

1	Einleitung	1
1.1	Ausgangssituation und Problemstellung	2
1.2	Zielsetzung und Forschungsfrage	3
1.3	Aufbau der Arbeit	3
2	Lebensmittelauswahl	5
2.1	Faktoren der Lebensmittelauswahl	6
2.2	Relevanz der Auswahl gesunder Lebensmittel	8
2.3	Relevanz der Auswahl nachhaltiger Lebensmittel	10
3	Vegane Lebensmittel	13
3.1	Begriffserklärung „Vegan“	13
3.2	Eigenschaften veganer Lebensmittel	15
3.2.1	Geschmacksaspekt	15
3.2.2	Gesundheitsaspekt	16
3.2.3	Nachhaltigkeitsaspekt	18
3.3	Entwicklung und Verbreitung veganer Lebensmittel	20
4	Intuitionen im Konsumentenverhalten	23
4.1	Begriffserklärung „Intuitionen“	23
4.2	Anwendung im Konsumentenverhalten	25
4.3	Literaturreview zur Unhealthy = Tasty Intuition und Ethical = Less Strong Intuition	27
4.3.1	Unhealthy = Tasty Intuition (UTI)	29
4.3.2	Ethical = Less Strong Intuition (ELSI)	40
4.4	Anwendung der UTI und ELSI im Kontext veganer Lebensmittel	44

4.4.1	Auswirkung der UTI auf die Akzeptanz veganer Lebensmittelsubstitute	45
4.4.2	Auswirkung der ELSI auf Erfolgsgrößen veganer Lebensmittelsubstitute	46
4.4.3	Interaktion der ELSI mit der UTI	46
5	Methodik und Design der empirischen Studie	49
5.1	Der Implizite Assoziationstest (IAT)	50
5.2	Forschungsdesign	54
5.2.1	Design der IATs und Stimulusmaterial	55
5.2.2	Operationalisierung der Variablen	59
5.2.3	Datenerhebung	61
6	Ergebnisse der empirischen Studie	63
6.1	Datenbereinigung	63
6.2	Beschreibung der Datengrundlage	65
6.3	Datenanalyse	67
6.3.1	Deskriptive Statistik der Variablen	67
6.3.2	Ergebnisse der IATs	67
6.3.3	Ergebnisse der Multiplen Regressionsanalysen	69
6.3.4	Exkurs: Ergebnisse der Untersuchung der expliziten Intuitionen	73
6.3.5	Ergebnisse der Clusteranalyse	76
6.4	Zusammenfassung der Ergebnisse der Datenanalyse	83
7	Schlusswort	87
7.1	Fazit	87
7.2	Implikationen	89
7.3	Limitationen und weitere Forschung	91
	Literaturverzeichnis	93