

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	X
Abkürzungsverzeichnis	XII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung.....	3
1.3 Aufbau der Arbeit und Finanzierung der Studien	4
2 Stand der Forschung: Beurteilung von Haltungsverfahren in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung sowie einer regionalen Futtermittelherkunft durch Verbraucher	7
2.1 Beurteilung von Haltungsverfahren in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung insgesamt.....	7
2.2 Beurteilung von Haltungsverfahren in der landwirtschaftlichen Schweinehaltung.....	10
2.3 Beurteilung von Haltungsverfahren in der landwirtschaftlichen Masthühnerhaltung	17
2.4 Wirkung von Informationen zur Haltung landwirtschaftlicher Nutztiere auf die Beurteilung dieser Haltungsverfahren	21
2.5 Beurteilung einer regionalen Futtermittelherkunft	26
3 Theoretische Grundlagen: Marketing und Informationsverarbeitung	33
3.1 Marketing	33
3.1.1 Aufgaben.....	33
3.1.2 Kommunikationspolitik.....	35
3.1.3 Produktpolitik.....	40
3.1.4 Wirkung von Kommunikation und Produktinformationen.....	41
3.2 Informationsverarbeitung	42
4 Methodische Grundlagen	49
4.1 Messung von Informationsaufnahme und -verarbeitung	49
4.1.1 Methodenüberblick	49
4.1.2 Befragung.....	50
4.1.3 Conjoint-Analyse	52
4.1.4 Information Display Matrix	52
4.1.5 Blickverfolgung	53
4.1.6 Funktionale Magnetresonanztomographie	53
4.1.7 Methode Lautes Denken	54
4.1.7.1 Erhebungsgegenstand	54

4.1.7.2 Lautes Denken nach Ericsson & Simon (1980, 1993)	56
4.1.7.3 Vor- und Nachteile	58
4.1.8 Begründung für die Wahl der Methode Lautes Denken	60
4.2 Gütekriterien von Denke-Laut-Protokollen.....	60
4.3 Erhebung von Denke-Laut-Protokollen.....	64
4.4 Auswertung von Denke-Laut-Protokollen	65
4.5 Anwendung der Methode Lautes Denken in drei Studien zu Merkmalen der Erzeugung tierischer Lebensmittel	68
5 Internet-Studie: Verbraucherbeurteilung von Kommunikationsbeiträgen von Landwirten im Internet zur landwirtschaftlichen Schweinehaltung	71
5.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	71
5.2 Methodische Vorgehensweise.....	72
5.2.1 Auswahl und Darbietungsform der Untersuchungsobjekte	72
5.2.2 Rekrutierung der Versuchspersonen	74
5.2.3 Aufbau und Ablauf der Untersuchung	75
5.2.4 Datenauswertung.....	77
5.3 Ergebnisse.....	82
5.3.1 Charakteristika und Vorkenntnisse der Versuchspersonen.....	82
5.3.2 Kategorienhäufigkeiten	83
5.3.3 Verständnis und Beurteilung der Kommunikationsbotschaften zur landwirtschaftlichen Schweinehaltung	87
5.3.3.1 Untersuchungsobjekt „Webcam“.....	87
5.3.3.2 Untersuchungsobjekt „Landwirtschaftlicher Blog“	89
5.3.3.3 Untersuchungsobjekt „Facebook-Seite“.....	98
5.3.4 Empfehlung der Internetseiten, Beurteilung der Tiergerechtigkeit und Mehrzahlungsbereitschaft	100
5.3.5 Beurteilungstypen	102
5.4 Diskussion	104
5.4.1 Beurteilung von Informationen zur landwirtschaftlichen Schweinehaltung durch Verbraucher	104
5.4.2 Limitationen der Studie	112
5.5 Schlussfolgerungen	113
5.5.1 Empfehlungen für die Kommunikation von landwirtschaftlicher Schweinehaltung an Verbraucher	113
5.5.2 Weiterer Forschungsbedarf.....	115
6 Kantinen-Studie: Verbraucherbeurteilung von Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung sowie von einer Kennzeichnung von Öko-Fleisch in Betriebskantinen	117

6.1	Problemstellung und Zielsetzung	117
6.2	Methodische Vorgehensweise	119
6.2.1	Vorstellung der Betriebskantinen und Rekrutierung der jeweiligen Versuchspersonen	119
6.2.2	Aufbau und Ablauf der Untersuchung	124
6.2.3	Datenauswertung	130
6.3	Ergebnisse	137
6.3.1	Charakteristika der Versuchspersonen	137
6.3.2	Kategorienhäufigkeiten	138
6.3.3	Beurteilung der Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung	143
6.3.3.1	Öko-Auslobung	143
6.3.3.2	Informationen in Textform	146
6.3.3.3	Informationen in Bildform	158
6.3.3.4	Informationen in Zitatform	164
6.3.4	Informationsbedürfnis und Menüwahl	169
6.3.5	Beurteilungstypen	172
6.4	Diskussion	174
6.4.1	Beurteilung einer Kennzeichnung von Öko-Fleisch sowie von Informationen zur ökologischen Schweine- und Hähnchenhaltung durch Verbraucher	174
6.4.2	Limitationen der Studie	182
6.5	Schlussfolgerungen	183
6.5.1	Empfehlungen für die Kennzeichnung von Öko-Fleisch in Betriebskantinen sowie für die Kommunikation von ökologischer Schweine- und Hähnchenhaltung an Verbraucher	183
6.5.2	Weiterer Forschungsbedarf	186
7	Produkt-Studie: Verbraucherbeurteilung einer Kennzeichnung einer regionalen Futtermittelherkunft auf Produktverpackungen tierischer Lebensmittel	187
7.1	Problemstellung und Forschungsfragen	187
7.2	Methodische Vorgehensweise	190
7.2.1	Rekrutierung der Versuchspersonen	190
7.2.2	Aufbau und Ablauf der Untersuchung	192
7.2.3	Datenauswertung	198
7.3	Ergebnisse	206
7.3.1	Charakteristika der Versuchspersonen	206
7.3.2	Kategorienhäufigkeiten	208
7.3.3	Beurteilung der Produktinformationen	212
7.3.3.1	Herkunftsregion der Futtermittel	212

7.3.3.2 Regionaler Futtermittelanteil.....	213
7.3.3.3 Regionalfenster.....	215
7.3.3.4 EU-Öko-Siegel.....	216
7.3.3.5 Weitere Produktinformationen	217
7.3.3.6 Beurteilungstypen	220
7.3.4 Beurteilung des Sicherungssystems für die Futtermittelherkunft	220
7.4 Diskussion	222
7.4.1 Beurteilung einer Kennzeichnung einer regionalen Futtermittelherkunft auf Produktverpackungen tierischer Lebensmittel durch Verbraucher	222
7.4.2 Limitationen der Studie	226
7.5 Schlussfolgerungen	227
7.5.1 Empfehlungen für die Kennzeichnung einer regionalen Futtermittelherkunft auf Produktverpackungen tierischer Lebensmittel.....	227
7.5.2 Weiterer Forschungsbedarf.....	228
8 Erfahrungen mit der Methode Lautes Denken und Schlussfolgerungen für andere Studien	229
8.1 Erfahrungen und Diskussion.....	229
8.1.1 Eignung der Methode Lautes Denken zur Ermittlung der Verbraucherbeurteilung von Merkmalen der Erzeugung tierischer Lebensmittel.....	229
8.1.2 Erhebung der Denke-Laut-Protokolle.....	230
8.1.3 Auswertung der Denke-Laut-Protokolle	240
8.2 Schlussfolgerungen	241
8.2.1 Empfehlungen für den Einsatz der Methode Lautes Denken bei ähnlichen Fragestellungen	241
8.2.2 Empfehlungen für die Erhebung von Denke-Laut-Protokollen	242
8.2.3 Empfehlungen für die Auswertung von Denke-Laut-Protokollen.....	243
9 Zusammenfassung	245
Literaturverzeichnis.....	251
Anhang	279