

Giulia Cesare

Food Waste und Marketing

Akademische Arbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2020 GRIN Verlag
ISBN: 9783346735867

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1282042>

Giulia Cesare

Food Waste und Marketing

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Food Waste und Marketing

Abstrakt

Lebensmittel, die für Konsumenten erzeugt werden und auf dem Weg bis zum Endverbraucher oder vom Endverbraucher entsorgt werden, werden als Food Waste bezeichnet. Dieser entsteht in allen Stufen der Lebensmittelwertschöpfungskette wie beispielsweise in der Landwirtschaft, weil Lebensmittel ungeeignet für die Normanforderungen im Verkauf sind oder beschädigt sind und den optischen Ansprüchen von Konsumenten nicht mehr genügen. Food Waste entsteht jedoch auch in Restaurants, wenn Teller- oder Buffetreste weggeworfen werden oder wenn in Privathaushalten Mahlzeiten zubereitet werden, die aus Zeit- oder anderen Gründen nicht konsumiert werden. Zudem verstehen Verbraucher häufig weder die Bedeutung noch den Unterschied von Mindesthaltbarkeits- und Verfallsdatum.

Konsumenten sind sich der Problematik des Food Waste oft nicht bewusst. Die Ursachen für den hohen pro-Kopf-Anteil an Food Waste sind im Verbraucherverhalten bzw. in Kaufmustern zu finden. Diese Studie inklusive einem hypothetischen Experiment zum Thema Food Waste und Marketing soll dazu beitragen, die Bedeutung von Nudging als potenzielles Marketinginstrument für eine Veränderung dieses Konsumverhaltens herauszustellen.