

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen.....	XIII
Abbildungen.....	XV
Tabellen	XVII
1 Einleitung	1
1.1 Einführung.....	1
1.2 Relevanz des Themas	2
1.3 Problemstellung	6
1.4 Vorgehen.....	7
2 Eignung von Lebensmitteln als Täuschungsobjekt.....	9
2.1 Täuschung.....	9
2.1.1 Begriffsabgrenzung	9
2.1.2 Formen der Lebensmitteltäuschung	11
2.1.2.1 Bewertungsperspektivenbasierte Unterscheidung.....	11
2.1.2.2 Quellenbasierte Unterscheidung	12
2.2 Lebensmittel als Konsumgüter.....	13
2.2.1 Informationsökonomische Eigenschaften von Lebensmitteln.....	14
2.2.2 Consumer Confusion im Lebensmittelbereich	17
2.2.3 Lebensmittel als Low-Involvement-Produkte?	19
2.2.4 Lebensmittel als vergängliche Naturprodukte	27
2.2.5 Zwischenfazit	28
3 Akteure im Kontext der Lebensmitteltäuschung	31
3.1 Das Dramadreieck der Lebensmitteltäuschung.....	31
3.2 Lebensmittelanbieter als potentielle Täuschungstäter und Kontrollinstanz.....	32
3.3 Lebensmittelverbraucher als potentielle Täuschungsopfer.....	36
3.3.1 Verbraucherbegriff und Verbraucherleitbilder	36
3.3.1.1 Verbraucherbegriff	36
3.3.1.2 Verbraucherleitbilder	37
3.3.2 Verbrauchersegmente im Lebensmittelbereich.....	43
3.3.2.1 Food Related Lifestyle – Segmente	43
3.3.2.2 Involvementbasierte Lebensmittelmarktsegmentierung	45
3.3.2.3 Struktur der Ernährungstypen nach LÜTH.....	48
3.3.2.4 NESTLÉ Ernährungs- und Einkaufstypen.....	48
3.3.3 Verbraucherschutzpolitik	50

3.3.3.1 Grundlagen	50
3.3.3.2 Gesetzliche Regulierung des Anbieterverhaltens als Täuschungsschutzmaßnahme.....	52
3.4 Verbraucherorganisationen als potentielle Retter	59
3.4.1 Grundlagen	59
3.4.2 Verbraucherorganisationen im Lebensmittelbereich.....	60
3.4.2.1 STIFTUNG WARENTEST	60
3.4.2.2 FOODWATCH	61
3.4.2.3 Verbraucherzentralen.....	61
3.4.3 LEBENSMITTELKLARHEIT als zentrales Element der Initiative „Klarheit und Wahrheit bei der Kennzeichnung und Aufmachung von Lebensmitteln“.....	62
3.5 Anreizwirkung von LEBENSMITTELKLARHEIT als Verbraucherschutzinstrument.....	64
3.5.1 Analyse der Verbrauchermeldungen auf LEBENSMITTELKLARHEIT	64
3.5.2 Staatlich unterstützte Sanktionierung subjektiver Verbrauchertäuschung als Compliance-Stimulanz?	68
3.5.2.1 Beschreibung der Entscheidungssituation.....	69
3.5.2.2 Entscheidungsproblem des Agenten	72
3.5.2.3 Konsequenzen	74
4 Ökonomische Fundierung der Lebensmitteltäuschung	79
4.1 Notwendigkeit der Täuschungsbekämpfung	79
4.1.1 Wohlfahrtseffekte von Lebensmitteltäuschung	79
4.1.2 Informationsasymmetrien und opportunistisches Verhalten.....	81
4.2 Entscheidungsmodelle der Lebensmitteltäuschung	83
4.3 Anbieterbezogene Determinanten	86
4.4 Verbraucherbezogene Determinanten	89
4.4.1 Subjektive Opferwahrscheinlichkeit.....	89
4.4.1.1 Theoretische Grundlagen.....	89
4.4.1.2 Hypothese und Konstruktoperationalisierung	91
4.4.2 Schutzvorkehrungen	93
4.4.2.1 Screening und Verzicht auf Variety-Seeking-Behaviour	93
4.4.2.2 Hypothese und Konstruktoperationalisierung	94
4.4.3 Schaden.....	96
4.4.3.1 Schadensarten und Placebo-Effekt	96
4.4.3.2 Operationalisierung des monetären und psychologischen Schadens	101
4.4.4 Bestrafungsverhalten: Bestimmungsfaktoren	108
4.4.4.1 Theoretische Grundlagen.....	108
4.4.4.2 Hypothesen und Konstruktoperationalisierungen	113

4.4.5	Bestrafungsverhalten: Strafmotive.....	123
4.4.5.1	Theoretische Grundlagen.....	123
4.4.5.2	Hypothesen und Konstruktoperationalisierungen	124
4.4.6	Bestrafungsverhalten: Strafinstrumente	127
4.4.6.1	Theoretische Grundlagen.....	127
4.4.6.2	Hypothesen und Operationalisierung der Strafinstrumente	134
4.4.7	Ergänzend empirisch zu untersuchende Aspekte.....	139
4.4.7.1	Lebensmittelkennzeichnungswissen	139
4.4.7.2	Wahrgenommene Konsumkompetenz	140
4.4.7.3	Auslöser von Lebensmitteltäuschung aus Sicht der Verbraucher	141
4.5	Behördenbezogene Determinanten	142
4.5.1	Entdeckungswahrscheinlichkeit und Bestrafung	142
4.5.2	Ergebnisse und Bewertung der amtlichen Lebensmittelüberwachung	144
4.5.2.1	Ergebnisse amtlicher Lebensmittelkontrollen	144
4.5.2.2	Wirtschaftlichkeit der amtlichen Lebensmittelüberwachung	147
4.5.3	Lebensmitteltäuschungsbezogene Rechtsprechung	147
5	Der Verbraucher und Lebensmitteltäuschung – Eine empirische Untersuchung	153
5.1	Zielstellung	153
5.2	Datenerhebung und -auswertung.....	156
5.3	Deskriptive Darstellung und Interpretation der Ergebnisse.....	156
5.3.1	Beschreibung der Stichprobe	156
5.3.2	Wahrgenommene Konsumkompetenz und Hilflosigkeit.....	158
5.3.3	Wahrgenommene Opferwahrscheinlichkeit	161
5.3.4	Verfügbarkeit von Lebensmitteltäuschung.....	163
5.3.5	Schutzvorkehrungen	164
5.3.6	Bewertung der Szenarien.....	168
5.3.7	Bestimmungsfaktoren des Bestrafungsverhaltens.....	169
5.3.7.1	Wahrgenommene Intensität des Ereignisses	169
5.3.7.2	Fairness	170
5.3.7.3	Verantwortlichkeit.....	170
5.3.8	Bestrafungsverhalten	172
5.3.8.1	Strafinstrumente.....	172
5.3.8.2	Strafmotive.....	176
5.3.9	Schaden.....	179
5.3.9.1	Monetärer Schaden.....	179
5.3.9.2	Psychologischer Schaden	181
5.3.10	Involvement	182

5.3.11	Lebensmittelkennzeichnungswissen	184
5.3.12	Wahrgenommene Täuschungsursachen	186
5.4	Rationalität des Täuschungsschutzverhaltens des Verbrauchers	187
5.5	Bedeutung der Verfügbarkeitsheuristik	191
5.6	Bestrafungsverhalten der Konsumenten	192
5.6.1	Methodische Grundlagen der Strukturgleichungsanalyse	193
5.6.2	Modellspezifikation	199
5.6.3	Modellgüte	199
5.6.4	Ergebnisse	204
5.7	Täuschungsbezogene Konsumentencluster	210
6	Zusammenfassende Schlussbetrachtung und Implikationen	219
	Literaturverzeichnis	229
	Anhang	259