



**AgEcon** SEARCH  
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

---

Franz, R., Enneking, U.: Bestimmungsgründe der Verbraucherverunsicherung im Bereich der Lebensmittelsicherheit. In: Hagedorn, K., Nagel, U.J., Odening, M.: Umwelt- und Produktqualität im Agrarbereich. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 40, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (2005), S. 327-337.

---



## **BESTIMMUNGSGRÜNDE DER VERBRAUCHERVERUNSICHERUNG IM BEREICH DER LEBENSMITTELSICHERHEIT**

*Rainer Franz und Ulrich Enneking\**

### **1 Verunsicherung – politische Relevanz und Stand der Forschung**

Verunsicherung ist in vielen Bereichen zu einem politischen Schlagwort geworden, besonders in der Lebensmittelbranche. Dass der Verbraucher verunsichert sei, wird von Politikern aller Parteien, der Wissenschaft, des erzeugenden Gewerbes und auch des Handels nahezu unwidersprochen in den Raum gestellt. Negative Ereignisse in der Lebensmittelbranche hatten Folgen im institutionellen politischen Bereich derart, dass Neu- und Umstrukturierungen stattfanden. So hatte der Vorschlag der EU-Kommission zur inzwischen realisierten unabhängigen Lebensmittelsicherheitsbehörde auf EU-Ebene seinen Ursprung in der BSE-Krise (vgl. BYRNE, 2001). Auch in Deutschland waren auf Bundes- und auf Länderebene strukturelle Veränderungen in der Administration zu beobachten. Auf Bundesebene wurde das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) gegründet, auf Länderebene wurde bsp. in Bayern der Versuch unternommen, die Belange des Verbraucherschutzes durch die Gründung eines eigenen Ministeriums besser zu vertreten.

Die durch Vorfälle der Lebensmittelsicherheit ausgelösten Wellen schlugen so hoch, dass sogar die grundsätzliche Ausrichtung der Agrarpolitik zum Diskussionsgegenstand wurde (Der DEUTSCHE BUNDESTAG, 2001). Im Hinblick auf mögliche und erwünschte Entwicklungen auf den Agrar- und Lebensmittelmärkten werden die regionale und ökologische Vermarktung von Lebensmitteln regelmäßig als eine, wenn auch nicht einzige, Antwort auf die Verunsicherung der Verbraucher genannt (KÜNAST, 2002; STOIBER, 2001). Die Förderung der beiden Bereiche regional und ökologisch ist nicht neu, sie wird jedoch vor dem Hintergrund der bedeutend gewordenen Debatte über Lebensmittelsicherheit in den letzten Jahren zusätzlich mit der Zielsetzung der Erzeugung sicherer Lebensmittel und des Vertrauensaufbaus auf Konsumentenseite betrieben. Dies findet auf Länder-, Bundes- und EU-Ebene statt.

In der wissenschaftlichen Debatte über Lebensmittelsicherheit und Verbraucherreaktionen und -einstellungen ist der Begriff „Verunsicherung“ auf den deutschen Sprachraum begrenzt. Im englischsprachigen Schrifttum findet sich zu ihm kein Äquivalent, hier steht zumeist der Begriff „Risiko“ im Mittelpunkt von Publikationen. Die Veröffentlichungen beschäftigen sich dabei vorwiegend mit:

- Ansätzen zur Definition von Risiko (RENN, 1992);
- der Wahrnehmung von Risiken aus individualpsychologischer Perspektive (SLOVIC, 1992; SPARKS und SHEPHERD, 1994), wobei den Unterschieden zwischen Experten und Laien Bedeutung zukommt (KEMP, 1993; JUNGERMANN und SLOVIC, 1993), darüber hinaus auch gefahrenspezifische Bedenken eruiert (MILES und FREWER, 2001) und methodische Fragestellungen (FREWER, 1998) diskutiert werden;
- der Risikokommunikation (SLOVIC, 1986; COVELLO und SLOVIC, 1986; KEENEY und von WINTERFELDT, 1986; KASPERSON, 1986; FISCHHOFF, 1995);
- den Massenmedien, d.h. deren Bedeutung und deren Mechanismen (HAGENHOFF, 2003; KITZINGER und REILLY, 1997; BEARDSWORTH, 1992; KASPERSON et al., 1988);

---

\* Dipl. oec. troph. Rainer Franz und Prof. Dr. Ulrich Enneking, TU-München-Weihenstephan; Fachgebiet Marktlehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft; Alte Akademie 14, 85350 Freising-Weihenstephan, franz@wzw.tum.de.

Verunsicherung ist kein psychologisch definierter Begriff und bisher gibt es in Bezug auf Lebensmittel nur sehr wenige wissenschaftliche Veröffentlichungen dazu. Dabei werden der Versuch einer Begriffsdefinition vorgenommen und mögliche Ursachen erörtert (BERGMANN, 2000; VON ALVENSLEBEN, 1999; WILLHÖFT, 2001; HOFER, 2002), wobei dies vorwiegend auf theoretisch fundierten Überlegungen basiert und je nach Ansatzpunkt differiert. So liegt bsp. in der repräsentativen Studie von BERGMANN (2000) der Fokus speziell auf dem Ernährungswert industriell vorgefertigter Lebensmittel. Ein wertvoller Beitrag ist die Darstellung künftiger Forschungsbereiche zur Verunsicherung als Ergebnis einer Expertendiskussion.

Kennzeichnend für die deutsche Literatur im Bereich „Verunsicherung“ ist jedoch, dass Ursachenbereiche nebeneinander gestellt und nicht näher auf ihre vergleichende Gewichtung eingegangen wird. Der vorliegende Beitrag verfolgt daher das Ziel, die Komponenten, aus denen Verunsicherung besteht, empirisch zu ermitteln und eine Aussage über die relative Bedeutung der einzelnen Komponenten zu treffen. Damit kann zum Begriffsverständnis beigetragen und bestehende Defizite in der Operationalisierung des Konstruktes überwunden werden. Weiterhin wird untersucht, inwieweit sich verschiedene Segmente von verunsicherten Personen identifizieren lassen. Danach werden Ansatzpunkte für die Verminderung untersucht. Konkret geht es dabei um die Frage, wie Konsumenten verschiedene Informationsquellen beurteilen bzw. auf regionale und ökologische Produkte reagieren. Anschließend werden aus den empirischen Ergebnissen Handlungsempfehlungen abgeleitet.

## **2 Empirische Analyse der Verunsicherung im Lebensmittelbereich**

Die in diesem Beitrag vorgestellte Studie ist eine von mehreren Erhebungen innerhalb eines Forschungsprojektes, bei dem das Potential von regionalen und ökologischen Lebensmitteln zur Verringerung der Verunsicherung bei Verbrauchern aufgezeigt werden soll. Ziel der Studie ist es, die Komponenten der Verunsicherung aus Verbrauchersicht zu ermitteln und deren Auswirkungen auf die Vertrauenswürdigkeit von regionalen und ökologischen Lebensmitteln zu ergründen. Von Juli bis August 2003 wurde eine CATI-gestützte Telefonbefragung unter bayerischen Haushalten im Umfang von  $n = 814$  durchgeführt. Die Ziehung der Stichprobe erfolgte durch das Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) in Mannheim. Alle im Folgenden aufgeführten Ergebnisse beziehen sich auf diese Studie. Die Verunsicherung wurde mit 28 Statements gemessen, die zum einen aus einer qualitativen Vorstudie (semi-strukturierte Interviews mit je 30 Kunden von LEH, Wochenmarkt und Bio-Supermarkt) und zum anderen aus der Theorie zur Risikowahrnehmung generiert wurden. Es wurden 7-stufige Likert-Skalen mit einem Wertebereich von -3 (völlige Ablehnung) bis +3 (völlige Zustimmung) verwendet. Eine semantische Zuordnung erfolgte nur an den Skalendepunkten zum Zweck der Erklärung, die Befragten wurden aber aufgefordert, ihre Antwort direkt als Ziffer von -3 bis +3 anzugeben. An Auswertungsverfahren kamen neben univariaten Statistiken auch Faktorenanalysen, Clusteranalysen, Regressionsanalysen und Varianzanalysen zum Einsatz.

### **2.1 Komponenten der Verunsicherung**

Zur Bestimmung der Komponenten von Verunsicherung wurden Faktorenanalysen mit allen 28 generierten Statements gerechnet, wobei auf die Hauptkomponentenmethode unter Verwendung der Varimax-Rotation zurückgegriffen wurde. Dabei wurden Lösungen von sieben bis zehn Faktoren generiert. Unter Berücksichtigung der statistischen Kenngrößen Eigenwert und Zuwachs an erklärter Gesamtvarianz sowie der sinnvollen Interpretierbarkeit wurde die 9-Faktoren-Lösung präferiert (niedrigster Eigenwert: 0,92), die eine erklärte Gesamtvarianz von 58,7 % aufwies. In Tabelle 1 werden die Faktoren beschrieben.

**Tabelle 1: Verunsicherungskomponenten**

Faktoren	Varianz (%)
Faktor I: Skandale	9,4
Im ersten Faktor sind diejenigen Statements zusammengefasst, die auf Skandale abzielen. Inhaltlich beschreiben sie die direkt aus Skandalen entstandene Verunsicherung, die Signalwirkung von BSE, die wahrgenommene Uneinigkeit von Experten und die wahrgenommene Informationsbereitschaft seitens Verantwortlicher.	
Faktor II: Verantwortungsbewusstsein der Produzenten	9,1
Der zweite Faktor beschreibt den Umgang mit der Lebensmittelproduktion aus einer moralischen Sicht und beinhaltet die Aspekte Verantwortungsbewusstsein, korrekte Herstellungsweise und Verzicht auf gesundheitsgefährdende Substanzen.	
Faktor III: mangelnde Kontrollen	8,0
Der dritte Faktor zielt auf einen wahrgenommenen Mangel an Kontrollen ab.	
Faktor IV: mangelnde Deklaration der Inhaltsstoffe	6,6
Im vierten Faktor beinhalten die Items den Informationsgehalt von Verpackungsangaben sowie deren Verständlichkeit.	
Faktor V: negative Auswirkungen von Inhaltsstoffen	6,5
Der fünfte Faktor beschreibt die Besorgnis über gesundheitliche Folgen von Lebensmittelinhaltsstoffen.	
Faktor VI: Grundvertrauen und Involvement	5,4
Die Items im sechsten Faktor sagen aus, wie bedeutend das Thema Lebensmittelsicherheit für den Einzelnen ist und wie stark er sich damit beschäftigt.	
Faktor VII: Sättigungsphänomen	4,9
Der siebte Faktor drückt aus, dass nur in einer Überflussesgesellschaft das Thema Lebensmittelsicherheit große Bedeutung erlangen kann.	
Faktor VIII: übertriebene öffentliche Aufmerksamkeit	4,6
Die Items in diesem Faktor sagen aus, dass die Debatte über Lebensmittelsicherheit für übertrieben gehalten wird.	
Faktor IX: Entfremdung	3,8
Der neunte Faktor stellt die durch den Zivilisationsprozess bedingten Erfahrungsverluste bei der Herstellung von Lebensmitteln dar.	

Anmerkung: n = 814; KMO-Kriterium = 0,898; Bartlett-Test = 0,000; Beschreibung der Faktoren und deren erklärte Varianz; erklärte Gesamtvarianz: 58,7 %.

Quelle: Eigene Erhebung, 2003.

Dieses Ergebnis bestätigt weitestgehend die bei VON ALVENSLEBEN (1999) und WILLHÖFT (2001) angeführten Ursachenbereiche. Mit den Skandalen, dem Sättigungsphänomen und der Entfremdung finden sich drei der dort genannten Bereiche direkt als Faktoren wieder. Der Bereich der individualpsychologischen Risikowahrnehmung ist mit den Skandalen verknüpft, die betreffenden Statements laden auf den ersten Faktor hoch, was inhaltlich sinnvoll ist. Das sinkende Grundvertrauen ist teilweise im zweiten Faktor Verantwortungsbewusstsein der Produzenten enthalten, kann aber als dynamische Variable nicht in einer einzigen Querschnittsstudie exakt erfasst werden. Skandale bilden den ersten Faktor und weisen damit definitionsgemäß die größte erklärte Varianz aller Faktoren auf, im Vergleich zu den nachfolgenden Faktoren allerdings nur geringfügig höher. Sie erweisen sich als die wichtigste Komponente in der Entstehung von Verunsicherung. Insgesamt sind konkret fassbare Dimensionen wie Skandale und Inhaltsstoffe anscheinend gewichtigere Komponenten der Verunsicherung als abstrakte Dimensionen wie Sättigungsphänomen oder Entfremdung. Die Abstände in der erklärten Varianz zwischen den Faktoren sind relativ gering, es gibt keinen dominierenden Faktor. Das und die relativ niedrige erklärte Gesamtvarianz von 58,7 % zeigen die Komplexität des Konstruktes. Eine kurze Definition von Verunsicherung ist durch die Anzahl der Faktoren und deren Verschiedenheit nur schwer möglich.

## 2.2 Zielgruppenspezifische Analyse der Verunsicherung

Nach Ermittlung der Verunsicherungskomponenten wurden untersucht, inwieweit sich verschiedene Segmente identifizieren lassen. Dazu wurden Clusterzentrenanalysen über alle 28 Statements gerechnet, wobei Lösungen mit 3, 4, 5 und 6 Clustern untersucht wurden. Nach Prüfung von statistischen Kriterien (Anzahl und Ausmaß von signifikanten Unterschieden bei den Faktorwerten und den Statements) sowie inhaltlicher Interpretierbarkeit und Plausibilität wurde die 4-Cluster-Lösung ausgewählt. Diese Lösung wurde zu 96,2 % durch die Diskriminanzanalyse bestätigt. Tabelle 2 gibt die Faktormittelwerte der Cluster auf den neun Verunsicherungskomponenten an. Faktorwerte sind als z-transformierte Variablen „der Mess- oder Schätzwert einer bestimmten Person in Bezug auf einen bestimmten Faktor“ (ÜBERLA, 1977: 235) und „werden als Abweichung vom auf Null normierten Mittelwert dargestellt“ (BACKHAUS, 1994: 197). Weiterhin ist in Tabelle 2 die Richtung der Items im Faktor angegeben und das Signifikanzniveau eines Unterschiedes zwischen den Clustern. Letzteres wird genauer abgebildet durch den Duncan-Test, der homogene Untergruppen angibt, so dass sich an ihm ablesen lässt, welche Cluster sich auf dem 5 %-Niveau signifikant unterscheiden und welche nicht.

**Tabelle 2: Faktormittelwerte der Cluster auf den Dimensionen der Verunsicherung**

Faktor	IR	C 1 (n = 163)	C 2 (n = 229)	C 3 (n = 191)	C 4 (n = 231)	p	Duncan-Test (absteigend)
I	n	-,793	,273	,563	-,177	,000	3→2→4→1
II	p	,679	,369	-,753	-,222	,000	1→2→4→3
III	n	-,716	,144	,603	-,136	,000	3→2→4→1
IV	n	-,484	,257	,270	-,136	,000	2+3→4→1
V	n	-,388	,362	,364	-,387	,000	2+3→1+4
VI	p	,109	,165	-,216	-,062	,000	2+1→1+4→4+3
VII	p	,271	,445	-,380	-,318	,000	1+2→3+4
VIII	p	,244	,426	-,107	-,506	,000	1+2→3→4
IX	n	,141	-,083	,092	-,094	,036	1+3→3+2+4

Anmerkung: n = 814; Anzahl der Fälle pro Cluster in Klammer; p = Signifikanz; IR = Richtung der Items und besagt, wie diese hinsichtlich der Verunsicherung formuliert sind, dabei bedeutet negativ einen Ausdruck von Verunsicherung, positiv hingegen eine beruhigte Haltung; der Duncan-Test zeigt die Aufteilung in homogene Untergruppen auf dem 5 %-Signifikanzniveau.

Quelle: Eigene Erhebung, 2003.

Die Betrachtung der Faktormittelwerte (und auch der einzelnen Statements) ergibt, dass die Cluster ein weitgehend paralleles Antwortverhalten auf den neun Dimensionen der Verunsicherung aufweisen. Cluster drei ist z.B. auf acht von neun Dimensionen negativer eingestellt als Cluster eins. Diese Gleichrichtung muss so interpretiert werden, dass die einzelnen Cluster keine verschiedenen Orientierungen, sondern unterschiedliche Intensitätsgrade darstellen. In Cluster drei sind z.B. die Verbraucher mit der größten und in Cluster eins diejenigen mit der niedrigsten Verunsicherung versammelt. So hat Cluster drei die größten Bedenken über Skandale, beurteilt das Verantwortungsbewusstsein der Produzenten am schlechtesten und fordert am intensivsten mehr Kontrollen, während Cluster eins alle diese Aspekte gegenteilig beurteilt. Wie der Duncan-Test zeigt, unterscheiden sich bei den ersten drei Faktoren alle Cluster voneinander auf dem 5 %-Niveau, beim vierten Faktor sind immerhin noch drei Untergruppen zu beobachten. Auf den restlichen fünf Dimensionen resultieren stets weniger als vier homogene Untergruppen, die folglich mit Doppelbesetzungen versehen sind. Das bedeutet, dass es v.a. die Beurteilung der ersten vier Faktoren (Skandale, Verantwortungsbewusstsein der Produzenten, mangelnde Kontrollen und mangelnde Deklaration der Inhaltsstoffe) ist, die stark verunsicherte Verbraucher von den nicht verunsicherten unterscheidet.

Um den Grad an Verunsicherung greifbarer und verständlicher zu machen, wurde ein Verunsicherungsindex mit Hilfe der Itemkonsistenzanalyse unter Verwendung von Cronbach's Alpha errechnet. Die festgestellte weitgehende Gleichrichtung der Cluster deutet darauf hin, dass eine Indexbildung trotz der Mehrdimensionalität gerechtfertigt ist. Als Ausgangslösung dienten dabei alle 28 Items, die durch schrittweise Eliminierung von suboptimalen Statements auf 21 Items reduziert wurden. Die verbleibende Statementbatterie wies mit 0,874 einen hohen Wert für Cronbach's Alpha auf, was nach BROSIUS (2002: 766) eine zuverlässige Gesamtskala bedeutet. Der Mittelwert dieser 21 Statements stellt den Verunsicherungsindex dar und ist von -3 (keineswegs verunsichert) bis +3 (sehr stark verunsichert) skaliert.

**Tabelle 3: Verunsicherungsindex**

	Verunsicherungsgrad					p	Duncan-Test
	Cluster 1 (n = 163)	Cluster 4 (n = 231)	Gesamt (n = 814)	Cluster 2 (n = 229)	Cluster 3 (n = 191)		
Index	-0,31	0,48	<b>0,63</b>	0,77	1,77	,000	3→2→4→1

Anmerkung: n = 814; p = Irrtumswahrscheinlichkeit eines signifikanten Unterschiedes; Skalierung von -3 (keineswegs verunsichert) bis +3 (sehr stark verunsichert).

Quelle: Eigene Erhebung, 2003.

Tabelle 3 zeigt die Werte für den Verunsicherungsindex sowohl für die gesamte Stichprobe als auch für die einzelnen Cluster. Der Verunsicherungsindex erlaubt eine genauere Differenzierung der Cluster. Wie ersichtlich, resultiert ein Cluster (eins) mit einem negativen Index, ein Cluster (drei) mit einem sehr hohen positiven Wert und zwei weitere Cluster im positiven Bereich, die nahe beim Durchschnitt liegen (vier und zwei). Bei drei Clustern kann somit Verunsicherung festgestellt werden. Mit einem negativen Index kann man Cluster eins als gleichgültige Verbraucher bezeichnen, Cluster drei hingegen als stark verunsichert. Die Cluster zwei und vier können als leicht über- bzw. unterdurchschnittlich verunsichert bezeichnet werden. Für die gesamte Stichprobe ergibt sich ein Wert von 0,63. Wie der Duncan-Test zeigt, unterscheiden sich beim Verunsicherungsindex alle Cluster auf dem 5 %-Niveau signifikant von allen anderen.

### 2.3 Einfluss soziodemographischer Merkmale

Unter den soziodemographischen Merkmalen weisen das Alter, die Bildung und das Geschlecht einen signifikanten Einfluss auf die Verunsicherung auf, dies sowohl beim Vergleich der ermittelten Cluster als auch beim Verunsicherungsindex. Die anderen noch abgefragten soziodemographischen Merkmale Haushaltsgröße, Betreuung von Kindern unter 14 Jahren im eigenen Haushalt, BIK-Stadtregion und beruflicher Kontakt mit den Themen Gesundheit, Ernährung oder Lebensmittel zeigen weder bei den Clustern noch beim Verunsicherungsindex signifikante Unterschiede. Das Alter wurde in den drei Kategorien bis 29 Jahre, 30 bis 49 Jahre sowie 50 Jahre und älter erfasst und die Bildung wurde in die zwei Kategorien Haupt-/Realschule und Abitur/Studium eingeteilt. Tabelle 4 zeigt die Verteilung der relevanten soziodemographischen Merkmale in den Clustern sowie die Indexwerte der einzelnen Merkmalsausprägungen.



**Tabelle 4: Soziodemographische Unterschiede in der Verunsicherung; n = 814**

Merkmal	Clusterbetrachtung						Indexbetrachtung	
	Cluster 1 (n = 163)	Cluster 4 (n = 231)	Gesamt (n = 814)	Cluster 2 (n = 229)	Cluster 3 (n = 191)	p	Index	p
<b>Alter</b>						,000		,001
<b>bis 29</b>	26,4	24,0	19,4	16,3	12,0		0,40	
<b>30 - 49</b>	37,4	53,3	46,0	41,4	51,3		0,73	
<b>50 und älter</b>	36,2	22,7	34,5	42,3	36,6		0,63	
<b>Durchschnitt</b>	42,8 Jahre	40,3 Jahre	43,8 Jahre	46,6 Jahre	45,6 Jahre			
<b>Bildung</b>						,000		,034
<b>Haupt- /Realschule</b>	58,9	52,5	63,4	78,0	63,1		0,68	
<b>Abitur/Studium</b>	41,1	47,5	36,6	22,0	36,9		0,54	
<b>Geschlecht</b>						,009		,000
<b>weiblich</b>	60,7	60,6	66,5	72,5	71,2		0,71	
<b>männlich</b>	39,3	39,4	33,5	27,5	28,8		0,47	

Quelle: Eigene Erhebung, 2003.

Wie in Tabelle 4 ersichtlich, sind Frauen stärker verunsichert als Männer, denn der Frauenanteil ist in den beiden überdurchschnittlich verunsicherten Clustern mit elf bis zwölf Prozentpunkten deutlich höher als in den beiden unterdurchschnittlich verunsicherten. Der Verunsicherungsindex liegt mit 0,71 ebenfalls deutlich über dem der Männer (0,47). Personen mit einem Haupt- oder Realschulabschluss weisen eine stärkere Verunsicherung auf als solche mit Abitur oder Hochschulabschluss. Obwohl die Verteilung dieser beiden Merkmalsausprägungen in den Clustern keinen linearen Verlauf erkennen lässt, so ist doch gut zu sehen, dass in den unterdurchschnittlich verunsicherten Clustern eins und vier der Anteil der Personen mit Haupt- oder Realschulabschluss niedriger ist als in den Clustern zwei und drei und auch niedriger als in der gesamten Stichprobe. Der Unterschied beim Verunsicherungsindex ist zwar beim Merkmal Bildung enger als bei den anderen beiden Merkmalen, aber immerhin noch auf dem 5 %-Niveau signifikant. Das ist damit zu erklären, dass der genannte Unterschied in den Clustern fast ausschließlich durch die Verteilung in Cluster zwei im Vergleich zu den Clustern eins und vier zustande kommt. Im stark verunsicherten Segment entspricht die Verteilung der Merkmalsausprägungen jedoch derjenigen in der gesamten Stichprobe. Beim Alter war es die Gruppe der bis 29-Jährigen, die sich weniger verunsichert zeigten. Mit 0,40 war ihr Index signifikant niedriger als diejenigen der zwei älteren Gruppen, die sich ihrerseits allerdings nicht signifikant voneinander unterschieden. Die Verteilung in den Clustern zeigte dies ebenfalls, hier hatte die jüngste Altersgruppe ihren höchsten Anteil im gleichgültigen (Cluster eins) und ihren niedrigsten Anteil im stark verunsicherten Segment (Cluster drei).

#### **2.4 Ansatzpunkte zum Abbau von Verunsicherung: vertrauenswürdige Informationsquellen sowie regionale und ökologische Produkte**

Nachdem die Komponenten der Verunsicherung ermittelt und verschiedene Segmente identifiziert wurden, stellt sich die Frage, was zur Bekämpfung von Verunsicherung unternommen werden kann. Unter den vielen Aspekten, die hier beleuchtet werden müssen (aber aus Gründen der Kapazität nicht alle betrachtet werden können) wird in diesem Abschnitt die Vertrauenswürdigkeit unterschiedlicher Informationsquellen untersucht, die Verbrauchern in Fragen der Lebensmittelsicherheit zur Verfügung stehen.

**Tabelle 5: Einfluss des Verunsicherungsprofils auf die Beurteilung der Vertrauenswürdigkeit von Informationsquellen**

Informationsquelle	Gesamt (n = 814)	C 1 (n = 163)	C 4 (n = 231)	C 2 (n = 229)	C 3 (n = 191)	p
Hausarzt	7,03	7,18	6,85	7,32	6,77	,082
Landwirt (Wochenmarkt)	6,12	6,61	6,13	6,41	5,32	,000
ökologischer Anbauverband	6,10	6,22	6,46	5,73	5,98	,007
Metzger	6,08	6,64	6,09	6,25	5,40	,000
Landwirtschaftsamt	5,43	6,13	5,39	5,39	4,92	,000
Tageszeitung	5,08	5,29	5,20	4,93	4,92	,212
Lebensmittelindustrie	4,07	5,31	4,00	4,26	2,88	,000
Verkaufspersonal im LEH	3,52	4,10	3,40	3,76	2,88	,000

Anmerkung: Skala von 1 bis 10, wobei 1 = überhaupt nicht vertrauenswürdig und 10 = außerordentlich vertrauenswürdig; Die Frage lautete: „Wenn es um Informationen zur Lebensmittelsicherheit geht, für wie vertrauenswürdig halten Sie die folgenden Informationsquellen?“

Quelle: Eigene Erhebung, 2003.

Unter diesen befand sich jeweils ein Vertreter der regionalen (Landwirt auf dem Wochenmarkt) und der ökologischen Vermarktung (ökologischer Anbauverband). Die Befragten sollten ihre Bewertung anhand einer Skala von 1 (überhaupt nicht vertrauenswürdig) bis 10 (außerordentlich vertrauenswürdig) vornehmen. Tabelle 5 zeigt die Mittelwerte in der gesamten Stichprobe sowie in den vier Clustern. Der Hausarzt wurde als Referenzgröße in die Auswahl der Informationsquellen aufgenommen, da er sich in anderen Studien (FREWER et al., 1996) bereits als sehr bedeutend herausgestellt hat. Auch in der vorliegenden Untersuchung wurde ihm von allen Clustern die höchste Vertrauenswürdigkeit zugebilligt, mit einem leichten Abstand zu den folgenden Informationsquellen. Einem Landwirt auf dem Wochenmarkt und einem ökologischen Anbauverband werden die nach dem Hausarzt höchsten Werte für die Vertrauenswürdigkeit zugesprochen. Vertreter der regionalen und ökologischen Vermarktung sind somit als Vermittler von Informationen zur Lebensmittelsicherheit sehr gut geeignet, ihnen wird sogar mehr vertraut als der eigenen Tageszeitung. Die Industrie und das Verkaufspersonal im Lebensmitteleinzelhandel weisen hingegen aus Sicht der Verbraucher die geringste Vertrauenswürdigkeit auf. Mit Ausnahme des ökologischen Anbauverbandes wurde für jede Informationsquelle die niedrigste Bewertung stets vom stark verunsicherten Cluster drei abgegeben. Die stärkste Verunsicherung geht damit mit dem stärksten allgemeinen Misstrauen einher.

Zusätzlich zu den Informationsquellen wurde das Vertrauen in regionale und ökologische Produkte jeweils im Vergleich zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel erfragt. Tabelle 6 zeigt die Ergebnisse für die gesamte Stichprobe und die Cluster.

**Tabelle 6: Mehrvertrauen in regionale u. ökologische Lebensmitteln im Vergleich zum LEH**

Statement	C 1 (n=163)	C 4 (n=231)	Gesamt (n=814)	C 2 (n=229)	C 3 (n=191)	p
Zu Lebensmitteln, die direkt vom Bauern kommen, ...*	1,37	1,71	1,80	2,09	1,93	,000
Zu ökologisch erzeugten Lebensmitteln ...*	0,56	1,38	1,26	1,31	1,65	,000

Anmerkung: n = 814; Skalierung von -3 (lehne völlig ab) bis +3 (stimme voll und ganz zu); beide Statements endeten mit \*... habe ich größeres Vertrauen als zu Lebensmitteln im Supermarkt.

Quelle: Eigene Erhebung, 2003.

Den beiden Erzeugungs- und Vermarktungsprinzipien 'regional' und 'ökologisch' wird ein viel größeres Vertrauen entgegengebracht als dem klassischen Lebensmitteleinzelhandel. Mit einem Durchschnittswert von 1,80 in der gesamten Stichprobe wird die Direktvermarktung von den Verbrauchern als noch vertrauenswürdiger erachtet als der Begriff ökologisch, bei dem ein Wert von 1,26 resultierte. Obwohl bei Betrachtung der Clustermittelwerte von links nach rechts kein völlig linearer Verlauf besteht, lässt sich sehr gut erkennen, dass mit steigender Verunsicherung das Vertrauen sowohl in regionale als auch in ökologische Lebensmittel zunimmt. Das stark verunsicherte Segment (Cluster drei) vertraut beiden Prinzipien mehr als die gleichgültigen Verbraucher in Cluster eins.

### **3 Handlungsempfehlungen**

Aus den vorgestellten Ergebnissen lassen sich Erkenntnisse über eine sinnvolle Vorgehensweise zur Verringerung der Verunsicherung in Bezug auf die Lebensmittelsicherheit ableiten.

Eine Kernfrage in der Bekämpfung der Verunsicherung ist, inwieweit besonders die Komponenten Skandale, Verantwortungsbewusstsein der Produzenten, mangelnde Kontrollen und mangelnde Deklaration der Inhaltsstoffe realistisch verbessert werden können. Sie sind die wichtigsten Komponenten, und hauptsächlich in ihrer Wahrnehmung unterscheiden sich verunsicherte von den nicht-verunsicherten Verbrauchern. Auch wenn sich Skandale nie vollständig vermeiden lassen werden, sind doch die auf breiter Front getroffenen Maßnahmen zur Verhinderung von negativen Vorfällen ein wichtiger Baustein zur Rückgewinnung des Verbrauchervertrauens, jedoch für sich genommen nicht ausreichend. Eine kontinuierliche und frühzeitige Zusammenarbeit der Lebensmittelproduzenten mit den Medien würde Raum für die Darstellung eigener Positionen in Öffentlichkeit schaffen und die Plattform nicht gänzlich den Kritikern überlassen (KITZINGER und REILLY, 1997). Auch die vorgenommene Erhöhung der Kontrolltätigkeit muss dem Endverbraucher glaubhaft und verständlich kommuniziert werden. Demgegenüber dürfte es schwieriger sein, die Deklaration von Inhaltsstoffen für die Verbraucher verständlicher zu machen, da von Konsumentenseite ein gewisses Grundmaß an naturwissenschaftlichen Kenntnissen dafür zwingend erforderlich scheint und Produktkennzeichnungen bestimmten Vorschriften unterliegen. Es ist jedoch sinnvoll, Anstrengungen in diese Richtung zu unternehmen.

Der relativ geringe Einfluss soziodemographischer Merkmale und die damit verbundene Unschärfe in der Zielgruppenansprache machen konkrete Empfehlungen zur Umsetzung der Risikokommunikation noch schwierig. Hier müssen weitere psychologische und konative Variablen in ihrem Bezug zur Verunsicherung untersucht werden, um bessere Abgrenzungskriterien der Segmente zu erhalten und genauere Vorschläge für effiziente Maßnahmen geben zu können. Für den Erfolg von Risikokommunikation bedarf es neben den Inhalten auch vertrauenswürdiger Kommunikatoren, wofür Personen und Einrichtungen der regionalen und ökologischen Vermarktung von den Verbrauchern gehalten werden. Auch stark verunsicherte Verbraucher siedeln diese Informationsquellen in ihrer Rangfolge der Vertrauenswürdigkeit ganz oben an. In weiterführenden Forschungsvorhaben sollte nach Möglichkeiten gesucht werden, diesen Kreis in die Risikokommunikation einzugliedern. Eine Förderung von regionalen und ökologischen Lebensmitteln ist in der Bekämpfung der Verunsicherung grundsätzlich sinnvoll.

## Literatur

- ALVENSLEBEN, R. VON (2002): Verbraucherbild – Verbraucherverantwortung – Verbrauchererziehung: Ziele und Fakten. 15. Deutscher Lebensmittelrechtstag in Wiesbaden. In: <http://www.uni-kiel.de/agrarmarketing/Lehrstuhl/wiesbaden.pdf>.
- ALVENSLEBEN, R. VON und C. KAFKA (1999): Grundprobleme der Risikokommunikation und ihre Bedeutung für die Land- und Ernährungswirtschaft. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaus e.V., Münster-Hiltrup; Bd. 35: 57-64.
- BACKHAUS, K., B. ERICHSON, W. PLINKE und R. WEIBER (1994): Multivariate Analysemethoden. 7. Aufl., Berlin,
- BEARDSWORTH, A.D. (1992): Trans-science and moral panics: understanding food scares. In: British food journal, 5: 11-16.
- BERGMANN, K. (2000): Der verunsicherte Verbraucher. Berlin.
- BROSIUS, F. (2002): SPSS 11. Bonn.
- BYRNE, D.: „Risk analysis – Risk communication: The decision maker’s dilemma“. Joint WHO/FAO/OIE Conference on BSE and its Risks, Paris, 13. Juni 2001. In: [http://europa.eu.int/comm/dgs/health\\_consumer/library/speeches/speech105\\_en.html](http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/speeches/speech105_en.html).
- COVELLO, V.T. and P. SLOVIC (1986): Risk communication: a review of the literature. In: Risk abstracts, 3 (4): 171-182.
- DER DEUTSCHE BUNDESTAG (2001): Drucksache vom 6. Februar 2001. In: [http://www.spdfraktion.de/cnt/rs/rs\\_datei/0,,1754,00.pdf](http://www.spdfraktion.de/cnt/rs/rs_datei/0,,1754,00.pdf).
- DEUTSCHE LANDWIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT (DLG) (2001): Verbraucherschutz in Land- und Ernährungswirtschaft. Leitlinien und Maßnahmen zur Neuorientierung. Frankfurt.
- FISCHHOFF, B. (1995): Risk perception and communication unplugged: twenty years of process. In: Risk analysis, Vol. 15 (2).
- FREWER, L. (1998): Methodological approaches to assessing risk perceptions associated with food-related hazards. In: Risk Analysis, Vol. 18 (1): 95-102.
- FREWER, L., C. HOWARD, D. HEDDERLY and R. SHEPHERD (1996): What determines trust in information about food-related risks? Underlying psychological constructs. In: Risk analysis, Vol. 16 (4): 473-486.
- HAGENHOFF, V. (2003): Analyse der Printmedien-Berichterstattung und deren Einfluss auf die Bevölkerungsmeinung: Eine Fallstudie über die Rinderkrankheit BSE 1990 – 2001. Hamburg.
- HANSEN, U. (2003): Verbraucherinformation als Instrument der Verbraucherpolitik. Konzeptpapier des wissenschaftlichen Beirats „Verbraucher- und Ernährungspolitik“ beim BMVEL.
- HOFER, K. (2002): Lebensmittelqualität als Tat-Sache. Bern.
- JUNGERMANN, H. und P. SLOVIC (1993): Charakteristika individueller Risikowahrnehmung. In: Bayerische Rück (Hrsg.): Risiko ist ein Konstrukt. München: 89-107.
- KASPERSON, R.E. (1986): Six propositions on public participation and their relevance for risk communication. In: Risk analysis, Vol. 6 (4): 275-281.
- KASPERSON, R., O. RENN, P. SLOVIC, H. BROWN, J. EMEL, R. GOBLE, J. KASPERSON and S. RATICK (1988): The social amplification of risk: a conceptual framework. In: Risk analysis, Vol. 8, No. 2: 177-187, 1988.
- KEENEY, R.L. und D. VON WINTERFELDT (1986): Improving risk communication. In: Risk analysis, Vol. 6 (4): 417-424.
- KEMP, R. (1993): Risikowahrnehmung: Die Bewertung von Risiken durch Experten und Laien - ein zweckmäßiger Vergleich? In: Bayerische Rück (Hrsg.): Risiko ist ein Konstrukt. München: 109-127.
- KITZINGER, J. and J. REILLY (1997): The rise and fall of risk reporting. In: European journal of communication, Vol. 12 (3): 319-350.

- KOMMISSION der EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (2000): Weißbuch zur Lebensmittelsicherheit. Brüssel.
- KÜNAST, R. (2002): Rede anlässlich der Diskussionsveranstaltung „Die Zukunft der Landwirtschaft mit oder ohne Gentechnik?“. Berlin. (mimeo: Rainer Franz)
- MILES, S. and L. FREWER (2001): Investigating specific concerns about different food hazards. In: Food Quality and Preference 12: 47-61.
- RENN, O. (1992): Concepts of Risk: A Classification. In: Krinsky, Sheldon; Golding, Dominic (eds.): Social Theories of Risk. London: 53-79.
- SLOVIC, P. (1986): Informing and educating the public about risk. In: Risk analysis, Vol. 6 (4): 403-415.
- SLOVIC, P. (1992): Perception of Risk: Reflections on the Psychometric Paradigm. In: Krinsky, Sheldon; Golding, Dominic (eds.): Social Theories of Risk. London: 117-152.
- SPARKS, P. and R. SHEPHERD (1994): Public perceptions of the potential hazards associated with food production and food consumption. In: Risk analysis, Vol. 14 (5): 799-806.
- STOIBER, E. (2001/2002): Der Staat handelt und hilft. Verbraucherinitiative Bayern 2001/2002. In: <http://www.bayern.de/Politik/Initiativen/Verbraucher>
- ÜBERLA, K. (1977): Faktorenanalyse. Berlin.
- WILLHÖFT, C. (2001): Verbraucherverunsicherung – eine ausweglose Situation? Vortrag vom 20. Juni 2001. Bundesforschungsanstalt für Ernährung, Karlsruhe.

## **Anhang**

### **Statements zur Messung der Verunsicherung**

- Item 01: Ich mache mir keine großen Gedanken über Lebensmittelsicherheit.
- Item 02: Man weiß nicht, was in den Lebensmitteln wirklich alles drin ist.
- Item 03: Die Angaben auf den Verpackungen sind für den normalen Käufer zu unverständlich.
- Item 04: Unsere Lebensmittel enthalten Stoffe, die einen auf Dauer krank machen.
- Item 05: Man kann sich darauf verlassen, dass bei der Herstellung von Lebensmitteln sauber gearbeitet wird.
- Item 06: Über Lebensmittelsicherheit mache ich mir nur Gedanken, wenn ich durch die Medien von einem Skandal höre.
- Item 07: Man kann den Kennzeichnungen auf den Verpackungen nicht trauen.
- Item 08: Es besteht kein Grund, verunsichert zu sein, man darf sich nicht verrückt machen lassen.
- Item 09: Unsere Lebensmittel sind frei von gesundheitsgefährdenden Substanzen.
- Item 10: Bei der Herstellung und Verarbeitung von Lebensmitteln wird viel betrogen.
- Item 11: Wenn man alles ernst nehmen würde, was über Lebensmittelsicherheit gesagt wird, dann dürfte man gar nichts mehr essen.
- Item 12: Die Landwirte handeln sehr verantwortungsbewusst.
- Item 13: Als Verbraucher bin ich der Lebensmittelindustrie hilflos ausgeliefert.
- Item 14: Wenn ich weiß, woher ein Lebensmittel kommt, bin ich nicht mehr verunsichert.
- Item 15: Die Kennzeichnungen von Lebensmitteln enthalten alle wichtigen Informationen.
- Item 16: Die Medienberichte über Lebensmittelskandale sind stark übertrieben.
- Item 17: Die Industrie geht fahrlässig mit der Lebensmittelsicherheit um.
- Item 18: Es gibt nicht genug Lebensmittelkontrollen.
- Item 19: Die Skandale machen mir weniger Sorgen, die langfristigen Auswirkungen der erlaubten Inhaltstoffe sind viel beunruhigender.
- Item 20: Die Gesetze, die wir haben, sind für die Lebensmittelsicherheit völlig ausreichend.
- Item 21: Über die Auswirkung der Inhaltstoffe in Lebensmitteln auf die Gesundheit bin ich sehr besorgt.
- Item 22: BSE hat gezeigt, dass man in Zukunft mit noch mehr Skandalen rechnen muss.
- Item 23: Ich habe Bedenken, weil sich die Experten untereinander streiten und selber nicht wissen, wie sicher unsere Lebensmittel wirklich sind.
- Item 24: Die Lebensmittelskandale in den letzten Jahren haben mich verunsichert.
- Item 25: Die Lebensmittelsicherheit ist in den letzten Jahren immer schlechter geworden.
- Item 26: Bei Skandalen wird zu lange verschleiert, die Öffentlichkeit wird nicht schnell genug informiert.
- Item 27: Wir machen uns nur deswegen so viele Gedanken über Lebensmittelsicherheit, weil wir im Überfluss leben.
- Item 28: Die Menschen können heutzutage kaum noch eigene Erfahrungen darin sammeln, wie Lebensmittel hergestellt werden.