

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	17
1.1 Ausgangslage und Zielsetzung .....	17
1.2 Aufbau der Arbeit.....	18
2. Verbraucherverhalten und kommunikationstheoretische Grundlagen .....	20
2.1 Grundlagen des Konsumentenverhaltens .....	20
2.1.1 Komplexe aktivierende Prozesse .....	20
2.1.1.1 Aktivierung und Aufmerksamkeit.....	20
2.1.1.2 Emotionen.....	22
2.1.1.3 Motivation .....	23
2.1.1.4 Einstellungen .....	25
2.1.1.5 Exkurs: Image.....	29
2.1.1.6 Das Involvement-Konstrukt .....	31
2.1.2 Informationsverhalten als Teil des Konsumentenverhaltens .....	34
2.1.2.1 Informationsbedarf .....	37
2.1.2.2 Informationsbeschaffung .....	38
2.1.2.3 Wahrnehmung und Beurteilung.....	42
2.1.2.4 Lernen und Gedächtnis .....	48
2.1.2.5 Informationsüberlastung .....	49
2.1.2.6 Die Theorie der Wissenskluft.....	56
2.2 Grundlagen der Kommunikation .....	58
2.2.1 Massenkommunikation und ihre Wirkung .....	60
2.2.1.1 Informationswirkungen .....	63
2.2.1.2 Die Agenda-Setting-Funktion von Massenmedien.....	63
2.2.1.3 Wirkung durch Verstärkung .....	65
2.2.1.4 Wirkung durch Überzeugung .....	66
2.2.1.5 Persönliche Kommunikation im Vergleich zur Massenkommunikation.....	66
2.2.2 Faktoren im Kommunikationsprozeß .....	66
2.2.2.1 Kommunikator .....	69
2.2.2.2 Rezipient.....	72
2.2.2.3 Medium .....	75
2.2.2.4 Aussage .....	78
3. Lebensmittelskandale: Eindrucksvolles Beispiel für das Zusammenspiel von Medienberichterstattung und Verbraucherverhalten .....	82
3.1 Skandal .....	82
3.1.1 Definition und Entstehung .....	82
3.1.2 Phasen des Skandals .....	84
3.1.3 Wahrnehmung von Schaden und Risiko durch Laien.....	87
3.2 Negativmeldungen über Lebensmittel .....	88
3.3 Der BSE-Skandal.....	91
3.3.1 Chronologische Darstellung des BSE-Skandals .....	91
3.3.2 Analyse der Medienberichterstattung .....	92
3.3.2.1 Grundlegende Aspekte der Inhaltsanalyse .....	93

3.3.2.2	Vorgehensweise.....	94
3.3.2.3	Ergebnisse.....	95
3.3.3	Reaktionen der Verbraucher auf die Rinderseuche BSE .....	102
3.3.3.1	Konsequenzen für den Verbrauch von Fleisch.....	102
3.3.3.2	Ergebnisse telefonischer Befragungen des Marktforschungs- institutes Produkt + Markt .....	103
3.3.3.3	Fleischskandale: Reaktionen der Verbraucher, A.C. Nielsen.....	107
4.	Eigene empirische Untersuchungen .....	111
4.1	Methodik der Untersuchungen .....	111
4.1.1	Methodik der Datenerhebung .....	111
4.1.2	Methodik der angewendeten Auswertungsverfahren.....	114
4.1.2.1	Kreuztabelle und Chi-Quadrat ( $\chi^2$ )-Unabhängigkeitstest.....	114
4.1.2.2	Korrelationsanalyse .....	115
4.1.2.3	Mittelwertvergleiche.....	116
4.2	Verbraucherbefragung Dezember 1993.....	117
4.2.1	Gegenstand der Untersuchung .....	117
4.2.2	Soziodemographische Faktoren und ihr Einfluß auf Ernährungswissen und Ernährungsverhalten .....	118
4.2.2.1	Soziodemographische Faktoren.....	118
4.2.2.2	Ernährungswissen und -verhalten.....	122
4.2.2.3	Ermittlung von Zusammenhängen zwischen soziodemo- graphischen Faktoren und Ernährungswissen und -verhalten .....	126
4.2.3	Mißtrauen gegenüber Lebensmitteln und Kenntnis von Lebensmittelskandalen.....	133
4.2.3.1	Mißtrauen gegenüber Lebensmitteln und Bekanntheit von Lebensmittelskandalen .....	133
4.2.3.2	Ernährungsverhalten, Ernährungswissen und Mißtrauen gegenüber Lebensmitteln.....	135
4.2.4	Informationsverhalten .....	137
4.2.4.1	Aktive und passive Informationssuche .....	139
4.2.4.2	Informationsaktivität und soziodemographische Faktoren .....	150
4.2.4.3	Informationssuche, Ernährungswissen und Ernährungsverhalten .....	152
4.2.4.4	Informationssuche und Mißtrauen gegenüber Lebensmitteln .....	154
4.2.5	Reaktionen auf Lebensmittelskandale in Abhängigkeit von soziodemo- graphischen Faktoren, Ernährungswissen und -verhalten, Informations- aktivität und Mißtrauen .....	155
4.2.5.1	Soziodemographische Faktoren und Reaktionen auf Lebensmittelskandale .....	156
4.2.5.2	Reaktionen auf Lebensmittelskandale in Abhängigkeit von Ernährungsverhalten und Ernährungswissen .....	159
4.2.5.3	Informationsaktivität und Reaktionen .....	162
4.2.5.4	Mißtrauen gegenüber Lebensmitteln und Bekanntheit von Lebens- mittelskandalen als Einflußfaktoren auf Verbraucherreaktionen nach Lebensmittelskandalen .....	164
4.2.5.5	Angemessenheit der Reaktionen auf Lebensmittelskandale.....	167
4.3	Ergebnisse der ersten Wiederholungsbefragung im August 1994 .....	169
4.3.1	Gegenstand der zweiten Untersuchung zum Konsumentenverhalten nach Lebensmittelskandalen.....	169
4.3.2	Kenntnisse zur Rinderseuche BSE .....	170

4.3.2.1	Bekanntheitsgrad der Rinderseuche .....	170
4.3.2.2	Wissen über BSE .....	171
4.3.2.3	Soziodemographische Faktoren und Kenntnisse zu BSE .....	175
4.3.2.4	Ernährungswissen und Ernährungsverhalten und Wissen über BSE .....	175
4.3.2.5	Mißtrauen gegenüber Lebensmitteln und Wissen über BSE .....	176
4.3.2.6	Informationsaktivität zu „Lebensmitteln und Ernährung“ und Wissen über BSE .....	177
4.3.2.7	Bekanntheitsgrad von BSE 1993 und Wissen über BSE .....	179
4.3.3	Informationen zu BSE.....	181
4.3.3.1	Medien als Informationsquellen zu BSE .....	181
4.3.4.2	Wissen über BSE und bevorzugt genutztes Informationsmedium .....	183
4.3.3.3	Beurteilung der Informationsquellen.....	186
4.3.4	Verbraucherreaktionen bei Einkauf, Zubereitung und Verzehr .....	192
4.3.4.1	Möglichkeiten aus der Sicht der Verbraucher .....	192
4.3.4.2	Durchgeführte Veränderungen und Gründe für einen Verzicht auf Maßnahmen .....	192
4.3.4.3	Verbraucherreaktionen in Abhängigkeit von Wissen über BSE, Informationsverhalten und Mißtrauen .....	193
4.3.4.4	Bedenken gegenüber weiteren Produkten .....	197
4.3.5	Wahrnehmung von Maßnahmen zum Schutz des Verbrauchers .....	198
4.3.5.1	Maßnahmen des Handels.....	198
4.3.5.2	Wahrnehmung von Maßnahmen zum Verbraucherschutz in Abhängigkeit vom Wissen über BSE und der Informationsaktivität .....	199
4.4	Ergebnisse der zweiten Wiederholungsbefragung im Mai/Juni 1995 .....	201
4.4.1	Gegenstand der Untersuchung .....	201
4.4.2	Informationsaktivität und verbraucherorientierte Maßnahmen .....	202
4.4.2.1	Passive Information .....	202
4.4.2.2	Aktive Informationssuche .....	202
4.4.2.3	Wahrnehmung kurzfristiger Maßnahmen und Informationsaktivität .....	205
4.4.2.4	Wahrnehmung und Akzeptanz mittel- und langfristiger Maßnahmen ...	207
4.4.3	Wahrnehmung der BSE-Diskussionen sowie der Reaktionen von Staat, Produzenten und Handel .....	213
4.4.3.1	BSE-Diskussion 1994.....	213
4.4.3.2	Reaktionen von Staat, Produzenten und Handel.....	213
4.4.3.3	BSE-Diskussion Anfang 1995 .....	216
4.4.3.4	Bekanntheitsgrad der geltenden Schutzbestimmungen .....	216
4.4.3.5	BSE als Gesundheitsgefahr .....	217
4.4.3.6	Glaubwürdigkeit von Informationsquellen .....	218
4.4.4	Verbraucherreaktionen bei Einkauf, Zubereitung und Verzehr .....	218
4.4.4.1	Reaktionen.....	218
4.4.4.2	Bedeutungszunahme der Herkunft als Einkaufskriterium .....	222
4.4.5	Bewertung der Einstellungsstatements in den Jahren 1993, 1994 und 1995 .....	224
5.	Diskussion der Ergebnisse und Ableitung von Empfehlungen .....	240
5.1	Diskussion der Ergebnisse .....	240
5.2	Ableitung von Empfehlungen.....	246

6. Zusammenfassung.....	250
7. Literaturverzeichnis.....	252
8. Anhang (Tabellen).....	260
9. Anhang (Fragebögen).....	277