GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

Verfasser: Lukas Schmidt
E-Mail: lukas1996schmidt@gmail.com
Fakultät für Agrarwissenschaften, Department für Agrarökonomie und rurale Entwicklung

Die Akzeptanz von In-vitro-Fleisch durch Verbraucherinnen und Verbraucher

Bachelorarbeit Agrarwissenschaften

Hintergrund

In-vitro-Fleisch (IVF) ist ein durch biotechnologische Verfahren der Zellkultivierung hergestelltes Fleischprodukt. Die Verfahren stammen ursprünglich aus der Medizin (Stammzellenforschung). Tierische Zellen werden dem Tier entnommen und im Labor gezüchtet. Das Verfahren nimmt viel Energie durch Bioreaktoren in Anspruch, verbraucht aber anderweitig deutlich weniger Ressourcen und Fläche als Tierhaltung. IVF wird dementsprechend als umweltfreundliche Alternative zum konventionellen Fleisch beworben, das im Gegensatz zu veganen Produkten aus „echtem" Fleisch besteht.

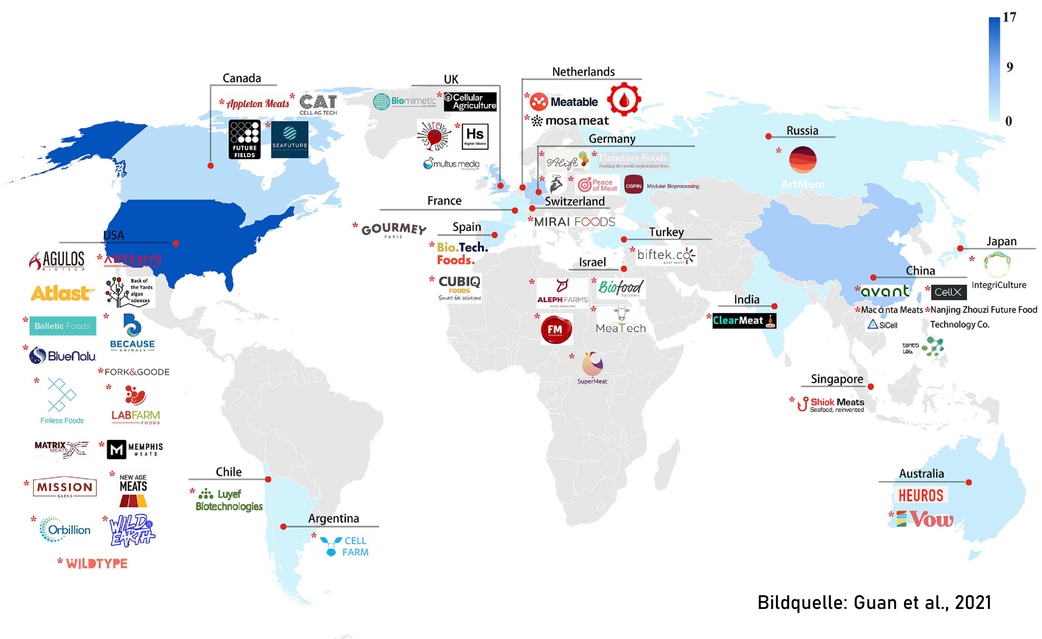
Bildquelle: newszii.com

Fragestellung

Neben rechtlichen und technologischen Hürden gilt als größte Hürde für den Erfolg von IVF die Konsumentenakzeptanz. Da IVF noch nicht auf dem Markt ist (Ausnahme Singapur), ist die Akzeptanz nur begrenzt messbar. Die Prognosen fallen sehr unterschiedlich aus: IVF wird zum Teil als nebensächliche Sonderbarkeit, zum Teil als der nächste große Trend in der Ernährungswirtschaft gesehen. Die Bachelorarbeit widmet sich der zweigeteilten Frage: Wie hoch ist die Konsumentenakzeptanz von IVF und welche Faktoren beeinflussen sie?

Methoden

Literaturübersicht bzw. *systematic review*: Auswertung 23 empirischer Studien der letzten acht Jahre. Verwendete Datenbanken: Web of Science, Scopus, ScienceDirect. Die Studien sind auf Englisch, Deutsch und Französisch verfasst (Literaturverzeichnis siehe QR-Code). Die Studien sind allesamt begutachtet (peer-reviewed) und sind sogenannte Primärliteratur, also qualitative oder quantitative Studien aus erster Hand. Die Studien wurden hinsichtlich ihrer Ergebnisse und Qualität ausgewertet und anschließend gedeutet (siehe Schlussfolgerungen und Fazit).



Bildquelle: Guan et al., 2021

Die Abbildung links zeigt die weltweite Verteilung von Unternehmen im IVF-Bereich: Diese befinden sich vor allem in den USA, den Niederlanden, Israel und China (Quelle: Guan et al., 2021).

Das Foto rechts zeigt eine typische Werbung von IVF-Unternehmen (hier Upsidefoods, vormals Memphis Meat).

Bildquelle: Memphis Meats

Ergebnisse: Die Akzeptanz von IVF…

- Die Probierbereitschaft liegt meist bei > 50 %, die Kaufbereitschaft hängt stark vom Preis ab: Die Studien zeigen, dass nur ein geringer Teil der Befragten (8 – 15 %) bereit wäre, IVF zu einem höheren Preis (als konventionelles Fleisch) zu erwerben.
- Starke Varianz zwischen Ländern (z. B. Frankreich sehr niedrig, USA und Deutschland höhere Akzeptanz)
- IVF schneidet im Konkurrenzkampf mit veganem Fleischersatz und konventionellem Fleisch schlechter ab (5 – 11 % Marktanteil von IVF).

…und ihre Faktoren

- Empfindung als unnatürlich (Natürlichkeitspräferenz bspw. bei Bio-Trend) und künstlich → Abneigung, Ekel
- Sicherheits- bzw. Gesundheitsbedenken bei neuartigen Technologien
- Umweltvorteile klar befürwortet, auch ethische Gesichtspunkte (weniger Tierleid) erhöhen die Akzeptanz
- Ernährung (Veganer & Vegetarier wenig Interesse, v. a. Gesundheitsbedenken) als Faktor
- Demografische Unterschiede: Größere Akzeptanz bei jungen Menschen, Männer offener für IVF als Frauen
- Benennung und Darstellung: Namen und Beschreibungen, die obige Punkte betonen, können die Akzeptanz beeinflussen.

Schlussfolgerungen und Fazit

IVF dürfte vorerst nur ein Nischenprodukt darstellen. Die geringe Zahlungsbereitschaft der Konsumenten verhindert eine größere Verbreitung auf dem Markt. Eine weite Verbreitung ist nur bei Niedrigpreis (derzeit technisch unwahrscheinlich: Herstellung + Verarbeitung kosten knapp 50 USD/ kg) realistisch. Erfolgreiches Marketing für IVF müsste gezielt den Faktor Unnatürlichkeit visuell und rhetorisch bekämpfen und zugleich die Umweltvorteile betonen. Gegenkampagnen gegen IVF (bspw. für herkömmliches Fleisch oder vegane Produkte) müssten die Unnatürlichkeit von IVF hervorheben und die Umweltvorteile runterspielen. Die Hauptzielgruppe stellen zunächst Fleischesser mit hohem Umweltbewusstsein und Offenheit für Neuheiten dar.

Literaturverzeichnis