

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	2
1.2	Zielsetzung und Forschungsfragen	3
2	Health Claims	5
2.1	Nährwertbezogene Angaben	7
2.2	Gesundheitsbezogene Angaben	8
2.2.1	Gesundheitsbezogene Angaben zu Lebensmitteln	8
2.2.2	Gesundheitsbezogene Angaben zu Superfood und Nahrungsergänzungsmitteln	10
3	Superfood	13
3.1	Definition Superfood	13
3.2	Ernährungstrend Superfood	14
3.3	Superfood-Konsumentinnen/Konsumenten und deren Beweggründe zum Verzehr	18
3.4	Ausgewählte Superfoods und deren Wirkung auf den menschlichen Organismus	22
3.4.1	Chiasamen (<i>Salvia hispanica</i>)	22
3.4.2	Goji-Beeren (<i>Lycium barbarum</i>)	26
3.4.3	Heidelbeere (<i>Vaccinium myrtillus.</i>)	30
3.4.4	Kokospalme (<i>Cocos nucifera</i>)	32
3.4.5	Açaí (<i>Euterpe oleracea</i>)	34
3.4.6	Heimische Pflanzen	37
3.5	Zusammenfassung	39
4	Nahrungsergänzungsmittel (NEM)	41
4.1	Definition Nahrungsergänzungsmittel	41
4.2	Ernährungstrend Nahrungsergänzungsmittel	44

4.3	Nahrungsergänzungsmittel- Konsumentinnen/Konsumenten und deren Beweggründe zum Verzehr	47
4.4	Die bekanntesten Nahrungsergänzungsmittel und deren Wirkung auf den menschlichen Organismus	50
4.4.1	Vitamin C (Ascorbinsäure)	52
4.4.2	Vitamin E (Tocopherol)	55
4.4.3	Vitamin B12 (Cobalamine)	57
4.4.4	Magnesium	58
4.4.5	Calcium	61
4.4.6	Kommentar	63
4.5	Zusammenfassung zu Nahrungsergänzungsmitteln	64
5	Means-End Chain und Laddering Methode	67
5.1	Means-End Chain	67
5.2	Laddering-Methode	69
5.2.1	Vorgehensweise	69
5.2.2	Datenerhebung	69
5.2.3	Datenkodierung und Datenanalyse	70
5.2.4	Motivationsstruktur	73
5.2.5	Interpretation und Weiterverwendung der Laddering-Daten	74
6	Material und Methode	77
6.1	Durchführen der Interviews	77
6.2	Untersuchungsteilnehmerinnen/-teilnehmer	78
6.3	Ablauf der Befragung	78
6.4	Analyse der Interviews	82
6.4.1	Laddering Interviews	82
6.4.2	Assoziationstest	83
6.4.3	Zusatzfragen	83
7	Ergebnisse	85

7.1	Beschreibung der Stichprobe	85
7.2	Ergebnisse der Laddering-Interviews	91
7.2.1	Motivationsstruktur der Superfood-Konsumentinnen/Konsumenten	91
7.2.2	Motivationsstruktur der NEM-Konsumentinnen/Konsumenten	96
7.2.3	Vergleich von Superfood- und NEM-Konsumentinnen/Konsumenten	97
7.3	Assoziationstest	100
7.4	Ergänzende Fragen	106
7.4.1	Konsumhäufigkeit Superfood / NEM	106
7.4.2	Konsumdauer Superfood / NEM	110
7.4.3	Nennungen zum Konsum von Superfood / NEM	112
7.4.4	Auslöser zum Konsum von Superfood / NEM	116
7.4.5	Informationen zur Gesundheitswirkungen der Produkte	120
7.4.6	Bezugsorte von Superfoods / NEM	121
8	Diskussion	125
8.1	Diskussion der Ergebnisse und Beantwortung der Forschungsfragen	125
8.1.1	Forschungsfrage 1	125
8.1.2	Forschungsfrage 2	129
8.1.3	Forschungsfrage 3	132
8.1.4	Forschungsfrage 4	133
8.2	Diskussion der Methode	135
8.3	Zusammenfassung und Ausblick	137
	Literaturverzeichnis	139
	Anhang: Implikationsmatrizen	161