Inhalt

1. VORWORT	1
2. BEGRIFFSKLÄRUNG	2
3. MARKTSITUATION	4
3.1. HISTORISCHE ENTWICKLUNG.....	4
3.2. IST-ANALYSE	4
3.3. ZUKUNFTSPOTENZIAL	10
4. CHANCEN- / RISIKEN-ANALYSE DES FUNCTIONAL FOOD MARKTES AUS UNTERNEHMERSICHT	13
4.1. ASPEKTE DER NUTZUNG UND DES NUTZENS	13
4.2. RECHTSLAGE	14
4.3. MARKTSTRUKTUR, POSITIONIERUNGSMÖGLICHKEIT UND STRATEGISCHE ERFOLGSFAKTOREN	15
LITERATUR	20

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Branchenverteilung Umsatz Deutscher Ernährungsmarkt 2001.....	5
Abbildung 2: Preisentwicklung bei Lebensmitteln.....	6
Abbildung 3: Marktpositionierung der Functional Food Produkte.....	7
Abbildung 4: Marktsegmentierung von Functional Food in Europa 1998.....	8
Abbildung 5: Marktanteil probiotische Joghurts in Europa im Jahr 1997.....	9
Abbildung 6: Marktentwicklung des Marktes für funktionelle Milchprodukte in Deutschland.....	9
Abbildung 7: Weltweiter Absatzmarkt für Functional Food 2000.....	10
Abbildung 8: Marktentwicklung für pro- und präbiotische Milchprodukte in Europa 1996 – 2006.....	11
Abbildung 9: Zustimmung zur Anreicherung von Lebensmitteln mit gesundheitsfördernden Wirkstoffen 1998.....	12
Abbildung 10: Strategisches Markt-Technologie-Portfolio für den Functional Food Markt.....	16
Abbildung 11: Strategische Optionen im Functional Food Markt.....	17
Abbildung 12: Typisches Zielgruppenportfolio eines Technologiespezialisten.....	18
Abbildung 13: Typisches Zielgruppenportfolio eines Vertriebspezialisten.....	19