

Berichte aus der Agrarwissenschaft

Christian Pinkau

**Nachfrage nach Getränken
- insbesondere Fruchtsaft - in Deutschland**

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT
Fachbereich 1
<u>Gesamtbibliothek</u>
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>
Inventar-Nr. : <u>47.331</u>
Abstell-Nr. : <u>A 11/158</u>
Sachgebiete: _____

D 26 (Diss. Universität Giessen)

**Verlag Shaker
Aachen 1994**

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
Einführung	1
0.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
0.2 Vorgehensweise	2
TEIL 1: NACHFRAGE NACH GETRÄNKEN IM ZEITLICHEN WANDEL	
1 Grundlagen	4
1.1 Hausgetränke	4
1.1.1 Kaffee	4
1.1.2 Tee	5
1.1.3 Trinkmilch	6
1.2 Alkoholfreie Getränke	7
1.2.1 Mineralwasser	7
1.2.2 Erfrischungsgetränke	9
1.2.3 Fruchtsäfte und Nektare	11
1.3 Alkoholische Getränke	13
1.3.1 Bier	13
1.3.2 Wein	15
1.3.3 Schaumwein	17
1.3.4 Spirituosen	19
1.4 Nachfragebegriff	23
1.5 Determinanten der Nachfrage	24
1.6 Angewandte Methoden	25
1.6.1 Regressionsanalyse	27
1.6.2 Funktionsformen	29
1.6.3 Statistische Prüfgrößen	32
1.7 Datenbasis	33
1.7.1 Begriffliches	33
1.7.2 Verwendete Datenreihen	37
2 Darstellung der Analyseergebnisse	39
2.1 Allgemeines	39
2.2 Hausgetränke	45
2.2.1 Kaffee	45
2.2.2 Tee	51
2.2.3 Trinkmilch	55
2.3 Alkoholfreie Getränke	59
2.3.1 Mineralwasser	61
2.3.2 Erfrischungsgetränke	66
2.3.3 Fruchtsäfte und Nektare	72
2.4 Alkoholische Getränke	77
2.4.1 Bier	78
2.4.2 Wein	84
2.4.3 Schaumwein	90
2.4.4 Spirituosen	96
2.5 Zusammenfassung der Analyseergebnisse	102

3 Nachfrage nach Getränken in der ehemaligen DDR	106
3.1 Hausgetränke	107
3.1.1 Kaffee	107
3.1.2 Tee	109
3.1.3 Trinkmilch	109
3.2 Alkoholfreie Getränke	110
3.2.1 Mineralwasser	111
3.2.2 Erfrischungsgetränke	112
3.2.3 Fruchtsäfte und Nektare	112
3.3 Alkoholische Getränke	113
3.3.1 Bier	114
3.3.2 Wein	116
3.3.3 Schaumwein	116
3.3.4 Spirituosen	117
TEIL 2: IMAGEANALYSE FÜR FRUCHTSÄFTE UND NEKTARE ALS SCHULGETRÄNKE	
4 Ernährungsphysiologische Bewertung möglicher Schulgetränke	119
4.1 Milch	120
4.2 Mineralwasser	122
4.3 Erfrischungsgetränke	122
4.3.1 Limonaden	122
4.3.2 Fruchtsaftgetränke	123
4.4 Fruchtsäfte und Nektare	124
4.4.1 Fruchtsäfte	124
4.4.2 Nektare	128
4.5 Zusammenfassende Bewertung	129
5 Schulgetränke in der Ernährung von Schulkindern	131
5.1 Ernährungssituation von Schulkindern	131
5.2 Schulgetränke	132
5.2.1 Schulmilch	133
5.2.2 Fruchtsäfte und Nektare	136
6 Konsumentenverhalten	137
6.1 Verhaltenswissenschaftliche Ansätze	137
6.1.1 Ökonomisch orientierte Modelle	139
6.1.2 Soziologisch orientierte Modelle	140
6.1.3 Psychologisch orientierte Modelle	141
6.2 Image	143
6.2.1 Imagebegriff	143
6.2.2 Determinanten des Image	145
6.2.3 Einstellungs- und Imagemessung	146
6.2.4 Erwartungen zum Image von Fruchtsäften und Nektaren	147

7 Datenerhebung	149
7.1 Erhebungsmethoden	149
7.2 Stichprobenauswahl	152
7.3 Fragen und Fragebogen	154
7.3.1 Fragetypen	154
7.3.2 Frageformen	154
7.3.3 Meßniveau der Fragen	155
7.4 Aufbau und Ablauf der empirischen Untersuchung	156
7.4.1 Durchführung des Pretests	156
7.4.2 Durchführung der Befragung	157
8 Datenauswertung	159
8.1 Erwünschtes zusätzliches Getränkeangebot an Schulen	162
8.2 Präferierte Packungsgröße	167
8.3 Fruchtsaftgehalte verschiedener Getränke	169
8.4 Beliebtheit verschiedener Fruchtsäfte und Nektare	172
8.5 Meinungen zur Safterstellung	175
8.6 Aussagen zum Getränk Fruchtsaft	177
8.7 Imageanalyse	182
8.7.1 Image Safttrinker	185
8.7.2 Image Milchtrinker	186
8.7.3 Image Limonadentrinker	188
8.8 Aussagen zur Herkunft von Fruchtsaft	190
8.9 Präferierter Geschmack bei Fruchtsäften	192
8.10 Meinungen zum Thema Streuobst	195
8.11 Bekanntheit von Saftinhaltsstoffen	196
8.12 Bevorzugung von Direktsaft gegenüber Saft aus Konzentrat	199
8.13 Image von Fruchtsaft	203
8.14 Voraussichtlicher Saftkonsum in der Schule	206
8.15 Von Lehrern gewünschtes Fruchtsaftangebot in der Schule	211
8.16 Einstellungen der Hausmeister/Pächter	215
8.16.1 Mengen	215
8.16.2 Preise	216
9 Zusammenfassung	218
10 Literatur	224
11 Anhang	245
11.1 Tabellen	245
11.2 Fragebögen	250
11.2.1 Schüler Klasse 1-6	250
11.2.2 Schüler Klasse 7-13	255
11.2.3 Lehrer	260
11.2.4 Hausmeister	265