

Marco Raple

**Kauferverhalten bei Bio-Lebensmitteln.
Empirische Befunde und Konsequenzen
fur die Marktbearbeitung**

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2004 GRIN Verlag
ISBN: 9783638323253

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/31269>

Marco Rappler

Kauferverhalten bei Bio-Lebensmitteln. Empirische Befunde und Konsequenzen fur die Marktbearbeitung

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Käuferverhalten bei Bio-Lebensmitteln

Empirische Befunde und Konsequenzen für die
Marktbearbeitung

Diplomarbeit

für die Prüfung für Diplom-Volkswirte

eingereicht beim Prüfungsausschuss für Diplom-Volkswirte

der

Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der

Ruprecht-Karls-Universität zu Heidelberg

2004

Vorgelegt von

cand. rer. pol. Marco Norbert Räßle

Heidelberg, im April 2004

Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	3
Abkürzungsverzeichnis.....	4
1 Einleitung	6
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	6
1.2 Aufbau der Arbeit.....	7
1.3 Begriffsabgrenzung	8
2 Geschäftstypen des Naturkosthandels im Markt für ökologisch erzeugte Lebensmittel.....	11
3 Theoretisch-analytische Herangehensweisen an das Käuferverhalten bei Bio-Lebensmitteln.....	15
3.1 Systematisierung von Käuferverhaltenstheorien	16
3.2 Grundlagen der verhaltenswissenschaftlichen Ansätze zur Erklärung des Käuferverhaltens bei Bio-Lebensmittel	20
3.2.1 Das neobehavioristische S-O-R-Schema	21
3.2.2 Die Hierarchie der hypothetischen Konstrukte.....	22
3.2.3 Beispiele für verhaltenswissenschaftliche Modelle des Käuferverhaltens	33
3.3 Ökonomische Ansätze zur Erklärung von Kaufbarrieren	35
3.3.1 Informationsökonomik und Informationsdilemmata im Markt für Vertrauensgüter.....	36
3.3.2 Low-Cost-Hypothese und Anreizdilemmata im Markt für Umweltgüter	40
3.4 Fazit.....	43

4	Empirische Befunde des Konsumentenverhalten bei Bio-Lebensmitteln.....	44
4.1	Allgemeine Nachfragetrends	46
4.2	Bestimmungsgründe und Einflussfaktoren der Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln	50
4.2.1	Sozio-demographische Faktoren.....	50
4.2.2	Motive	53
4.2.3	Einstellungen und Werte.....	56
4.2.4	Fazit	58
4.3	Kaufbarrieren.....	59
4.3.1	Zu hohe Preise	59
4.3.2	Echtheitszweifel.....	61
4.3.3	Zugänglichkeitsmühen	63
4.3.4	Qualitätsmängel.....	64
4.3.5	Fazit	66
4.4	Käufertypologien.....	67
5	Konsequenzen für die Marktbearbeitung.....	73
5.1	Marketingempfehlung I: Zielgruppenorientierte Positionierung von Öko-Lebensmitteln	73
5.2	Marketingempfehlung II: Abbau von kostenbezogenen Kaufbarrieren durch Schaffung von Low-Cost-Situationen	78
5.3	Fazit.....	81
6	Zusammenfassung und Ausblick.....	83
	Literaturverzeichnis.....	86
	Anhang: Internetadressen zum Themenbereich	94

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abb. 1:	Das einheitliche Bio-Siegel nach EG-Öko-Verordnung	9
Abb. 2:	Umsatzverteilung des Bio-Lebensmittelmarktes	11
Abb. 3:	Charakteristika von Bio-Supermärkten	12
Abb. 4:	Systematisierung von Käuferverhaltensmodellen.....	16
Abb. 5:	Grundstruktur eines S-O-R-Modells	21
Abb. 6:	Schema intervenierender Variablen	23
Abb. 7:	Motivkategorien nach Maslow und Alderfer	27
Abb. 8:	Kausalstruktur der Komponenten des Einstellungskonstruktes	30
Abb. 9:	Wert-Einstellungs-System nach VINSON/SCOTT/LAMONT	32
Abb. 10:	Totalmodell von ENGEL/BLACKWELL/MINIARD	33
Abb. 11:	Strukturmodell des Nachfrageverhaltens bei ökologisch erzeugten Lebensmitteln nach BRUHN	34
Abb. 12:	Low-Cost-Hypothese	41
Abb. 13:	Kaufbarrieren und deren ökonomische Interpretation.....	67
Abb. 14:	Fünf Zielgruppen im Bio-Lebensmittelmarkt	69
Abb. 15:	Positionierung von ökologisch erzeugten Lebensmitteln	75
Tab. 1:	Überblick über Studien und Befragungen zum Käuferverhalten bei Bio- Lebensmitteln	45
Tab. 2:	Metaanalyse der wichtigsten Kaufmotive.....	54
Tab. 3:	Qualitätskomponenten und Qualitätseigenschaften bei Nahrungsmitteln und wichtige Einflussgrößen für die Beurteilung	64

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
Abschn.	Abschnitt
AGÖL	Arbeitsgemeinschaft Ökologischer Landbau
BNN	Bundesverband Naturkost Naturwaren Großhandel e. V.
BSE	bovine spongiforme Enzephalopathie
CMA	Centrale Marketinggesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
DINK	Double Income No Kids
EG	Europäische Gemeinschaft
ERG	Existence-Relatedness-Growth
EU	Europäische Union
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
f.	und folgende Seite

ff.	und fortfolgende Seiten
Hrsg.	Herausgeber
ISOE	Institut für sozial-ökologische Forschung
k. A.	keine Angaben
Kap.	Kapitel
LEH	Lebensmitteleinzelhandel
n	Stichprobenumfang
o. Verl.	ohne Verlag
S.	Seite
S-O-R	Stimulus-Organismus-Response (bzw. Reaktion)
S-R	Stimulus- Response (bzw. Reaktion)
Tab.	Tabelle
TAK	Transaktionskosten
TK-	Tiefkühl-
vgl.	vergleiche
ZMP	Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle