



Anne Piper (Autor)
Verbrauchertäuschung bei Lebensmitteln
Eine ökonomische Bewertung

JUSTUS-LIEBIG-
UNIVERSITÄT
GIESSEN

Gießener Schriften
zur Agrar- und Ernährungswirtschaft

35

Anne Piper

**Verbrauchertäuschung
bei Lebensmitteln**

Eine ökonomische Bewertung



Cuvillier Verlag Göttingen
Internationaler wissenschaftlicher Fachverlag

<https://cuvillier.de/de/shop/publications/7168>

Copyright:

Cuvillier Verlag, Inhaberin Annette Jentsch-Cuvillier, Nonnenstieg 8, 37075 Göttingen,
Germany

Telefon: +49 (0)551 54724-0, E-Mail: info@cuvillier.de, Website: <https://cuvillier.de>

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