

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
1. Einleitung	8
1.1 Problemstellung	8
1.2 Lebensmittel aus ökologischem Anbau sind...	9
1.3 Zielsetzung	10
1.4 Arbeitshypothesen	10
2. Information	
2.1 Wie entsteht Informationsbedarf	12
2.2 Kosten von Informationen	13
2.3 Information und Lebensmittel aus ökologischem Anbau	13
2.3.1 Das Problem der Überprüfbarkeit	13
2.3.2 Vorhandene Informationsquellen	14
3. Methode	
3.1 Vorgehensweise	15
3.2 Begründung der Methode	15
3.3 Die Erstellung des Fragebogens	17
3.4 Auswertung der Befragung	17
4. Ergebnisse	
4.1 Deskriptive Ergebnisse	19
4.1.1 Beschreibung der Märkte sowie der Stichprobe	19
4.1.2 Soziodemographische Merkmale	20
4.1.3 Selbsteinschätzung der Informiertheit, Ergebnisse des Wissenstests und Auswertung der Statements	27
4.1.4 Vergleich von Selbsteinschätzung und Statements	36
4.1.5 Bezeichnungen für Lebensmittel aus ökologischem Anbau	37
4.1.6 Einkaufsverhalten	39
4.1.7 Informationsverhalten	44
4.2 Analytische Ergebnisse	45
4.2.1 Bewertung der Arbeitshypothesen	45
4.2.2 Weitere Ergebnisse aus Korrelationsrechnungen und Kreuztabellen	48
4.2.3 Zusammenfassung der eigenen Ergebnisse	58
5. Interpretation	
5.1 Interpretation der Ergebnisse vor denen anderer Studien	60
5.1.1 Vergleich verschiedener Studien bezüglich Zielgruppe, Stichprobenumfang, Repräsentativität, Wissenstests Erhebungsjahr und Befragungsort	61
5.1.2 Soziodemographische Merkmale	63

5.1.3	Bezeichnungen für Lebensmittel aus ökologischem Anbau	68
5.1.4	Einkaufsverhalten	70
5.1.5	Informationsverhalten	77
5.2	Vorhersagen anderer Institutionen	78
6.	Schlußfolgerungen	
6.1	Für die Supermärkte	82
6.2	Für Anbauverbände und öffentliche Verwaltung	83
6.3	Für weiteren Forschungsbedarf	83
7.	Empfehlungen	
7.1	Empfehlungen bezüglich der Verbesserung der Information von Konsumenten	85
7.1.1	Einheitliches (Marken-)Zeichen	85
7.1.2	Bessere Information der Kunden	86
7.1.3	Schulung des Verkaufspersonals in Nicht-Fachgeschäften	87
7.1.4	Plazierung	87
7.2	Empfehlungen bezüglich des Absatzes von Lebensmitteln aus ökologischem Landbau	88
7.2.1	Vorverarbeitete Lebensmittel	88
7.2.2	Preispolitik	89
7.2.3	Ausweitung des Sortiments	89
7.2.4	Neue Handelsformen	90
7.2.5	Ausweitung der EG-Verordnung auf tierische Lebensmittel	91
8.	Zusammenfassung	92
9.	Literatur	98
10.	Anhang	
10.1	Fragebogen	98
10.2	Abbildungsverzeichnis	105