt werden müssen. Der einfache Download des E-Books z.B. auf das Smartphone oder Tablet, spart zusätzlich Papier sowie den gesamten Druckvorgang und ist vor allem für jüngere und digital-eingestellte Menschen erstrebenswert.

Des Weiteren kann die Fibel in **Kooperation** mit Unternehmen angeboten werden. Dabei wären Supermärkte, Discounter, Lebensmittel Lieferservices und Unverpacktläden vielversprechende Optionen. Vor allem bekannte Supermarktketten wie Lidl oder Rewe versuchen schon lange durch Werbung mit Nachhaltigkeitsversprechen, ein grüneres Image zu erlangen. (Lidl Deutschland, 2023; Rewe.de 2023) Der Vertrieb der Fibel, ob als Handelsprodukt, Prämie oder Werbegeschenk, würde Image-Vorteile für die Vertreiber und tatsächliche Vorteile für die Lebensmittelrettung bringen. **Online Supermärkte** wie Picnic oder Flaschenpost etablieren sich gerade am Markt und könnten durch ein Produkt wie dieses höhere Bekanntheit und mehr Kunden erlangen.

## PREISGESTALTUNG

Die **Wettbewerbsanalyse** zeigte, dass ähnliche Bücher zu unterschiedlichen Preisen angeboten werden. So ist „**Alles verwenden. Nichts verschwenden**“ mit 8,99 € vergleichsweise günstig, „**Wirf mich nicht weg – Das Lebensmittel-sparbuch**“ mit 16,95 € beinahe doppelt so teuer. Die E-Books erhält man jeweils für 4,99 € bzw. 11,99 €. Bei beiden Bücher handelt es sich um über 200 Seiten starke Kochbücher, die ebenfalls Tipps gegen Lebensmittelverschwendung enthalten. Diese Produkte sprechen Konsumenten an, die sich ohnehin mit Lebensmitteln beschäftigen möchten und deshalb bereit sind, mehr Geld für ihre Interessen auszugeben.

Die **Fibel** hingegen spricht ebenfalls Menschen an, die nicht gerne kochen, da sie ein praktisches Nachschlagewerk ist, das bei jeder Ernährungsweise bei der Einsparung von Lebensmitteln helfen kann. Zudem eignet sich „Essen retten in a Nutshell“ gut als Geschenk und erfüllt sowohl als Buch als auch E-Book die **Bedürfnisse** der Leser. Die Preise wurden demnach auf 8,99 € für die gedruckte Variante und 6,99 € für das E-Book festgelegt. Für 10,99 € bekommt man zu der gedruckten Variante zusätzlich eine gestaltete Brottasche dazu, welche den optimalen Aufbewahrungsort für Backwaren bietet. Auch hier wird die Marketingmethode **Nudging** angewendet. So wird das Produkt welches eigentlich dem Kaufwunsch entspricht, für einen angemessenen Preis angeboten. Die Variante, welche aber wesentlich mehr bietet, (die Brottasche als Zusatz) ist nur minimal teurer. Der Kunde hat das Gefühl, mit dieser Option einen besseren Deal zu bekommen, obwohl sie die teuerste ist. (Kenning, Reisch, Wertenbroch, 2016)



Abbildung 13+14  
Brottasche als Giveaway zu der Fibel  
Quelle Mock-Up: Saketos.de  
Quelle Illustration: Eigene Abbildungen

## ZUKUNFTSPANUNG

Wie bereits in der Beschreibung des Titels der Fibel angekündigt wurde, kann die Reihe „in a Nutshell“ in **verschiedene Ausgaben** unterteilt und somit weitergeführt werden. Ein Beispiel wäre hierbei eine Nutshell-Fibel, die sich nur mit **Obst und Gemüse** beschäftigt. Da diese Lebensmittel stark variieren was Haltbarkeit und Lagerung angeht, beschäftigt sich die aktuelle Grund-Ausgabe eher mit Faustregeln und nennt beispielhafte Sorten. Eine extra Fibel könnte weiter in die Tiefe gehen und einen Großteil von Obst, Gemüse, Beeren und Wurzeln behandeln. Ähnliches wäre auch mit einer **veganen** Variante möglich, hierbei würde näher auf die Unterthemen Fleischersatzprodukte, Milchersatzprodukte etc. eingegangen werden, sowie auf die bessere Umweltbilanz von veganer Ernährung.

Zudem wären Ausgaben möglich, die sich mit verschiedenen **Anlässen** wie Feiertagen oder Festtagen beschäftigt. Beispiele wären Lebensmittelreste und wie die Verschwendung dieser an Weihnachten, auf Hochzeiten oder an Geburtstagen minimiert werden kann. Tipps zur besseren Planung beim Einkaufen oder Kalkulieren des Caterings runden den Inhalt ab.

Alle Varianten ließen sich auch in verschiedenen **Sprachen** und für unterschiedliche **Länder** konzipieren. Hierbei werden die jeweiligen Grundnahrungsmittel der Konsumenten berücksichtigt.

## 7 KONKLUSION

Die durchgeführte Recherche zu Beginn dieser Arbeit zeigt, dass das Thema **Lebensmittelverschwendung** allgegenwärtig ist und sich durch alle Altersgruppen und sozialen Schichten zieht. Des Weiteren wird deutlich, dass es immer gleiche **Gründe** für Lebensmittelverschwendung in deutschen Haushalten gibt. Dazu gehören fehlende Informationen, falsche Lagerung und zu große Einkaufsmengen. Hinzu kommen Missverständnisse zum Thema Lebensmittel, allen voran das zu früh gewählte Mindesthaltbarkeitsdatum, welches häufig missinterpretiert wird. Doch im Verlauf der Arbeit, wurde auch deutlich, dass es simple **Lösungen** für diese Probleme gibt. Die Hindernisse sind hier eher die fehlende Aufklärung und Kommunikation zu Problemausmaß und Lösungsansätzen.

Die darauf folgende **Produktvorstellung** der Fibel „Essen retten in a Nutshell“ adressiert genau diese Probleme. Dabei ist sie für eine große Zielgruppe konzipiert, die auch aus Menschen besteht, die eher uninteressiert an Ernährungs- und Umweltthemen sind und gerade deshalb die Tipps zur Erleichterung des Alltags anwenden können. Das Produkt führt zu seltenerem Einkaufen, geringeren Abfallmengen, niedrigeren Lebensmittel-Ausgaben und größeren Vorräten. Die Relevanz der Fibel wird besonders gegenüber Konkurrenzprodukten deutlich, da es sich um ein praktisches, kurzes Nachschlagewerk handelt, das sich auf das Wesentliche beschränkt. Die kleine, leichte Form des Buches lässt sich einfach mit zum Einkaufen nehmen oder in der Küche deponieren und ist demnach zweckmäßig. Zudem ist eine digitale Version erhältlich, die weitere Zielgruppen anspricht.

Die spezielle **Gestaltung** der Fibel vereint nahbare, organische Typografie und moderne Illustrationen und bildet somit einen interessanten Gegensatz, der sich zusätzlich stark von handelsüblichen Kochbüchern und Ratgebern abhebt. Durch das durchdachte Layout lassen sich die wichtigsten Informationen einer jeden Seite auf einen Blick erkennen; die alphabetische Seitenreihenfolge schafft zusätzliche Übersichtlichkeit.

**Abschließend** ist demnach zu sagen, dass ein neues Produkt für ein wichtiges, aktuelles Problemthema geschaffen wurde, welches zudem optisch ansprechend und Zielgruppen gerecht ist.

## QUELLENVERZEICHNIS

**ARD** Verschwendete Lebensmittel. Der beste Deal. Abgerufen am 12. Mai 2023, <https://www.daserste.de/information/ratgeber-service/der-beste-deal/mindesthaltbarkeitsdatum-102.html#:~:text=Es%20gibt%20keine%20gesetzliche%20Regelung,lange%20verzehrt%20werden%2C%20bem%C3%A4ngeln%20Experten.>

**BMEL** (2023) Nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung Abgerufen am 28. Mai 2023, von <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/strategie-lebensmittelverschwendung.html>

**Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft.de** (2022). Der Wert von Lebensmitteln – Umfragen im Auftrag des BMELV. Abgerufen am 28. Mai 2023, von [https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/\\_Ernaehrung/Lebensmittelverschwendung/ForsaUmfrageWertVonLM.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3#:~:text=28%20Prozent%20geben%20als%20Grund,weg%2C%20weil%20sie%20nicht%20schmecken.](https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Ernaehrung/Lebensmittelverschwendung/ForsaUmfrageWertVonLM.pdf?__blob=publicationFile&v=3#:~:text=28%20Prozent%20geben%20als%20Grund,weg%2C%20weil%20sie%20nicht%20schmecken.)

**Deutschlandfunk Nova** (2021) Wie Foodblogs unsere Ernährung beeinflussen Abgerufen am 29. Mai 2023, von <https://www.deutschlandfunknova.de/beitrag/foodporn-wie-influencerinnen-unsere-ernaehrung-beeinflussen>

**Endres, E.** (2018). Ernährung in Sozialen Medien: Inszenierung, Demokratisierung, Trivialisierung (1. Aufl. 2018). Springer

**Fair Cup.de** (2023) Ein nachhaltiges Material - Polypropylen Abgerufen am 10. Juli 2023, von [https://fair-cup.de/ein-nachhaltiges-material-polypropylen/#:~:text=Ein%20nachhaltiges%20Material%20%E2%80%93%20Polypropylen%20\(PP\)&text=Die%20Verwendung%20von%20Polypropylen%20sorgt,Schadstoffausbreitung%20in%20der%20Umwelt%20minimiert.](https://fair-cup.de/ein-nachhaltiges-material-polypropylen/#:~:text=Ein%20nachhaltiges%20Material%20%E2%80%93%20Polypropylen%20(PP)&text=Die%20Verwendung%20von%20Polypropylen%20sorgt,Schadstoffausbreitung%20in%20der%20Umwelt%20minimiert.)

**Google Books** Abgerufen am 25. Mai 2023, von [https://www.google.de/books/edition/Wirf\\_mich\\_nicht\\_weg\\_Das\\_Lebensmittelspar/WSDsDwAAQBAJ?hl=de&gbpv=1&printsec=frontcover](https://www.google.de/books/edition/Wirf_mich_nicht_weg_Das_Lebensmittelspar/WSDsDwAAQBAJ?hl=de&gbpv=1&printsec=frontcover)

**islamicrelief.de** Offener Brief von Hilfsorganisationen: Alle vier Sekunden stirbt ein Mensch an Hunger. Abgerufen am 12. Mai 2023, von <https://www.islamicrelief.de/artikel/offener-brief-von-hilfsorganisationen-alle-vier-sekunden-stirbt-ein-mensch-an-hunger/#:~:text=Dies%20bedeutet%2C%20dass%20vermutlich%20t%C3%A4glich,5%20und%2013%20Menschen%20sterben.>

**Kenning, Peter & Reisch, Lucia & Wertenbroch, Klaus.** (2016). Nudge: Psychologie zum Wohl des Verbrauchers nutzen. Absatzwirtschaft. 09/2016. 44-49.

**Kögel, A.** (2019). Alles verwenden. Nichts verschwenden. Christian Verlag.

**Lidl.de** Nachhaltigkeitsmanagement - Lidl Deutschland Abgerufen am 28. Mai 2023, von <https://unternehmen.lidl.de/verantwortung/nachhaltigkeitsmanagement>

**Noleppa, S. & Cartburg, M.** (2015). Das große Wegschmeißen. WWF. Abgerufen am 1. Mai 2023, von [https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF\\_Studie\\_Das\\_grosse\\_Wegschmeissen.pdf](https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF_Studie_Das_grosse_Wegschmeissen.pdf)

**Rector, T.** (2021) Umweltschutz steht bei Jugendlichen hoch im Kurs - jungezielgruppen.de. jungezielgruppen.de Abgerufen am 12. Mai 2023, von <https://jungezielgruppen.de/zukunft-jugend-fragen12>

**Rewe.de** Nachhaltigkeit Abgerufen am 28. Mai 2023, von [https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/?ecid=sea\\_google\\_vs\\_brands\\_br-nh-%7C-nachhaltigkeit\\_rewe-nachhaltigkeit\\_text-ad\\_835621611\\_139024853995\\_kw:rewe%20nachhaltigkeit\\_mt:p\\_cr:607073218539\\_d:c&gclid=Cj0KCCQjwn\\_OiBhDhARIsAG2y6zOqOOq3lpPxKaDx8No9x63P1a5ETYYdjkyHleX1ys-6M9IYtdHX2caAuZuEALw\\_wcB&gclid=aw.ds](https://www.rewe.de/nachhaltigkeit/?ecid=sea_google_vs_brands_br-nh-%7C-nachhaltigkeit_rewe-nachhaltigkeit_text-ad_835621611_139024853995_kw:rewe%20nachhaltigkeit_mt:p_cr:607073218539_d:c&gclid=Cj0KCCQjwn_OiBhDhARIsAG2y6zOqOOq3lpPxKaDx8No9x63P1a5ETYYdjkyHleX1ys-6M9IYtdHX2caAuZuEALw_wcB&gclid=aw.ds)

**S. Bartsch & T. Körner** (2012) Lebensmittel wegwerfen : Wertschätzung von Lebensmitteln als Bildungsaufgabe. In bzfe.

de. PH Karlsruhe. Abgerufen am 25. Mai 2023, [https://www.bzfe.de/fileadmin/resources/import/pdf/eif\\_070812\\_lebensmittel\\_wegwerfen.pdf](https://www.bzfe.de/fileadmin/resources/import/pdf/eif_070812_lebensmittel_wegwerfen.pdf)

**Seel, H.** (2016). Was kaufen wir da eigentlich? Hochschule Mittweida

**Statista** (2020) Verschwendung von Lebensmitteln in ausgewählten Ländern weltweit in 2018 Abgerufen am 12. Mai 2023, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1125854/umfrage/verschwendung-von-lebensmitteln-in-ausgewaehlten-laendern-weltweit/>

**Statistisches Bundesamt** (2021) Konsumausgaben privater Haushalte in den Gebietsständen Abgerufen am 25. Mai 2023, von <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Konsumausgaben-Lebenshaltungskosten/Tabellen/konsumausgaben-gb-lwr.html?nn=209992>

**Too Good To Go** Die 7 goldenen Regeln für die Too Good to Go-App Abgerufen am 12. Mai 2023, von <https://www.toogoodtogo.com/de/blog/sieben-goldene-regeln>

**Thalia.de** Alles verwenden. Nichts verschwenden. (2019). Abgerufen am 24. Juli 2023, von <https://www.thalia.de/shop/home/artikeldetails/A1050414645>

**Umweltbundesamt.de** (2022) Abgerufen am 25. Mai 2023, von <https://www.umweltbundesamt.de/themen/ein-drittel-der-lebensmittel-wird-verschwendet>

**uxma.com** Glassmorphism. <https://uxma.com/de/trends/Glassmorphism>

**Verbraucherzentrale.de** (2023) MHD ist nicht gleich Verbrauchsdatum Abgerufen am 28. Mai 2023, von <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/auswaehlen-zubereiten-aufbewahren/mindesthaltbarkeitsdatum-mhd-ist-nicht-gleich-verbrauchsdatum-13452>

**Verbraucherzentrale.de** (2016). Ursachen und Folgen von Lebensmittelverschwendung. Abgerufen am 12. Mai 2023, von [https://www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2021-04/DownloadA\\_Würdest\\_du\\_das\\_essen-1.pdf](https://www.verbraucherzentrale.de/sites/default/files/2021-04/DownloadA_Würdest_du_das_essen-1.pdf)

**Verbraucherzentrale.de** Genießen statt wegwerfen: Lebensmittelverschwendung stoppen Abgerufen am 12. Mai 2023, von <https://www.verbraucherzentrale.de/geniessen-statt-wegwerfen-lebensmittelverschwendung-stoppen-58985#:~:text=Auch%20Obst%20und%20Gem%C3%BCse%20werden%20h%C3%A4ufig%20zu%20fr%C3%BCh%20weggeworfen.&text=Wer%20Lebensmittel%20einkauft%20und%20wissen,oder%20ein%20Verbrauchsdatum%20angegeben%20ist.>

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

**Abbildung 1** Herkunft der Lebensmittelabfälle in Deutschland 2020 in Tonnen pro Jahr. Informationsquelle: Statistisches Bundesamt, 2020. Abgerufen von: <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/studie-lebensmittelabfaelle-deutschland.html> Abbildungsquelle: eigene Abbildung

**Abbildung 2** Meist genannte Gründe für Lebensmittelverschwendung im Haushalt nach einer eigens durchgeführten quantitativen Studie (10 Proband/Innen, 2023) Abbildungsquelle: Eigene Abbildung

**Abbildung 3** Frau Persona Abbildungsquelle: Courtesy Abgerufen von: <https://www.tatlerasia.com/style/fashion/nyc-photographer-lara-jade-how-to-take-perfect-photo>

**Abbildung 4** Mann Persona Abbildungsquelle: itookapicture Abgerufen von: <https://www.pinterest.de/pin/202521314483052192/>

**Abbildung 3** Seitenplan der Fibel Abbildungsquelle: eigene Abbildung

**Abbildung 4** Musterseite mit Raster und Beispielseiten: „Nudeln“, „Nüsse“ und „Dosen“ aus der Fibel Abbildungsquelle: eigene Abbildungen

**Abbildung 5** Vergleich der Schriftarten Bodoni Sans und Potadoni Abbildungsquelle: eigene Abbildung

**Abbildung 6** Beispiel Glasmorphism im Interfacedesign Abbildungsquelle: Waqas, 2020, Fiverr Waqas822: I will design GlassMorphism UI UX for Android,ISO Mobile app Fiverr.com Abgerufen von: <https://www.fiverr.com/waqas822/design-glassmorphism-ui-ux-for-android-iso-mobile-app?epik=cj0yJnU9UHNvRkJNR2FjWC1aZV9xOVh2a1dLeEJBTUhHdTZsdWomcD0wJm49Qm5tVW0zVTNIMWprNXdpYUFQRk-R1ZyZ0PUFBQUFBFR1M2UW9B>

**Abbildung 7** Beispiel Glasmorphism Illustration „Honig“ in der Fibel Abbildungsquelle: Eigene Abbildung

**Abbildung 8** Beispielseiten „Milch“, „Marmelade“ und „Kohlgemüse“, „Kartoffeln“ aus der Fibel Abbildungsquelle: Eigene Abbildungen

**Abbildung 9** Beispielseiten „Kohlgemüse“, „Kartoffeln“ aus der Fibel Abbildungsquelle: Eigene Abbildungen

**Abbildung 10** Beispielseiten „Geld Sparen“ und „vertragen sich nicht“ aus der Fibel Abbildungsquelle: Eigene Abbildungen

**Abbildung 11** Covergestaltung der Fibel mit PP-Zuschnitt Abbildungsquelle: Eigene Abbildung

**Abbildung 12** Covergestaltung der Fibel mit ohne PP-Zuschnitt Abbildungsquelle: Eigene Abbildung

**Abbildung 13** Mock-Up 1 St. Sack à la Leinen 30 x 40 cm - Natur. Saketos. Abgerufen von: [https://saketos.de/leinens%C3%A4cke/929-leinensackchen-30-x-40-cm-1st-naturfarbe-5902565686741.html?gclid=CjwKCAjw52mBhB5EiwA05YKo7mf\\_hLdq5BjQeFWvWUjIRGrbh\\_G8KmlxZTvw\\_nxxWdmnHI9CTphTBoCgNkQAvD\\_BwE](https://saketos.de/leinens%C3%A4cke/929-leinensackchen-30-x-40-cm-1st-naturfarbe-5902565686741.html?gclid=CjwKCAjw52mBhB5EiwA05YKo7mf_hLdq5BjQeFWvWUjIRGrbh_G8KmlxZTvw_nxxWdmnHI9CTphTBoCgNkQAvD_BwE)

**Abbildung 14** Illustration Brotbeutel auf Mockup Abbildungsquelle: Eigene Abbildung

## EIDESSTÄTTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit bestätige ich an Eides statt, dass sowohl die vorliegende Arbeit als auch das angefertigte Werk selbstständig und nur unter Zuhilfenahme der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt wurden.

Bielefeld den 01.08.2023

Carolin Beckmann