

Stakeholder-Akzeptanz neuartiger Lebensmitteltechnologien: Eine Literaturübersicht

Idee:

In High-Tech-Branchen können selbst einfache Produkt- oder Dienstleistungsinnovationen kompliziert werden. Der Grund dafür ist, dass Unternehmen oft in Ökosystemen tätig sind, die aus mächtigen und eng miteinander verflochtenen Interessengruppen bestehen. Unter einem solch eng verwobenen Ökosystem können sich Unternehmen nicht ausschließlich auf den Kunden und das Unternehmen konzentrieren. Es werden Wertversprechen benötigt, die andere Interessengruppen akzeptieren können. Das gesamte Ökosystem muss die neuartige Lebensmitteltechnologie akzeptieren. Diese Studie beleuchtet die verschiedenen Faktoren, die die Akzeptanz von Lebensmitteltechnologien beeinflussen, und zeigt die Unterschiede zwischen den einzelnen Interessengruppen auf.

Studiendesign:

Literaturübersicht

Daten:

Publikationen

Relevante Literatur:

Siegrist, M., & Hartmann, C. (2020). Consumer acceptance of novel food technologies. *Nature Food*, 1(6), 343-350.

Onwezen, M. C., Bouwman, E. P., Reinders, M. J., & Dagevos, H. (2021). A systematic review on consumer acceptance of alternative proteins: Pulses, algae, insects, plant-based meat alternatives, and cultured meat. *Appetite*, 159, 105058.

Hartmann, C., Furtwaengler, P., & Siegrist, M. (2022). Consumers' evaluation of the environmental friendliness, healthiness and naturalness of meat, meat substitutes, and other protein-rich foods. *Food Quality and Preference*, 97, 104486.